

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية في تعزيز ولاء المستفيد

دراسة لعينة من مستفيدي مكتبات جامعة غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات العامة

إشراف الأستاذ:

- صيتي أبوبكر

إعداد الطالبتين:

- بلكو مهدية

- فنيش أم كلثوم

لجنة التقييم

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة غرداية	د. شريطي فوزي مراد
مشرفا	جامعة غرداية	أ. صيتي أبوبكر
مناقشا	جامعة غرداية	د. سليمان ليلى

الموسم الجامعي:

1443/1442 هـ 2021/2022 م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية



كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية في تعزيز ولاء المستفيد

دراسة لعينة من مستفيدي مكتبات جامعة غرداية .

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات العامة

إشراف الأستاذ

- صيتي أبوبكر

إعداد الطالبتين:

- بلكو مهدية

- فنيش أم كلثوم

لجنة التقييم

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة غرداية	د. شريطي فوزي مراد
مشرفا	جامعة غرداية	أ. صيتي أبوبكر
مناقشا	جامعة غرداية	د. سليمان ليلى

الموسم الجامعي:

2022/2021 هـ 1443/1442

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

إهداء

ما أجمل أن يجود المرء بأغلى ما لديه والأجمل أن يهدي الغالي

للأغلى

هي ثمرة جهدي اجنيها اليوم هي هدية أهديتها إلى من
غمرني بالحب والحنان ... إلى من يفرحان لفرحي و يحزنان لحزني

أمي الغالية وأبي نور عيني حفظهم الله ورعاهم

إلى أعز وأحب الناس على قلبي إخوتي وأخواتي كل

واحد باسمه إلى كل من علموني معنى الصداقة ومن سار معي

في كل هذا المشوار صديقتي وكل من كان رمز

للقوة والشجاعة

مهدية



إهداء

وأخيرا تحقق حلم تخرجي

أهدي تخرجي إلى نبع الحنان أُمي الغالية

وإلى سندي والدي العزيز

وإلى جدتي أطال الله في عمرها وروح جدي رحمة الله عليه

وإلى أختي زينب وأخي معاذ

وإلى كل من أحب لي النجاح

دمتم لي سنداً

أم كلثوم



تشكر

الحمد لله الذي أمدنا بالعزيمة والصبر لإتمام هذه الدراسة ومتطلباتها

كما نتقدم بجزيل الشكر وفائق الإحترام والتقدير والعرفان إلى الأستاذ

المشرف صيتي أبو بكر طوال فترة إنجاز هذه المذكرة

كما نتوجه بالشكر لجميع أساتذة علوم الإعلام والاتصال لما قدموه لنا طيلة
هذا المشوار العلمي المتميز بالأخص الدكتور بكير قشار والأستاذ بقور صابر

كما نتوجه بالشكر لكافة موظفي المكتبة المركزية على حسن الاستقبال

وتعاونهم معنا وبالأخص الموظف صيتي عمر والموظف طوالب العربي من

كلية الآداب واللغات

وإلى كل من ساهم في تقديم يد العون خاصة المفتش بوجلال أحمد والمديرة

بن نذير صفية.



ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة لإبراز دور الإستراتيجية الاتصالية في تعزيز ولاء المستفيد على مستوى مكاتب كليات جامعة غرداية تمحورت هذه الدراسة حول الإشكالية الآتية: كيف تساهم الإستراتيجية الاتصالية في كسب ولاء المستفيد بالمكاتب الجامعية بولاية غرداية ؟ واشتملت الدراسة على متغيرين مستقل وهو الإستراتيجية الاتصالية ومتغير تابع وهو ولاء المستفيد.

هدفت الدراسة الحالية إلى التعرف على دور الإستراتيجية الاتصالية للمكاتب في تعزيز ولاء المستفيد على مستوى مكاتب كليات جامعة غرداية, وللإجابة عن إشكالية الدراسة واختبار مدى صحة الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي, طبقت الدراسة على عينة طبقية عشوائية اشتملت على عدد الطلبة المسجلين في مكاتب الكليات والذي يبلغ 1738 طالب, ولتحقيق أهداف الدراسة قمنا بتوزيع الإستبيان على عينة بنسبة 10% من الطلبة المسجلين في المكتبة من كل كلية من كليات الجامعة والذي بلغ عددهم 190 طالب, واستخدمنا الأدوات الإحصائية في التحليل والمناقشة لقياس مدى نجاح الإستراتيجية الاتصالية في تعزيز ولاء المستفيد.

وبعد الدراسة النظرية والتطبيقية لموضوع البحث توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج مفادها ما يلي:

— الإستراتيجية الاتصالية بمكاتب جامعة غرداية لها دور كبير في تقديم كافة الخدمات اللازمة لتعزيز رضا المستفيد وكسب ولاءه.

— تسهم الإستراتيجية الاتصالية داخل مكاتب جامعة غرداية في التردد الدائم وزيارة المكتبة من طرف المستفيدين و تسهل الوصول إلى عنوانين بحثهم.

— حسب المبحوثين يشعرون بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة لهم وعن طريقة تعامل الموظفين معهم وأنهم سارعوا الإستجابة عند تقديم طلبهم.

— حسب المبحوثين أنهم غير راضين على فترة الإعارة. وأن المكتبات الرقمية لم تؤثر على علاقة الطالب في زيارته للمكتبة.

الكلمات الدالة: الإستراتيجية الاتصالية, رضا المستفيد, ولاء المستفيد, المكتبات الجامعية.

Résumé:

Cette étude est venue mettre en évidence le rôle de la stratégie de communication dans la fidélisation des bénéficiaires au niveau des bibliothèques des facultés de l'Université de Ghardaïa. L'étude comprenait deux variables indépendantes, qui est la stratégie de communication, et une variable dépendante, qui est la fidélité du bénéficiaire.

La présente étude visait à identifier le rôle de la stratégie de communication des bibliothèques dans la fidélisation des bénéficiaires au niveau des bibliothèques des facultés de l'Université de Ghardaïa. 1738 étudiants, et pour atteindre les objectifs de l'étude, nous avons distribué le questionnaire à un échantillon de 10% des étudiants inscrits à la bibliothèque de chaque collège de l'université, qui comptait 190 étudiants, et nous avons utilisé des outils statistiques d'analyse et de discussion mesurer le succès de la stratégie de communication dans la fidélisation du bénéficiaire.

Après l'étude théorique et pratique du sujet de recherche, l'étude a abouti à un ensemble de résultats, dont les suivants :

_ La stratégie de communication des bibliothèques de l'Université de Ghardaïa a un rôle majeur dans la fourniture de tous les services nécessaires pour améliorer la satisfaction du bénéficiaire et le fidéliser.

_ La stratégie de communication au sein des bibliothèques de l'Université de Ghardaïa contribue à la fréquence et à la fréquentation constante de la bibliothèque par les bénéficiaires et facilite l'accès à deux adresses de recherche.

_ Selon les répondants, ils sont satisfaits des sources d'information mises à leur disposition et de la façon dont les employés les traitent, et qu'ils répondent rapidement lorsqu'ils soumettent leur demande.

_ Selon les répondants, ils ne sont pas satisfaits de la durée du prêt. Et que les bibliothèques numériques n'affectaient pas la relation de l'élève lors de sa visite à la bibliothèque.

Mots clés:

Stratégie de communication, Satisfaction client, Fidélisation client, Bibliothèques universitaires.

Summary:

This study came to highlight the role of the communication strategy in enhancing beneficiary loyalty at the level of the libraries of the faculties of the University of Ghardaia. The study included two independent variables, which is the communication strategy, and a dependent variable, which is the loyalty of the beneficiary.

The current study aimed to identify the role of the communication strategy of libraries in enhancing beneficiary loyalty at the level of the libraries of the faculties of the University of Ghardaia. 1738 students, and to achieve the objectives of the study, we distributed the questionnaire to a sample of 10% of the students registered in the library from each college of the university, which numbered 190 students, and we used statistical tools in analysis and discussion to measure the success of the communication strategy in enhancing the loyalty of the beneficiary.

After the theoretical and practical study of the research topic, the study reached a set of results, including the following:

_ The communication strategy of the libraries of the University of Ghardaia has a major role in providing all the necessary services to enhance beneficiary satisfaction and gain his loyalty.

_ The communication strategy within the libraries of the University of Ghardaia contributes to the constant frequency and visitation of the library by the beneficiaries and facilitates access to two search addresses.

_ According to the respondents, they are satisfied with the sources of information available to them and the way employees deal with them, and that they are quick to respond when submitting their request.

_ According to the respondents, they are not satisfied with the loan period. And that digital libraries did not affect the student's relationship in his visit to the library.

Keywords:

Communication strategy, Customer satisfaction, Customer loyalty, University libraries.

قائمة المحتويات

الصفحة	الموضوع
	الإهداء
	شكر وعرافان
	ملخص الدراسة بالعربية
	ملخص الدراسة بالإنجليزية
	قائمة المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	قائمة الملاحق
01	مقدمة
الإطار المنهجي	
05	إشكالية الدراسة
06	تساؤلات الدراسة
06	فرضيات الدراسة
08	أهداف الدراسة
08	أهمية الدراسة
09	أسباب اختيار الموضوع
09	حدود الدراسة
10	منهج الدراسة
11	أدوات الدراسة
14	مجتمع الدراسة
15	عينة الدراسة
16	الدراسات السابقة
20	المقاربة النظرية
22	مفاهيم ومصطلحات الدراسة

الصفحة	الموضوع
الجانب النظري	
الفصل الأول : أساسيات حول المكتبات الجامعية و الاستراتيجية الاتصالية	
27	تمهيد
28	المبحث الأول: ماهية المكتبات الجامعية
28	المطلب الأول: تعريف المكتبة الجامعية
29	المطلب الثاني: أهداف المكتبة الجامعية
30	المطلب الثالث: وظائف وأنواع المكتبة الجامعية
34	المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الإستراتيجية الاتصالية
34	المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية
36	المطلب الثاني: عناصر الإستراتيجية الاتصالية
39	المطلب الثالث: مبادئ ومراحل الإستراتيجية الاتصالية
43	المبحث الثالث: الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية أهدافها, أهميتها, خصائصها وأنواعها ومعوقاتها
43	المطلب الأول : أهداف وأهمية الإستراتيجية الاتصالية
45	المطلب الثاني: خصائص وأنواع الإستراتيجية الاتصالية
48	المطلب الثالث : معوقات إعداد الإستراتيجية الاتصالية
51	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي حول ولاء المستفيد من المكتبات الجامعية	
54	تمهيد
55	المبحث الأول: ماهية المستفيد
55	المطلب الأول: المستفيد من المكتبة الجامعية
56	المطلب الثاني: أنواع وفئات المستفيدين من المكتبة الجامعية.
58	المطلب الثالث: احتياجات المستفيدين من المكتبة الجامعية وصعوبة التنبأ بها

60	المبحث الثاني: رضا المستفيد حول خدمات المكتبات الجامعية
60	المطلب الأول: تعريف رضا المستفيد
61	المطلب الثاني: خصائص رضا المستفيد
62	المطلب الثالث: أهمية رضا المستفيد و العوامل المؤثرة في ارضاءه
63	المطلب الرابع: أسباب قيام المكتبات بقياس رضا المستفيد وعلاقته بالولاء
65	المبحث الثالث: ولاء المستفيد من خدمات المكتبة الجامعية
65	المطلب الأول: تعريف ولاء المستفيد
67	المطلب الثاني: أنواع المستفيد حسب درجة الولاء وآليات خدمات الاتصال في تحقيق ولاء المستفيد
69	المطلب الثالث: خصائص و أهمية ولاء المستفيد
71	المطلب الرابع: طرق قياس ولاء المستفيد ومراحل تنميته
73	خلاصة الفصل

الجانب التطبيقي	
الفصل الثالث : تعزيز ولاء المستفيد من خلال مكتبات جامعة غرداية	
76	تمهيد
77	المبحث الأول: جامعة غرداية ومكتبتها
77	المطلب الأول: نبذة عن جامعة غرداية ومكتباتها
81	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية
82	المطلب الثالث: خدمات المكتبة المركزية ونظام التزويد
83	المطلب الرابع: برنامج الإعارة وتطور عدد عنوانين الكتب حسب السنوات
84	المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية
84	المطلب الأول: تصميم وتنفيذ الدراسة
86	المطلب الثاني: اختبار ثبات الدراسة

87	المطلب الثالث : عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية
110	المبحث الثالث: التحقق من الفرضيات وعرض النتائج
110	المطلب الأول: إثبات أو نفي الفرضيات
112	المطلب الثاني: عرض النتائج
113	خلاصة الفصل
115	خاتمة
116	قائمة المصادر والمراجع
123	الملاحق

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح عينة الدراسة	15
02	يوضح كليات جامعة غرداية وأقسامها.	77
03	يوضح برنامج الإعارة للمكتبة	83
04	يوضح أوقات الإعارة	84
05	يوضح معامل ألفا كرونباخ للإستبيان	86
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	87
07	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	87
08	يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	88
09	يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الزيارات للمكتبة	88
10	يبين توزيع أفراد العينة حسب أي الكلية تدرس	89
11	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقع مكتبة الكلية	89
12	يبين توزيع أفراد العينة حسب موقع المكتبة المركزية	90
13	يبين توزيع أفراد العينة الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول اليها	90
14	يبين الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة نفسية عند الدخول اليها حسب الجنس	91
15	يبين توزيع أفراد العينة حسب إدارة المكتبة صارمة في بنود النظام الداخلي للمكتبة	92
16	يبين توزيع أفراد العينة حسب توفير المكتبة لكافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق أهداف الطالب	92
17	يبين توزيع أفراد العينة حسب تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة	93
18	يبين تناسب دوام المكتبة مع أوقات دراسة حسب المستوى	94

	الدراسي	
95	يبين توزيع أفراد العينة حسب سرعة باستجابة عمال المكتبة عند تقديم الطلب	19
95	يبين توزيع أفراد العينة حسب تردد الطالب على المكتبة	20
96	يبين توزيع أفراد العينة حسب تنوع وحدائة المراجع والدوريات في المكتبة	21
96	يبين توزيع أفراد العينة حسب اعتماد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد	22
97	يبين توزيع أفراد العينة حسب إمكانية الوصول بسهولة للعناوين التي تبحث عنها	23
98	يبين إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة حسب عدد الزيارات للمكتبة	24
98	يبين توزيع أفراد العينة حسب ذهابك للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله	25
99	يبين الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المسعية حسب الجنس	26
100	يبين توزيع أفراد العينة حسب الشعور بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة للطالب	27
100	يبين الشعور بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة حسب المستوى الدراسي	28
101	يبين توزيع أفراد العينة حسب الإعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة	29
102	يبين الاعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة حسب عدد الزيارات للمكتبة	30
103	يبين توزيع أفراد العينة حسب الرضى على عدد الكتب المقدمة خلال فترة الإعارة	31

103	يبين توزيع أفراد العينة حسب نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة	32
104	يبين نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة حسب المستوى الدراسي	33
105	يبين رغبة أفراد العينة الدائمة في التردد على المكتبة	34
105	يبين توزيع أفراد العينة حسب رضاك عن مستوى الخدمات المقدمة لك سبب في ترددك الدائم على المكتبة	35
106	يبين الرضى عن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة حسب عدد الزيارات للمكتبة	36
107	يبين توزيع أفراد العينة حسب اقامة علاقات مع موظفي المكتبة بسبب الارتياح لتعاملهم	37
107	يبين الارتياح لتعامل موظفي المكتبة بسبب ربط علاقات معهم حسب الجنس	38
108	يبين توزيع أفراد العينة حسب تأثير خدمات المكتبات الرقمية على علاقة الطالب في زيارة المكتبة	39
109	يبين تأثير خدمات المكتبات الرقمية على العلاقة في الزيارة للمكتبة حسب عدد الزيارات لها.	40
111	يوضح نتائج اختبار الفرضيات باستخدام اختبار T Student	41

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
	نموذج الدراسة	07
01	الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية	81
02	مخطط يوضح عدد تطور الكتب حسب السنوات	84

قائمة الملاحق

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الإستبيان المعتمد في الدراسة	124
02	قائمة الأساتذة المحكمين	128
03	دليل المقابلة	128
04	معامل الثبات ألفا كورنباخ	129
05	نتائج البيانات الشخصية	133
06	عرض نتائج برنامج SPSS	135
07	نتائج اختبار T Student	148

مقدمة

يميل الإنسان بطبعه إلى التواصل والتفاعل مع المحيط الذي يعيش فيه فالتواصل ضرورة حتمية إنسانية إجتماعية وحضارية لتماسك الأفراد والجماعات والشعوب, فالإتصال القلب النابض للمؤسسة حيث لا يمكنها أن تحقق أهدافها دون وجود شبكة اتصال بل إنه من الصعب جدا أن يتصور الإنسان وجود أي مؤسسة مهما كان نوعها دون اتصال فيها ينقل من خلاله المعلومات بين جمهورها. ولعل المكتبات هي إحدى هذه المؤسسات التي تستخدم الإتصال فهي لا تستطيع الاستمرار والبقاء إلا بوجود اتصال دائم بين جميع أفرادها وجمهورها.

تواجه المكتبات اليوم أكثر من أي وقت مضى تحديات متعددة مصدرها أساسا تغيرات على مستوى البيئة التي تنشط فيها, وهذا نتيجة للتحديات التي فرضتها خصائص وسمات القرن الواحد والعشرين كالعولمة وشدة المنافسة والتطور الشامل, بحيث أصبح العالم عبارة عن قرية كونية معرفية صغيرة نتيجة التطور التكنولوجي والمعلوماتية التي شملت مختلف الأصعدة خاصة جانب المعلومات والاتصالات, وكذا وضع إستراتيجيات معينة داخل مختلف المكتبات عامة والمكتبات الجامعية خاصة, بإعتبارها عنصرا أساسيا لأي نشاط داخل المكتبة. ومن بين هاته المكتبات نجد المكتبات الجامعية والتي في ظل التطورات الحالية أصبح يتحتم عليها مواكبة التطورات, والاستفادة من المزايا الجديدة المبتكرة, وتكنولوجيا المعلومات مع التركيز على كفاءة الأداء في تقديم الخدمات, إذ أن قدرة المكتبات الجامعية على تخصيص مواردها بكفاءة عالية يعد من المتطلبات الأساسية وكشرط لنجاحها والمحافظة على بقائها واستمرارها, والقدرة على المنافسة, بالإضافة إلى انتهاج أسلوب إداري متقدم في وضع إستراتيجية اتصالية تسهل لها التعامل بكفاءة وتضمن لها تحسين أدائها.

كما تؤدي الإستراتيجية الاتصالية دور جوهريا داخل المكتبات الجامعية, فهي ذلك النظام الذي يسمح بالتعرف على مدى تنفيذ تطلعات المكتبة, ومن ثم تحسن قدرة أدائها. ومن هذا المنطق ظهرت الضرورة لوضع إستراتيجية من أجل تفعيل الإتصال داخل المؤسسة الثقافية, والتي تسمح بتحديد الإنحرافات واكتشافها وإستبيان ومعرفة مصدرها, ثم إتخاذ الإجراءات للحد منها وتصحيحها.

قسمت الدراسة إلى:

الإطار المنهجي: اشتمل على إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية وفرضيات الدراسة وأسباب اختيار الموضوع وأهداف وأهمية وحدود الدراسة، والمنهج المعتمد والأدوات المستخدمة في جمع البيانات، كما تطرقنا إلى أهم الدراسات السابقة التي لها علاقة بدراستنا ثم قمنا بتحديد مفاهيم أساسية للدراسة.

الإطار النظري: تضمن فصلين:

الفصل الأول: أساسيات حول الإستراتيجية الاتصالية والمكتبات الجامعية:

انقسم إلى ثلاث مباحث ومجموعة مطالب وذلك بدءاً من تعريف المكتبة الجامعية، أهدافها، وظائفها وأنواعها، الإستراتيجية الاتصالية وعناصرها، مبادئها ومراحلها وأهدافها، أهميتها وخصائصها، أنواعها ومعوقاتهما، ثم خلاصة الفصل.

الفصل الثاني: يتضمن مدخل مفاهيمي حول ولاء المستفيد من المكتبات الجامعية:

انقسم إلى ثلاث مباحث ومجموعة مطالب إبتداءً من تعريف المستفيد من المكتبة الجامعية، أنواع وفئات المستفيدين، احتياجاتهم وصعوبة التنبؤ بها، تعريف رضا المستفيد، خصائصه أهميته والعوامل المؤثرة في ارضاءه، أسباب قيام المكتبات بقياس رضا المستفيد وعلاقته بالولاء، تعريف ولاء المستفيد من المكتبة الجامعية، أنواع المستفيد حسب درجة الولاء وآليات خدمات الاتصال في تحقيق ولاء المستفيد، خصائص و أهمية ولاء المستفيد، طرق قياس ولاء المستفيد ومراحل تنميته ثم خلاصة الفصل.

الإطار التطبيقي: قمنا فيه أولاً بتقديم المؤسسة محل الدراسة (جامعة غرداية ومكتبات كليات جامعة غرداية) ثم قمنا بعرض وتحليل النتائج المتحصل عليها من إستبيان ومقابلات وملاحظات، بعد ذلك تحققنا من صحة الفرضيات وأجبنا على التساؤلات الفرعية والإشكالية الرئيسية.

الإطار المنهجي

للدراصة

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. الفرضيات
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. أسباب اختيار الموضوع
7. حدود الدراسة
8. منهج الدراسة
9. أدوات الدراسة
10. مجتمع الدراسة
11. عينة الدراسة
12. الدراسات السابقة
13. المقاربة النظرية
14. مفاهيم ومصطلحات الدراسة

01. إشكالية الدراسة:

تعتبر المكتبات من أهم المؤسسات الثقافية العلمية التي تدل على مستوى التقدم الحضاري والثقافي والفكري لدى شعوب العالم, فالمكتبة لها دورا بارزا في تحسين المستوى و نشر الثقافة بين الناس, وهي كنز المعلومات الذي يحفظ تراث الأمة وتاريخها ومؤلفات علمائها وذلك من خلال تنوع المكتبات, ولعل أهمها المكتبات الجامعية. فالمكتبة الجامعية هي مصدر حصول الطالب والأساتذة وغيرها من الباحثين على مختلف مصادر المعلومات وتنوعها لتحقيق لهم هدفهم ويحصلون على ما يريدون, فالمكتبة الجامعية تغطي كافة التخصصات التي تدرسها الجامعة من أجل تحسين المستوى الجامعي من جهة, وتطوير البحث العلمي من جهة أخرى, حيث أصبحت مركزا ضروريا لحفظ المعلومات فهي تحتوي على مختلف المصادر والمراجع لتوفير حاجيات الطلبة والباحثين, فالمكتبات الجامعية بمختلف أنواعها تعمل على تشجيع البحث العلمي ودعمه بين الطلبة وأعضاء هيئة التدريس, وتعليم وإعداد باحثين متخصصين, والنهوض بالحركة العلمية والبحث العلمي إلى أعلى الدرجات, وكذلك تسعى لتحقيق التوازن بين العلوم النظرية وجوانبها التطبيقية وخدمة المجتمع الذي ينتمي إليها, كما أن المكتبات الجامعية كأى مرفق لا يخلو من عملية الإتصال, فعملية الاتصال داخل المكتبات الجامعية يعتبر بمثابة العصب الحيوي والمحرك الرئيسي فهو عملية حيوية وضرورية حتمية في تنظيم العمل من أجل النهوض بمستوى الأداء في العمل والفعالية وتقديم أجود الخدمات المكتبية, للمستفيد حتى تعزز رضاه وتكسب ولاءه بشتى الطرق والوسائل من خلال تلبية حاجاته ورغباته, ومنه تتبنى إستراتيجية اتصالية تقوم على تحديد الأهداف ألا وهو تقديم أحسن الخدمات على أكمل وجه وذلك من خلال الاعتماد على الإستراتيجيات الاتصالية لكسب أكبر عدد من المستفيدين وتعزيز رضاهم وولائهم.

ومن خلال ما سبق ذكره أردنا معالجة الإشكالية التالية :

كيف تسهم الإستراتيجية الاتصالية في كسب ولاء المستفيد بمكتبات جامعة غرداية ؟

من أجل فهم الإشكال الرئيسى ارتأينا إلى طرح جملة من الأسئلة الفرعية الآتية:

— كيف يسهم تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية في التعرف على احتياجات المستخدمين في دعم رضاهم على الخدمات المقدمة؟

— هل عملية تخطيط وصياغة أهداف إستراتيجية للاتصال على مستوى مكتبات جامعة غرداية له دور في تعزيز رضا المستخدمين من خدماتها؟

— هل يتم تعزيز رضا المستخدم من خلال عملية تقييم إستراتيجية اتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية ؟

من خلال الإشكالية التي طرحناها وفي محاولتنا للإجابة على الأسئلة تم صياغ مجموعة من الفرضيات نبرزها كالاتي:

02. الفرضيات

الفرضية الرئيسية:

إن تبني إستراتيجية اتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية يسهم في تعزيز ولاء المستخدم من خدماتها.

الفرضيات الفرعية:

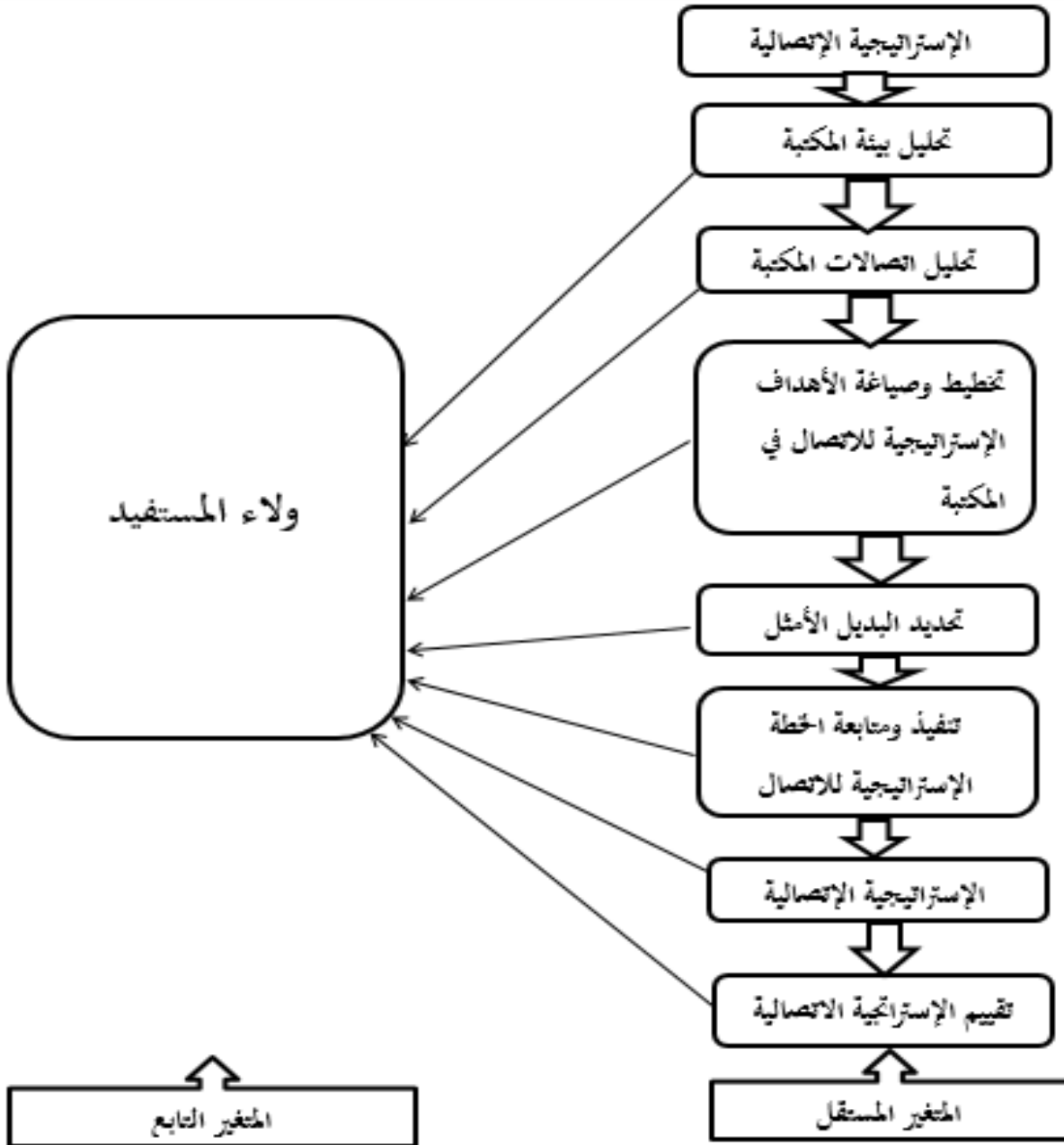
1. الفرضية الأولى: إن تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية يسهم في التعرف على احتياجات المستخدمين مما سيدعم رضاهم على الخدمات المقدمة.

2. الفرضية الثانية : إن عملية تخطيط وصياغة أهداف إستراتيجية للاتصال على مستوى مكتبات جامعة غرداية سيسمح بتعزيز رضا المستخدمين من خدماتها .

3. الفرضية الثالثة : يتعزز رضا المستخدم من خلال عملية تقييم إستراتيجية اتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية .

نموذج الدراسة

الشكل (01): يوضح نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين

03 . أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف نوجزها فيما يلي:
- __ التعرف على رأي الطلبة حول الخدمات التي تقدمها المكتبات الجامعية.
- __ تسليط الضوء على أهم الخدمات التي يقدمها أخصائي المكتبة للمستخدمين.
- __ معرفة مدى استفادة الباحث من الخدمات المقدمة له داخل المكتبة.
- __ إبراز أهمية الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية في تعزيز ولاء المستخدم.
- __ التعرف للإستراتيجية الاتصالية التي تعتمد عليها مكتبات جامعة غرداية لكسب ولاء المستخدم.
- __ التعرف على خدمات المستخدمين المتاحة لهم من قبل المكتبة الجامعية.
- __ التعرف على مدى نجاح الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية في تعزيز ولاء المستخدم, أم عدم نجاحها.

04. أهمية الدراسة:

- من المعلوم ان أهمية البحث تتوقف على أهمية الظاهرة وقيمتها العلمية.
- __ تعتبر الدراسة من المواضيع الحديثة التي فيها نوع من الحيوية.
- __الموضوع له علاقة بين تخصص اتصال وعلاقات عامة وتخصصات أخرى.
- __ تكمن أهمية الدراسة في إثراء المجال العلمي والمعرفي من خلال النتائج المتوصل إليها.
- __ يعتبر أخصائي المكتبة حلقة وصل بين المعلومة والباحث.
- __ محاولة الوصول بالمكتبة الجامعة بغرداية إلى مستوى اتصالي جيد وفعال.
- __ اشعار الموظفين بأهميتهم وضرورة اطلاعهم على كل الأمور وتحفيزهم على العطاء أكثر.

05. أسباب اختيار الموضوع:

1. أسباب ذاتية

- __ يشكل الموضوع محل الدراسة اهتماما في أنفسنا حول الطرق والإستراتيجيات المعتمدة في المكتبات الجامعية بغرداية لتعزيز ولاء المستخدم .

__ رغبتنا في معرفة مدى تطبيق الاستراتيجية الاتصالية في جامعتنا ونسبة المستفيدين منها.

__ الموضوع لها علاقة بمجال تخصصنا .

__ موضوع جديد لم يدرس من قبل في تخصصنا الإعلام والاتصال بغرداية.

__ توفير المصادر والمراجع لهذا الموضوع.

2. الأسباب الموضوعية:

__ الإستراتيجية الاتصالية من المواضيع الحديثة والرائنة في عصرنا الحالي.

__ التعرف على واقع الإستراتيجية الاتصالية في المكتبات الجامعية.

06. حدود الدراسة :

كل دراسة علمية تتوفر على قسم ميداني وبالضرورة تتوفر على مجالات وحدود معينة حسب موضوع الدراسة الميدانية دور الاستراتيجية الاتصالية في تعزيز ولاء المستفيد من خدمات مكتبات جامعة غرداية فحدود هذه الدراسة تمثلت فيما يلي .

1. المجال المكاني:

وهو المكان أو الميدان الذي أجريت فيه الدراسة وتم من خلاله جمع المعلومات والبيانات المتعلقة بالدراسة, فقد أجريت دراستنا على مستوى مكتبات كليات جامعة غرداية.

2. المجال الزمني:

وهو المدة التي استغرقتها الدراسة من بداية التفكير في دراسة الموضوع, ثم البحث عن المعلومات النظرية إبتداء من شهر سبتمبر إلى غاية شهر ماي خلال اهتمامنا وانشغالنا الدؤوب بجمع البيانات ثم القيام بالدراسة الميدانية على مستوى المكتبات الجامعية بغرداية, من بداية القيام بالزيارات الميدانية ومقابلة المسؤولين والموظفين بالمكتبة, ثم توزيع الإستمارة الإلكترونية ثم استرجاع هذه الأخيرة والقيام بتفريغ معلوماتها وتحليل محتواها باستخدام أدوات التحليل الاحصائي (spss19) , واستخلاص النتائج العامة للدراسة, وقد امتدت الدراسة الميدانية ابتداء من أواخر شهر مارس 2022 على فترات متقطعة إلى غاية نهاية شهر أفريل من نفس السنة.

3. المجال البشري : ويتمثل في طلبة جامعة غرداية.

07. منهج الدراسة:

عرف المنهج بأنه: طريق نصل عبرها لنتيجة ما, حتى وأن لم يتم تحديد هذه الطريق مسبقا بكيفية إدارية ومفكر فيها.¹

ونظرا لطبيعة الموضوع المتناول وللإجابة عن الإشكالية المطروحة فقد استخدمنا **المنهج الوصفي**, لأنه هو المنهج المناسب لتحقيق الهدف المرجو من هذه الدراسة وهو وصف وتوضيح تطبيق الإستراتيجية الاتصالية في كسب ولاء المستفيد بمكتبات جامعة غرداية ودورها في تعزيز ولاء المستفيد, ولقد تم اعتماد **المنهج الوصفي** باعتباره المنهج الأكثر ملائمة لسرد الحقائق وفهم عناصر الموضوع إذ يركز على وصف الظاهرة المدروسة. إذ قمنا بجمع المعطيات حول الإستراتيجية ودورها في كسب ولاء المستفيد من مكتبات جامعة غرداية كما تم إجراء دراسة مسحية لعينة من المجتمع الأكاديمي وهم الطلبة المسجلين بمكتبات جامعة غرداية.

ويمكن تعريف المنهج الوصفي : بأنه طريقة لوصف الموضوع المراد دراسته من خلال منهجية علمية صحيحة, وتصوير النتائج التي يتم التوصل إليها على أشكال رقمية معبرة يمكن تفسيرها.²

ومن خطوات المنهج الوصفي:

- __ تحديد المشكلة وصياغتها.
- __ وضع الفروض المحتملة.
- __ جمع المعلومات والبيانات من مصادر مختلفة.
- __ تحليل البيانات وتفسيرها.
- __ كتابة النتائج والإستنتاجات والتوصيات المناسبة.³

1 حنان قصبي, محمد هلال: **في المنهج**, ط1. دار توبقال للنشر والتوزيع, الدار البيضاء المغرب, 2015, ص. 10.

2 محمد سرحان محمد علي المحمودي: **مناهج البحث العلمي**, ط03, دار الكتب لنشر والتوزيع, الجمهورية اليمنية صنعاء, 1441هـ/ 2019. ص. 46.

3 نفسه, ص.50. ص.51.

08. أدوات الدراسة:

تطرقنا في دراستنا إلى مجموعة من أدوات البحث العلمي للحصول على المعلومات والبيانات الدقيقة حول موضوع الدراسة لتشخيص الظاهرة وتحليلها .
واعتمدنا بشكل أساسي على الإستبيان والإستعانة بالمقابلة والملاحظة .

1. **الملاحظة:** هي توجيه الحواس والانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظاهرة أو الظواهر دون إخضاعها لضبط العلمي.¹

عند الكلام عن الملاحظة, فلا بد من الإشارة إلى الإجراءات الواجبة إتباعها:

- _ تحديد الهدف الذي يود الوصول إليه.
- _ تحديد الوحدات التي ستخضع للملاحظة.
- _ تحديد الوقت اللازم لإستخدام الملاحظة.
- _ استقبال المعلومات: عندما يبدأ الباحث بالملاحظة" يتحتم عليه استقبال المعلومات التي تقع في نطاق ملاحظته.

ومن خصائصها:

_ أنها ليست مشاهدة عابرة تعتمد على القدرة البصرية وحدها بحيث يمكن أن تختلط مع غيرها من الأحداث وإنما تركز على أساس توجيه القوى البصرية مع القوى العقلية في وقت واحد لإستيعابها بدقة.

_ أنها تتميز بدرجة عالية من الدقة لأنها محصلة مقدمات مستندة على وقائع ثابتة بحيث تقبل المراجعة إذا لزم الأمر.²

تم الإعتماد في هذا البحث على الملاحظة بغير المشاركة لأنها وسيلة هامة من وسائل جمع المعلومات والحقائق والبيانات, بحيث تمكنا من خلالها بالفحص المباشر للمبحوثين من خلال زيارتنا الميدانية واليومية لمكتبات كليات جامعة غرداية .

¹ عمار بوحش, محمد محمود الذنبيات. **مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث**, ديوان المطبوعات الجامعية, ط.04, الجزائر, 2007, ص. 82.

² نفسه, ص.83 ص.84.

2. الاستبيان: تعرف استمارة البحث بأنها نموذج يضم مجموعة من الأسئلة توجه إلى الأفراد بهدف الحصول على بيانات معينة, وتعتبر أكثر أدوات جمع البيانات استخداما وشيوعا في الدراسات الاستطلاعية الكشفية والوصفية.¹

ويعرف أيضا: أنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة والتي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين.²

هنالك عددا من الخطوات الضرورية التي يطلب من الباحث تنفيذها في تصميمه وكتباته للإستبيان, نلخصها فيما يلي:

- _ تحديد الأهداف المطلوبة من عمل الإستبيان.
- _ ترجمة وتحويل الأهداف إلى مجموعة من الأسئلة والإستفسارات, وترتيبها بشكل منطقي مع مراعاة الشروط والقواعد سابقة الذكر, وأن يرتبط كل سؤال من الأسئلة بجانب من جوانب متغيرات الدراسة.
- _ تحكيم الإستبيان من خلال لجنة محكمين, ويسمى ذلك باختبار الصدق للأداة.³

قواعد صياغة الأسئلة من أجل وضع إستبيان جيد:

- _ تجنب المعلومات التي تستهدف الحصول على معلومات من مصادر أخرى.
- _ تجنب الأسئلة المبهمة أو غير المفهومة.
- _ تجنب الأسئلة التافهة أو عديمة القيمة.
- _ تجنب المستجيب في أكثر من موضوع في العبارة الواحدة.
- _ صياغة عبارات الإستبيان بلغة تتلائم مع مستوى المستجيبين.
- _ تبسيط نظام الإجابة ما أمكن.
- _ أن لا يتضمن الإستبيان أسئلة محرجة أو غير مقبولة اجتماعيا.⁴

شمل الإستبيان 30سؤالا معتمدين على مقياس ليكرت الخماسي إضافة إلى الأسئلة المفتوحة.

¹ جمال محمد أبو شنب: قواعد البحث العلمي والاجتماعي (المناهج والطرق والأدوات) , ط. 01 , دار المعرفة الجامعية , شارع حلوان , 2006, ص. 138.

² رجي مصطفى عليان, عثمان محمد غنيم: مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق, ط.01, دار الصفاء للنشر والتوزيع, عمان, 2000, ص.82.

³ محمد سرحان علي الحمودي: مرجع سابق, ص.134.

⁴ مباركة خمقاني: أساليب وأدوات تجميع البيانات, مجلة الذاكرة, جامعة قاصدي مرباح ورقلة ع.09, جوان 2017.

حيث تم تقسيم الإستبيان إلى ثلاث محاور أساسية يتضمن **المحور الأول** ويحتوي على 05 أسئلة (البيانات الشخصية للمبحوثين الجنس, السن, المستوى الدراسي, عدد زيارتك للمكتبة, وأي كلية تدرس).

المحور الثاني: واقع الإستراتيجية الإتصالية على مستوى مكاتب جامعة غرداية ويحتوي على 20 سؤالاً.

المحور الثالث: واقع ولاء المستفيد على مستوى مكاتب جامعة غرداية ويحتوي على 10 أسئلة.

بعد ضبط الأسئلة المتعلقة بالإستبيان تم توزيعه على مجموعة من الأساتذة المحكمين بعدما تم تحديد العينة قمنا بتوزيعه إلكترونياً على الطلبة المسجلين في مكاتب كليات الجامعة, دام توزيع الإستبيان حوالي 15 يوم على صفحات ومجموعات و مواقع جامعة غرداية. تلقينا 190 رد وهو حجم العينة المحددة (أنظر الجدول رقم 01) , بعد ذلك تم تفرغته وتحليل البيانات وتفسيرها بإستخدام برنامج التحليل الإحصائي (spss19) تم التوصل إلى النتائج .

3.المقابلة: يمكن تعريف المقابلة بأنها فن المواجهة والمحادثة والمحاورة بين طرفين, الأول يسأل والآخر يجيب لتحقيق أهداف علمية أو إعلامية وبذلك تختلف المقابلة بحسب الهدف من إجرائها لأن هناك فوارق عديدة وكبيرة بين المقابلة العلمية والمقابلة الإعلامية.¹

وتنقسم المقابلة من حيث طريقة إجرائها إلى:

__ مقابلة شخصية: وجها لوجه مع موظفي مكاتب جامعة غرداية

__ المقابلة التلفونية: ويتم إجرائها عن طريق التلفون.

__ المقابلة بواسطة الحاسوب: وتتم من خلال البريد الإلكتروني.

خطوات إجراء المقابلة:

__ إعداد استمارة المقابلة إعداد دقيقاً.

__ معرفة الباحث بموضوع الدراسة تماماً وثقافة وخلفية المستجيبين.

¹ مصطفى حميد الطائي, خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية, دار الوفاء لدنيا للنشر والتوزيع, ط.01, الإسكندرية, 2002, ص 231.

- __ تحديد الأفراد الذين ستم مقابلتهم ومكان وزمان المقابلة.
- __ يقدم الباحث نفسه بطريقة لائقة ومقبولة ويذكر الهدف من دراسته وأهمية المعلومات التي سيقدمها المستجيب وأنها سوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي (كسب ثقة المستجيب).
- __ يراعي الباحث أصول المقابلة والمعاملة اللطيفة.
- __ يطرح الباحث السؤال ويعطي الفرصة للمستجيب للتعبير عن نفسه وتوضيح وجهة نظره.
- __ عدم إجهاد المستجيب بالأسئلة الكثيرة وأن يكون وقت المقابلة معقولا.¹

وقد إعتدنا في دراستنا على المقابلة المقننة بحيث تم إجراؤها مع بعض المسؤولين والموظفين بمكتبات كليات جامعة غرداية لجمع المعلومات التي أفادتنا في إنجاز موضوع الدراسة.

حيث تم ذلك من أواخر شهر مارس 2022 على فترات متقاطعة إلى غاية نهاية شهر أفريل من نفس السنة على مستوى مكتبات كليات جامعة غرداية. من خلال طرح 10 أسئلة مفتوحة ومباشرة، وذلك بالسماح للمبحوثين من أجل الإجابة عن كل الأسئلة بكل راحة.

09. مجتمع الدراسة والعينة:

أ. مجتمع الدراسة

تتطلب الأبحاث والدراسات في البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (دراسة الجمهور) اختيار مجتمع الدراسة كمجال لتطبيق وممارسة الدراسة عليه.

ويتكون مجتمع الدراسة من الطلبة المسجلين في مكتبات كليات جامعة غرداية على النحو التالي: كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، كلية العلوم الطبيعية والتكنولوجيا، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية، كلية اللغات والآداب.

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: مرجع سابق، ص 106

ب). عينة الدراسة:

هي مجموعة من الوحدات المستخرجة من مجتمع بحثي واحد، والتي تتوفر على تلك المتغيرات التي يريد الباحث أن يدرسها، وقد تضم العينة وحدة معاينة واحدة، أو كل وحدات المعاينة ماعدا واحدة، أو أي عدد بينهما.¹

اعتمدنا في دراستنا على العينة الطبقية العشوائية نظرا لخصوصية الموضوع المدروس.

والتي تستخدم في المجتمعات الغير متجانسة والتي تتباين مفرداتها وفقا لخواص معينة مثل المستوى التعليمي. أما عن خطوات اختيار العينة:

__ تقسيم مجتمع البحث إلى فئات أو مجموعات متجانسة وفقا لخاصية معينة.

__ تحديد عدد مفردات العينة الكلية.

__ تحديد نسبة كل طبقة في العينة المختارة إلى إجمالي حجم المجتمع الأصلي.

__ تحديد عدد الأفراد لكل طبقة في العينة المختارة.²

وفي هذه الدراسة اشتملت العينة على الطلبة المسجلين بمكتبات كليات جامعة غرداية بمختلف تخصصاتهم ومستوياتهم والذي بلغ عددهم 1738 طالب لسنة 2022، تم أخذ نسبة 10% من مكتبة كل كلية.

وتم اختيار هذه العينة على أساس المجتمع مقسما وغير متجانس كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (01) يمثل عينة الدراسة

الكلية	عدد الطلبة المسجلين في المكتبة	النسبة	النتيجة
كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	564 طالب	10%	60 طالب
كلية العلوم الطبيعية وعلوم الأرض وعلوم التكنولوجيا	170 طالب	10%	20 طالب

¹ سعد الحاج بن جخلد: العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة جدا، ط. 01، دار البداية ناشرون وموزعون، عمان 2019، ص. 14.

² محمد الخضر: عبد الحميد الخليل: مناهج البحث العلمي، ب. ط، الجامعة الافتراضية السورية، 2020، ص. 248.

50 طالب	10%	440 طالب	كلية الحقوق والعلوم السياسية
30 طالب	10%	291 طالب	كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية
30 طالب	10%	273 طالب	كلية الآداب واللغات
190 طالب	10%	1738 طالب	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين بناء على معطيات موظفين مكاتب الكليات

بين الجدول أعلاه عدد الطلبة المسجلين في كليات جامعة غرداية لسنة 2022. تم أخذ نسبة من كلية بعد ذلك قمنا بتحديد العينة (الطبقية العشوائية) وتوزيع الإستبيان وتفريغه. 10%

حجم العينة = حجم مجتمع البحث الأصلي على 10%

ملاحظة: كلية العلوم الطبيعية وعلوم الأرض وعلوم التكنولوجيا لهما مكتبة واحدة.¹

10. الدراسات السابقة:

تم تصنيف الدراسات السابقة حسب التسلسل الزمني من الأحدث إلى الأقدم.

الدراسة الأولى: دراسة بن قيط الجودي: إستراتيجية الاتصال للإدارة الاستشفائية الجزائرية رسالة، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر. 3. سنة 2011/2012.

تمحورت إشكالية الدراسة حول ما الذي تقوم به الإدارة الإستشفائية الجزائرية من ناحية الاتصال وإستعماله في إدارتها من أجل الحفاظ على صحة سكانها وهل لها إستراتيجية في ذلك؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح واستخدام الأدوات التالية المقابلة والملاحظة، السجلات والوثائق ومن النتائج التي توصلت إليها:

ومن نتائج الدراسة أنها تؤكد أن مفهوم العلاقات العامة مزال محصورة جدا، وحسب ما يرى الباحث أن جهاز العلاقات العامة بوزارة الصحة مزال لم يخرج بعد من حيز نموذج الدعاية والإعلام الإيجابي للمنظمة. الدور المحدود للعلاقات العامة في الاتصال الداخلي والخارجي للمؤسسات الصحية

¹ المصدر، باموسى صالح:مساعد بالمكتبة، كلية العلوم التكنولوجيا، 2022/04/14، 10:24

في الدولة, وكذلك في أوقات المشاكل والأزمات. انعدام دور العلاقات العامة في البحث والتخطيط والمساهمة في اتخاذ القرار.

التعقيب: تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها درست متغير الإستراتيجية الاتصالية واعتمدت على أداة المقابلة والملاحظة. أوجه الاختلاف تختلف هذه الدراسة على دراستنا, كونها تهدف إلى إبراز الإستراتيجية الاتصالية للإدارة الإستشفائية الجزائرية, أما في دراستنا حاولنا التعرف على دور الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية في تعزيز ولاء المستفيد. أوجه الاستفادة أفادتنا هذه الدراسة بصفحتها تناولت موضوع الدراسة متغير الإستراتيجية الاتصالية, وهذا ما يتوافق جزئيا مع موضوع دراستنا, وبالتالي فانها قدمت لنا لمحة عن موضوع الدراسة كما سهلت علينا الوصول إلى بعض المراجع الخاصة بالموضوع.

الدراسة الثانية: دراسة أحمد عبد العباس الموسوي: بعنوان أبعاد التسويق بالعلاقات وتأثيره في تحقيق ولاء الزبون دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من موظفي وزبائن المصارف الأهلية العراقية, جامعة كربلاء العراق, قسم إدارة الأعمال, سنة 2013, تمحورت إشكالية الدراسة في التساؤلات الآتية: -هل تمتلك المصارف التجارية الأهلية قيد الدراسة تصورا واضحا عن تأثير التسويق بالعلاقات بالولاء الزبون؟ ماهو مستوى ممارسة التسويق بالعلاقات في المصارف التجارية الأهلية العراقية قيد الجراسة ومدى اهتمامها بأبعاده؟ ماهو مستوى اهتمام المصارف قيد الدراسة بمؤشرات ولاء الزبون؟ ماهو مستوى ولاء الزبائن الذين يتعاملون مع المصارف التجارية الأهلية مجتمع الدراسة؟ هل تتباين المصارف قيد الدراسة في تبني متغيرات الدراسة؟ اعتمد في الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدم الأدوات التالية المقابلة الشخصية وإستمارة الاستبانة:

نتائج هذه الدراسة: يعد التسويق بالعلاقات من المواضيع الحديثة والمهمة لما يمتلكه من مقومات تدعم القطاع المصرفي العراقي وتحقق له مكانته في السوق, يتطلب تبنيه قيام هذه المصارف بإعادة هندسة أعمالها بشكل يجعلها تركز على الزبون, إن التسويق بالعلاقات أفضل طريق لكسب الزبائن واسعادهم والاحتفاظ بهم لبناء ولاءهم للمصرف, إن واقع اهتمام المصارف التجارية الأهلية العراقية بالتسويق بالعلاقات كان عاليا وذلك للحفاظ على العلاقات الإيجابية التي تعزز مستويات الرضا والثقة المتبادلة, ووجود ولاء عالي للزبائن تجاه خدمات هذه المصارف مما يساهم في تكرار

ترددهم نحوها، إن للتسويق بالعلاقات تأثيراً موجباً ومباشراً في مستوى ولاء الزبائن للمصارف قيد الدراسة.

التعقيب: تتشابه هذه الدراسة بدراستنا كونها درست متغير ولاء الزبون، وإعتمدت على أداة المقابلة الإستبيان. تختلف هذه الدراسة عن دراستنا كون ولاء الزبون يكون بالمقابل أما ولاء المستفيد فهو بالبحان. أفادتنا هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري في الفصل الثاني.

الدراسة الثالثة: دراسة سي الطيب ميمونة، بناط مراد: تأثير خدمات المكتبات الجامعية على رضى المستخدمين، دراسة ميدانية بالمكتبة الجامعية المركزية للمركز الجامعي-أحمد بن يحيى الونشريسي-تيسمسيلت، تخصص علم المكتبات، سنة 2017 2018.

تمحورت إشكالية الدراسة حول مدى تأثير خدمات المكتبات الجامعية للمركز الجامعي-أحمد بن يحيى الونشريسي- تيسمسيلت على رضا المستخدمين؟ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي واستخدام أداة الملاحظة، المقابلة الإستبيان.

نتائج الدراسة: المتحصل عليها من خلال هذه الدراسة إن الهدف من وراء هذه الدراسة هو معرفة مدى تأثير الخدمات المكتبية على رضى المستخدمين بالمكتبة الجامعية المركزية تيسمسيلت، مع ابراز الصعوبات التي تحول دون تقديم أفضل الخدمات. تبين أن خدمات المكتبة المركزية الجامعية تأثر ايجاباً على رضى المستخدمين بالرغم من وجود بعض النقائص على مستوى الموظفين وكذلك الامكانيات المادية. إن نجاح واستمرار المكتبة الجامعية بشكل أساسي يعتمد على مستوى الخدمات المقدمة بهدف نيل رضى المستخدمين.

التعقيب: تتشابه هذه الدراسة بدراستنا كونها درست متغير رضا المستخدمين باعتباره جزء من المتغير المستقل في دراستنا وهو ولاء المستفيد، وكذا استخدام المنهج الوصفي واستخدام أداة المقابلة، الملاحظة الإستبيان، اختلفت في كونها دراسة ميدانية بالمكتبة الجامعية المركزية للمركز الجامعي-أحمد بن يحيى الونشريسي تيسمسيلت، أما في دراستنا فقد اشتملت على مكاتب كليات جامعة غرداية. أفادتنا هذه الدراسة في إثراء المجال المعرفي حول موضوع الدراسة وكيفية التحليل الكمي والكيفي للدراسة. بالإضافة أنها ساعدتنا في الجانب النظري كمرجع.

الدراسة الرابعة: قريوز فيصل، بوخشة مهدي: أثر المكتبة الإلكترونية على المستخدمين دراسة تقييمية مكتبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية بتيارت - نموذجاً - مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر 2 في علم المكتبات والمعلومات، تخصص نظم المعلومات التكنولوجية والتوثيق، سنة 2017
2018. تمثلت إشكالية الدراسة في مدى تأثير المكتبة الإلكترونية على المستخدمين. اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وأداة الاستبيان والملاحظة.

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها:

_ لقد جمع على تردد المستخدمين على المكتبة أحيانا نظرا لانشغالهم حيث أثبتت بنسبة 51.67% وهذا يدل على أن المكتبة الإلكترونية توفر رصيد ثقافي مهم في البحث عن المعلومات.
- يرى نسبة 60% هي نسبة المستخدمين للانجاز البحوث ونسبة 93.33% توفرها على الرصيد الثقافي، وهناك تكامل بين مقررات الدراسة الجامعية ومحتويات المكتبة بنسبة 55% ويستعمل أغلب المستخدمين فهارس المكتبة بنسبة 70% ويجدون المراجع المناسبة لهم بنسبة 76.67%، ونسبة 85% يوجد تحصيل وافادة علمية من خلال الإطلاع على المكتبة الإلكترونية:

التعقيب: تتشابه هذه في الإعتماد على نفس منهج وأدوات الدراسة ونفس العينة وهم الطلبة، اختلفت هذه الدراسة عن دراستنا في الدراسة الميدانية ففي هذه الدراسة تم تحديد الكلية التي تمت فيها الدراسة الميدانية أما في دراستنا لم يتم تحديد الكلية بل كانت على مستوى جميع مكتبات الكليات. أفادتنا هذه الدراسة في الإعتماد عليها كمرجع في الجانب النظري الفصل الثاني بالإضافة في الإثراء المعرفي حول المكتبات الجامعية.

الدراسة الخامسة: دراسة يوسف فاتحة وثابتي عالية، الإتصال الداخلي في المكتبات الجامعية ودوره في تحسين الخدمة المكتبية، مكتبة العلوم الإجتماعية جامعة عبد الحميد ابن باديس - مستغانم - نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم المكتبات والمعلومات، تخصص تكنولوجيا هندسة المعلومات، سنة 2020/2019. تمثلت إشكالية هذه الدراسة في ما مدى تأثير الإتصال الداخلي في المكتبات الجامعية ودوره في تحسين الخدمة العمومية؟

تم الإعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واستخدام أداة الاستبيان والمقابلة والملاحظة. تم التوصل إلى مجموعة من

النتائج:

- يدرك العاملون بمكتبة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية أن طبيعة الخدمات التي تقدمها المكتبة تقليدية بنسبة 69.59%، ونسبة 26.09% تقدم خدمات تقليدية وحديثة معا.

- أكثر الخدمات التي تقدمها المكتبة خدمة الإعارة بنسبة 66.66%، ونسبة 18.18% تقتصر على خدمة البحث في الفهارس.

تؤكد نسبة 87.5% من مجتمع الدراسة أنهم يتصلون مع زملائهم في العمل. -

- تبين نسبة 64.83% من مجتمع الدراسة أنهم يفضلون وسيلة الاجتماعات للاتصال فيما بينهم.

التعليق: تتشابه في الاعتماد على نفس المنهج وهو المنهج الوصفي واستخدام نفس أدوات جمع البيانات (الاستبيان، المقابلة، الملاحظة) تم التطرق في الدراستين إلى نفس المؤسسة (المكتبات الجامعية) و**اختلفت** في هذه الدراسة تم تحديد مكان الدراسة الميدانية حيث كانت على مستوى مكتبة العلوم الإجتماعية، أما في دراستنا فكانت على مستوى مكتبات الكليات. أفادتنا هذه الدراسة في موضوع الاتصال داخل المكتبات الجامعية في الفصل الأول من الجانب النظري.

10. المقاربة النظرية:

تعد النظرية البنائية الوظيفية اتجاه قديم وحديث في نفس الوقت، ذلك أنها تتأصل في فلسفات وأفكار وبحوث المفكرين الأوائل بداية من أفلاطون، وتستند البنائية الوظيفية إلى مفهومي البناء و الوظيفة في تفكيكها لبنية المجتمع والوظائف التي يقوم بها، وفي تحليلها للظواهر الإجتماعية وترابط الوظائف المتولدة عن ذلك، حيث يشير المفهوم الأول إلى الجزء أو العنصر الذي يتكون منه أي نظام أو وحدة أو بناء إجتماعي. أما الوظيفية فيشير بها إلى الدور والإسهام الذي يقدمه كل جزء ضمن البناء الكلي، وبما أن الظاهرة الإجتماعية حسب رواد هذه النظرية هي نتاج أجزاء البنيوية التي تظهر في وسطها، ولها وظيفة إجتماعية مرتبطة بدورها بوظائف الظواهر الأخرى الناتجة عن بقية الأجزاء المكونة للبناء الإجتماعي، فإنه يستحيل فصل الوظائف عن البنى و العكس، فالمجتمع بناء ووظيفة وأن هناك تكاملا بين الجانب البنيوي للمجتمع والجانب الوظيفي، إذ أن البناء يكمل الوظيفة

والوظيفة تكمل البناء، ويرى ماريون ليفي أن هناك ثلاث محاور كبرى رئيسية للإتجاه البنيوي الوظيفي:¹

محور أنماط الظاهرة الاجتماعية ويبحث في البناء الاجتماعي. محور البيئة وظروف تفاعل الأنماط ويبحث في الوظائف الاجتماعية وتأثيراتها على النسق الكلي. محور يجمع بين الإتجاهين السابقين حيث يبحث في الوظائف التي تمكننا من رصد أنماط هذه الظاهرة الاجتماعية وتبيان تفاعلاتها. تنطلق هذه النظرية من الحتمية الوظيفية للبناءات الاجتماعية، فوجود البنى الاجتماعية ليس وجوداً اعتباطياً، وإنما للأداءات وظيفية حتمية ضمن النسق الاجتماعي الكلي، وهذا الأمر ينطبق على كل البنى الاجتماعية ليتحقق التناسق.

- ينظر البنائيون الوظيفيون إلى المجتمع كوحدة أساسية متكاملة، تتربط أجزاؤها وظيفياً، وفق نسيج من الإتساق والتوازن الذي يمنع الصراعات داخل المجتمع.
- تعد الصراعات والإخفاقات على مستوى النسق الاجتماعي حسب البنيوية الوظيفية مجرد معوقات مؤقتة لكنها لا تؤدي إلى الحيلولة دون تحقيق النسق الاجتماعي لأهدافه النهائية و غاياته القصوى.
- استمرار النظام الاجتماعي قضية مركزية وضرورة لازمة وملحة، على الرغم من الإقرار بالتغيرات والتبدلات التي تطرأ على أجزائه ومكوناته.
- يحتاج أي نظام للإستقرار والبقاء إلى ضمانات تضمن استمراره وتكامل أجزائه وتضامن أعضائه، من خلال القيم والمفاهيم الاجتماعية المشتركة لتحقيق الإجماع القيمي حول المشروع الاجتماعي، ومن خلال قوة القوانين التي تحقق المصالح المشتركة وتكفل بشرعية النظام القائم.²
- بما أن النظرية البنائية الوظيفية تقول بأن المؤسسة عبارة عن بناء اجتماعي يتم فيه القيام بوظائف، ففي موضوع دراستنا نتكلم عن المكتبة كمؤسسة والتي تعد بناء اجتماعي فيه اتصال وتواصل بين الموظفين فيما بينهم، ومع الطلبة والأساتذة، فهو تجسيد لنظرة أصحاب النظرية بأن المؤسسة عبارة عن بناء، أما وظائف المكتبة من اقتناء وعرض وإعارة للكتب والمراجع ففيها مجموعة وظائف، كما يعتبر وضع إستراتيجية اتصالية في المكتبة من وظائفها لتحقيق أهدافها كنظام وبناء اجتماعي وظيفي.

¹ محمد غربي، إبراهيم قلاوز: النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، ع.18، جامعة حمة لخضر الوادي، أكتوبر 2016.

² محمد غربي، إبراهيم قلاوز: النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية، مجلة التكوين الاجتماعي، مج. 01، ع.03، جامعة الأغواط، سبتمبر 2019.

وانطلاقاً من حاجة المكتبات عموماً والجامعية منها خصوصاً إلى تبني استراتيجية اتصالية تسمح ببناء وخلق علاقة ثقة لدى المستفيد بما يسمح لها من تعزيز ولائه نحوها فإنه تم توظيف النظرية البنائية الوظيفية.

11. مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

1. الإستراتيجية الاتصالية :

مفهوم الإستراتيجية:

تعتبر الإستراتيجية في معناها العام عن مسار يتم تفضيله, واختياره من بين عدة مسارات, بهدف تحقيق الشركة أو المنظمة رسالتها وغايتها وأهدافها, ومن ثم تحقيق الإتجاه الذي ارتضته هذه المنظمة أو تلك الشركة لنفسها في المستقبل.¹

الإستراتيجية الاتصالية:

مجموعة من القواعد التي توضع على أساسها صيغة الإتصال وتتضمن الهدف منه وخواصه والجمهور الموجه إليه²

التعريف الإجرائي:

نقصد بها تلك الإستراتيجية الاتصالية المعتمدة من طرف مكتبات جامعة غرداية والتي يتوقف بناؤها العلمي على معرفة دورها في كسب ولاء المستفيد من خدمات مكتبات جامعة غرداية.

2. ولاء المستفيد:

– **الولاء:** موقف إيجابي للمستفيد نحو المكتبات ومراكز المعلومات ، يتضح من خلال تردده الدائم على المكتبة.³

– **ولاء المستفيد:** تردد واستمرار الباحثين على المكتبات ومراكز المعلومات على الرغم من وجود المعلومات في مختلف الأماكن إلا أن تبقى المكتبة هي مصدر المعلومة الأساسي له.¹

¹ سامية خبيزي: الإستراتيجية الاتصالية كخيار إستراتيجي وعملي تنتهجه المؤسسات: آليات وخطواته, المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية, مج.08, ع.02, جامعة الجزائر.03. 2020.

² حازية بن رابح: دور بحوث قياس الجمهور في توجيه الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الجزائرية. الاتصال التلفزيوني نموذجاً. دراسة مسحية تحليلية, حوليات جامعة الجزائر, ع.32, ج.03, جوان 2018.

³ النعاس صديقي, مصطفى يونس: إدارة العلاقة مع الزبائن كآلية لبناء ولاء الزبائن – دراسة ميدانية لمتعاملي مؤسسة موبيليس, مجلة مجاميع المعرفة , مج.06, ع.01, جامعة زيان عاشور الجلفة, الجزائر, أبريل 2020. "بتصرف"

التعريف الإجرائي:

ولاء المستفيد: تردد الدائم للباحث على مستوى مكتبات جامعة غرداية وذلك بفضل خدماتها المقدمة ومصادره معلوماتها المتنوعة رغم وجود المعلومات في مراكز أخرى لكن لا يغير اتجاهه ورغبته نحو مكتبة جامعته.

3. رضا المستفيد:

الرضا: عرفه معجم التراث الأمريكي: على أنه تحقيق وإشباع رغبة أو حاجة أو ميل.

رضا المستفيد: هو حالة عاطفية سارة ناتجة عن إدراك الباحث عن خدمات المكتبة ومراكز المعلومات على أنها مشبعة أو محققة لأهدافه، على شرط أن تكون هذه الأهداف متطابقة مع حاجاته.²

حالة عاطفية إيجابية وممتعة تنتج من القناعة الذاتية عن الخدمات المقدمة من طرف المكتبة.³

التعريف الإجرائي:

رضا المستفيد: هو عبارة عن شعور وحالة نفسية إيجابية يشعر بها الباحث أو الطالب نحو الخدمات المقدمة له من طرف خدمات مكتبات جامعة غرداية.

4. المكتبات الجامعية:

الجامعة: هي مؤسسة تعليمية تحتوي على كليات لدراسات الآداب والعلوم ومدارس أو كليات للدراسات المهنية، وتقدم الجامعة الدراسات لطلاب المرحلة الجامعية الأولى (مرحلة البكالوريوس) كما تقوم الجامعة بالدراسات العليا والبحوث في الكليات والمدارس المذكورة أو عن طريق كلية للدراسات العليا والبحوث.⁴

¹ سامي زعباط، رفيقة بوقريقة: أثر تبني التسويق بالعلاقات في بناء ولاء الزبون بالمؤسسات المصرفية: دراسة عينة من زبائن المصارف الخاصة بولاية جيجل، مجلة اقتصاد المال والأعمال، مج.06، ع. 01، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل(الجزائر)، أبريل 2022. "بتصرف"

² لكحل منيف: تحفيز العاملين و بناء الرضا الوظيفي، ط.01، دار المثقف للنشر والتوزيع، 2018. ص. 55.

³ إيهاب عيسى، طارق عبد الرؤوف عامر: الولاء المؤسسي والرضا الوظيفي والمهني _ مفهومه _ عوامله _ نظرياته _ ومقياس الرضا الوظيفي والمهني في العمل، ط.01، المؤسسة العربية للعلوم والثقافة للنشر، شرطة أمين خلف حي الهرم، 2014.

⁴ أحمد بدر، محمد فتحي عبد الهادي: المكتبات الجامعية تنظيمها وإدارتها وخدماتها ودورها في تطوير البحث العلمي، ط. 04، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص. 11.

المكتبات الجامعية: هي تلك المكتبات الموجودة في معاهد التعليم العالي والجامعي. أي أنها تشمل مكتبات المعاهد المتوسطة وتشمل مكتبات الكليات, كما تضم المكتبات الأكاديمية التشكيل المكتبي الجامعي بما فيه من مكتبات مركزية وأخرى متخصصة بالأقسام العلمية أو الكليات داخل الجامعة.¹

التعريف الإجرائي: هي نظام فرعي داخل المؤسسة الأكاديمية الجامعية بولاية غرداية, بل جزء لا يتجزء من الجامعة إذا تحتوي كل كلية على مكتبة بالإضافة إلى المكتبة المركزية تعمل على تلبية احتياجات المستخدمين من أساتذة وطلبة وموظفين ولها دور من خلال تقديم خدمة البحث العلمي وتقديم المعلومات وتوفير المصادر الضرورية لمؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي وقد تتحكم في ذلك إستراتيجية اتصالية تتبعها هذه المكتبات.

¹ أحمد بدر, محمد فتحي عبد الهادي: نفس المرجع السابق, ص. 25 .

الإطار النظري

الفصل الأول : أساسيات حول المكتبات الجامعية و الإستراتيجية الاتصالية

تمهيد:

المبحث الأول: ماهية المكتبات الجامعية

المطلب الأول: تعريف المكتبة الجامعية

المطلب الثاني: أهداف المكتبة المكتبة

المطلب الثالث: وظائف وأنواع المكتبة الجامعية

المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الثاني: عناصر الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الثالث: مبادئ ومراحل الإستراتيجية الاتصالية

المبحث الثالث: الإستراتيجية الاتصالية أهدافها, أهميتها, خصائصها, أنواعها

ومعوقاتها

المطلب الأول: أهداف الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الإستراتيجية الاتصالية

المطلب الثالث: معوقات إعداد الإستراتيجية الاتصالية

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعتبر الإتصال المحرك الأساسي داخل المكتبات الجامعية في تقديم خدماتها للمستخدمين فهي تحتاج إلى خطط وأعمال ديناميكية من أجل بلوغ هدفها المنشود والمرجو وهو تعزيز رضا المستخدم وكسب أكبر عدد منه والتنسيق بين جهود خدماتها المكتبية والمستخدمين سواء داخليين من أستاذة وهيئة التدريس أو خارجيين, ويبقى الإتصال عملية حيوية ومستمرة بين الموظفين في المكتبة والباحثين, وهذا ما يعرف بالإستراتيجية الإتصالية ومن خلال هذا الفصل سوف نتطرق إلى ثلاث مباحث وهي كالآتي:

المبحث الأول: المكتبات الجامعية

في هذا المبحث سوف نتطرق إلى مفهوم المكتبة الجامعية, أهدافها ووظائفها وأنواعها

المطلب الأول: تعريف المكتبة الجامعية

قبل التطرق إلى مفهوم المكتبة الجامعية لابد من تعريف المكتبة والجامعة.

المكتبة:

__ كلمة مكتبة مأخوذة من الكتاب الذي يشكل المحتوى الرئيسي لها, على الرغم من أن الصورة قد تغيرت هذه الأيام حيث أصبحت مواد غير الكتب كالمواد السمعية والبصرية وغيرها تشكل جزءا أساسيا من مقتنيات المكتبات في العصر الحاضر.¹

الجامعة:

مؤسسة تعليمية وأيضا مركز للبحث والباحثين بما تقدمه من بحوث نظرية وعلمية وأطروحات الماجستير والدكتوراه, و وهي أيضا مؤسسة اجتماعية تخدم المجتمع وتساهم في حل مشكلاته. فالجامعة وراء تقدم الأمم والشعوب, فالتعليم اليوم لم تعد خدمة وإنما أصبح استثمارا بشريا له عائدته المادي الملموس.²

المكتبة الجامعية:

للمكتبة الجامعية عدة تعاريف نذكر منها ما يلي:

__ هي المكتبة الملحقه بمعهد عالي للتعليم وظيفيته الأساسية البحث وتقديم المعرفة في عدد كبير من الموضوعات.³

__ بالمفهوم العلمي الحديث على أنها إحدى المؤسسات الثقافية التي تؤدي دورا علميا هاما في مجال التعليم العالي, ولا يقل هذا الدور في أهميته وضرورته عن أي دور آخر يمكن أن تقوم به أي مؤسسة

¹ رجي مصطفى عليان, حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي: ط.02, جدارا للكتاب العالمي, عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع, عمان _أربد, الأردن, 2009, ص. 15.

² هاني محمد: المكتبات: أنواعها وأوعيتها خدماتها, ط.01, دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع, 2010, ص.97.

³ السعيد مبروك إبراهيم: الإدارة الإستراتيجية للمكتبات ومرافق المعلومات, ط.01, دار الوفاء لدنيا لطباعة والنشر, الإسكندرية, 2014, ص. 14.

علمية أخرى داخل المحيط الجامعي, فلمكتبة الجامعية هي مؤسسة ثقافية وتثقيفية وتربوية وعلمية تعمل على خدمة مجتمع معين من الطلبة والأساتذة والباحثين المنتسبين إلى هذه الجامعة والكلية والمعهد, وذلك بتزويدهم بالمعلومات التي يحتاجونها في دراستهم و أبحاثهم, من الكتب والدوريات والمراجع وأوعية المعلومات الأخرى بعد تنظيمها وتصنيفها وفهرستها وتكسيبها تسهيلا للوصول إلى المعلومة المطلوبة.¹

تعرف أيضا: بأنها تلك المكتبة أو مجموعة المكتبات التي تنشأ وتمول وتدار من قبل الجامعات وذلك لتقديم المعلومات والخدمات المكتبية المختلفة للمجتمع الأكاديمي المكون من الطلبة والمدرسين والإداريين العاملين في الجامعة وكذلك المجتمع المحلي.²

نستنتج مما سبق أن المكتبة الجامعية هي مؤسسة ثقافية تعليمية تضم الطلبة والباحثين وهيئة التدريس التي لها دور هام في تطوير البحث العلمي تهدف إلى حفظ مصادر المعلومات وتقديمها للباحثين والمستفيدين من مختلف مستوياتهم وتخصصاتهم.

المطلب الثاني: أهداف المكتبة الجامعية

تهدف المكتبة الجامعية إلى خدمة مجتمعها الأكاديمي من خلال ما يلي:

- 1- اختيار وتوفير المواد المكتبية المختلفة والمناسبة التي تساهم في دعم وتطوير المناهج الدراسية المقررة والبرامج المختلفة في الجامعة.
- 2- تيسير سبل الدراسة والقراءة والبحث للطلبة والمدرسين والباحثين.
- 3- تنظيم المصادر والمجموعات من خلال فهرستها وتصنيفها واعداد الفهارس اللازمة.
- 4- تقديم الخدمات المكتبية المختلفة وبالطرق المناسبة ومن هذه الخدمات خدمة الاعارة بأشكالها المختلفة والخدمات المرجعية والارشادية والاعلامية والبيبليوغرافية والتصوير وغيرها.

¹ السعيد مبروك إبراهيم: المكتبات الجامعية وتحديات مجتمع المعلومات, ط. 01, دار دنيا للطباعة والنشر, الإسكندرية, 2009, ص. 11.

² رنجي مصطفى عليان, حسن أحمد المومني: مرجع سابق, ص. 31. ص 32

5- تهيئة أفضل الشروط والوسائل المساعدة للقراءة والدراسة والبحث العلمي من خلال توفير القاعات المؤثثة والمجهزة بالشروط الجيدة.

6- تدريب المجتمع الجامعي بقطاعاته كافة على حسن استخدام المكتبة ومصادرنا وخدماتها من خلال برامج تدريبية وارشادية منظمة, وتدريب المكتبيين من خارج الجامعة.

7- المساهمة في نقل التراث الفكري العالمي الى المجتمع الأكاديمي من خلال توفير مجموعة جيدة من المصادر والمراجع الأجنبية.

8- اصدارالنشرات والدوريات والبليوغرافيات التي تسهم في تيسير البحث العلمي.

9_ تنظيم المعارض المختلفة والندوات والحلقات الدراسية في مجال المكتبات

10- تطوير علاقات التعاون مع المكتبات الجامعية الأخرى داخل البلد وخارجه.

وتحتاج المكتبة الجامعية لتحقيق أهدافها بفعالية لعدد من المتطلبات أو المقومات الأساسية والتي تتمثل في المبنى والأجهزة والتسهيلات المكتبية المناسبة, مجموعات غنية من مصادر المعلومات بمختلف أشكالها وموضوعاتها, على أن تكون مناسبة للمستوى الجامعي, عدد كاف من المتخصصين في علوم المكتبات والمعلومات والمؤهلين للعمل في المجتمع الجامعي واشباع حاجاته من المعلومات, ادارة ناجحة ونشطة وفعالة وقادرة على الاتصال مع الأطراف الادارية والأكاديمية في الجامعة, وأخيرا دعم ومساندة معنوية ومادية من ادارة الجامعة.¹

يتضح من خلال ما سبق أن المكتبات الجامعية تسعى إلى تحقيق أهداف معينة من أجل تطوير الباحثين واخراج مجتمع ناجح في شتى المجالات والميادين لخدمة المجتمع والشعب والأمة.

المطلب الثالث: وظائف وأنواع المكتبة الجامعية

1.وظائف المكتبة الجامعية

هناك عدة وظائف تسعى المكتبات الجامعية للقيام بها والمتمثلة في:

¹ نفسه, ص. 33. ص.34.

- 1- بناء وتنمية المجموعات المعلوماتية بما يضمن توفير مصادر المعلومات اللازمة لقيام الجامعة بمهامها في البحث والدراسة والتعلم.
 - 2- تنظيم هذه المجموعات بما في ذلك عمليات التصنيف والفهرسة والتكشيف والاستخلاص وغيرها من العمليات التي تكفل ضبط هذه المجموعات وحفظها وتحليلها وتكشيفها وصيانتها.
 - 3- تقديم الخدمات المكتبية والمرجعية واسترجاع المعلومات, وما يشمل ذلك من الارشاد المكتبي المهني ومعاونة رواد المكتبة وتوجيههم نحو الإفادة الأمثل من المجموعات المتوفرة.
 - 4- التعاون والتنسيق مع المكتبات الأخرى داخل القطر الواحد وخارجه للوصول إلى مصادر المعلومات الضرورية لروادها, والمشاركة في شبكات المعلومات المحلية والوطنية والإقليمية والدولية.
 - 5- تزويد الطلاب والدارسين بالثقافة المكتبية الأساسية لتمكينهم من الوصول إلى الاستفادة المثلى من مقتنيات المكتبة وأوعية معلوماتها.
 - 6- تطوير العمل المكتبي, وتحسين الأداء الوظيفي والإعلامي والتوثيقي.
 - 7- دراسة المستفيدين من الخدمات المكتبية, أي القراء, بمختلف فئاتهم, ومعرفة اتجاهاتهم القرائية, بهدف تلبية طلباتهم وحاجاتهم المعرفية والمعلوماتية على أفضل وجه.
- وهذا عدا عن وظائفها الوطنية والإجتماعية والسياسية والتربوية, التي لا يتسع المجال الآن لذكرها والحديث عنها.¹
- تتميز المكتبات الجامعية بعدة وظائف مختلفة فهي تسعى جاهدة إلى توفير مختلف مصادر المعلومات للباحثين من أجل تزويدهم بالمعلومات وخدمتهم وتلبية حاجياتهم لأنها وجدت على ذلك.

2. أنواع المكتبات الجامعية:

1. مكتبات الكليات:

هي المؤسسات التي تقوم بخدمة المناهج التعليمية التي تدرس بالكلية و لقد تطورت وظيفتها بحيث تركز اهتمامها على تشجيع الطلاب على استخدام المصادر التعليمية المتعددة و كذلك تدمج

¹ السعيد مبروك إبراهيم: المكتبات الجامعية وتحديات مجتمع المعلومات, مرجع سابق, ص.33.

و اختيار المواد التعليمية التي تخدم البرنامج التعليمي و كذلك تسهيل حركة الإعارة و تدريب الطلاب على كيفية استخدام المكتبة و الفهارس و المراجع و إعداد البحوث.

3. المكتبة المركزية:

على الرغم من وجود مكتبة في كل كلية من كليات الجامعة إلا أن وجود المكتبة المركزية يعتبر أساسا للتنظيم السليم للخدمات المكتبية للجامعة حيث تقوم هذه المكتبة المركزية بعمليات التنسيق و التكامل بين المكتبات كلها ، كما توم بتوفير أساليب و إجراءات التعاون بين هذه المكتبات و قد تحتوي على المواد المكتبية التي لا يمكن توفيرها لكل مكتبة كلية على حدة.¹

3. مكتبات الأقسام:

من المتبع في التعليم الجامعي وجود عدة أسام في كل كلية من الكليات لذا فإن وجود مكتبة في كل سم فيها يعد من الطر المناسبة لتوفير مواد البحث لأعضاء هيئة التدريس في القسم ، حتى تكون هذه المواد تحت أيديهم باستمرار دون الذهاب إلى مكتبة الكلية أو المكتبة المدرسية.

4.مكتبات المخابر:

نجدها في الأقسام المجهزة بمخابر لإجراء التجارب العلمية و الأعمال التطبيقية التي تتطلب مواد ووثائق خاصة ، هذه الأخير كانت أصلا موجودة بمكتبات المعاهد و نتيجة للحاجة المستمرة إليها في عين المكان خصصت لها خزائن أو قاعات مجاورة للمخابر ، و مع مرور الوقت أصبحت تضم رصيد مهم من الوثائق و المواد بشكل لا يمكن الاستغناء عنها لإنجاز تجارب الباحثين و الأساتذة و الأعمال الموجهة للطلبة ، كما أن هذه المكتبات أيضا أصبحت لديها إمكانيات تكنولوجية و ارتباط بشبكة الانترنت

¹ بركات منال: التخطيط الإستراتيجي ودوره في تطوير أداء المكتبات الجامعية _ دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية قطب شتمة محمد بجامعة محمد خيضر _ بسكرة_ , تخصص علم المكتبات, جامعة محمد خيضر بسكرة, 2019/2018, ص. 15.

5. مكتبات المعاهد و المدارس العليا:

تعتبر بدورها من بين المكتبات الجامعية لتواجدها بالمعاهد الكبرى و المدارس العليا التي تقوم بالتكوين الجامعي ، مما يجعل وثائقها من جنس تخصصاتها و التي تكون في غالبية الأحيان تابعة لوزارة التعليم العالي و البحث العلمي, و هي مكتبات لا تقل أهمية من حيث مجموعاتها ومن حيث خدماتها عن المكتبات الجامعية الأخرى.¹

ومنه يمكننا القول أن للمكتبات الجامعية أنواع متعددة تتمثل في المكتبة المركزية مكتبات الكليات مكتبات الأقسام ومكتبات المخابر ومكتبات المعاهد والمدارس العليا, بحيث لكل واحدة دور في تقديم خدماتها.

¹ بركات منال: نفس المرجع السابق, ص. 16.

المبحث الثاني: مدخل مفاهيمي حول الإستراتيجية الاتصالية في المكتبات الجامعية

سنتطرق في هذا المبحث إلى تعريف الإستراتيجية الاتصالية وماهي عناصرها ومبادئها ومراحلها.

المطلب الأول: تعريف الإستراتيجية الاتصالية للمكتبة الجامعية

قبل التطرق إلى مفهوم الإستراتيجية الاتصالية لابد من تعريف الإستراتيجية:

الإستراتيجية: يرجع أصل كلمة الاستراتيجية إلى المصطلح اليوناني (Strategos) والذي تستخدم أثناء الحرب التي نشبت بين الإغريق والفرس في عام (506) قبل الميلاد، ليعبر عن فن قيادة الجيوش لذلك فإن نقل هذا المصطلح إلى حقل الإدارة سيعني بصورة أولية على الأقل فن (الإدارة أو القيادة).

وبشكل أكثر تحديدا يرى (Sharplin) أن مصطلح (إستراتيجية) هو الكلمة الإغريقية (Strategica) التي تعني فن القيادة العامة (Leadership General) أو الكيفية التي يكون فيها المرء قائدا عاما (General).¹

هي عملية إحداث تنسيق ودعم متبادل بين أنشطة المكتبة الجامعية مع بعضها البعض.² يتضح من خلال ما سبق أن الإستراتيجية هي عملية تتم داخل المؤسسات يكمل دورها في تفعيل وتنسيق الجهود .

الإستراتيجية الاتصالية: هناك مجموعة من التعاريف عرفت الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية نذكر منها ما يلي:

الإستراتيجية حسب بورتير Porter : هي عملية تكوين وضع منفرد للمكتبة ذي قيمة للمستفيدين منها من خلال تصميم مجموعة أنشطة مختلفة عما تقدمه من خدمات .

¹ يزبن سالم محمد الجنابي، فؤاد حمودي العطار، أكرم محسن الياسري: مفاهيم معاصرة في الإدارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة (استراتيجية المزيج التسويقي_ سلوك المستهلك_ ط1، ج4. دار صفاء للنشر_ عمان، 2015م/1436هـ، ص 173.

² محمد عبد الغني حسن هلال: مهارات التفكير والتخطيط الإستراتيجي كيف تربط بين الحاضر والمستقبل، د. ط، مركز تطوير الأداء والتنمية لنشر والتوزيع، مصر الجديدة، 2007/2008، ص.11.

حسب دافيد فقد: عرف الإستراتيجية بأنها صياغة وتطبيق وتقويم التصرفات والأعمال والخدمات التي من شأنها تمكين المكتبة من وضع أهدافها موضع التنفيذ.¹

يتضح من خلال التعريفين السابقين أن الإستراتيجية الاتصالية طريقة لتطبيق الأنشطة المختلفة ووضع أهدافها في حيز التنفيذ.

الإستراتيجية الاتصالية: هي مجموعة متماسكة من التدخلات من نوع الاتصال, مخططة بشكل مناسب, بهدف المساعدة في البحث عن مصادر المعلومات, جزئياً أو كلياً, داخل المكتبة من خلال تحقيق عدد معين من أهداف الاتصال, خلال فترة معينة.²

وتشير الإستراتيجية الاتصالية: هي تحديد للأهداف والغايات الأساسية طويلة المدى للمكتبة الجامعية ثم اختيار طرق العمل وتخصيص الموارد التي ستحقق هذه الأهداف والغايات " ³

وفي تعريف آخر للإستراتيجية الاتصالية:هي فن توجيه وتنسيق وتآزر مختلف أشكال الاتصال الموجودة في المكتبة بهدف إرضاء أهداف المصلحة العامة. ⁴

يتبين من خلال التعريفات السابقة أن الإستراتيجية الاتصالية هي مجموعة من الأهداف المحددة والمسطرة بطريقة فنية ومتسقة تهدف إلى الوصول إلى ما تريد أن تكون عليه.

تعرف كذلك على أنها: المخطط العام للسياسة الاتصالية للمكتبة الجامعية، مشروع إجمالي متوسط أو طويل الأمد يحدد الأهداف ويختار الرسائل .

وتعرف أيضا: أنها مجموعة من القرارات التي تتخذها المكتبة من أجل التعريف بالاختيارات المهمة في الاتصال تحديداً للأهداف المرجوة منه والوسائل المستعملة فيه.¹

¹ مجد صقور, رعد الصرن, الإدارة الإستراتيجية, ب, ط, الجامعة الافتراضية السورية, 2018, ص 09.

² SANA Safiatou. Elaboration d'une stratégie de communication pour le développement. Cour, pôle Ouagadougou. P: 01

³ CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabrine , Manuel Application " organisation et gestion de l`entreprise " , 2^{eme} édition DUNOD ,Paris , 2001, p : 326

⁴ DECAUPIN Jean – marc, La communication marketing " concepts, techniques, stratégies " ,2^{eme} édition economica, paris, pp : 39-46

وكذلك تعرف : أنها خطوات علمية مدروسة ومنظمة لتحقيق غايات اتصالية متكاملة تخدم التطور المستقبلي للمكتبة ومستفيديها معا. ²

وفي تعريف آخر: للإستراتيجية الاتصالية هي عملية مبنية على قاعدة معلومات إرشادية (خطة)، وموجهة لمعرفة النتائج المرجوة وتجمع أواصر العاملين تحت لوائها، وهي أساسا تشكل رباطا لعناصر الخطة التي قد درست الواقع المحلي للمكتبة، وتفضل تعددية أنساق الإتصال، لتحرص على التصرف المدروس والإيجابي. ³

ومن خلال التعريفات السابقة يمكننا القول أن الإستراتيجية الاتصالية للمكتبة الجامعية هي مجموعة من المبادئ والأفكار والقرارات التي تتكامل فيما بينها بواسطة أساليب ووسائل مختلفة من أجل تعزيز رضا المستفيد وتحقيق أهداف وكسب ولاءه.

المطلب الثاني: عناصر الإستراتيجية الاتصالية

تتميز الإستراتيجية الإتصالية للمكتبات الجامعية بمجموعة من العناصر لكي تصل إلى الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها ونذكر هذه العناصر فيما يلي:

1. ضبط سياسة المكتبة و أهدافها:

أول شيء ينبغي معرفته هو أهداف المكتبة، و أن تكون أهداف طموحة واقعية محددة، يجب أن ترتبط بألويات البرنامج الاتصالي للمكتبة، فالإستراتيجية الاتصالية هي آلية تستعمل من طرف مدراء و مسؤولي الاتصال من منطلق أنه، عامة أساسية لتحقيق أن ترتبط بألويات البرنامج الاتصالي للمكتبة، فالإستراتيجية الاتصالية هي آلية تستعمل من طرف مدراء و مسؤولي الاتصال من منطلق أنه، عامة أساسية لتحقيق السياسة العامة للمكتبة ومن جانب آخر فنجاعة و فعالية الإستراتيجية الاتصالية مرهونة بالدرجة الأولى بالدعم المعنوي (الأهداف) و المادي من طرف إدارة المكتبة تحتاج

¹ خالد عبدالعزيز عبدالكريم الفريح: مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث العالم وتكنولوجيا الاتصال - ع 07، جامعة حلوان القاهرة .

² أمينة بن زرارة: مطبوعة بيداغوجية في مقياس إستراتيجيات الاتصال للسنة الثالثة اتصال، ليسانس أكاديمية ، جامعة قلمة، 2021/2020، ص. 45.

³ محمود رمضان دياب: استراتيجية الحملات الإعلامية الموجهة، ب. ط، مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2019، ص. 123.

عملية وضع الإستراتيجية الاتصالية إلى جمع قدر كافي من المعلومات حول سياسة المكتبة و بإستراتيجيتها و البيئة المحيطة بيها، فالفائم بصياغة الإستراتيجية لا بد أن يحاط علماً بسياسة المكتبة في سبيل تحقيق التطور وكسب المستفيد حتى تساهم نشاطاته التخطيطية في تحقيق أهداف المكتبة، و الإدارة العليا للمكتبة هي من يملي هذه الرؤية و المعلومات للمخطط، و لهذا لا بد له من معرفة وتحليل الفرص و التحديات الكامنة التي تعرقل أو يحتمل أن تعيق أهداف المكتبة الجامعية.

2. تحليل اتصالات المكتبة:

حتى يتسنى الاتصال بفاعلية و بخاصة حتى يتسنى استثمار الموارد المتاحة، لا جدوى من الحديث و التمني لأن يصغى و يستجاب للرسائل الاتصالية دون تحديد دقيق للجمهور المستفيد الذي ينبغي الوصول إليه، وليس هذا حسب بل يجب فهمهم و إستطلاعهم عن كيفية تقديم الخدمة لهم، وماذا يحركهم لاتخاذ السلوك المرغوب، و بمن يتأثرون من باحثين الذين يعتبرون من أهم ركائز إستراتيجية التأثير في المستفيدين، أحياناً بعض الباحثين ممن يثق المستفيدين فيهم أقوى من حشد الرسائل عبر المتلقيات والمنتديات والمحاضرات، وعلى العموم ينبغي تفادي التوجه إلى الباحثين على أنهم الحشد العام في الإستراتيجية الناجحة، إذ هناك تكتيكات معينة للوصول إليهم. و استعمالهم¹ كناقلين للمعلومة إلى غيرهم، وهذا يتضح أن الباحثين ليس نهاية العملية الاتصالية، بل بداية لرسائل أخرى يشيعها الباحث بين أفراد و فئاته، وهذا يتضح أن استقصاء المستفيد المستهدف عملية شاملة تتضمن مسح جمهور المستفيدي من المكتبة و استعماله أدوات معقدة لجمع المعلومات و أحياناً قد تكون هذه المعلومات متوفرة لدى بعض الباحثين التي تعمل في نفس المجال كالجامعات أو أبحاث السوق المتعلقة بالجمهور المستهدف.

2. صياغة الأهداف الإستراتيجية للاتصال في المكتبة:

بعد أن يتم فهم طبيعة المستفيدي من المكتبة، تتضح الفكرة التي ينبغي إقناعه بها لتحقيق أهداف المكتبة، لكن يحتاج هنا إلى طرق عديدة للولاء بتلك الفكرة إلى مستفيد مختلف، فهناك أشكال و قوالب عدة تناسب عرض الفكرة الواحدة كاللقاءات و الندوات التي تحقق المقصد الرئيسي

¹ شهراوي نوال: استراتيجيات الاتصال داخل المؤسسات الإعلامية دراسة حالة " لإذاعة سعيدة"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاتصال والعلاقات العامة، جامعة د. مولاوي الطاهر- سعيدة_ 2016/2017. ص 64. ص 65.

للهدف الاتصالي الذي رسمته المكتبة, وقد تبين أنه من الفعالية الاتصالية أن تقدم رسائل كثيرة بإطناب, حيث أن تقدم رسالة بسيطة موجزة وواضحة كفيلة بأن تخطف الإنتباه, هذه الرسالة ليس عليها أن تعرف في التفاصيل بقدر ما تحرك عاطفة المستفيد لأن يستجلبوا الحقيقة في الموضوع بأنفسهم. فتجعلهم يتساءلون:

- ماهو البديل؟ ما الجديد؟

-المشكلة في الأمر ما مثار الجدل؟

-ماهي المصلحة المشتركة في القضية؟

بعد هذا يصبح من الضروري وضع النقاط على الحروف كما يقال لكن بحجج منطقية واضحة و أسلوب إقناعي مناسب عبر فتح مجموعات نقاش المركزة مع المستفيدي و سرد تفاصيل الموضوع الرئيسي لهذه الحملة و استعمال الوسائل الإعلامية الأخرى لهذا الغرض.¹

3. تخطيط الأهداف العملية للاتصال في المكتبة الجامعية:

يحتاج تنفيذ الخطة الإتصالية إلى وسائل اتصالية وفعاليات تنقل الرسالة إلى الجمهور المستفيد, حيث سيضطر القائم بالاتصال لإختيار وسائل الاتصال الجماهيرية الأكثر فعالية.

5) تنفيذ و متابعة الخطة الإستراتيجية للاتصال في المكتبات الجامعية:

عند تنفيذ الإستراتيجية يراعي توكيل المسؤوليات وتنظيم الأدوار داخل نطاق المكتبة, فوضوح الخطوط الفاصلة بين المسؤوليات يفضي إلى التحكم السلسي في مسار الإستراتيجية ويجول التدخل التصحيحي المناسب في الوقت المناسب في الوقت الحرج.

6) التقييم و التقويم: إن الإستراتيجية الاتصالية مزودة بمجموعة من الآليات للتقييم والتي بإمكانها

تقليل الأخطاء, وهذه بعض أشكال التقييم:

__ قياس الإنتباه للرسالة قبل وبعد التعرض لها من قبل الجمهور المستفيد.

__ -ترجمة نتيجة القياس أثناء التنفيذ إلى نشاط (فعل) للتصحيح أو الدعم.

-رجع العددي عند مختلف الفعاليات المنجزة.

¹ شهراوي نوال: نفس المرجع السابق, ص. 66.

- تعقب حجم و طبيعة التغطية الإعلامية جغرافياً و إدراكياً من قبل الجمهور المستفيد.
- حجم رسائل الاستعمالات التي يبعثها المستفيد و طبيعة مضمونها.
- حجم الدعم المجتمعي الذي تلقاه الحملة في سبيل إنجاحها.¹

تقوم الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية على عدة عناصر تتكامل فيما بينها لتحقيق الغايات والبقاء المستمر للمكتبة وتطوير وتنمية جهودها وخدماتها وعلاقتها إلى المدى البعيد مع المستفيد.

المطلب الثالث: مبادئ ومراحل الإستراتيجية الاتصالية

1. مبادئ الإستراتيجية الاتصالية : لكي تحظى استراتيجية الإتصال للمكتبات الجامعية بالقبول يجب أن تتبع المبادئ الثمانية الأساسية:
2. مبدأ وجود إستراتيجية: وهذا نادر في بعض المكتبات بحيث أنها تعتمد على قرارات تكتيكية، تقوم على المقارنة بين المستفيدي واحتلال المساحات المكتبية والبحث عن مستفيدي جدد
3. مبدأ الإستمرارية: أن تكون العملية الاتصالية مستمرة ، وأن تتشكل حسب المتغيرات التي تطرأ عليها
4. مبدأ التميز: تقديم خدمات لم يقدمها المكتبات الأخرى حتى تكسبها مكانة جيدة.
5. مبدأ الوضوح: الابتعاد عن الغموض والتأويلات والعمل بطريقة تسهل الفهم.
6. مبدأ الواقعية كلما كانت الأهداف والوسائل واقعية تم قبولها من قبل المستفيد.
7. مبدأ الإنتشار: يكون ذلك من خلال استعمال مختلف مصادر المعلومات وسائل الإتصال .
8. مبدأ الانسجام: الانسجام مع قرارات المكتبة حتى يكون هناك تناسق بينهما.
9. مبدأ القبول الداخلي: وهو ضروري من أجل التفاهم الداخلي وتجنب حالات الرفض من الجمهور المستفيد.¹

¹ إبراهيم يحيوي: إستراتيجيات الاتصال، محاضرات سنة أولى ماستر علم الاجتماع الاتصال، جامعة محمد المين دباغين سطيف 2،

للإستراتيجية الاتصالية مبادئ تقوم عليها فيجب أن تكون موجودة في الواقع ومستمرة على المدى الطويل وسهلة وبسيطة الفهم لدى الجمهور المستفيد, وأن تكون مرنة ومتناسقة مع قرارات المكتبة وأن تكون مسموعة للمستفيد الداخلي ليس الخارجي فقط.

1. مراحل الإستراتيجية الاتصالية:

تمر الإستراتيجية الاتصالية للمكتبة بمراحل مختلفة من أجل الإعداد والمتابعة والتنفيذ لهذه الإستراتيجية وهذه المراحل تذكر على النحو التالي:

1. **تحديد أهداف الاتصال للمكتبة:** يعتبر تحديد الأهداف مرحلة مهمة بالنسبة لوضع استراتيجية الاتصال, " إن الانسجام العام في المكتبة من خلال اشتراك مختلف الأطراف على مستوى الهرم الإداري بواسطة التشاور والحوار والاستفادة من التغذية العكسية. ويمكن تقسيم الأهداف إلى قسمين:

أ). **تحديد الأهداف العامة :** تتمثل الأهداف العامة فيما يلي:

- ✓ تجنيد مجموع المستفيدي حول هدف أو بحث ما.
 - ✓ السماح لكل واحد بتطوير بحث خاص من خلال بحثه وطموح معين.
 - ✓ إعطاء معنى داخلي للصورة الخارجية للمكتبة.
 - ✓ خلق روح الفريق وتجنيد مجمل الموارد البشرية حول مشروع جماعي
- ب). **تحديد الأهداف الخاصة:** وتتمثل الأهداف الخاصة فيما يلي:
- ✓ تحديد مصداقية المسعى ومدى اهتمام كل مسير بالمسعى الكلي للمكتبة.
 - ✓ انسجام الهيئة المسيرة حول الأهداف تسمح برفع الالتباس.
 - ✓ تسلسل الأعمال كل المستويات.

¹ زواقة عواطف, حرنان سماح: الاستراتيجية الاتصالية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين مديرية الضرائب_ أم البواقي نموذجاً_ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال , تخصص إتصال وعلاقات عامة, جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي, 2015/2014, ص. 50 . ص 51

2. تحديد الجمهور المستفيد:

لا يكفي تحديد جملة من الأهداف وغض الطرف على الجمهور المستفيد الذي وضعت الأهداف لأجله ومن أجله " إلا أن الواقع الفعلي غير ذلك فليس من السهولة دائما تحديد المستفيد, لدرجة يمكن القول أن المستفيد يتميز بالديناميكية, وكل قضية تُخلق مستفيد خاص بها, والمستفيد¹ المستهدف هو مجموعة من الأفراد أو الجماعات المتجانسة التي توجه إليها مصادر المعلومات كما أن تحديد هذا المستفيد يعتبر ذو أهمية كبيرة, فيمكن أن يختلف حسب الموضوع المحدد, وكلما إتسع نطاق الأهداف زاد عدد الجمهور المستفيد"

3. دراسة المحيط الإجتماعي والثقافي للمكتبات الجامعية :

في هذه المرحلة تقوم المكتبة بكل من:

✓ البحث عن هوية المكتبة وصورتها .

✓ تأكيد أهداف الاتصال المحددة من الإدارة وتكييفها.

✓ تعيين خطوط حركة المعلومات في المكتبة" من أجل تصميم إستراتيجية يجب التعرف على البيئة الإجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها الجمهور المستفيد بهدف تحقيق الانسجام والتأقلم بين المكتبة والمحيط الذي تنشط فيه وفي هذه الخطوة تقوم المكتبة بالبحث عن هويتها وصورتها"

4. تعيين المستفيدين وتكليف الوسائل: والمستفيدين هم أشخاص في المكتبة أو مجموعات

منسجمة من الأشخاص, والذين يستفيدون من مصادر المعلومات للإستراتيجية الاتصالية في المكتبات الجامعية مراحل تمر بها فلا بد من تحديد الهدف الذي تسعى إلى تحقيقه, ثم تحديد المستفيد

5. إختيار وسائل وروابط الإتصال: بالنسبة لروابط فهنا يمكن القول أنه كلما كان هناك عدد أكبر من المستفيدين بين كلما زادت إمكانية الولاء حول المكتبة, وبالتالي فإن الولاء حول المكتبة يتناسب طرديا وكثرة مصادر المعلومات والموظفين, كما يشترط أن تكون على قدر كبير من المميزات والمؤهلات الشخصية العالية.

6. تنفيذ الإستراتيجية الاتصالية للمكتبة الجامعية: تنفيذ إستراتيجية الإتصال التي تعد مسبقا

ومرتبطة بفترة زمنية قد تكون بين سنتين إلى خمس سنوات" وفيها تحديد العناصر المختلفة اللازمة

¹ إبراهيم بجاوي: مرجع سابق , ص. 49

لتطبيق الإستراتيجية ومتابعتها إبتداءً من الأهداف, الخلايا الإتصالية, والمستخدمين, والوسائل, والوسطاء, والتواريخ, إلى التكاليف المتعلقة بها, والحدود أو القيود التي تواجهها العملية الإتصالية".¹

من خلال ما سبق يمكننا القول أن الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية تمر بعدة مراحل أولها تحديد أهداف الاتصال (العامة, الخاصة), ثم تحديد الجمهور المستفيد ودراسة المحيط الإجتماعي والثقافي للمكتبة, ثم تعيين المستخدمين وتكييف الوسائل بعدها يتم اختيار الوسائل الإتصالية والروابط التي يمكن من خلالها نقل المعلومة إلى المستفيد وأخيرا تنفيذ إستراتيجية الاتصال مع مراعاة الفترة الزمنية والتكاليف والحدود المتعلقة بيها والقيود التي تواجهها.

¹المرجع نفسه , ص. 49. ص.50. ص 51.

المبحث الثاني: الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية أهدافها, أهميتها, خصائصها و أنواعها ومعوقاتها.

سوف نتطرق في هذا المبحث إلى أهداف وأهمية وخصائص وأنواع ومعوقات الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية .

المطلب الأول: أهداف وأهمية الإستراتيجية الإتصالية

1. أهداف الإستراتيجية الاتصالية :

من بين الأهداف التي تدفع المكتبة لوضع إستراتيجية اتصالية نجد:

- الصورة التي ترغب المكتبة أن تكون عليها أي إلى ماذا تريد أن تتواصل إليه من خلالها.

- تحديد وترتيب الجمهور المستفيد حسب مساهمته في تحقيق الأهداف ثم تحديد الوسائل.

- الوسائل التي تستعملها لإتاحة مصادر المعلومات. _ التنسيق بين الأشكال المختلفة للاتصال التي

تقوم بها المكتبة فهذه الاتصالات هي الصورة التي تريدها هذه الاخيرة.¹

تسعى الإستراتيجية الاتصالية للمكتبة دوما إلى تحقيق أهداف بواسطة تحديد الجمهور

المستفيد وتنسيق أشكال الإتصال من أجل السير الحسن لمخططاتها وجهودها وتنسيق روح التعاون

بين مستخدميها الداخليين والخارجيين.

2. أهمية الإستراتيجية الإتصالية

أ) في الاتصال الداخلي: لنجاح العملية الاتصالية داخل المكتبة لابد من وضع استراتيجية أو خطة

اتصالية مناسبة, من أجل ضمان السير الحسن لمهامها ووظائفها, لبلوغ الأهداف المسطرة من

قبل مسيرتها, وهو ما يطلق عليه الثقافة التنظيمية. ومن خلال ما سبق توجب على المكتبة وضع

إستراتيجية إتصالية داخل المكتبة من خلال:

✓تحفيز المستفيدين: إتضح اليوم لمعظم مسيري المكتبات أنه من دون تحفيز للمستفيدين لا يمكن

تطوير مكتباتهم, ولأن التحفيز لا يمكن فضاءه على المستفيد فلا بد للمكتبة أن توجد الظروف المواتية

¹ حفصي أمال: الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسات الأمن للوقاية من حوادث المرور, دراسة حالة لمديرية أمن ولاية

المسيلة, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال, تخصص اتصال وعلاقات عامة, جامعة محمد بوضياف

بالمسيلة, 2016/2015, ص. 25.

لظهوره وتطويره, وذلك من خلال إجابة تساؤلات المتعلقة بأهداف المكتبة ورؤيتها المستقبلية ورهاناتها.

✓ **تنسيق الأفعال:** لا يمكن لأي مكتبة أن تحقق أهدافها إذا لم تتمكن من تنسيق مجمل أفعالها ومبادراتهما, وقد يؤدي غياب المعلومات على المستوى العام إلى عدم التجانس أو ظهور انقسامات بين مجمع أطواف العملية الاتصالية داخل المكتبة, ولتحقيق التنسيق الكافي لابد على المسيرين أن يوفروا الشروط التالية.

- أن يكون الموظف على علم بالأهداف الإستراتيجية وخطط العمل.
- أن يكون قادر على بث المعلومات الضرورية لمساعدته.
- عليه أن يكون قادر على صعود المعلومة (رجع الصدى)¹

تغيير التصرفات والعقليات: تواجه المكتبات اليوم مجموعة من المتغيرات الداخلية والخارجية, تستدعي ضرورة التأقلم معها لأجل البقاء, ومن هذه المتغيرات تغيير مجال النشاط أو ظهور المنافسة الحادة بالإضافة لتطور التكنولوجيا, وقد تتوفر الأدوات اللازمة للتطور ومواجهة مجمل هذه

✓ المتغيرات, لكن رغم ذلك قد تشهد الكثير من المكتبات فشلا ذريعا ويرجع السبب الرئيسي لذلك رفض أو مقاومة التغيير بسبب تحجر الذهنيات, وتكمن الإستراتيجية الاتصالية هنا في مواجهة هذا التصلب في المواقف, تقديم الإجابات الضرورية للإستفسارات المطروحة, دون إهمال الجانب أهم جانب من العملية وهو التقليل من حدة عدم الرضا الناتج غالبا من الرغبة في التمسك بما إعتدنا عليه لأن كل ما هو جديد مجهول وغامض ويصعب التأقلم معه.

✓ **تحسن الولاء:** تعتمد المكتبة تحسين الولاء داخل المكتبة, وقد تصل المكتبة إلى تحقيق هذا الهدف إذا نجحت في تحقيق الأهداف الثلاث السابقة الذكر, ويساعد الإتصال على بلوغ هذه الغاية من خلال مصادر المعلومات والتعريف بمحل الخطوات والإجراءات والقواعد والمعارف.

(ب) **في الإتصال الخارجي أو برامج العلاقات العامة:** مصطلح الإتصال الإستراتيجي يعني صب الجهود الاتصالية عبر جدولة زمنية محددة وخطوة أساسية, وتتضمن هذه الخطة نموذجين هما الولاء للمكتبة بدفع الباحثين لإتخاذ أفعال معينة, أو الدفاع عن المكتبة في سياسة معينة تنتهجها وفي

¹ محمود رمضان دياب: مرجع سابق, ص 130..

هذا السياق فالعلاقات العامة هي التي تتولى هذه الإستراتيجية, وتعرف العلاقات العامة بأنها الفن الذي يقوم على التحليل والتأثير والتفسير لموضوع معين سواء كان هذا الموضوع يدور حول فكرة أو شخص أو حول جماعة ما قصد تهيئة السبل أمام المستفيدين لكي تعترف بالفائدة التي يتضمنها هذا الموضوع وأنه يستفيد فعلا من أداء ذلك. ومنه العلاقات العامة تستخدم التخطيط كأداة منهجية. فهي ليست نشاط عشوائيا وقتيا يبدأ مع ظهور أزمة تقع فيها المكتبة وينتهي عند إنتهاء الأزمة, لأن أنشطتها طويل المدى ونتائجها بعيدة الأثر, وهناك نوعين من برامج العلاقات العامة برامج وقائية طويلة الأجل تستهدف تحقيق الفهم المشترك والمشاركة في المسؤوليات الإجتماعية والمحافظة على علاقة الود والقضاء على مصدر سوء الفهم. أما البرامج العلاجية فهي تلك التي تستخدم عندما يحتاج الأمر إلى بذل مجهود محدد لمواجهة أزمة طارئة.¹

للإستراتيجية الاتصالية أهمية بارزة في المكتبات الجامعية على مستوى الاتصال الداخلي أو الاتصال الخارجي أو برامج العلاقات العامة فهي تضمن للمكتبة الوصول إلى أهدافها مع ضرورة حسن اختيار رسائل ووسائل النقل وأوقات التنفيذ, مع امكانية التنبؤ بظواهر التي يمكن وقوعها.

المطلب الثاني: خصائص وأنواع الإستراتيجية الاتصالية

1. خصائص الإستراتيجية الاتصالية:

تتميز الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية بمجموعة من الخصائص أهمها:

✓ إستراتيجية وسيلة: وسيلة تفضل التماسك والاستمرارية والتوفيق

__ وسيلة مراقبة لأنه لا يمكن تقييم اي عمل اشهاري الابعد تحديد الأهداف __ وسيلة تفكير

جماعي. __ وسيلة تماسك بين اعضاء المؤسسة . __ الإستراتيجية الاتصالية هي وثيقة مرجعية

وعامل وحدة واستمرارية.

¹ نفسه, ص. 130. ص. 131. ص 133

✓ **استراتيجية . منهج عمل:** هي منهجية عمل تفرض علينا دراسة وتحليل وضعية المعلن ، حل المشاكل ، تحديد الاهداف ، كما تسمح لنا بتفادي كل الافكار المسبقة والقرارات العشوائية ، فهي حوار اجتماعي.¹

✓ العمل في بيئة متغيرة لتحديد الأهداف حسب الأولوية وتحديد الجمهور المستفيد لمخاطبته بالرسالة المناسبة باختيار أنجح الوسائل الاتصالية, ولتذليل صعوبة العمل على هذه البيئة المتغيرة فإن الإستراتيجية الاتصالية بحاجة إلى ما يسمى قائمة التدقيق ولفحص إمكانيتها وتحديد مواطن ضعفها فيما يخص علاقتها بالمحيط الخارجي وبوسائل الإتصال المتاحة لها وبأنواع الباحثين القادرين على دعمها...إلخ.

✓ تعتمد الإستراتيجية الاتصالية على صياغة مصداقية دائمة لها بفعل عملها على تطوير خطاب راق مع المستفيدين يتسم بمواكبة آراء وصدى الواقع ويلتمس موطن النقد على الموضوع الذي تعمل على كسب الولاء من خلاله, ومن ثم تسعى لتفادي أي عارض يمس مصداقيتها ويشكل تحديا أمام وصول رسالتها إلى الجمهور المستفيد كما أرادها المرسل, وقد يكون المصدر في سوء تفكيرك الرسالة راجعا إلى الأسلوب الذي يحتاج لتطوير أو بسبب تعقد الوسيلة التي تحمل هذه الرسالة, ولذا كان من أهم وسائل الدعم التي تحتاجه الإستراتيجية الاتصالية في مجال التسويق الإجتماعي هو الإتصال الشخصي عبر الباحثين وفعاليات المجتمع المدني الذين يساهمون في تفكيرك وتفسير موضع الحملة التي مسها صانع القرار.

✓ تعتمد على تمديد اتصالاتها عبر كافة وسائل الإتصال المتاحة, حيث أن ما أضاف للإستراتيجية الاتصالية قوة في هذا العصر تدعمها شبكات التواصل الإجتماعي التي أصبحت من أكبر منافسي وسائل الاتصال الحديثة في قدرتها على الوصول إلى المستفيد, أكثر تحديدا .

✓ يفعل فكرتها القائمة على تدوين خصوصيات المستفيدين وتفضيلاتهم في كافة شؤون حياتهم, إضافة إلى قدرتها على تحقيق قدر كبير من التفاعلية الاتصالية التي تفتقدها وسائل الإعلام التقليدية.

¹ بلمداني سعد, تواتي نور الدين: الإستراتيجية الاتصالية للتنمية السياحية في الجزائر دراسة ميدانية . الديوان الوطني للسياحة, مجلة متون العلوم الاجتماعية, مج. 08, ع. 03, جامعة الجزائر , ديسمبر 2016.

✓ الإستراتيجية الاتصالية بالنسبة للمكتبات هو اختيار حيوي لها, ومن غير الفيد القيام بالتوصل مرة واحدة, شهر أو سنة فقط, حيث أن الإستراتيجية ترتبط بالمواظبة والإستمرار ولتكرار على الدوم لأجل الحصول على نتائج حقيقية, فهذه الإستراتيجية تهدف إلى إقامة علاقة لا تنفصم بين مصادر المعلومات ولجمهور المستفيد.¹

من خلال ما سبق يتبين أن للإستراتيجية للمكتبات الجامعية خصائص متنوعة تقوم عليها تعمل في بيئة متغيرة وتعتمد على المصدقية في نشاطها بالإضافة إلى النشر على أوسع نطاق بمختلف وسائل الإعلام والاتصال لتصل إلى أبعد الحدود وإلى مختلف المستفيدين , والإستراتيجية الاتصالية وأنّها تعمل في وقت محددة للوصول إلى نتائج حقيقية.

أنواع الإستراتيجية الاتصالية: تتميز الإستراتيجية الاتصالية بنوعين والمتمثلة فيما يلي:

1. إستراتيجية الاتصال الداخلي : إن الاتصال الداخلي في المكتبة, و أن كان من الضروري وضعه في إطار إستراتيجي فهو لا يتعد عن كونه أحد المهام و الوظائف التي تساعد المكتبة في تنفيذ استراتيجيتها العامة, وفق الطرق و السياسات الموضوعة للوصول إلى تحقيق الأهداف المسطرة فيها و إستراتيجية الاتصال الداخلي قريبة جدا من تلك المعدة للاتصال الخارجي و هي تعرف على أنها: نقل و نشر المعلومات و المعرفة بين الموظفين لزيادة وعيهم و تنمية روح الإلتناء و تفعيل مشاركتهم لتعزيز أدائهم الفردي و المكتبي. و من أهداف إستراتيجية لاتصال الداخلي نجد:

_ إيصال المعرفة لكافة المستويات الإدارية. _ ترسيخ الثقافة المكتبية وتعزيزها. _ توجيه العاملين و تنسيق جهودهم بما يحقق الأهداف المكتبية, و على ذلك نجد أن المكتبة تكيف وفق البيئة الموجودة فيها إن كانت ثقافية أو إجتماعية لذلك نجد أنه من أسباب إعداد إستراتيجية الاتصال الداخلي:

¹ محمود رمضان دياب: مرجع سابق, ص 128. ص.129.

أ/ الحاجة للاتصال: وجد الاتصال مصدره في العلاقات القائمة بين المستفيد و يعرف المختصون الإجماعيون الاتصال على أنه حاجة إنسانية أساسية و أسلوب أولي مكلف بتعريف المستفيد من المكتبة, من هذا المنطلق يتضح أن الاتصال يستند على الباحثين والطلبة وحاجاتهم.¹

ب/ الإدارة الإستراتيجية: الاتصال الداخلي باعتباره نشاط إستراتيجي ليه أن ينتج عن الإدارة الإستراتيجية التي تحملها المكتبة الجامعية في اعتبار أنه سيشارك في إعداد هوية المكتبة, و تساعد في تلبية أهدافها العامة لذلك لا يمكن للمكتبة الجامعية أن تبقى خارج عملية الاتصال.

2/ إستراتيجية الاتصال الخارجي: تعرف إستراتيجية الاتصال الخارجي على أنها خطة عمل واضحة يتم فيها تحديد المسؤوليات والأولويات والميزانية والأطر والإجراءات لخلق وتوزيع المعلومات فيما يخص علاقة المكتبة مع الخارج, والاستراتيجية الاتصال الخارجي أهداف منها: تلبية احتياجات المستفيد من خدمات المكتبة, بناء سمعة طيبة للمكتبة تساهم في جذب المستثمرين, المشاركة في تنمية المجتمع الجامعي. بناء معرفة عن المنافسين.²

تتواجد الإستراتيجية الاتصالية على المستوى الداخلي للمكتبات الجامعية فلا بد أن تكون هناك المعرفة التامة لمختلف مستويات الإدارة لترسيخ ثقافة المكتبة وتعزيزها وتنسيق جهود العاملين لتحقيق الأهداف, بالإضافة إلى الاتصال فهو مصدر العلاقات داخل المكتبة, وأن تكون هناك إدارة للإستراتيجية, وهناك إستراتيجية على مستوى الاتصال الخارجي فمن خلالها يتم تلبية حاجات المستفيد وبناء سمعة حسنة للمكتبة و المشاركة في تنمية المجتمع.... وإلى غير ذلك من الأهداف.

المطلب الثالث: معوقات إعداد الإستراتيجية الاتصالية

المعوقات أو العوائق هي تلك الحواجز والصعوبات التي تحول دون الوصول إلى الهدف المعني أو النتيجة المرجوة, وقد تعترض الإستراتيجية الاتصالية في العادة مجموعة من العوائق تعمل على

¹ عماد الدين شعبان: دور الإستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز SDC (سونلغاز -) بسكرة -مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال, تخصص اتصال وعلاقات عامة, جامعة محمد خيضر-بسكرة-, 2018 / 2019. ص 45.

² عماد الدين شعبان: نفس المرجع السابق. ص.46.

تشويش في المعلومات, لذلك عند البدء في إعداد الخطة لابد من أخذها بعين الإعتبار حيث نحمل هذه المعوقات في ثلاث مجموعات:

- معوقات شخصية . - معوقات تعبيرية - . معوقات تنظيمية .

اولا: المعوقات الشخصية: وهي تتصل بالنواحي النفسية و الإجتماعية للفرد القائمة على مدى حكمه وحالته النفسية والعاطفية ،طباعه ونزعتة ،وكون العاملين يشر يختلفون في ميولاتهم وحاجاتهم ومشاكلهم ،نتيجة لذلك يتفاوتون في إدراكهم ووزنهم للأمور بطريقة متباينة، ومن هذه المعوقات نجد:

1 -تباين الإدراك:إن التباين بين الباحثين في إدراكهم للمواقف المختلفة ،يعود إلى اختلافاتهم الفردية والبيئية مما يؤدي إلى إختلاف المعاني التي يعطونها للأشياء

2 -الإدراك الانتقائي: يميل الباحث إلى ما يتناسب مع تخصصه ومستواه الدراسي ، فيعمل على إعاقة المعلومات التي تتعارض مع ما لا تناسبه من مصادر معلومات.

3 -الإنطواء: عدم التعامل مع الآخرين أو تبادل المعلومات والتفاعل معهم.

4 -حبس المعلومات وعدم الإدلاء بها: كالإفراط في كتابة التقارير وعدم الإدلاء بالمعلومات.

5 -سوء العلاقات بين الأفراد: يؤدي ذلك إلى تشويه أو نقص المعلومات المتبادلة بين هذه الأطراف، فتدخل الذاتية هنا فتؤثر على العملية الاتصالية .

ثانيا: المعوقات التعبيرية : تمثل هذه العوائق في تفاوت المعنى أي تؤدي إلى العديد من المعاني لاستخدام الرموز داخل الكلمات, فيكون هناك إختلاف في الشخصية بين الأفراد, الخبرة والخلفية الثقافية. فنبين فيما يلي بعض المعوقات:

1- تغيير المعنى المقصود: قد يحدث تغير في المعنى المقصود لأسباب ميكانيكية ،كعيوب في تصوير الرسالة نتيجة تغير في موجة الإرسال, فإذا حدث ازدواج في المعنى أو الفكرة يمكن التغلب على ذلك عن طريق ما يسمى بالتمص وذلك بوضع الشخص نفسه في مكان آخر.

2- **العقبات التعبيرية:** فالكثير من الكلمات تحمل أكثر من معنى وفقا للموقف الذي تستخدم فيه, وقد تكون لها معنى مختلف في ثقافات أخرى.¹

3- **القابلية للقراءة:** فعندما تستخدم الكلمات المكونة من عشرة أحرف، وكذلك الجمل المركبة في الكتابة، فإنه من الصعب على الشخص العادي أن يفهم محتوى الرسالة، فيجب أن يصمم الإتصال لتثبت الرسالة من خلال إستخدام اللغة السهلة.

4- **التوقيت:** يتطلب الأمر للحصول على النتائج المرجوة، وصول الرسالة في نفس الوقت لكل الأفراد، بينما في أحوال أخرى يتطلب الأمر وصول المعلومات بالتتابع حسب توقيت زمني مخطط .

5- **التجريد:** نقصد بها إهمال التفاصيل، حيث يكون الإتصال مقتصر على الحقائق كما ندرکہا، وليس كما هي موجودة فعلا.

ثالثا- المعوقات التنظيمية: إن للملامح التنظيمية تأثير كبير على نوعية تأثير كبير على نوعية الإتصال السائد ومن ذلك:

- غموض الأدوار وعدم تحديد الصلاحيات، أو عدم مناسبة نطاق الإشراف الذي يؤدي إلى تشويش الاتصالات.

- مركزية التنظيم التي تحتم ضرورة رجوع الأفراد لشخص واحد يمتلك قدرا كبيرا من المعلومات رغم بعده عن مراكز التنفيذ، الأمر الذي يقلل من سرعة الاتصالات ويزيد من وجود احتمالات كثيرة لضياع المعلومات وعدم صحتها.

- تعدد المستويات الإدارية الذي ينجر عنه طول المسافة بين القاعدة والقمة أي الهرم في الهيكل التنظيمي، ومرور المعلومات بسلسلة من المستويات الإدارية، مما يعرض المعلومات للتحريف.²

تواجه الإستراتيجية الاتصالية معوقات داخل المكتبة ومن بين هذه المعوقات معوقات شخصية

ومعوقات تعبيرية ومقومات تنظيمية كل هذا يمكن أن يعرقل عملية الاتصال داخل المكتبة وهذا ما يسبب في عدم تحقيق الأهداف التي ترغب المكتبة إليها الوصول إليها.

¹ زواقة عواطف، حرنان سماح، مرجع سابق، ص. 54. ص. 55

² المرجع نفسه، ص. 56.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تم تقديمه في الفصل الأول اتضح لنا أن الإتصال هو القلب النابض داخل المكتبة الجامعية التي لا تستطيع العمل والإستمرار إلا به فمن خلاله تربط علاقات مع الباحثين والمستفيدين من المكتبة الجامعية ومنه لا بد من تطوير هذه الإستراتيجية الاتصالية لكسب رضا المستفيد وتعزيز ولاءه بشتى الطرق والوسائل الاتصالية فتعتبر من الحوافز والإمكانيات التي تؤدي إلى تردد الباحثين على مستوى المكتبة الجامعية.

الفصل الثاني:
مدخل مفاهيمي
حول ولاء المستفيد من
خدمات المكتبة الجامعية

الفصل الثاني:

الفصل الثاني: مدخل مفاهيمي حول ولاء المستفيد من المكتبات الجامعية

تمهيد :

المبحث الأول: ماهية المستفيد

المطلب الأول: المستفيد من المكتبة الجامعية

المطلب الثاني: أنواع وفئات المستفيدين من المكتبة الجامعية.

المطلب الثالث: احتياجات المستفيدين من المكتبة الجامعية وصعوبة التنبؤ بها

المبحث الثاني: رضا المستفيد حول خدمات المكتبة الجامعية

المطلب الأول: تعريف رضا المستفيد

المطلب الثاني: خصائص رضا المستفيد

المطلب الثالث: أهمية رضا المستفيد و العوامل المؤثرة في ارضاءه

المطلب الرابع: أسباب قيام المكتبات بقياس رضا المستفيد وعلاقته بالولاء

المبحث الثالث: ولاء المستفيد من خدمات المكتبة الجامعية

المطلب الأول: تعريف ولاء المستفيد

المطلب الثاني: أنواع المستفيد حسب درجة الولاء وآليات خدمات الاتصال في

تحقيق ولاء المستفيد

المطلب الثالث: خصائص و أهمية ولاء المستفيد

المطلب الرابع: طرق قياس ولاء المستفيد

خلاصة الفصل

تمهيد :

يعتبر المستفيد سواء كان داخليا أو خارجيا أحد أهم الدعائم التي تضمن بقاء واستمرار المكتبة الجامعية من عدمها, لذا تسعى المكتبات الجامعية إلى زيادة درجة الرضا لديه من خلال مختلف الخدمات التي تقدمها, وكذا الحفاظ على المستفيدين الحاليين والمرتقبين وضمان عدم تحولهم إلى مكتبات أخرى, حتى تضمن ولاءه والحفاظ عليه من خلال فهم متطلباتهم والسعي لتحقيقها بشتى الطرق ومن خلال ذلك سوف نتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وهي على النحو التالي:

المبحث الأول: ماهية المستفيد

المكتبة الجامعية هي مؤسسة وثائقية يتم من خلالها تزويد المستفيدين والباحثين بمختلف مصادر المعلومات التي يحتاجونها من خلال مساهمهم في البحث العلمي وعليه يتم التطرق في هذا المبحث إلى ماهية المستفيد, أنواعه, فئاته واحتياجاته وصعوبة التنبؤ بهذه الحاجات.

المطلب الأول: المستفيد من المكتبة الجامعية

تعريف المستفيد :

هناك عدة تعريفات للمستفيد نذكر منها ما يلي:

من الناحية اللغوية: يمكن تعريف المستفيد على أنه المستعمل أو المستخدم.¹

أما من الناحية الاصطلاحية:

يعرفه المعجم العربي لمصطلحات المكتبات ومراكز المعلومات بأنه: ذلك الفرد أو الشخص الذي يستفيد من خدمة معينة كخدمة المكتبة.²

و تعرف " اليونيزيست " المستفيدين بأنهم " أشخاص لديهم احتياجات خاصة للمعلومة و التعليم على المستوى النفسي والاجتماعي."

من جهة أخرى، تعرف "المجلة السنوية" لعلوم وتكنولوجيا المعلومات " المستفيد بالشخص الذي أدرك نقصاً في معرفته للعالم، ويحاول إيجاد معلومات لإصلاح أو معالجة هذا النقص. لذلك، يحاول "مستفيد المعلومة الحصول على مادة المعلومات، أما مستفيد نظام المعلومات أو نتاج معلومات، هو الشخص الذي يستعمل هذه الوسيلة (النظام، النتاج) لتلبية حاجاته من المعلومات. وهو القيام باستعمال شيء من جهة، ومجموع السلوكيات الاجتماعية من جهة أخرى مثلما يعرفه "قاموس اللغة الفلسفية والقاموس الألفبائي للغة الفرنسية **Le Robert** إذن، يستعمل المستفيد

¹ بناط مراد, سي الطيب ميمونة: تأثير خدمات المكتبات الجامعية على رضى المستفيدين:دراسة ميدانية بالمكتبة الجامعية المركزية للمركز الجامعي-أحمد بن يحيى الونشريسي- تيسمسيلت, مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي, تخصص علم المكتبات, جامعة الجيلاي بونعامة - خميس ميانة, 2017/2018.ص 64.

² أحمد محمد الشامي, سيد حسب الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات, إنجليزي_عربي_ , دار المريخ للنشر والتوزيع , د.ت, الرياض, 1988, ص. 1167.

منتجات وخدمات نظم المعلومات ليصبح بدوره منتجا لها، ومنه يشارك في دوران المعلومة، وموزعا لها. فالمستفيد هو المحرك الأساسي والرئيسي لخدمات المكتبة الجامعية، لأن رضى المستفيد يعني فعالية المكتبة وتلبية حاجات المستفيدين بكل فئاتهم¹.

ومن خلال التعريفات السابقة للمستفيد يمكننا القول أنه هو ذلك الشخص الذي يتوجه للمكتبة سواء كان طالبا أو أستاذا من هيئة التدريس أو باحثا من أجل الاستفادة من خدمات المكتبة.

المطلب الثاني: أنواع وفئات المستفيدين من المكتبة الجامعية

1. أنواع المستفيدين: هناك أنواع عديدة من مستفيدي المعلومة ويصنفون حسب طبيعة النشاط الذي يقوم به، والذي من أجله يبحث عن المعلومة لذلك فإن المعايير التي على أساسها يصنف المستفيدون إلى أصناف عديدة:

فمثلا حسب ما أوضحت الدراسات الإجتماعية والسلوكية الانفعالية أن جماعات المستفيدين تصنف إلى ثلاث أصناف هي:

- **المستفيد الإيجابي (المتمدرس):** هو المستفيد الذي يكون راض و يتعاون مع المختص، ولديه معرفة وخبرة بالبحث عن المعلومة ولا يتطلب إلا مساعدة قليلة
- **المستفيد السلبي (العرضي):** وهو المستفيد الذي لا يكون راضي ويبيدي عدااء، وهو شخص صعب يطلب مساعدة دائمة لإستعمال النظام ولديه مشاكل في البحث عن المعلومة ويخلف مشاكل داخل نظام المعلومات خاصة سلوكه عند استخدام النظام أو وسائل البحث الحديثة أو حتى باتصاله بالمختصين في المعلومات، بسبب المشاكل التي يواجهها، كذاك فهو ينمي سلوكا عدوانيا.
- **المستفيد الحيادي (البسيط):** هو المستفيد الذي يطلب اقتراحات وتوجيهات أو إرشادات بحيث يكون الوسيط الذي يقضي أكثر وقت في البحث والإستقصاء من مكان المعلومات .

¹ مقناني صبرينة: التكوين الوثائقي لدى مستفيدي المكتبة المركزية لجامعة منتوري قسنطينة , أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم, تخصص علم المكتبات, جامعة منتوري قسنطينة, معهد علم المكتبات, 2006, ص. 35 .

كما يميز Warjig من جهته أربعة أنواع من مستفيدي نظام المعلومات وهي:

- **المستفيد الفعلي (الحقيقي):** وهو الشخص الذي يعلم أين يجد المعلومة، وتكون لديه الفرصة لإستعمالها ويستعملها فعلا
- **المستفيد المحتمل:** هو الشخص الذي يعلم أين يجد المعلومة وتكون لديه الفرصة لإستعمالها لكن يستغل هذه الإمكانيات.¹
- **المستفيد الكامن:** وهو الشخص الذي يهتم بالمعلومة التي يحتاج إليها لكن لا يدري أين يجدها .

- **المستفيد الحالي (النهائي):** هو الشخص الذي يستعمل المعلومة ويستغلها فعلا.

إذن فالتقسيمات متعددة ومختلفة تم ذكر أهمها لكن هناك من يقسم المستفيدين بشكل عام حسب أنشطتهم كالباحث في مختلف العلوم والعاملون والمهنيون والفنيون في شتى المجالات الإدارية والصناعة والطب والتجارة والتكنولوجيا وغيرها من المجالات المختلفة , بالإضافة إلى المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات كالطلبة والأساتذة وغيرهم من العاملين في مجال التعليم العالي والبحث العلمي وبالتالي من غير الممكن إعطاء تقسيم موحد ووحيد حسب معيار واحد, لكل فئات المستفيدين والدليل على ذلك أنه في بداية الاهتمام بالمستفيدين ودراساتهم تم تصنيفهم حسب السن والجنس والعدد إلى غير ذلك من المتغيرات الخاصة بهم حيث كانت نظرة ديموغرافية لدراسة المستفيدين ومختلف فئاتهم .²

2. فئات المستفيدين و احتياجاتهم:

يمكن تحديد فئات المستفيدين من المكتبات الجامعية من الفئات التالية:

• الطلبة بمختلف مستوياتهم الأكاديمية و تخصصاتهم العلمية.

• أعضاء هيئة التدريس و الباحثين فيها.

• العاملين في الدوائر الإدارية في الجامعة.

• الباحثين من المجتمع المحلي (أفراد و مؤسسات)

¹ محمد صغير أسماء, بوجلال حفيظة: أخصائي المعلومات ودوره في تلبية احتياجات المستفيدين _ مكتبة العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم _ نموذجاً _ مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في التخصص نظم المعلومات التكنولوجية الحديثة والتوثيق, جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _ 2017 / 2018, ص.58. ص.59.

² محمد صغير أسماء, بوجلال حفيظة: نفس المرجع السابق , ص 59.

و تختلف المكتبات الجامعية في خدماتها لأفراد المجتمع المحلي و مؤسساته من مجرد السماح لهم بالاستخدام الداخلي لمصادر المعلومات إلى الإفادة الكمية من مصادرها وخدماتها.¹

يتضح من خلال ما سبق يمكننا القول أن المستفيدين عدة أنواع ولكل واحد منهم طريقته في البحث عن المعلومة وكيفية الوصول إليه, أما فيما يخص فئات المستفيدين فهم جميع الأشخاص اللذين يتوجهون إلى المكتبة من أجل الحصول على المعلومات ومصادر المعلومات والبحث عنها.

المطلب الثالث : احتياجات المستفيدين من المكتبات الجامعية وصعوبة التنبؤ بها

من خلال هذا المبحث سوف نتطرق إلى احتياجات المستفيدين وصعوبة التنبؤ بها.

1. **احتياجات المستفيدين:** تعرف احتياجات المستفيدين على أنها أي حالة لمفرد توجو أو تكلفيه إلى ممارسة عمل معين وتحديد لو مدى كيفية نشاطه وتمام عمله.

يشكل المستفيدون عامل هام في تحديد نوعية وعدد خدمات المستفيدين ونجاحها، وتطورها والتي تحدد من خلال احتياجات المعلوماتية للمستفيدين, فالباحث العلمي على سبيل المثال يختلف احتياجاته المعلوماتية عن تلك المواطن من الجمهور العام وفي هذا لا بد للمؤسسات المعلومات أن تعمل على تقديم الخدمات التي تستجيب لاحتياجات المستفيدين على سبيل المثال في المكتبات العامة تتحدد في مصادر معلومات ثقافية عامة أو ترفيهية في الوقت الذي يطلب فيه المستفيدون في المكتبات المتخصصة أو في مراكز المعلومات ذات طبيعة متخصصة في مجال موضوعي محدد، كما أن احتياجات المستفيدين تشكل عامل ضغط على المؤسسات المعلومات في أن تعمل على تقديم خدمات جديدة تفرضها هذه الاحتياجات وبالتالي تؤدي هذه الاحتياجات إلى تطوير خدمات المستفيدين، وبصفة أخرى لاحتياجات المستفيدين هي كل ما يريد الفرد الحصول عليه لأغراض العمل، ثقافة، أو الترفيه، وهذه الاحتياجات تختلف من فرد إلى آخر حظيت احتياجات المستفيدين باهتمام القائمين على المكتبات وذلك بالتعرف على رغبتها و تطلعاته وموقعو إزاء المصادر المتاحة.

"ولكن ليس من السيل التنبؤ باحتياجات المستفيدين باختلاف طرق تفكيرهم في التعامل مع موضوعات البحث ومع ذلك نجد توافقيين توقعات المستفيدين من ناحية وما ما تقدمه نظم

¹ بناط مراد, سي الطيب ميمونة ,مرجع سابق. ص. 66.

المعلومات من جهة أخرى... إن ما يتوقعه المستفيدين من نظم المعلومات الآن أصبح من الصعوبة بمكان التنبؤ به في ظل تزايد وتنوع عناصر مجتمع المستفيدين.¹

2. صعوبة التنبؤ باحتياجات المستفيدين :

لتيسير تعامل المستفيدين من نظام المعلومات المتاح الآن إلى افتقار القدرة على توقع احتياجات المستفيدين ويدعم ذلك ما ذهب إليه "كريستيان بورجمات" من أن ما يتوقعه المستفيدون من نظام المعلومات الآن أصبح من الصعوبة التنبؤ به في ظل تزايد و تنوع عناصر مجتمع المستفيدين، ومن ثم ينبغي التعامل مع توقعات المستفيدين، في ظل البيئة الرقمية بشيء من الحذر، حيث يعتقد غالبية المستفيدين أنه دائما يمكنهم التواصل كالمعلومات التي تتيحها نظم المعلومات باستخدام أساليب البحث بسيطة كالتى توفرها محركات البحث العامة مثل "غوغل" ويشير ذلك إلى الدور المهم الذي يمكن للمكتبي أن يطلع عليه كمساعد يعين المستفيدين على الوصول إلى المعلومات التي ينشدونها باليد، وأن هذه المساعدات ينبغي أن تكون واقعية أيضا.²

مما سبق يمكننا القول أن كل مستفيد يحتاج إلى نوع من المعلومات ومع نظام المعلومات والبيئة الرقمية الجديدة أصبحت من الصعوبة تحديدها والتنبؤ بها.

المبحث الثاني: رضا المستفيد حول خدمات المكتبات الجامعية

¹. قريوز فيصل , بوخشة مهدي: أثر المكتبة الإلكترونية على المستفيدين , دراسة تقييمية مكتبة العلوم الإنسانية والاجتماعية تيارت _ نموذجا _ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر 2 علم المكتبات والمعلومات , تخصص نظم المعلومات التكنولوجية والتوثيق, جامعة محمد بن باديس _ مستغام _ 2018/2017, ص 76. ص78.

² المرجع نفسه, ص 75.

في هذا المبحث سوف نتطرق إلى تعريف رضا المستفيد وخصائصه, أهميته والعوامل المؤثرة فيه.

المطلب الأول: تعريف رضا المستفيد

قبل التطرق لرضا المستفيد كمفهوم خاص يجدر بنا من الناحية المنهجية أن نتطرق أولاً للرضا كمفهوم عام.

الرضا لغة: هو ضد السخط, وفي اللغة الإنجليزية يعرف بأنه التعويض أو التحسن أو الاشباع لرغبة أو حاجة, كما يشير إلى الحاجة أو الكيفية التي تشبع الكائن فهو مصدر ووسيلة لتحقيق الرغبة. وفي قاموس العلوم السلوكية يشار أن الرضا بأنه عبارة عن حالة السرور لدى الكائن عندما يتحقق الهدف والميل لديه.

اصطلاحاً: الرضا يتضمن مجموعة من المحاور تشمل الشعور والتقبل والتوقع وإشباع الحاجة.¹ فقد عرفه "أوارد شيت" بأنه الحالة العقلية للإنسان التي يشعر بها عندما يحصل على مكافأة (ثواب) كافيته مقابل التضحية بالنقود والمجهود.²

و عرفه "سنا محمد سليمان" هو سرور القلب بمر القضاء, وقيل الرضا ارتفاع الجزع في أي حكم كان, وقيل الرضا هو صحة العلم الواصل إلى القلب فإذا أبشر القلب حقيقة العلم أدى إلى الرضا, وقيل استقبال الأحكام بالفرح.³

رضا المستفيد: هناك تعريفات عديدة لرضا المستفيدين نذكر منها:

- __ يعرف على أنه: موقف أو حالة سارة أو إيجابية ناتجة عن تقييم الفرد لتفاعله مع المنظمة.
- __ حالة نفسية يشعر بها المستفيد وفقاً لدرجة اشباع حاجاته , فكلما زادت هذه الدرجة زاد الرضا.
- __ المظهر الفعلي لدرجة ارتياح المستفيد من تجربة استفادته من الخدمة التي تم تقديمها إليه.
- __ هو رد فعل عاطفي ناتج عن شعور المستفيد بأن تفاعله مع المكتبة .

¹ فايزة محمد رجب بهنسي: الرضا الوظيفي للعاملين من منظور الخدمة الإجتماعية, ط.1, دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر, الإسكندرية, 2011, ص 39_40.

² حسين خضير محمد مشهدي: " الرضا الوظيفي وتأثيره على الأبناء". المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال, مج. 05, ع. 01, جامعة المنصورة, يوليو 2018.

³ علياء عثمان أحمد سليم: " الرضا عن الحياة لدى الأطفال". المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال, مج 04, ع 04, جامعة المنصورة, أبريل 2018.

وفي ضوء ما سبق يمكن تعريف رضا المستفيد بأنه "شعوره بالإرتياح النفسي والسرور والطمأنينة الذي يصاحب تحقيق الهدف من تفاعله مع المكتبة بأسلوب لائق وإنساني".
يتضح من خلال ما سبق أن رضا المستفيد هو حالة شعورية للفرد تظهر من خلال السلوكيات والملامح الإيجابية إتجاه خدمات المكتبة.

المطلب الثاني: خصائص رضا المستفيد

رضا المستفيدين له مجموعة من الخصائص نذكر منها:

- رضا المستفيدين حالة نفسية, لأنه خبرة ذاتية ترتبط بتوقعات المستفيدين من جهة, ومن ادراكهم الذاتي للخدمة التي تم الحصول عليها من جهة أخرى.
 - رضا المستفيدين هي حالة نسبية تختلف من فرد لآخر, ففي حالة وجود مستفيدين يستفيدان من نفس الخدمة وبنفس الشروط, يمكن أن يكون رأيهما مختلف.
 - الرضا تطوري, حيث يتغير رضا المستفيد من خلال تطور التوقعات والخدمات والإدراكات...
 - الرضا يتميز بعدم الثبات, بحيث تتغير حالة رضا المستفيدين من وقت لآخر, ومن خدمة إلى أخرى, ومن مقدم خدمة لأخرى, ومن مكتبة لأخرى.
 - ليس من السهل تحقيق رضا المستفيدين, ولكن يمكن تحقيقه بالتخطيط والابتكار في الخدمة وتنويعها.
 - الغاية النهائية للمكتبة هي اسعاد المستفيدين وهو مستوى أعلى من رضاهم .
 - رضا المستفيد في الواقع مرتبط بشكل وثيق بأسلوب تعامل مقدم الخدمة, مكان الخدمة, وقت الانتظار, جودة الخدمة...¹
- نستنتج أن رضا المستفيد يتميز بمجموعة من الخصائص النفسية تظهر من خلال تفاعله وتصرفاته إتجاه خدمات المكتبة.

¹عبد الناصر محمد سيد أحمد: "تقييم عملية قياس رضا المستفيدين عن الخدمات العامة بالمؤسسات الحكومية في جمهورية مصر العربية", مدرس إدارة الاعمال. معهد القاهرة الجديدة للعلوم الادارية والحاسب الآلي. التجمع الاول. القاهرة الجديد. ص 140. ص 141.

المطلب الثالث: أهمية رضا المستفيد و العوامل المؤثرة في ارضاءه

أولاً: أهمية رضا المستفيد:

يمكن تلخيص أهمية الرضا للمستفيد من خلال الفوائد الناتجة عنه والمتمثلة فيما يلي:

- إذا كان المستفيد راضياً على أداء المكتبة فإنه سيتحدث للأخرين مما يولد إليها مستفيدين جدد.
 - إذا كان المستفيد راضياً عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المكتبة الجامعية, فإن قراره بالعودة إليها يكون سريعاً.
 - إن رضا المستفيد عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المكتبة الجامعية سيقبل من احتمال توجه المستفيد إلى مكتبات أخرى منافسة.
 - إن رضا المستفيد عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع المكتبة في المستقبل مرة أخرى.
 - يمثل رضا المستفيد تغذية عكسية للمكتبة الجامعية فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه, مما يقود المكتبة الجامعية إلى تطوير و تحسين خدماتها المقدمة.
 - يعد رضا المستفيد مقياس لجودة الخدمة المقدمة.¹
 - هو مؤشر لمدى نجاح المكتبة الجامعية في تقديم الخدمات.²
- هذا فضلاً على أن رضا المستفيد يساعد المكتبة الجامعية على تقديم مؤشرات لتقييم كفاءتها وتحسينها نحو الأفضل من خلال الآتي:
- __ إعادة النظر بالسياسات المعمول بها والغاء تلك التي تؤثر على رضاه.
- __ الكشف عن مستوى أداء العاملين في المكتبة الجامعية ومدى حاجتهم للبرامج التدريبية مستقبلاً.³

¹ زوزو فاطمة الزهرة: دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة, مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, . تخصص تسويق خدمي, جامعة قاصدي مرباح ورقلة, 2010_2011. ص. 23. بتصرف.

² عبد الناصر محمد سيد أحمد, مرجع سابق, ص 143 .

³ زوزو فاطمة الزهرة, مرجع سابق, ص. 23. بتصرف.

تكمن أهمية رضا المستفيد من خدمات مكتبات الجامعة من خلال تردده الدائم وعدم التوجه إلى مكتبات أخرى فيعتبر رضا المستفيد من العوامل نجاح المكتبات الجامعية ومن المعايير التي تستطيع المكتبات تقييم خدماتها .

ثانيا: العوامل المؤثرة في ارضاء المستفيد

هنالك مجموعة من العوامل المهمة بحسب "نموذج كانو" والتي تؤثر في رضا المستفيد وهي

-العوامل الأساسية : وتسمى أيضا بعوامل (عدم الرضا), واذا حصل أي نقص ولو طفيف فيها فإنه سيسبب عدم الرضا أو الاستياء في حال عدم إنجازها أو تواجدها فلخدمة.

-العوامل المشيرة: وهي عوامل رضا وتقوم بجذب المستفيد, وفي حالة توفر هذه العوامل في الخدمة فإنها ستسهم في ارتفاع رضا المستفيد وتساعد في إبعاده عن استلام الخدمة, ولكن إذا لم تتوفر هذه العوامل فإنها لا تسبب الاستياء للمستفيدين ولكن هذه العوامل تساعد في بهجة المستفيد وتفاجئه, مما يزيد رضاه عنها, وبالتالي تعد هذه العوامل أحد العوامل التي تتفوق بها المكتبة.

-عوامل الأداء: فهذه العوامل إذا تواجدت في الخدمة فإنها ستحقق الإرضاء التام للمستفيد, وبالتالي فإن ارتفاع الأداء سيزيد الرضا وإذا انخفض الأداء فإنه سيسبب الاستياء, وبهذا تكون هذه العوامل خطية ومتماثلة على شكل خط مستقيم¹.

نستنتج أن هناك عدة عوامل تؤثر على رضا المستفيد وهذه العوامل إما أن تكون الأساسية أي عدم الرضا حول الخدمات المقدمة, أو عوامل مثيرة تجلب المستفيد, أو الأداء والمتمثلة في الخدمات التي يقدمها الموظف للمستفيد.

المطلب الرابع: أسباب قيام المكتبات بقياس رضا المستفيد وعلاقته بالولاء

1. أسباب قيام المكتبات بقياس رضا المستفيد

هناك أسباب عديدة وراء الإهتمام بقياس ولاء المستفيدين نذكر منها:

- لتحقيق مستوى أفضل من الرضا لدى المستفيدين
- لزيادة التواصل مع المستفيدين لمعرفة شكاوى المستفيدين والعمل على حلها أو علاجها في أقرب وقت ممكن.

¹ زيد فوزي أيوب الشيخ: " دور الابتكار في تحقيق رضا المستفيد بالتطبيق في مستشفى آزادي_ اربيل", ع. 119, مج. 37, جامعة الموصل, 2018.

- لتطوير أداء مقدمي الخدمة.
 - قياس مستوى الخدمات التي تقدمها المكتبة وذلك بهدف تحسينها وتطويرها.¹
- من خلال ماسبق يتبين أن قياس رضا المستفيد أهمية بالغة في تحسين الخدمات وتطويرها.
2. **علاقة الرضا بالولاء:** يعد الولاء أحد الأهداف الأساسية التي يسعى إرضاء المستفيد إلى تحقيقها، فالولاء يتولد عن درجة عالية من الرضا أو بالأحرى يمكن القول أن الولاء هو درجة متقدمة من الرضا نظريا يفترض أن العلاقة بين الولاء والرضا خطية، ودرجة الولاء تزيد بزيادة درجة الرضا، لكن واقعا هذه العلاقة تكون أكثر تعقيدا وغموضا.²

¹ عبد الناصر محمد سيد أحمد, مرجع سابق, ص 147.

¹ خلوط زهوة: التسويق الابتكاري وأثره على بناء ولاء الزبائن دراسة حالة "مؤسسة اتصالات الجزائر" مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, تخصص تسويق, جامعة أحمد بوقرة بومرداس, 2013_2014, ص. 85. "بتصرف".

المبحث الثالث: ولاء المستفيد من خدمات المكتبة الجامعية

في هذا المبحث سوف نتطرق إلى تعريف ولاء المستفيد

المطلب الأول: تعريف ولاء المستفيد

للؤلاء تعريفات عديدة بينها الباحثين وعلماء الإدارة وعلى الرغم من اختلاف تلك التعريفات من حيث الصياغة اللغوية إلا أننا من خلال البحث في مجمل تلك التعاريف وجدنا أنها تتفق جميعاً من حيث المضمون.

تعريف الولاء لغة: الولي في اللغة هو القرب، ويأتي بمعنى الحب والنصرة في الولاء¹

والؤلاء كلمة ذات قيمة عالية، ومعنى سام ونبيل فهو الانتماء (evotion)، والانتساب (Affiliation)، عندما نقول بأن للأبناء ولاءً لآبائهم فإن ذلك يعني انتماءهم وانتسابهم وإخلاصهم لهم، والؤلاء بهذا المعنى ينطوي على الالتزام (Commitment) و

الانسجام (Cohesiveness) والجذب (Enticement) تجاه الغير²

تعريف الولاء اصطلاحاً: هناك مجموعة من التعريفات التي تشير إلى ولاء المستفيد وهي كالآتي:

يعرف: بأنه "مشاعر الفرد وأحاسيسه الإيجابية بالحببة والنصرة تجاه موضوع معين³

وكذلك يعرف على أنه: عبارة عن أحساس وشعور بالانتماء والمسؤولية والحببة ينمو داخل الفرد نحو شيء له أهمية بالنسبة له، ويصبح بذلك مسؤولاً عنه ومتعلقاً به ومتلاحماً معه".

ويرى مدحت محمد أبو النصر "أن الولاء هو "خاصية سائدة للسلوك الإنساني تجاه شيء يهم الإنسان"⁴.

يتضح من خلال ما سبق أن الولاء هو عبارة عن الإندفاع والتردد إتجاه شيء يهمه أو له مصلحة إتجاهه

¹ أبو عاصم البركاني المصري: الولاء والبراء في الاسلام سؤال وجواب، ط.1، دار الدعوة للنشر، 2012م، ص. 4.

² عبادو حديجة: "الؤلاء التنظيمي لدى أساتذة الجامعات"، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، ع. 18. ورقة _ غرداية _ الوادي _ بسكرة، مارس 2015.

³ سميح محمد الكراسنة وآخرون: الانتماء والؤلاء الوطني في الكتاب والسنة النبوية، المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية، مج.06، ع.02، الأردن، ديسمبر 2010.

⁴ فايزة رويم: "واقع الولاء التنظيمي في المؤسسات المهنية". دراسة ميدانية بمدينة ورقلة. دراسات نفسية وتربوية"، مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية، ع. 5 ديسمبر 2010. جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

تعريف ولاء المستفيد:

عرفه كوتلر: على أنه "مقياس المستفيد ورغبته في مشاركة تبادلية بأنشطة المكتبة".
وعرفه بالماتي إيتال: بأنه "نية المستفيد في أداء السلوكيات التي تشير إلى دوافع الحفاظ على العلاقات والتواصل مع المكتبة".

وهناك من عرفه على أنه "نية المستفيد في البقاء مع المكتبة مستقبلاً".

نستنتج من خلال ما سبق أن ولاء المستفيد هو ذلك الشخص الذي تظهر عليه جميع التصرفات الإيجابية نحو المكتبة ومصادر معلوماتها.

وعرفه آخرون على أنه: الشعور الإيجابي لدى المستفيد عن المكتبة والإطمئنان لخدماتها.¹

ويعرف أيضا : على أنه أكثر المصطلحات شيوعاً الذي يعبر عن قوة العلاقة بين المكتبات الجامعية والمستفيد، وأقصى درجة في سلم العلاقة التي يمكن للمستفيد أن يبلغها مع المكتبة والأكثر مصداقية بعدما تبين الرضا كمؤشر على السلوك.²

يعرف أيضا: أنه اقتران فعال بين المستفيد والمكتبة بحيث يبدي المستفيدون الموالون للمكتبة رغبتهم في الاستفادة من المكتبة بشكل كبير.³

ولاء المستفيد : هو الركن الأساسي لنجاح أي مكتبة، إذ أنه المفتاح الأساسي لنجاحها و التي تركز للحصول على المستفيد ومن ثم الاحتفاظ بيه وأغلب المكتبات تحاول تعظيم الولاء لدى المستفيدين باستخدام أساليب متنوعة و إيجاد نوع من المشاركة بين المكتبة والمستفيد.⁴

¹ أحمد عبد العباس الموسوي، أبعاد التسويق بالعلاقات العامة وتأثيره في تحقيق ولاء الزبون _دراسة استطلاعية تحليلية للآراء عينة من موظفي وزبائن المصاريف الأهلية العراقية، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة كربلاء وهي جزء من متطلبات نيل درجة ماجستير علوم في إدارة الأعمال، تحت إشراف الأستاذ فؤاد حمودي العطار، جامعة كربلاء جمهورية العراق، 1434هـ/ 2013م، ص 47_48. "بتصرف".

² باني فتحي ، محمودي أحمد: "المسؤولية الاجتماعية كخيار استراتيجي لتعزيز ولاء العميل" -تجربة البنك العربي- مجلة الحوكمة، المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة، مج 02. ع 02. جامعة تيسمسيلت _ 2020. بتصرف.

³ عبد المحسن بن عبد الله بن علي الغامدي: القيادة التحويلة وعلاقتها بمستويات الولاء التنظيمي لدى الضباط الميدانيين بقيادة حرس الحدود بمنطقة مكة المكرمة، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الإدارية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1432هـ/ 2011م، ص. 35.

⁴ يوسف حجيم سلطان الطائي: هاشم فوزي دباس العبادي: إدارة علاقات الزبون ، ط.1، دار النشر الوراق ، عمان 2009، ص. 251. "بتصرف".

بذلك يمكن القول بأن جميع التعريفات السابقة لولاء المستفيد تدور حول محور أساسي وهو التزام المستفيد على الاستفادة من خدمة المكتبة دون غيرها بالرغم من وجود البديل المنافس مثل المكتبات الإلكترونية، المواقع، ولذلك يرى الباحث أنه يمكن استنتاج تعريف لولاء المستفيد مما سبق على أنه "عبارة عن ارتباط مادي ومعنوي بين المستفيد، والمكتبة، تتمثل في استمرار المستفيد على الاستفادة من خدماتها حتى مع وجود البديل، وذلك بسبب مجموعة دوافع عاطفية وذهنية في نفس المستفيد.¹

المطلب الثاني: أنواع المستفيد حسب درجة الولاء وآليات خدمات الاتصال في تحقيق ولاء المستفيد

1. أنواع المستفيد حسب درجة الولاء

يمكن تحديد أربعة أنواع من المستفيدين حسب درجة ولائهم، وفيما يلي شرح موجز لهذه الأشكال: **الولاء العالي:** يمثل حالة من الارتباط القوي بين المكتبة والمستفيد الذي يمتلك اتجاهات قوية نحوها يترجمها من خلال تكرار عملية الخدمة، هذا النوع من الولاء هو المرغوب فيه والذي تسعى إليه المكتبات.

الولاء الكامن: في هذه الحالة يكون لدى المستفيد اتجاهات مرتفعة لكنه لا يقوم بتكرار الخدمة، ربما لعدم توفر مصادر المعلومات أو كون الخدمة لا تشكل حاجة أساسية بالنسبة للمستفيد، فهو الحالة الناجمة عن الرغبة بالشيء دون أن تقترن هذه الرغبة بالتوجه الدائم للمكتبة.

ولاء الكسل: يكون لدى المستفيد ميل قليل اتجاه المكتبة لكنه مع ذلك يقوم بالتردد، قد يكون السبب في ذلك قلة البدائل المتاحة أمامه التي ما أن تتوفر حتى يغير المستفيد سلوكه.

عدم الولاء: هنا لا يميل المستفيد إلى خدمة أو المكتبة نتيجة لذلك لا يقدم على طلب الاستفادة² نستنتج من خلال ما سبق أن لولاء المستفيد من المكتبة درجات فهناك ولاء عالي، ولاء كامن، ولاء الكسل أي عدم الرغبة لتوجه للمكتبة، وهناك درجة أخرى وهي انعدام التام للولاء.

³ أيوب. محمود محمد: "أثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون"، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي شركة ايرث لينك¹ لخدمات الانترنت في محافظة اربيل، المجلة العربية للنشر العلمي، ع. 18، اقليم كردستان. جامعة زاخو. كاية إدارة الأعمال.

العراق، 2 نيسان 2020. ص 80. "بتصرف"

¹ خلوط زهوة: مرجع سابق، ص. 55. ص. 56. بتصرف.

² نفسه، ص. 56. "بتصرف"

2. أليات خدمات الاتصال في تحقيق ولاء المستفيد

1. اظهار المواقف الايجابية تجاه الآخرين: يعد جذب انتباه المستفيدين واثارة اهتمامهم من خلال

المواقف الإيجابية التي يظهرها مقدم خدمات المكتبة، أساسا هاما لنجاح المكتبة في تحقيق رضا وولاء المستفيد، وتمثل أهم هذه المواقف في ما يلي:

-اهتمام الموظف بمظهره أثناء تقديم الخدمة.

-الاهتمام بلغة الجسد (الرسائل الغير لفظية).

-الاصغاء والتركيز لمعرفة حاجات المستفيدين، مع تجنب المقاطعة والتلخيص في النهاية للتأكد من فهم احتياجاتهم.

-الاهتمام بصدى الصوت، أي الكيفية التي يقال بها الشيء، وهذا بالابتعاد عن الصوت العالي في حالة الغضب من أجل ايصال خدمة مقبولة للمستفيد.

2- تحديد حاجات المستفيد والعمل على توفيرها

أ- تحديد حاجات المستفيد

-الحاجة للفهم، إذ يجب أن تفسر الرسائل التي يبعث بها المستفيدين بصورة صحيحة.

-الحاجة للشعور بالارتياح، فلا بد أن يشعر المستفيد أن طلبه مهم بالنسبة للموظف.

-الحاجة لتلقي المساعدة والنصح وشرح إجراءات المكتبات الجامعية بعناية وهدوء.¹

-الحاجة للراحة، إذ يحتاج المستفيدين إلى الشعور بالارتياح والتخفيف عن قلقهم.

ب- العمل على توفير حاجات المستفيد

يتم تحقيق هذه الخطوة من خلال ما يلي:

-يجب أن تقدم الخدمات خلال فترة زمنية مناسبة وفي الوقت المناسب.

-يجب أن يحصل مقدم الخدمات المكتبية على التدريس والمعرفة والمهارات المناسبة.

-الوفاء بالحاجات الأساسية للمستفيد كالترحيب بالمستفيد بصورة ودية وجعله يشعر بالارتياح.

¹ ميساء بوزكري: تأثير خدمات الاتصال على ولاء الزبون - دراسة حالة مؤسسة موبيليس ولاية جيجل . كلية العلوم

الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية . تخصص تسويق

خدمات، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2020/2019، ص 68 / 69 . " بتصرف "

ج- التأكد من ولاء المستفيد لخدمات ولاء المكتبة.

يأتي التأكد من استمرارية المستفيدين وولائهم بالتعامل مع المكتبة عن طريق

- الاهتمام بشكاوي المستفيدين وذلك بالإصغاء إلى شكاويهم وشرح الإجراءات التي سيتم اتخاذها لمعالجة هذه الشكاوى، وفي الأخير تقسيم الشكر إلى المستفيد نتيجة قيامه بعرض الشكاوى.
محاولة مقدمي الخدمات كسب المستفيدين ذوي الطبع الصعب من خلال المحافظة على هدوئهم والإصغاء إليهم.

- إجراء استطلاعات متميزة لآراء المستفيدين حول الخدمة المقدمة لهم وتقييمهم لها، فنتائج الاستطلاع والتقييم تعد معيارا للكلام على مدى نجاح المكتبة في تلبية متطلبات المستفيدين وكسب وولائهم.¹

من خلال ما سبق يمكننا القول أن هناك مجموعة من الخدمات يجب على أخصائي المكتبة أن يتحلى بيها والمتمثلة في تحديد حاجات المستفيد، العمل على توفير حاجات المستفيد، التأكد من ولاء المستفيد لخدمات المكتبة كل هذه العوامل مؤشر إيجابي في كسب ولاء المستفيد.

المطلب الثالث: خصائص و أهمية ولاء المستفيد

1. خصائص ولاء المستفيد:

- أنه حالة غير ملموسة يستدل عليها من ظواهر البحث تتابع من خلال سلوك المستفيدين من المكتبات الجامعية والتي تجسد مدى وولائهم
- أنه حصيلة تفاعل العديد من العوامل الإنسانية وظواهر إدارية داخل المكتبة
- أنه يفتقد خاصية الثبات، بمعنى أن مستوى ولاء المستفيد قابل للتغيير حسب درجة تأثير العوامل الأخرى فيه.
- أنه متعدد الأبعاد ، ورغم اتفاق غالبية الباحثين في هذا المجال على تعدد أبعاد الولاء، إلا أنهم يختلفون في تحديد هذه الأبعاد، ولكن هذه الأبعاد تؤثر في بعضها الآخر.
- أن الولاء التنظيمي حالة نفسية تصف العلاقة بين المستفيد و المكتبة.
- يؤثر ولاء المستفيد على قرار الباحث فيما يتعلق ببقائه أو تركه للمكتبة

¹ ميساء بوزكري: نفس المرجع السابق، ص. 70. " بتصرف "

- يتصف المستفيدين الذين لديهم ولاء بالصفات التالية : قبول أهداف وقيم المكتبة الأساسية والإيمان بها، وبذل المزيد من الجهد لتحقيق أهداف المكتبة، ووجود مستوى عال من الانخراط في المكتبة لفترة طويلة، ووجود الميل لتقويم المكتبة التقويم الإيجابي.
- يستغرق ولاء المستفيد في تحقيقه وقتاً طويلاً، لأنه يجسد حالة قناعة تامة للباحث، كما أن التخلي عنه لا يكون نتيجة لتأثير عوامل سطحية طارئة، بل يكون نتيجة لتأثيرات إستراتيجية ضاغطة¹.
- يأخذ ولاء المستفيد عدة أشكال وصور من أهمها الولاء كوسيلة لتحقيق هدف معين، والولاء كقيمة في حد ذاته ، والولاء كإمتثال لما يتوقعه الآخرون.
- يتأثر ولاء المستفيد بمجموعة من الصفات الشخصية ، والعوامل والظروف الخارجية المحيطة.
- ولاء المستفيد لا يفرض فرضاً على الباحثين ، بل هو استغراق للذات في الأهداف الموحدة للمجموعة أو المكتبة².
- من خلال ما سبق يتضح أن خصائص ولاء المستفيد لها دور بارز في تحقيق الولاء وتقدم دور كبير للموظفين لتنبأ بإتجاهات المستفيدين والتطلع على آرائهم وتفكيرهم.

2. أهمية ولاء المستفيد

- إن كسب ولاء المستفيد واستمرار علاقتهم التفاعلية مع المكتبة لأقصى فترة ممكنة، يؤثر بشكل إيجابي على خدمات المكتبة وقيمتها المضافة، كما يسمح لها باقتناص العديد من الفرص التي توصلها إلى التميز والريادة ومن بين أهمية ولاء المستفيد نذكر ما يلي:
- المستفيدين الأوفياء هم أكثر تردد للمكتبة من المستفيدين غير الأوفياء، لأنهم يميلون إلى زيادة مصادر المعلومات من المكتبة كلما زادت فترة تعاملهم معها وزادت معرفتهم لها وتقديرهم لها.
 - المستفيد الوفي يقوم بنقل انطباعاته الإيجابية عن المكتبة إلى الأشخاص من حوله، فهو يقوم يعتبر قناة اتصال مجانية للمكتبة.

¹ عبد المحسن بن عبد الله بن علي الغامدي: مرجع سابق، ص 44.

² نفسه، ص.44.

- الولاء يسمح بجذب مستفيدين جدد: إذا كان لدى المكتبة قاعدة جيدة من المستفيدين الأوفياء، فمن السهل جدا جذب زبائن جدد.¹

فالولاء ينشأ من كلا الطرفين المستفيد والمكتبات، ففي جانب المكتبات يتمثل في قدرتها على فهم حاجات ورغبات المستفيد، وما يدور في أذهانهم من توقعات وتطلعات عن المكتبة وهذا من شأنه أن يضيف تعزيزا للعلاقة ما بين المكتبة ومستفيديها. أما من جانب المستفيد فإنه يتمثل في قدرتهم على الإدراك والتمييز بين ما تقدمه لهم هذه المكتبات من مصادر معلومات.²

ومن خلال ما سبق يتضح لنا للولاء أهمية بازره من خلال العلاقة التي تتشكل بين المستفيد والمكتبة ويكمن ذلك من خلال الخدمات المقدمة ومصادر المعلومات المتاحة.

المطلب الرابع: طرق قياس ولاء المستفيد مراحل تنمية ولاء المستفيد:

1. طرق قياس ولاء المستفيد

توجد ثلاث طرق لقياس الولاء: سلوكية، مواقفية، وتركيبية

أ- الطريقة الأولى: تهتم بالمقاييس السلوكية فسلوك التردد على المكتبة هو دليل على الولاء، ومن المشكلات في النهج السلوكي أن تلك التردد ليس دائماً نتيجة للالتزام النفسي نحو مصادر المعلومات الموجودة في المكتبة.

ب- الطريقة الثانية: تستخدم مقاييس المواقف واتجاهات وتصورات المستفيد لتعكس الارتباط العاطفي والنفسي المتأصل في الولاء. وعلى سبيل المثال عندما يتمسك المستفيد بموقف ايجابي للمكتبة ولكنه لا يستخدم مصادر المعلومات ، فقد يقدر المستفيد تقديراً عالياً وينصح الآخرين بها.

ج- الطريقة الثالثة: تعبر عن مقاييس ولاء مركبة بالجمع بين الطريقتين الأولىتين سلوك المستفيد ومواقفه واتجاهاته، وعن طريق ميله للحصول على مصادر المعلومات والتردد على المكتبة.³

¹ خلوط زهوة: مرجع سابق، ص.56. ص.57. ص.58 "بتصرف"

² أحمد عبد العباس الموسوي، مرجع سابق، ص. 49 "بتصرف"

³ نفسه، ص.53. ص.54.

2. مراحل تنمية ولاء المستفيد:

قسم الولاء إلى أربع مراحل أساسية للوصول في النهاية لولاء حقيقي، و فيما يلي وصف

لمراحل الولاء:

1-الولاء المعرفي: هذا النوع نتيجة لما يتوفر عليه المستفيد من معلومات حول المكتبة و الخدمات أو العلامات المتوفرة، فيبني تقييمه بطريقة عقلانية، و يختار مصادر المعلومات بعينها دون الأخرى، فالمعلومات التي تتوفر لدى المستفيد عن مستوى أداء الخدمة ما رجحت عن باقي المعلومات.

2-الولاء الشعوري: بعد تحقيق المستوى الأول أي حيازة المستفيد لمعلومات كافية عن المكتبة، ينتقل إلى المستوى الثاني و هو إعجابه بالخدمة المقدمة، خاصة بعد تجربته و تلبيته لرغباته و هو ما يولد شعور بالالتزام العاطفي اتجاه هذا المكتبة، كما يمكن أن تكون النتائج عكسية إذا كان هناك تناقض بين المعلومات التي توفرت للمستفيد عن المكتبة و المستوى الحقيقي للمنفعة التي يحققها، مما يؤدي إلى بروز اتجاه سلبي.

3-الولاء النزوعي: يعبر عن وجود إرادة عميقة لتكرار التردد عن المكتبة ، وهو نتيجة عن تراكم الشعور الإيجابي اتجاه المكتبة وهي مرحلة يصل فيها المستفيد إلى أعلى درجات التحفيز.

4-الولاء السلوكي: هو آخر مستوى من الولاء، يترجم فيه المستفيد ولاءه النزوعي إلى تصرف، و يصبح له استعداد لمقاومة المعوقات التي تحول دون التصرف، لأن المستفيد في هذه المرحلة وصل إلى درجة كبيرة من الاقتناع بالمكتبة ومصادر المعلومات.¹

يتضح أن الولاء يتميز بمجموعة من المراحل أولها الولاء المعرفي أي لما يتوفر للمستفيد من معلومات حول المكتبة ثم يليه الولاء الشعوري أي الرضا والشعور والرغبة عن خدمات المكتبة ثم

¹ بوبال نجات: تأثير أفراد المؤسسة الصحية على ولاء الزبون "دراسة عينة من زبائن مصحة عادة بورقلة", **مذكرة**

مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي , تخصص تسويق خدمات, جامعة قاصدي مرباح, ورقلة-

الجزائر, 2018/2019, ص.19 " بتصرف"

بعدها ينتج الولاء النزوعي أي بمعنى الولاء المستفيد من خلال خدمات المكتبة وأخرى مرحلة من الولاء هي مواجهة المعوقات والإستعداد للمقاومة وفي هذه المرحلة يكون قد وصل إلى أعلى درجات من الولاء.

خلاصة الفصل:

تعتبر المكتبات الجامعية في وقتنا الراهن كنز بالنسبة للباحثين اللذين يسعون إلى تطوير أبحاثهم العلمية في شتى الميادين وعليه فالمكتبات الجامعية هي التي تضم أكبر عدد من مختلف المصادر والمراجع التي يسعى الباحث الوصول إليها, فهي تسعى جاهدة لتقديم أفضل الخدمات وأجودها بطريقة أو بأخرى مع توفير كافة الإمكانيات والتجهيزات اللازمة للمستفيد الذي يعتبر العنصر الأساسي وراءها, فهي تتيح له مختلف خدماتها باختلاف فئاته كل هذا من أجل رضاه وتعزيزه وكسب ولاءه.

الفصل الثالث: الدراسة الميدانية

الفصل الثالث



الدراسة الميدانية

تمهيد

المبحث الأول: التعريف بجامعة غرداية ومكتباتها

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن جامعة غرداية ومكتباتها

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية

المطلب الثالث: خدمات المكتبة المركزية ونظام التزويد

المطلب الرابع: برنامج الإعارة وتطور عدد عنوانين الكتب حسب

السنوات

المبحث الثاني: تحليل معطيات الدراسة الميدانية

المطلب الأول: تصميم وتنفيذ الدراسة

المطلب الثاني: اختبار ثبات الدراسة

المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

المبحث الثالث: التحقق من الفرضيات وعرض النتائج

المطلب الأول: إثبات أو نفي الفرضيات

المطلب الثاني: عرض النتائج

خلاصة الفصل

تمهيد:

بعد أن تطرقنا إلى الجانب النظري إلى أساسيات و مدخل مفاهيمي حول الإستراتيجية الإتصالية وولاء المستفيد, خصصنا فصل للجانب الميداني والذي يتمحور حول نبذة تاريخية عن جامعة غرداية ومكتباتها , المكتبة المركزية ,هيكلها, خدماتها, نظام التزويد وبرنامج الإعارة, تطور عدد عناوين الكتب حسب السنوات, وأيضا تفرغ البيانات الميدانية التي تساعد في تحليل البيانات واستخلاص أهم النتائج للتعرف على آراء طلبة مكتبات كليات جامعة غرداية حول الخدمات المقدمة من طرف مكتبات جامعة غرداية, لتحقق من فرضيات وإشكالية الدراسة قمنا بإعداد إستبيان إلكتروني للطلبة المسجلين في مكتبة كل كلية, حيث قسمنا الإستبيان إلى ثلاثة محاور, القسم الأول متعلق بالبيانات الشخصية, والمحور الثاني خاصة بالإستراتيجية الاتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية والمحور الثالث خاص بولاء المستفيد على مستوى المكتبات.

المبحث الأول: التعريف بجامعة غرداية ومكتباتها

المطلب الأول: نبذة تاريخية عن جامعة غرداية ومكتباتها

1. تعريف جامعة غرداية: افتتحت إبتداء من السنة الجامعية 2005/2004 بجامعة الجزائر, محقة

غرداية بموجب القرار المؤرخ في 20 سبتمبر 2004.

أنشئ المركز الجامعي بغرداية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 05_ 302 المؤرخ في 11 رجب عام 1426 الموافق لـ 16 أوت 2005 بمعهدين.

ثم حدث مرسوم تعديل لمرسوم إنشاء المركز بموجب المرسوم التنفيذي رقم 10_ 18 المؤرخ في 26 محرم 1431 الموافق لـ 2012/01/12 بإضافة معهدين, حيث أصبح المركز يتكون من أربعة معاهد.

ثم تمت ترقيته إلى جامعة غرداية بموجب مرسوم التنفيذي رقم 12_ 248 المؤرخ في 14 رجب عام 1433 الموافق لـ 4 جوان سنة 2012, يتضمن إنشاء جامعة غرداية وذلك بست كليات.

أ). التطورات الرئيسية للجامعة:

الجدول رقم (02) يوضح كليات جامعة غرداية وأقسامها.

تتكون حاليا جامعة غرداية من ست (06) كليات وعشرون (20) قسم وهي:

الكليات	الأقسام
العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	<ul style="list-style-type: none"> ● العلوم الإقتصادية ● العلوم التجارية ● علوم التسيير ● علوم مالية ومحاسبة
علوم الطبيعية والحياة وعلوم الأرض	<ul style="list-style-type: none"> ● البيولوجيا ● العلوم الفلاحية
العلوم والتكنولوجيا	<ul style="list-style-type: none"> ● هندسة الطرائق ● الآلية والكهروميكانيك ● الري والهندسة المدنية ● الرياضيات والإعلام الآلي

<ul style="list-style-type: none"> ● الحقوق ● العلوم السياسية 	<p>الحقوق والعلوم السياسية</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● التاريخ ● علوم الإعلام والاتصال ● علم الاجتماع والديموغرافيا ● علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا ● العلوم الإسلامية 	<p>العلوم الإجتماعية والإنسانية</p>
<ul style="list-style-type: none"> ● اللغة والأدب العربي ● اللغة الفرنسية ● اللغة الانجليزية 	<p>الأدب واللغات</p>

المصدر: وثيقة داخلية من مديرية جامعة غرداية.

يوضح الجدول أعلاه كليات جامعة غرداية وتخصصاتها وأقسام كل كلية.

نبذة عن المكتبة المركزية بجامعة غرداية: أنشأت المكتبة المركزية بجامعة غرداية في الموسم الجامعي 2004/2005, إستفادت من رصيد معتبر على سبيل الإهداء من مكتبة جامعة الجزائر, وكذا عن طريق الاقتناء السنوي من مختلف دور النشر, الوطنية منها والدولية, واستمرت في التطور مع مرور السنوات الجامعية إلى يومنا هذا, حيث بلغ الرصيد الثقافي للمكتبة 23276 عنوانا بالنسبة للكتب, و2972 عنوانا بالنسبة لمذكرات التخرج (ليسانس, ماستر, ماجستير, ودكتوراه), و 1929 عنوانا بالنسبة للمجلات والدوريات, و 188 عنوانا بالنسبة للقواميس والموسوعات.

يتوزع الرصيد الوثائقي الخاص بالكتب على مكاتب الكليات الست بالإضافة الى المكتبة المركزية أين يتواجد بها نسخة من كل عنوان, اذ تنقسم المكتبة الجامعية الى مكتبة مركزية وستة مكاتب كليات وهي:

- 1.مكتبة كلية العلوم الاقتصادية, التجارية وعلوم التسيير.
- 2.مكتبة كلية الآداب واللغات.
- 3.مكتبة كلية العلوم الاجتماعية والانسانية.
- 4.مكتبة كلية الحقوق والعلوم السياسية.

5. مكتبة كلية العلوم الطبيعية والحياة وعلوم الأرض ومكتبة كلية العلوم والتكنولوجيا.¹

2. تعريف مكتبات كليات جامعة غرداية:

تشكل جامعة غرداية في الشق البيداغوجي من ستة كليات وتحتوي كل واحد من هذه الكليات على مكتبة بحيث تقوم هذه المكتبات بتقديم خدماتها من مصادر المعلومات بمختلف أنواعها ويؤطر هذه المكتبات طاقم عمالي أخصائيون في المكتبات متحصلين على شهادات في علم المكتبات والتوثيق والأرشيف مختلف بحيث تقدم هذه المكتبات خدماتها للمستفيدين من طلبة وأساتذة وباحثين وموظفي الجامعة طيلة أيام الأسبوع ماعدا الجمعة والسبت تنقسم على فترة صباحية من الساعة 08:30 إلى 12:30 والفترة المسائية من الساعة: 14:00 إلى 16:00 حيث تنتهج جميع الكليات نفس البرنامج في الاعارة بتطور في رصيد الكتب بنسبة معتبرة لكل سنة باستقلالية في 2016 فعليا وعمليا وتمثل هذه المكتبات في²:

1- مكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير: هي مكتبة علمية متخصصة تقدمها خدماتها إلى مختلف الأقسام الموجودة في الكلية والمتمثلة في العلوم الإقتصادية، العلوم التجارية، وعلوم التسيير علوم مالية ومحاسبة بالإضافة إلى الباحثين الخارجيين يؤطرها 04 مكتبين: مسؤول مكتبة برتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى 1 و 03 مكتبين برتبة مساعدين بالمكتبات الجامعية. تحتوي على 18 الف نسخة بدون مذكرات تحتوي على 564 طالب مسجلين بالمكتبة لسنة 2022.³

2- مكتبة كلية علوم الطبيعة والحياة وعلوم الأرض و مكتبة كلية العلوم والتكنولوجيا: هي مكتبة علمية تقدم خدماتها إلى مختلف التخصصات التي تضمها الكلية وهي البيولوجيا والعلوم الفلاحية هندسة الطرائق، الآلية والكهروميكانيك، الري والهندسة المدنية، الرياضيات والإعلام الآلي، بالإضافة إلى الباحثين الخارجيين يؤطرها 03 مكتبين: مسؤول مكتبة برتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى 1 و 02 مكتبين برتبة مساعدين بالمكتبات الجامعية. تحتوي على

¹ رقابة أحمد: مدير المكتبة المركزية. جامعة غرداية . 29 مارس 2022. 11 صباحا

² المصدر: مقابلة: مع مسؤولي مكتبات كليات جامعة غرداية، كليات جامعة غرداية، المكان: مكتبات كليات جامعة، اليوم: 2022/04/25 الساعة من 9:00 إلى 11:30.

³ عيمنة مفيدة: مسؤول مكتبة، جامعة غرداية مكتبة كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير 2022/04/11, 10:30

170 طالب مسجل في المكتبة خلال سنة 2022 عدد النسخ التي في المكتبة تصل إلى حوالي 16 نسخة من الكتاب. المصدر¹

3- مكتبة كلية الحقوق والعلوم السياسية: هي مكتبة تقدم خدماتها إلى المستفيدين من قسم الحقوق والعلوم السياسية بالإضافة إلى الأساتذة والباحثين الخارجين يؤطرها 03 مكتبين: مسؤول مكتبة برتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى 1 و 01 مكتبي برتبة مساعدين بالمكتبات الجامعية و 01 مكتبي برتبة عون بالمكتبات الجامعية. عدد المسجلين بالمكتبة لسنة 2022 هو 440 طالب منهم 06 دكتوراه, تحتوي على 4353 عنوان و 19026 نسخة, عدد كتب قسم الحقوق 3590 عنوان, علوم سياسية 763 عنوان, مذكرات الماستر 1023 وأطروحات الدكتوراه 38.²

5- مكتبة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية: هي مكتبة علمية متخصصة في العلوم الإنسانية والاجتماعية تقدم خدماتها للدارسين والأساتذة والموظفين والعاملين بيها في الكلية, كما تشرف على مكتبات الأقسام (التاريخ, علوم الإعلام والاتصال, علم الاجتماع والديموغرافيا علم النفس وعلوم التربية والأرطفونيا, العلوم الإسلامية) تسعى لتعزيز التطلعات الأكاديمية والبحثية كما تفتح أبوابها لكل الباحثين من خارجها وتتطلع جاهدة لتلبية الإحتياجات الوثائقية للمستفيدين. يؤطرها 05 مكتبين: مسؤول مكتبة برتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى 2 و 01 مكتبية رئيسة مصلحة برتبة وثائقي أمين محفوظات و 02 مكتبين برتبة مساعدين بالمكتبات الجامعية و 01 مكتبية برتبة مساعد وثائقي أمين محفوظات عدد الطلبة المسجلين لسنة 2022 حوالي 291 طالب عدد النسخ حوالي 35864 عدد العنواين حوالي 10264.³

6- مكتبة كلية الآداب واللغات: هي مكتبة علمية تقدم خدماتها إلى كافة الأقسام التي تضمها اللغة والآداب العربي, اللغة الفرنسية, اللغة الإنجليزية بالإضافة إلى كل الباحثين من خارجها فهي تسعى جاهدة لتلبية كافة متطلباتهم وإحتياجاتهم لكسب رضائهم وتعزيز ولائهم يؤطرها 03 مكتبين: مسؤول مكتبة برتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى 1 و 02 مكتبين برتبة ملحق

¹ باموس صالح: مساعد بالمكتبة, جامعة غرداية كلية العلوم التكنولوجيا, 2022/04/14, 10:24

² مساعدة بالمكتبة الجامعية: جامعة غرداية كلية الحقوق والعلوم السياسية, 2022/04/14, 11:00

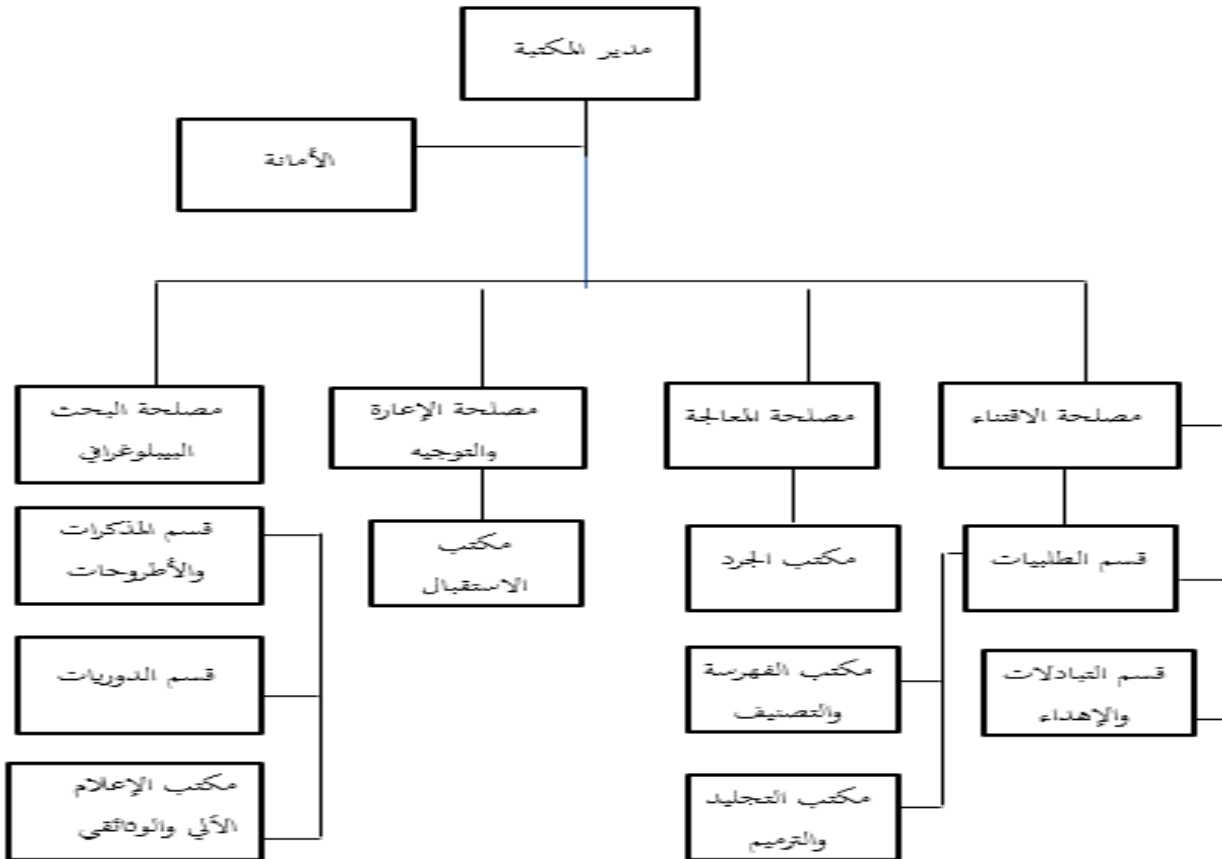
³ رئيسة مصلحة البحث الجيوجغرافي, : جامعة غرداية كلية العلوم الاجتماعية والانسانية, 2022/04/25, 11:00

بالمكتبات الجامعية مستوى مستوى 1 و 02 مكتبيين برتبة ملحق بالمكتبات الجامعية مستوى تضم 273 طالب مسجل لسنة 2022 تحتوي على 4412 عنوان منها 22060 نسخة, 1800 عنوان فرنسية و 1000 نسخة, الإنجليزية 374 عنوان منها 2000 نسخة¹.

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية

الشكل رقم (02) يوضح الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية

يمثل الشكل أعلاه الهيكل التنظيمي للمكتبة المركزية يتكون من هرم المكتبة وهو المدير ثم نائب المدير ومصالحها المختلفة يتميز بمختلف أنواع الإتصال الصاعد والنازل والأفقي بين مصالح المكتبة المركزية.



المصدر: رقابة أحمد: مدير المكتبة المركزية. جامعة غرداية . 29 مارس 2022. 11 صباحا

المطلب الثالث: خدمات المكتبة المركزية ونظام التزويد

¹العربي طوالب: مساعد مرتبة 1 بالمكتبة: جامعة غرداية كلية الآداب واللغات, 25/04/2022, 11:30

أ). خدمات المكتبة المركزية: تقدم المكتبة خدماتها للأساتذة والطلبة المسجلين لصفة منتظمة في المكتبة وكذا الأشخاص المرخص لهم من طرف (أساتذة جامعيين, باحثين, موظفين) كما أنها تسهر على:

— إعداد برامج تعريفية لطلبة والطالبات وأعضاء هيئة التدريس للإطلاع على الخدمات التي تقدمها المكتبة وكيفية إستخدام مصادر المعلومات المتوفرة بها.

— تقديم الخدمات الإرشادية للقراء على تسهيل حصولها على المواد التي يحتاجون إليها في أبحاثهم.

— الرد على الإستفسارات وإتاحة الأوعية المطلوبة في أسرع وقت ممكن.

— تهيئة المناخ المناسب داخل المكتبة للبحث.

— الولوج إلى البوابة الوطنية للإشعار عن الأطروحات (pnst).

— إتاحة التسجيل في النظام الوطني في للتوثيق الإلكتروني (sndl) للأساتذة والأساتذة الباحثين وكذا طلبة الدكتوراه, الماجستير والسنة الثانية ماستر, بالتقرب إلى مدير المكتبة المركزية أو مدير مخبر البحث اللذين ينتمون إليه.¹

ب). نظام التزويد: يتم تزويد المكتبة بالرصيد الوثائقي عن طريق:

1. الشراء مختلف دور النشر المحلية, الوطنية والعالمية

2. الإهداء الأساتذة, الطلبة, المراكز الأكاديمية, الوزارات والسفارات.

3. الإيداع يتعلق بمذكرات التخرج والأطروحات.

تتم عملية تنظيم الرصيد الوثائقي المتواجد بالمكتبة ومعالجته (جرد, فهرسة, تصنيف وترتيب على

الرفوف) باستعمال النظام المقنن لتسيير المكتبات (SYNGEB.)

(Système Normalisé de Gestion Bibliothèque), إذ يضمن النظام التسيير الآلي للوثائق

المطبوعة بكل أنواعها (كتب, مجلات, دوريات, مذكرات, أطروحات...) وكذلك الوسائط

الإلكترونية (DVD-CD-Rom) باتباع مراحل السلسلة الوثائقية, كما تطبق المكتبة التقنين العلمية

ومعايير المكتبات الجامعية في معالجة الرصيد من حيث:

1. (DEWEY). تشفير الكتب بتصنيف ديوي العشري

2. التقنين الدولي للوصف الببليوغرافي للبطاقات الفهرسية.

¹ رقابة أحمد: مدير المكتبة المركزية. جامعة غرداية. 29 مارس 2022. 11 صباحا

3. البحث عن المعلومات بواسطة برنامج آلي.¹

المطلب الرابع: برنامج الإعارة وتطور عدد عنوانين الكتب حسب السنوات

أ). برنامج الإعارة: تفتح المكتبة أبوابها من يوم الأحد إلى غاية يوم الخميس من كل أسبوع، عدا

يومي الجمعة والسبت وأيام العطل الرسمية:

2. الفترة الصباحية: من 8:30 إلى 12:00.

3. الفترة المسائية: من 13:30 إلى 16:00

4. حيث تتم الإعارة وفق برنامج أسبوعي معلن عنه في النظام الداخلي للمكتبة، كما هو موضح في

الجدول الآتي:

الجدول رقم (02): يوضح برنامج الإعارة للمكتبة

الفترة	عدد الوثائق		مدة الإعارة	تجديد الإعارة
	الإعارة الداخلية	الإعارة الخارجية		
طلبة السنة الأولى والتدرج الثانية	2	02	07 أيام	مرة واحدة
السنة الثالثة	2	03	07 أيام	مرة واحدة
طلبة ما بعد التدرج	2	03	10 أيام	مرة واحدة
الأساتذة	2	03	10 أيام	مرة واحدة
خارج الجامعة (باحثين)	02	/	/	/

المصدر: رقابة أحمد: مدير المكتبة المركزية. جامعة غرداية . 29 مارس 2022. 11 صباحا

يوضح الجدول أعلاه برنامج للأعارة للمستفيدين الطلبة والأساتذة والباحثين من خارج الجامعة

حيث تتمثل عدد كتب الإعارة لسنة الأولى والثانية والثالثة ليسانس كتابين للإعارة الداخلية والخارجية

لمدة 7 أيام وتجديد الإعارة مرة واحدة، فحين طلبة ما بعد التدرج الإعارة الداخلية.

الجدول (03) يوضح أوقات الإعارة

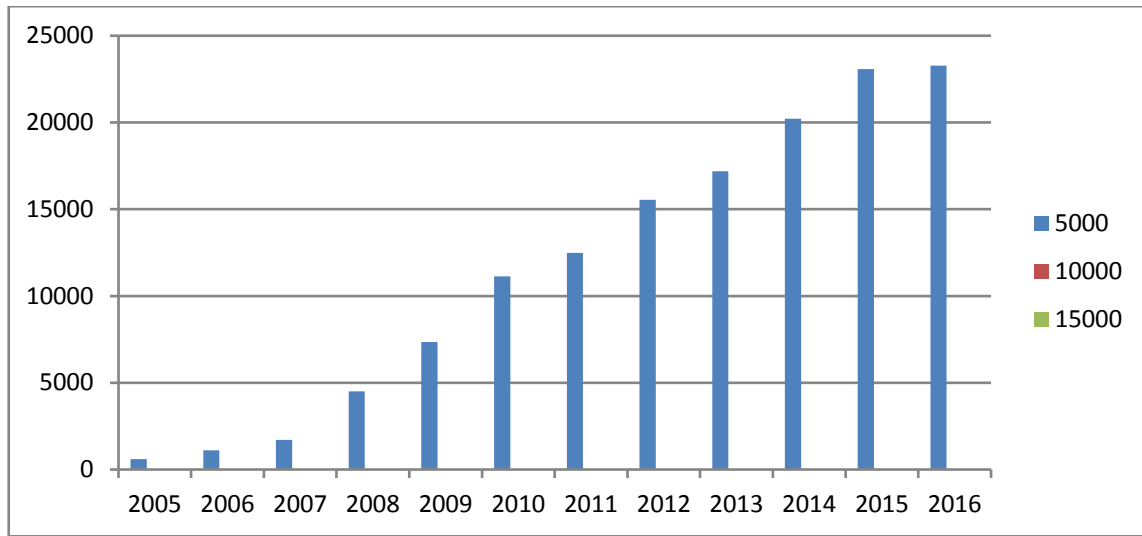
¹ رقابة أحمد: مدير المكتبة المركزية. جامعة غرداية . 29 مارس 2022. 11 صباحا

من يوم الأحد إلى غاية يوم الخميس من كل أسبوع	
الفترة الصباحية	الفترة المسائية
من 08:30 إلى 12:00	من 13:30 إلى 16:00

المصدر: مدير المكتبة المركزية

يوضح الجدول أعلاه أوقات الإعارة بحيث تتم الإعارة من الأحد إلى الخميس من 8:30 إلى 12:00 صباحا ومن 13:30 إلى 16:00 مساءً
 ب). تطور عدد عناوين الكتب حسب السنوات:

الشكل (03) : منخطط يوضح عدد تطور الكتب حسب السنوات



المصدر: مدير المكتبة المركزية

يبين الجدول أعلاه عدد تطور الكتب من 2005 كان عدد الكتب 600 كتاب إلى سنة 2016 وصل إلى 23276 كتاب حيث نلاحظ أن المكتبة المركزية في تطور كبير في زيادة عدد الكتب والمراجع.

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول: تصميم وتنفيذ الدراسة:

1. عينة ومجتمع الدراسة: عينة الدراسة طلبة جامعة غرداية المسجلين في مكتبات الكلية .
2. أسلوب جمع البيانات: قمنا في هذه الدراسة بالإعتماد على ثلاث أدوات لجمع البيانات, حيث تم الإعتماد على الإستبيان كأداة أساسية وتدعيمه بالمقابلة والملاحظة كأداة مكملة لجمع البيانات. وقد تم تصميم إستبيان وتقسيمه إلى قسمين:

القسم الأول: البيانات الشخصية وتمثل في الجنس, العمر, المستوى الدراسي, عدد زيارتك للمكتبة أي كلية تدرس.

القسم الثاني: يحتوي على محورين:

المحور الأول: واقع الإستراتيجية الإتصالية على مستوى مكاتب جامعة غرداية.

المحور الثاني: واقع ولاء المستفيد على مستوى مكاتب جامعة غرداية.

قمنا بتوزيع الإستبيان على مراحل بحيث تم وضع إستبيان أولي وعرضه على عدد من الأساتذة المحكمين (انظر الملحق 02), ثم تصحيح بعض الأخطاء للخروج بالإستبيان في شكله النهائي (انظر الملحق رقم 01), ولقد تم توزيعه على صفحات ومواقع ومجموعات جامعة غرداية. تم نشر الإستبيان الإلكتروني حوالي 15 يوم تلقينا 190 رد.

3. الأساليب المستخدمة في التحليل الإحصائي:

بما أن الغاية من جمع البيانات هو تحليلها وتفسيرها, فإن بعد جمعها نقوم بتحويلها وفقا للخطوات العلمية التالية:

- مراجعة الإستمارة بعد استرجاعها للتأكد من صحة بياناتها وصلاحيتها للتحليل الإحصائي.
- تفرغ المعلومات والبيانات وتحويلها من الصيغة النوعية إلى الكمية, وإدخالها في برنامج خاص في الإعلام الآلي (SPSS 19). المعتمد كثيرا في تفرغ البيانات ومعالجتها.
- تبويب البيانات وجدولتها في جداول بسيطة ومركبة.
- تحليل وتفسير البيانات الجدولة وربط العناصر المكونة لها بالإعتماد على تحليل محتوى البيانات وفق أسلوبين هما:

✓ **الأسلوب الكمي:** وهنا يتم استخدام عدد من المعطيات الرقمية (التكرار, النسب المئوية) وذلك لإحصاء الإجابات.

- اختبار ألفا كرومباخ لصدق ثبات فقرات الإستبيان.

✓ **الأسلوب الكيفي:** يظهر هذا الأسلوب من خلال تحليل البيانات الرقمية وتفسيرها بالإعتماد على الجانب النظري من جهة ومختلف المواقف والملاحظات والتصريحات من جهة أخرى.

المطلب الثاني: اختبار ثبات الدراسة

1. الصدق الظاهري:

من أجل اختبار صدق الإستبيان قمنا بعرضه على مجموعة من المحكمين وتعديلها حسب الملاحظات المقدمة لتصبح الأداة في تصميمها النهائي مناسبة لتحقيق أهداف الدراسة.

4. قياس ثبات أداة الدراسة:

سيتم من خلال هذا الاختبار التأكد من مدى ثبات أداة الدراسة (الإستبيان) والذي يعني استقرار هذه الأداة وعدم تناقضها مع نفسها أي قدرتها على الحصول على نفس النتائج في حالة إذا أعيد توزيعها على نفس العينة تحت نفس الظروف.

تم حساب ثبات الإستبيان عن طريق معادلة ألفا كرونباخ الإستعانة ببرنامج spss 19 يلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ الكلي هو 0.85, ومنه فإن أداة القياس تتمتع بالثبات وهذه القيمة مقبولة جدا.

الجدول 04: يوضح معامل ألفا كرونباخ للإستبيان

أبعاد الدراسة	المتغيرات	عدد البنود	معامل الثبات
المحور الأول	واقع الإستراتيجية الاتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية	20	0.86
المحور الثاني	واقع ولاء المستفيد على مستوى مكتبات جامعة غرداية	10	0.83
ثبات أداة الدراسة		30	0.85

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل ألفا كرونباخ الكلي هو 0.85, ومنه فإن أداة القياس تتمتع بالثبات وهذه القيمة مقبولة جدا. وهذا ما يجعلها صالحة ومناسبة لجميع البيانات الخاصة بالدراسة, وبالتالي إمكانية تعميم نتائج الإستبيان على كل مجتمع الدراسة أي الطلبة المسجلين بالمكتبة.

المطلب الثالث: تحليل معطيات الدراسة الميدانية
الجدول رقم(05) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة المئوية %	التكرار	الجنس
38.9%	74	ذكور
61.1%	116	إناث
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول رقم (05) توزيع أفراد العينة حسب السن, حيث نلاحظ أن أغلبها من جنس الإناث بنسبة % 61.1, بينما الذكور بنسبة % 38.9.

نلاحظ أن أغلب أفراد العينة من جنس الإناث, وهذا يرجع إلى توزيع الاستبيان على زميلات الدراسة وزميلاتهم بعدد أكبر من الذكور, و بالاستعانة بالملاحظة لاحظنا أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور في كليات الأقسام.

الجدول رقم(06) يبين توزيع أفراد العينة حسب السن:

النسبة المئوية %	التكرار	السن
61.1%	116	من 18 إلى 25
30.5%	58	من 26 إلى 35
6.8%	13	من 36 إلى 45
1.6%	03	من 46 فأكثر
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب متغير السن, فقد لاحظنا أن أعلى فئة ممن تتراوح أعمارهم من 18 إلى 25 سنة بنسبة %61.1 أما أقل فئة عمرية فهي من الطلبة أكثر من 46 سنة وجاءت بنسبة % 1.6

ما دام المسح شمل المستفيدين الطلبة فقط فإنه من الواضح أن أغلب أفراد عينة دراستنا من فئة الشباب ذلك أن جل الطلبة الجامعيين شباب تتراوح أعمارهم من 18 إلى 25 سنة. وأقل نسبة تمثل الأكثر من 46 حسب الملاحظة أن هناك من يكمل دراسة الماستر والدكتوراه وهو موظف.

الجدول رقم 06: يبين توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي

الطور	التكرار	النسبة المئوية %
ليسانس	79	41.6%
أولى ماستر	26	13.7%
ثانية ماستر	79	41.6%
الدكتوراه	6	3.2%
المجموع	190	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي, فنلاحظ من خلاله أن نسبة طلبة طور ليسانس والثانية ماستر كأعلى نسبة وهي بنسبة 41.6% في حين كانت نسبة طلبة الدكتوراه كأقل نسبة بنسبة 3.2%.

مما سبق نرى أن أغلب أفراد عينة دراستنا من طور ليسانس والثانية ماستر وهذا يعني أن طلبة الثالثة ليسانس و الثانية ماستر مقبلين على إعداد مذكرة التخرج, أما طلبة السنة أولى ليسانس والثانية ليسانس جدد في التخصص, وكانت نسبة طلبة الدكتوراه كأقل نسبة وذلك راجع إلى كون عدد طلبة الدكتوراه قليل مقارنة بالأطوار الأخرى.

الجدول رقم 07: يبين توزيع أفراد العينة حسب عدد الزيارات للمكتبة:

عدد الزيارات	التكرار	النسبة المئوية %
يومية	19	10.0%
اسبوعيا	75	39.7%
شهريا	96	50.8%
المجموع	190	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه أفراد العينة حسب عدد الزيارات للمكتبة, بحث نرى أن أغلبهم ممن يترددون شهريا على المكتبة بنسبة 50.8%, وأقلهم ممن يتردد يوميا على المكتبة بنسبة 10,0%, وبالاستعانة برأي الموظفين من خلال المقابلة يعود تردد الطلبة شهريا على المكتبة على اعتماد الجامعة على نظام التدريس بالدفعات بسبب جائحة كورونا (كوفيد19), ويعود تردد الطلبة يوميا على المكتبة ربما رغبة منهم في المطالعة والبحث العلمي.

الجدول رقم 08: يبين توزيع أفراد العينة حسب أي الكلية تدرس:

النسبة المئوية %	التكرار	الكلية
15.8%	30	كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
15.8%	30	كلية اللغات والآداب
26.3%	50	كلية الحقوق والعلوم السياسية
10.5%	20	كلية العلوم الطبيعية وعلوم الأرض والعلوم والتكنولوجيا
31.6%	60	كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطابقتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يتبين من خلال الجدول السابق والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الكلية, حيث نرى أن أغلب أفراد العينة من كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بنسبة 31,6% لأنها تحتوي على أكبر عدد من الطلبة المسجلين في المكتبة, وكلية العلوم الطبيعية وعلوم الأرض والعلوم والتكنولوجيا بأقل نسبة بنسبة 10.5% لأن عدد الطلبة المسجلين فيها قليل.

الجدول رقم 09: يبين توزيع أفراد العينة حسب موقع مكتبة الكلية:

النسبة المئوية %	التكرار	موقع مكتب الكلية
1.1%	2	غير موافق بشدة
8.4%	16	غير موافق
4.2%	8	محايد
52.1%	99	موافق
34.2%	65	موافق بشدة

المجموع	190	%100
---------	-----	------

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

تشير معطيات الجدول أعلاه إلى توزيع أفراد العينة حسب موقع الكلية، نرى أن نسبة موافق كأكثر نسبة تقدر بـ 52,1% وغير موافق بشدة كأقل نسبة تقدر بـ 1,1%. نستنتج مما سبق أن أكبر نسبة من الطلبة يرون أن موقع مكتبة الكلية مناسب لهم لأنها متواجدة في الكلية التي يدرسون فيها، في حين أن الأقلية غير موافقين بشدة عن موقع مكتبة الكلية رغبة منهم أن تكون مكتبة الكلية في الطابق الأرضي.

الجدول 10: يبين توزيع أفراد العينة حسب موقع المكتبة المركزية:

النسبة المئوية %	التكرار	موقع المكتبة المركزية
10.5%	20	غير موافق بشدة
23.7%	45	غير موافق
6.8%	13	محايد
39.5%	75	موافق
19.5%	37	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه أفراد العينة حسب موقع المكتبة المركزية، لاحظنا أن أعلى نسبة موافقين على موقع المكتبة المركزية بنسبة 39.5% لأنهم يرون أن المكتبة المركزية غير بعيدة كل البعد عن الكلية، وأن توجههم لها إلا للضرورة، وبنسبة 6.8% محايدين ربما لاكتفائهم بمكتبة الكلية أو البيئة الإلكترونية. ومن خلال الملاحظة إرتأينا أن المكتبة المركزية عدد تردد الطلبة فيها قليل.

الجدول رقم (11) يبين الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها:

النسبة المئوية %	التكرار	تصميم المكتبة
7.4%	14	غير موافق بشدة
31.1%	59	غير موافق
8.9%	17	محايد
42.1%	80	موافق

موافق بشدة	20	%10.5
المجموع	190	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يبين الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها، حيث نرى أن أكبر نسبة موافق على تصميم المكتبة بنسبة 42.1% وغير موافق بشدة بنسبة 7.4%، واستنادا على رأي بعض الطلبة الموافقين يرون أن تصميم مكتبة كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية ومكتبة كلية الآداب واللغات، ومكتبة كلية الحقوق يبعث فيهم راحة نفسية، أما الطلبة الغير موافقين ربما يكونوا من مكتبة كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير أو مكتبة كلية العلوم الطبيعية والحياة وعلوم الأرض والعلوم والتكنولوجيا، حيث يرون أن تصميم المكتبة غير لائق مجرد الدخول إليها.

الجدول رقم 12: يبين الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها حسب الجنس

المجموع	الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها حسب الجنس											
	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق بشدة					
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	74	%9.5	07	%43.2	32	%5.4	04	%35.1	26	%6.8	05	ذكر
%100	116	%11.2	13	%41.4	48	%11.2	13	%28.4	33	%7.8	09	أنثى
%100	190	%10.5	20	%42.1	80	%8.9	17	%31.1	59	%7.4	14	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج spss إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه الشعور أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها حسب الجنس، حيث نلاحظ أن نسبة 42.1% ممن وافقوا على أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها بتكرار 80 فرد، ونسبة 43.2% من الذكور بتكرار 32 فرد ونسبة 41.4% من الإناث، كما أن نسبة 7.4% غير موافقون بشدة على أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها بتكرار 14 فرد، ونسبة 6.8% من الذكور بتكرار 05 أفراد، ونسبة 7.8% من الإناث بتكرار 09 أفراد، كما نجد أن نسبة 11.2% محايدون على تصميم المكتبة من الإناث بتكرار 13 فرد، ونسبة 5.4% من الذكور بتكرار 04 أفراد، ونسبة 11.2% ممن وافقوا بشدة

على أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها من الإناث بتكرار 13 فرد، ونسبة 9.5% من الذكور بتكرار 07 أفراد.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن تصميم المكتبة يبعث الراحة النفسية عند الدخول إليها، وهذا لدى الذكور أكثر من الإناث.

الجدول رقم 13: يبين إدارة المكتبة صارمة في تطبيق بنود النظام الداخلي:

النسبة المئوية %	التكرار	إدارة المكتبة في تطبيق بنود النظام الداخلي
1.1%	2	غير موافق بشدة
6.3%	12	غير موافق
10.0%	19	محايد
60.5%	115	موافق
22.1%	42	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه عبارة أن إدارة المكتبة صارمة في بنود النظام الداخلي حيث نرى أن نسبة 60.5% موافق كأعلى نسبة ونسبة 1.1% كأقل نسبة غير موافق بشدة. نستنتج مما سبق أن المكتبة صارمة في تطبيق بنود النظام الداخلي، وبالإعتماد على المقابلة مع الموظفين توصلنا إلى أنهم يقومون بحجز بطاقة المكتبة لمدة أسبوع في التأخر في استرجاع الكتب وفقاً للمدة المحددة للإعارة، أما الطلبة الغير موافقين بشدة على عدم تطبيق بنود النظام الداخلي للمكتبة، ودائماً بالإعتماد على المقابلة تم التصريح من بعض الموظفين بالمكتبة على أنهم يتساهلون بتطبيق بنود النظام الداخلي إلا في الظروف الحالات القصوى.

الجدول رقم 14: يبين توفير المكتبة لكافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة

النسبة المئوية %	التكرار	توفير المكتبة للإمكانيات والتجهيزات
6.8%	13	غير موافق بشدة
31.6%	60	غير موافق
14.7%	28	محايد
37.9%	72	موافق

موافق بشدة	17	8.9%
المجموع	190	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يبين الجدول توفير المكتبة لكافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق أهداف الطالب. نجد أن نسبة 37.9% من الذين وافقوا على الامكانيات التي توفرها المكتبة، في حين جاءت نسبة غير الموافقين بشدة 6.8%. ومن هنا نستنتج أن أغلبية الطلبة يقرون بتوفير المكتبات لكافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق أهداف الطالب، وهذا راجع لكون مكاتب بعض الكليات قامت بتوفير التجهيزات والأخرى لم تتوفر بها أبسط الإمكانيات كشبكة الأنترنت والحواسيب.

الجدول رقم (15) يبين توزيع أفراد العينة حسب تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة

النسبة المئوية %	التكرار	تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة
5.3%	10	غير موافق بشدة
30.0%	57	غير موافق
9.5%	18	محايد
47.4%	90	موافق
7.9%	15	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يتبين من خلال الجدول السابق والذي يوضح تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة، حيث نرى أن نسبة 5.3% منهم غير موافقين بشدة وبنسبة 30.0% غير موافقين، وقدرت نسبة المحايدين بـ 9.5%. في حين نرى أن نسبة 47.4% موافقون على هذا التناسب و 7.9% موافق بشدة. من خلال هذه النتائج نستخلص أن أغلبية الطلبة صرحوا بأن دوام المكتبة يتناسب وأوقات الدراسة، وحسب ملاحظتنا يتبين لنا أن الطلبة يتوجهون إلى المكتبة في أوقات المحاضرات بإعتبار الحضور لها ليس اجباري، أما الأقلية غير موافقة.

الجدول رقم 16: يبين تناسب دوام المكتبة مع أوقات دراسة حسب المستوى الدراسي

المجموع	تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة حسب المستوى الدراسي										المستوى الدراسي	
	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	79	%8.9	07	%45.6	36	%11.4	09	%27.8	22	%6.3	05	طور ليسانس
%100	26	%3.8	01	%50.0	13	%0.0	00	%42.3	11	%3.8	01	أولى ماستر
%100	79	%8.9	07	%49.4	39	%11.4	09	%26.6	21	%3.8	03	ثانية ماستر
%100	06	%0.0	00	%33.3	02	%0.0	00	%50.0	03	%16.7	01	الدكتوراه
%100	190	%7.9	15	%47.4	90	%9.5	18	%30.0	57	%5.3	10	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يظهر الجدول أعلاه تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة حسب المستوى الدراسي ، اذ نلاحظ أن نسبة 47.4% ممن وافقوا على تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة بتكرار 90 فرد، ونسبة 49.4% من طلبة ثانية ماستر بتكرار 39 فرد ونسبة 45.6% من طور ليسانس، ونسبة 50.0% من طلبة أولى ماستر بتكرار 13 فرد ونسبة 33.3% من الدكتوراه بمعدل فردين، في حين أن نسبة 05.3% غير موافقون بشدة على تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة بتكرار 10 أفراد، ونسبة 06.3% من طور ليسانس بتكرار 05 أفراد، ونسبة 3.8% من طلبة ثانية ماستر بتكرار 03 أفراد، ونسبة 16.7% من الدكتوراه بمعدل فرد واحد، ونسبة 3.8% من طلبة أولى ماستر بتكرار فرد واحد، ونسبة 11.2% موافقون بشدة على تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة من الطورين ليسانس وثانية ماستر بتكرار 07 أفراد لكل طور، ونسبة 3.8% من طلبة أولى ماستر بتكرار فرد واحد مع انعدامها في طور الدكتوراه ، كما نجد أن نسبة 11.4% محايدون على تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة من الطورين ليسانس وثانية ماستر بتكرار 90 أفراد لكل طور، مع انعدامها في الطور الدكتوراه و أولى ماستر.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على تناسب دوام المكتبة مع أوقات الدراسة، وطلبة الماستر أكثر موافقة من طلبة الليسانس.

الجدول رقم 17: يبين سرعة استجابة عمال المكتبة عند تقديم الطلب

النسبة المئوية %	التكرار	سرعة إستجابة عمال المكتبة عند تقديم الطلب
2.1%	4	غير موافق بشدة
15.8%	30	غير موافق
5.8%	11	محايد
62.1%	118	موافق
14.2%	27	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

تشير معطيات الجدول أعلاه إلى سرعة إستجابة عمال المكتبة عند تقديم الطلب, إذ نلاحظ أن نسبة الإجابة بموافق كانت 62.1% وذلك من خلال الإعتماد على الملاحظة لاحظنا أن عدد الطلبة المترددين على شبك الإعارة غير كثيرين إلا بين الوقت والآخر خاصة في (ظل كوفيد 19), أما نسبة غير موافق بشدة قدرت ب 2.1%, ومنه فإن أغلب الأفراد يوافقون على سرعة استجابة عمال المكتبة عند تقديمهم الطلب, ويعود ذلك إلى بعض الحالات النادرة التي يكون فيها ضغط كبير على موظف الإعارة, وحسب آراء الموظفين هناك نقص تام للموظفين مقارنة مع عدد الطلبة المسجلين في المكتبة.

الجدول رقم 18: يبين تردد الطالب على المكتبة

النسبة المئوية %	التكرار	تردد الطالب على المكتبة
1.6%	3	غير موافق بشدة
21.6%	41	غير موافق
19.5%	37	محايد
48.9%	93	موافق
8.4%	16	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب تردد الطالب على المكتبة، حيث نرى أن نسبة 1.6% منهم غير موافقين بشدة وبنسبة 21.6% غير موافقين، وقدرت نسبة المحايدين بـ 19.5%. أما نسبة موافق 48.9% ونسبة 8.4% موافق بشدة، أي أن أغلب أفراد العينة يترددون على المكتبة، ويرجع ذلك إلى كون المكتبة فضاء يستغله الطالب أثناء أوقات الفراغ وللدراسة ولإعداد البحوث.

الجدول رقم 19: يبين تنوع وحدات المراجع والدوريات في المكتبة:

النسبة المئوية %	التكرار	تنوع وحدات المراجع في المكتبة
6.8%	13	غير موافق بشدة
28.9%	55	غير موافق
26.3%	50	محايد
32.6%	62	موافق
5.3%	10	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول تنوع وحدات المراجع والدوريات في المكتبة، وحسب اجابات الطلبة أن نسبة غير موافق بشدة قدرت بـ 6.8% في المقابل كانت نسبة 28.9% غير موافق، أما نسبة الاجابة بمحايد تقدر بـ 26.3%، ونسبة الموافقين 32.6% في حين نجد أن نسبة 5.3% موافق بشدة، أي أن الموافقين أكبر من بين الاجابات وهذا ما يدل على سعي المكتبات على تجديد وتنويع المراجع.

الجدول رقم 20: يبين اعتماد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد

النسبة المئوية %	التكرار	اعتماد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد
15.8%	30	غير موافق بشدة
31.1%	59	غير موافق
12.6%	24	محايد
35.3%	67	موافق
5.3%	10	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

تشير معطيات الجدول اعلاه إلى اعتماد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد. فنلاحظ أن نسبة غير موافق بشدة قدرت ب 15.8%, اما نسبة غير موافق فكانت 31.1%, والاجابة محايد تقدر ب 12.6%, ونسبة الموافقين 35.3% في المقابل نجد أن نسبة موافق بشدة، أي أن تقارب اجابات الطلبة بين موافق وغير موافق وهذا راجع لاختلاف الكليات لكون بعضها عملت على مواكبة التطور وانشاء صفحات ومواقع لنشر ما هو جديد.

الجدول رقم 21: يبين إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة

النسبة المئوية %	التكرار	إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة
6.3%	12	غير موافق بشدة
22.6%	43	غير موافق
9.5%	18	محايد
56.8%	108	موافق
4.7%	9	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

يظهر الجدول أعلاه إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة، وحسب اجابات الطلبة نجد أن نسبة غير موافق بشدة قدرت ب 6.3% في المقابل كانت نسبة 22.9% للاجابة بغير موافق، اما نسبة الاجابة بمحايد تقدر ب 9.5%, ونسبة الموافقين 56.8% في حين نجد أن نسبة 4.7% موافق بشدة، أي أن الاجابة بموافق كانت أكبر نسبة من بين الاجابات وهذا يرجع إلى سعي المكتبات على توفير اسهل وانجح الطرق التي تعمل على الوصول للعناوين المرادة بطريقة سليمة.

الجدول رقم 22: يبين إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة حسب عدد الزيارات للمكتبة

المجموع	إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة حسب عدد الزيارات للمكتبة										عدد الزيارات للمكتبة	
	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	19	%11.1	02	%66.7	12	%5.6	01	%11.1	02	%5.6	01	يومية
%100	75	%4.0	03	%57.3	43	%6.7	05	%24.0	18	%8.0	06	اسبوعيا
%100	96	%4.2	04	%55.2	53	%12.5	12	%24.0	23	%4.2	04	شهريا
%100	190	%4.8	09	%57.1	108	%9.5	18	%22.8	43	%5.8	11	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

من الجدول أعلاه الذي يبين إمكانية الوصول بسهولة للعناوين المرادة حسب عدد الزيارات للمكتبة، اذ نلاحظ أن نسبة 57.1% ممن وافقوا على إمكانية وصولهم بسهولة للعناوين المرادة بتكرار 108 فرد، ونسبة 66.7% ممن يترددون يوميا بتكرار 12 فرد، ونسبة 57.3% أسبوعيا بتكرار 43 فرد، ونسبة 55.2% شهريا بتكرار 53 فرد، كما نجد أن نسبة 4.8% موافقون بشدة إمكانية وصولهم بسهولة للعناوين المرادة بتكرار 09، ونسبة 11.1% بتكرار فردين يوميا، ونسبة 4.2% شهريا بتكرار 04 أفراد، ونسبة 4.0% بتكرار 03 أفراد أسبوعيا، في حين نجد أن نسبة 8.0% غير موافقون بشدة على إمكانية وصولهم بسهولة للعناوين المرادة بمعدل 06 أفراد أسبوعيا ، ونسبة 5.6% يوميا بمعدل فرد واحد، ونسبة 4.2% شهريا بمعدل 04 أفراد، ونسبة 12.5% محايدون بشأن إمكانية وصولهم بسهولة للعناوين المرادة بتكرار 12 فرد شهريا، ونسبة 6.7% بتكرار 05 أفراد أسبوعيا ، ونسبة 5.6% يوميا بمعدل فرد واحد.

ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة يوافقون على إمكانية وصولهم بسهولة للعناوين المرادة، وهذا لدى الطلبة الذين يزورون المكتبة يوميا أكثر من باقي أوقات زيارة المكتبة.

الجدول رقم 23 : يبين ذهاب أفراد العينة للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله

النسبة المئوية %	التكرار	الذهاب للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله
4.2%	8	غير موافق بشدة
10.5%	20	غير موافق
10.0%	19	محايد
65.8%	125	موافق
9.5%	18	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يبين الجدول أعلاه ذهاب أفراد العينة للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله، إذ نلاحظ أن الإجابة بموافق سجلت كأعلى نسبة وهي 65.8%، في حين سجلت الإجابة بغير موافق بشدة كأقل نسبة وقدرت ب: 4.2%، أي أن غالبية الطلبة يترددون على المكتبة، ويرجع ذلك إلى كون المكتبة فضاء يستغله الطالب أثناء أوقات الفراغ للدراسة و البحث العلمي.

الجدول رقم 24 يبين الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المرجوة حسب الجنس

الجنس	الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المرجوة حسب الجنس										المجموع	
	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة			
	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة
ذكر	03	4.1%	04	5.4%	43	78.4%	05	6.8%	04	4.1%	74	100%
أنثى	05	4.3%	16	13.8%	67	57.8%	14	12.1%	14	12.1%	116	100%
المجموع	08	4.2%	20	10.5%	110	65.8%	19	10.0%	18	9.5%	190	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

من خلال الجدول أعلاه الذي يبين الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المرجوة حسب الجنس، لاحظنا أن نسبة 65.8% ممن وافقوا أن الذهاب للمكتبة يحقق أهدافهم بتكرار 110 فرد، ونسبة 57.8% من الإناث بتكرار 67 فرد ونسبة 78.4% من الذكور، كما أن نسبة 4.2% غير موافقون بشدة على أن الذهاب للمكتبة يحقق أهدافهم بتكرار 08 أفراد، ونسبة 4.3% من الذكور بتكرار 05 أفراد، ونسبة 4.1% من الإناث بتكرار 03 أفراد، كما نجد أن نسبة 12.1% موافقون بشدة على

الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المرجوة من الإناث بتكرار 14 فرد، ونسبة 5.4% من الذكور بتكرار 04 أفراد، ونسبة 12.1% محايدون من ناحية أن الذهاب للمكتبة يحقق أهدافهم من الإناث بتكرار 14 فرد، ونسبة 6.8% من الذكور بتكرار 05 أفراد، ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة يوافقون على أن ذهابهم للمكتبة يحقق أهدافهم التي يسعون لتحقيقها وهذا لدى الذكور أكثر من الإناث.

الجدول رقم 25: يبين شعور الأفراد بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة للطلاب

النسبة المئوية %	التكرار	الشعور بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة للطلاب
5.3%	10	غير موافق بشدة
23.7%	45	غير موافق
14.2%	27	محايد
50.0%	95	موافق
6.8%	13	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

نلاحظ من خلال الجدول السابق الذي يظهر الشعور بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة للطلاب، إذ نلاحظ أن نسبة الاجابة بغير موافق بشدة كانت 50.0% ونسبة موافق بشدة قدرت ب 5.3%. أي أن غالبية الطلبة صرحوا برضاهم حول مصادر المعلومات المتاحة للطلاب وهذا راجع لكون المكتبات غنية بمصادر المعلومات. أما الأقلية فصرحوا بعدم رضاهم حول مصادر المعلومات رغبة منهم في تنويع وتحديد المصادر.

الجدول رقم 26 يبين الشعور بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة حسب المستوى

المجموع	الشعور بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة حسب المستوى الدراسي										المستوى الدراسي	
	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
100%	79	10.1%	07	51.9%	41	16.5%	13	17.7%	14	3.8%	03	الطور ليسانس
100%	26	3.8%	01	61.5%	16	0.0%	00	30.8%	08	3.8%	01	أولى ماستر
100%	79	3.8%	03	45.6%	36	17.7%	14	25.3%	20	7.6%	06	ثانية ماستر
100%	06	16.7%	01	33.3%	02	0.0%	00	50.0%	03	0.0%	00	الدكتوراه
100%	190	6.8%	13	50.0%	95	14.2%	27	23.7%	45	5.3%	10	المجموع

الدراسي

يشير الجدول أعلاه إلى الشعور بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة حسب المستوى الدراسي، إذ نلاحظ أن نسبة 50.0% ممن وافقوا شعورهم بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة بتكرار 95 فرد، ونسبة 51.9% من طور ليسانس بتكرار 41 فرد ونسبة 45.6% من طلبة ثانية ماستر بتكرار 36 فرد، ونسبة 61.5% من طلبة أولى ماستر بتكرار 16 فرد ونسبة 33.3% من الدكتوراه بمعدل فردين، في حين أن نسبة 07.6% غير موافقون بشدة على شعورهم بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة بتكرار 06 أفراد، ونسبة 3.8% من الطور ليسانس وأولى ماستر بتكرار 03 أفراد وفرد واحد على التوالي، ومنعدمة عند طلبة الدكتوراه. ونسبة 16.7% موافقون بشدة على شعورهم بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة في طور الدكتوراه بمعدل فرد واحد، ونسبة 10.1% من طور ليسانس بتكرار 07 افراد، ونسبة 3.8% من طلبة الطورين أولى وثانية ماستر بتكرار فرد الى 03 أفراد على التوالي، كما نجد أن نسبة 17.7% محايدون على شعورهم بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة بتكرار 14 فرد من طلبة ثانية ماستر، ونسبة 16.5% من طلبة ليسانس بتكرار 13 فرد، مع انعدام النسبة عند طلبة الدكتوراه و أولى ماستر.

أي أن أغلب الطلبة يوافقون على أنهم يشعرون بالرضى حول مصادر المعلومات المتاحة في المكتبة، وأصحاب مستوى أولى ماستر وطور الليسانس هم الأكثر موافقة عليها.

الجدول رقم 27: يبين الإعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة

النسبة المئوية %	التكرار	الإعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة
3.2%	6	غير موافق بشدة
8.9%	17	غير موافق
8.9%	17	محايد
59.5%	113	موافق
19.5%	37	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يشير الجدول أعلاه إلى الإعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة، إذ نلاحظ أن الإجابة بموافق سجلت كأعلى نسبة وهي 59.5%، في حين سجلت الإجابة بغير موافق بشدة كأقل نسبة

وقدرت ب: 3.2%، ومن هنا نستنتج أن اغلبية الطلبة يقرون بحسن تعامل الموظفين معهم عند توجههم للمكتبة وذلك من خلال الإعتماد على هذه الملاحظة.

الجدول رقم 28 يبين الاعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة حسب عدد الزيارات للمكتبة

المجموع	الاعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة حسب عدد الزيارات للمكتبة										عدد الزيارات للمكتبة	
	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	19	%22.2	05	%55.6	10	%11.1	02	%5.6	01	%5.6	01	يومية
%100	75	%18.7	14	%64.0	48	%8.0	06	%6.7	05	%2.7	02	اسبوعيا
%100	96	%19.8	19	%57.3	55	%8.3	08	%11.5	11	%3.1	03	شهريا
%100	190	%19.6	37	%59.8	113	%8.5	16	%9.0	17	%3.2	06	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 19

من خلال الجدول أعلاه الذي الاعجاب بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة حسب عدد الزيارات، فقد لاحظنا أن نسبة 59.8% ممن وافقوا على اعجابهم بطريقة تعامل الموظفين عند توجههم للمكتبة بتكرار 113 فرد، ونسبة 64.0% ممن يترددون أسبوعيا بتكرار 48 فرد، ونسبة 57.3% شهريا بتكرار 55 فرد، ونسبة 55.6% يوميا بتكرار 10 أفراد، في المقابل نجد أن نسبة 3.2% غير موافقون بشدة بطريقة تعامل الموظفين عند توجههم للمكتبة بمعدل 06 أفراد، ونسبة 5.6% ممن يترددون يوميا بتكرار فرد واحد، ونسبة 3.1% شهريا بتكرار 03 أفراد، ونسبة 2.7% أسبوعيا بتكرار فردين، ونسبة 11.1% محايدون بشأن طريقة تعامل الموظفين عند توجههم للمكتبة بتكرار فردين يوميا، ونسبة 8.3% بتكرار 08 أفراد شهريا، ونسبة 8.0% أسبوعيا بتكرار 06 أفراد. كما نجد أن نسبة 11.5% غير موافقون بخصوص تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة بتكرار 11 فرد شهريا، ونسبة 6.7% أسبوعيا بتكرار 05 أفراد، ونسبة 5.6% يوميا بتكرار 01 فرد. ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة يوافقون على إعجابهم بطريقة تعامل الموظفين عند التوجه للمكتبة، والذين يزورون المكتبة أسبوعيا هم الأكثر موافقة.

الجدول رقم 29: يبين الرضى على عدد الكتب المقدمة خلال فترة الإعارة

النسبة المئوية %	التكرار	الرضى على عدد الكتب المقدمة خلال فترة الإعارة
5.3%	10	غير موافق بشدة
34.2%	65	غير موافق
6.8%	13	محايد
43.7%	83	موافق
10.0%	19	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

من خلال الجدول اعلاه الذي يبين الرضى على عدد الكتب المقدمة خلال فترة الإعارة نلاحظ أن نسبة الموافقين قدرت كأعلى نسبة وهي 43.7% في المقابل قدرت نسبة غير الموافقين بشدة كأقل نسبة وهي 5.3%، ومما سبق نرى أن أغلب افراد عينة دراستنا كانوا راضين عن عدد الكتب المقدمة خلال فترة الإعارة. وهذا كون المكتبة تعمل على تلبية حاجيات الطالب فيما يخص استعارة الكتب. أما البعض فهم غير راضين عن عدد الكتب المقدمة وبناء على رأي بعض الطلبة رأينا أنهم يريدون الزيادة في عدد الكتب.

الجدول رقم 30: يبين توزيع أفراد العينة حسب نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة

النسبة المئوية %	التكرار	نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة
4.2%	8	غير موافق بشدة
23.7%	45	غير موافق
16.8%	32	محايد
47.9%	91	موافق
7.4%	41	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

تشير معطيات الجدول أعلاه الى نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة. فنلاحظ أن نسبة غير موافق بشدة قدرت ب 4.2%، اما نسبة غير موافق فكانت 23.7%، والاجابة بمحايد تقدر ب 16.8%،

ونسبة الموافقين كانت 47.9% في المقابل نجد أن نسبة 7.4% موافق بشدة، أي نستنتج أن أغلب الطلبة ينصحون زملائهم بالذهاب للمكتبة وهذا يعني أن لديهم خلفية إيجابية عن المكتبة، أما الأقلية فلا ينصحون زملائهم بالذهاب إلى المكتبة ربما لنظرتهم السلبية عنها.

الجدول رقم 31 يبين نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة حسب المستوى الدراسي

المجموع	نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة حسب المستوى الدراسي										المستوى الدراسي	
	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	79	%11.4	09	%49.4	39	%16.5	13	%17.7	14	%5.1	04	الطور ليسانس
%100	26	%3.8	01	%53.8	14	%15.4	04	%26.9	07	%3.8	00	أولى ماستر
%100	79	3.8%	03	%44.3	35	%19.0	15	%27.8	22	%5.1	04	ثانية ماستر
%100	06	%16.7	01	%50.0	03	%0.0	00	%33.3	02	%0.0	00	الدكتوراه
%100	190	%7.4	14	%47.9	91	%16.8	32	%23.7	45	%4.2	08	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يظهر الجدول أعلاه نصح الزملاء بالذهاب للمكتبة حسب المستوى الدراسي، إذ نلاحظ أن نسبة 47.9% ممن وافقوا على نصح زملائهم بالذهاب للمكتبة بتكرار 91 فرد، ونسبة 53.8% من طور أولى ماستر بتكرار 14 فرد ونسبة 50.0% من طلبة الدكتوراه بتكرار 03 أفراد، ونسبة 49.4% من طور ليسانس بتكرار 39 فرد، ونسبة 44.3% من طلبة ثانية ماستر بمعدل 35 فرد، بالمقابل نجد أن نسبة 4.2% غير موافقون بشدة على نصح زملائهم بالذهاب للمكتبة بتكرار 08 أفراد، ونسبة 5.1% من الطورين ليسانس وثانية ماستر بتكرار 04 أفراد لكلا الطورين، ومنعدمة عند طلبة الطورين الدكتوراه وأولى ماستر. ونسبة 16.7% موافقون بشدة نصح زملائهم بالذهاب للمكتبة في طور الدكتوراه بمعدل فرد واحد، ونسبة 11.4% من طور ليسانس بتكرار 09 أفراد، ونسبة 3.8% لكل من طلبة السنة أولى وثانية ماستر بتكرار فرد إلى 03 أفراد على التوالي، كما نجد أن نسبة 19.0% محايدون على نصح زملائهم بالذهاب للمكتبة بتكرار 15 فرد من طلبة ثانية ماستر، ونسبة 16.5% من طلبة ليسانس بتكرار 13 فرد، مع انعدام النسبة عند طلبة الدكتوراه.

ومنه نستنتج أن أغلب الطلبة ينصحون زملائهم بالذهاب للمكتبة وطلبة السنة أولى ماستر هم الأكثر تقدما للنصح بالذهاب للمكتبة.

الجدول رقم 32: يبين رغبة أفراد العينة الدائمة في التردد على المكتبة

النسبة المئوية %	التكرار	الرغبة الدائمة في التردد على المكتبة
2.1%	4	غير موافق بشدة
25.8%	49	غير موافق
12.1%	23	محايد
47.4%	90	موافق
12.6%	24	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يبين الجدول السابق رغبة أفراد العينة الدائمة في التردد على المكتبة، فنلاحظ من خلاله أن اجابات أفراد العينة بموافق صنف كأعلى نسبة وهي 47.4% أما نسبة الاجابة بغير موافق بشدة قدرت كأقل نسبة وهي 2.1%، أي أن غالبية الطلبة يترددون على المكتبة، ويرجع ذلك إلى كون المكتبة فضاء يستغله الطالب أثناء أوقات الفراغ للدراسة والبحث العلمي.

الجدول رقم 33: يبين الرضى عن مستوى الخدمات سبب في التردد الدائم على المكتبة

النسبة %	التكرار	الرضى عن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة
3.7%	7	غير موافق بشدة
22.1%	42	غير موافق
17.4%	33	محايد
44.7%	85	موافق
12.1%	23	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يبين الجدول اعلاه الرضى عن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة. نلاحظ أن نسبة الموافقين قدرت كأعلى نسبة وهي 44.7% في المقابل قدرت نسبة غير الموافقين بشدة كأقل نسبة وهي 3.7%، أي أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن رضاهم عن مستوى الخدمات المقدمة

لهم هي السبب في ترددهم الدائم على المكتبة، وهذا يعود إلى وجود ما يحتاجون من مصادر فيها، وبالتالي نجدهم راضين عنها ويترددون عيها باستمرار.

الجدول رقم 34 يبين الرضى عن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة حسب عدد الزيارات للمكتبة

المجموع	الرضى عن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة حسب عدد الزيارات للمكتبة										عدد الزيارات للمكتبة	
	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة			
	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت		
%100	19	%27.8	05	%44.4	09	%11.1	02	%5.6	01	%11.1	02	يومية
%100	75	%10.7	08	%52.0	39	%10.7	08	%26.7	20	%0.0	00	اسبوعيا
%100	96	%10.4	10	%39.6	38	%24.0	23	%20.8	20	%5.2	05	شهريا
%100	190	%12.2	23	%45.0	85	%17.5	33	%21.7	41	%3.2	07	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج spss إصدار 19

يبين الجدول أعلاه الرضى عن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة حسب عدد الزيارات، اذ نلاحظ أن نسبة 45.0% ممن وافقوا على أن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة بتكرار 85 فرد، ونسبة 52.0% ممن يترددون أسبوعيا بتكرار 39 فرد، ونسبة 44.4% يوميا بتكرار 08 أفراد ، ونسبة 39.6% شهريا بتكرار 38 فرد، في حين نجد أن نسبة 3.2% غير موافقون بشدة على أن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة بمعدل 07 أفراد، ونسبة 11.1% ممن يترددون يوميا بتكرار فردين، ونسبة 5.2% شهريا بتكرار 05 أفراد، ومنعدمة أسبوعيا، كما نجد أن نسبة 27.8% موافقون بشدة من ناحية أن مستوى الخدمات المقدمة سبب في التردد الدائم على المكتبة بتكرار 05 أفراد يوميا، ونسبة 10.7% أسبوعيا بتكرار 08 أفراد، ونسبة 10.4% بتكرار 10 أفراد شهريا، ونسبة 23% محايدون بشأن مستوى الخدمات المقدمة والتي قد تكون سبب في التردد الدائم على المكتبة بتكرار 23 فرد شهريا ، ونسبة 11.1% بتكرار فردين يوميا ، ونسبة 10.7% أسبوعيا بتكرار 08 أفراد.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على أن رضاهم عن مستوى الخدمات المقدمة لهم هي السبب في ترددهم الدائم على المكتبة والذين يزورون المكتبة أسبوعياً هم الأكثر موافقة.

الجدول رقم 35: يبين إقامة علاقات مع موظفي المكتبة بسبب الارتياح لتعاملهم

النسبة المئوية %	التكرار	إقامة علاقات مع موظفي المكتبة بسبب الارتياح لتعاملهم
7.9%	15	غير موافق بشدة
26.3%	50	غير موافق
22.6%	43	محايد
35.3%	67	موافق
7.9%	15	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه إقامة علاقات مع موظفي المكتبة بسبب الارتياح لتعاملهم، نلاحظ أن أعلى نسب الاجابات كانت موافق وهي 35.3% في حين أن أقل نسب الاجابات تتراوح بين غير موافق بشدة وموافق بشدة بنسبة قدرت ب 7.9%.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على إقامة علاقات مع الموظفين، وهذا يرجع إلى الاتصال الدائم والمتواصل على مدار السنة الدراسية من خلال اقتناء الكتب والمراجع، فبتلك الاحتكاكات تولد علاقات مع موظفي المكتبة من خلال الارتياح لمعاملتهم.

الجدول رقم 36: يبين إقامة الطلبة علاقات مع الموظفين بسبب الارتياح لتعاملهم حسب

الجنس	الارتياح لتعامل موظفي المكتبة بسبب ربط علاقات معهم حسب الجنس										المجموع	
	غير موافق بشدة		غير موافق		محايد		موافق		موافق بشدة			
	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة
ذكر	07	9.5%	18	24.3%	14	18.9%	33	44.6%	02	2.7%	74	100%
أنثى	08	6.9%	32	27.6%	29	25.0%	34	29.3%	13	11.2%	116	100%
المجموع	15	7.9%	50	26.3%	43	22.6%	67	35.3%	15	7.9%	190	100%

الجنس

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

من خلال الجدول السابق الذي الارتياح لتعامل موظفي المكتبة بسبب ربط علاقات معهم حسب الجنس، فقد لاحظنا أن نسبة 35.3% ممن يوافقون على ارتياحهم لتعامل موظفي المكتبة بسبب ربط علاقات معهم بتكرار 67 فرد، ونسبة 29.3% من الإناث بتكرار 34 فرد ونسبة 44.6% من الذكور، في المقابل نجد نسبة 07.9% غير موافقون بشدة على أن الارتياح لتعامل موظفي المكتبة بسبب ربط علاقات معهم بتكرار 15 فرد، ونسبة 6.9% من الإناث بتكرار 08 أفراد، ونسبة 9.5% من الذكور بتكرار 07 أفراد، كما نجد أن نسبة 12.1% موافقون بشدة على الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المسعى من الإناث بتكرار 14 فرد، ونسبة 5.4% من الذكور بتكرار 04 أفراد، ونسبة 12.1% محايدون من ناحية أن الذهاب للمكتبة يحقق الأهداف المسعى من الإناث بتكرار 14 فرد، ونسبة 6.8% من الذكور بتكرار 05 أفراد.

ومنه نستنتج أن أغلب أفراد العينة يوافقون على إقامة علاقات مع الموظفين بسبب ارتياحهم لهم، وهذا لدى الذكور أكثر من الإناث.

الجدول رقم 37: يبين تأثير خدمات المكتبات الرقمية على علاقة الطالب في زيارة المكتبة

النسبة المئوية %	التكرار	تأثير خدمات المكتبات الرقمية على علاقة الطالب في زيارة المكتبة
3.2%	7	غير موافق بشدة
24.3%	46	غير موافق
18%	34	محايد
25.9%	35	موافق
28%	49	موافق بشدة
100%	190	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبات بناء على مخرجات برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه توزيع أفراد العينة حسب تأثير خدمات المكتبات الرقمية على علاقة الطالب في زيارة المكتبة، نلاحظ أن نسبة موافقين بشدة أعلى نسبة وتقدر ب 28%، في حين نحصل على أقل نسبة وهي 3.7% في الاجابة بغير موافق بشدة.

نستنتج مما سبق أن أغلب الطلبة يوافقون بشدة على أن المكتبات الرقمية أثرت على علاقتهم في زيارتهم للمكتبة، ومن خلال المقابلة مع بعضهم تبين أنهم يأخذون راحتهم ووقتهم في البحث في المكتبات الرقمية في أي مكان وزمان وأنهم يستطيعون تحميل الكثير من المصادر، في حين أن الأقلية غير موافقين في نظرهم لم تأثر المكتبات الرقمية على زيارتهم للمكتبة، وحسب رأيهم تبين أنهم يحبون تصفح الكتب يدويا لكي ترسخ المعلومة في أذهانهم أكثر.

الجدول رقم 38: يبين تأثير خدمات المكتبات الرقمية على العلاقة في الزيارة للمكتبة حسب عدد الزيارات لها.

المجموع	تأثير خدمات المكتبات الرقمية على العلاقة في الزيارة للمكتبة حسب عدد الزيارات لها.										عدد الزيارات للمكتبة	
	موافق بشدة		موافق		محايد		غير موافق		غير موافق بشدة			
نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	نسبة	ت	
%100	19	%0.0	00	%11.1	02	%5.6	01	%61.1	12	%22.2	04	يومية
%100	75	%30.7	23	%30.7	23	%18.7	14	%18.7	14	%1.3	01	اسبوعيا
%100	96	%27.1	26	%29.2	28	%19.8	19	%21.9	21	%2.1	02	شهريا
%100	190	%28	49	%25.9	53	%18.0	34	%24.3	46	%3.2	07	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين باستخدام برنامج SPSS إصدار 19

يوضح الجدول أعلاه تأثير خدمات المكتبات الرقمية على العلاقة في الزيارة للمكتبة حسب عدد الزيارات لها ، اذ نلاحظ أن نسبة 28.0% ممن وافقوا على تأثير خدمات المكتبات الرقمية على العلاقة في الزيارة للمكتبة بتكرار 53 فرد، ونسبة 30.7% ممن يترددون أسبوعيا بتكرار 23 فرد، ونسبة 29.2% شهريا بتكرار 28 فرد ، ومنعدمة يوميا، على غرار ذلك نجد أن نسبة 3.2% غير موافقون بشدة على تأثير خدمات المكتبات الرقمية بعلاقتها في الزيارة للمكتبة بمعدل 07 أفراد، ونسبة 22.2% ممن يترددون أسبوعيا بتكرار 04 أفراد ، ونسبة 2.1% شهريا بتكرار فردين، ونسبة 1.3% أسبوعيا بتكرار فرد واحد، كما نجد أن نسبة 19.8% محايدون من ناحية تأثير خدمات المكتبات الرقمية على العلاقة في الزيارة للمكتبة بتكرار 19 فرد شهريا، ونسبة 18.7% أسبوعيا بتكرار 14 فرد، ونسبة 5.6% بتكرار فرد واحد يوميا، ونسبة 61.1% غير موافقون على أن خدمات المكتبات الرقمية لها علاقة في الزيارة للمكتبة بتكرار 11 فرد اسبوعيا ، ونسبة 21.9% شهريا بتكرار 21 فرد ، ونسبة 18.7% أسبوعيا بتكرار 14 فرد.

نستنتج مما سبق أن أغلب الطلبة يوافقون بشدة على أن المكتبات الرقمية أثرت على علاقتهم في زيارة المكتبة والذين يزورون المكتبة أسبوعياً هم الأكثر موافقة.

المبحث الثالث: التحقق من الفرضيات وعرض النتائج

المطلب الأول : إثبات أو نفي الفرضيات

1- إثبات أو نفي الفرضيات :

الفرضية الأولى : إن تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية يسهم في التعرف على احتياجات المستخدمين مما سيدعم رضاهم على الخدمات المقدمة

$H_0:p=0$ أي إن تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية لا يسهم في التعرف على احتياجات المستخدمين.

$H_1:p > 0$ أي إن تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية يسهم في التعرف على احتياجات المستخدمين مما سيدعم رضاهم على الخدمات المقدمة

الفرضية الثانية : إن عملية تخطيط و صياغة أهداف استراتيجية للإتصال على مستوى مكتبات جامعة غرداية سيسمح بتعزيز رضا المستخدمين من خدماتها

$H_0:p=0$ أي إن عملية تخطيط و صياغة أهداف استراتيجية للإتصال على مستوى مكتبات جامعة غرداية لا يسمح بتعزيز رضا المستخدمين من خدماتها

$H_1:p > 0$ أي إن عملية تخطيط و صياغة أهداف استراتيجية للإتصال على مستوى مكتبات جامعة غرداية سيسمح بتعزيز رضا المستخدمين من خدماتها

الفرضية الثالثة : يتعزز رضا المستخدم من خلال عملية تقييم استراتيجية اتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية

$H_0:p=0$ أي يتعزز رضا المستخدم من خلال عملية تقييم استراتيجية اتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية

$H_1:p > 0$ أي يتعزز رضا المستخدم من خلال عملية تقييم استراتيجية اتصالية على مستوى مكتبات جامعة غرداية.

الجدول (40) : يوضح نتائج إختبار الفرضيات باستخدام إختبار T Student

نتيجة الإختبار	مستوى المعنوية المحسوبة (مستوى الدلالة)	القيمة الإحصائية لإختبارات	الخطأ المعياري	الإنحراف المعياري	المتوسط الحسابي	عدد أفراد العينة	
مقبولة	0.00	57.00	0.36	5.08	24.01	190	الفرضية الأولى
مقبولة	0.00	53.68	0.38	5.30	23.66	190	الفرضية الثانية
مقبولة	0.00	82.55	0.53	7.40	47.34	190	الفرضية الثالثة

المصدر : من إعداد الطالبان بناء على مخرجات برنامج spss إصدار 24 (أنظر الملحق)

- نرفض الفرضية الصفرية في حالة ما إذا كانت مستوى الدلالة المعنوية المحسوبة اقل من 0.05 من خلال النتائج المتحصل عليها من خلال الجدول المبين أعلاه توصلنا إلى:
- قبول الفرضية البديلة (H1)
- قبول الفرضية البديلة (H2)
- قبول الفرضية البديلة (H3)

2- مناقشة الفرضيات على ضوء النتائج:

الفرضية الأولى: إن تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية يسهم في التعرف على احتياجات المستفيدين مما سيدعم رضاهم على الخدمات المقدمة.
من خلال نتائج الإستبيان والمقابلة تم التوصل إلى أن تحليل بيئة مكتبات جامعة غرداية يسهم في التعرف على احتياجات المستفيدين مما سيدعم رضاهم على الخدمات المقدمة لهم.

الفرضية الثانية: إن عملية تخطيط و صياغة أهداف استراتيجية للإتصال على مستوى مكاتب جامعة غرداية سيسمح بتعزيز رضا المستفيدين من خدماتها.

من خلال نتائج الإستبيان والمقابلة والملاحظة الفرضية نعم عملية تخطيط وصياغة أهداف استراتيجية للإتصال على مستوى مكاتب جامعة غرداية سيسمح بتعزيز رضا المستفيدين من خدماتها.

الفرضية الثالثة: يتعزز رضا المستفيد من خلال عملية تقييم استراتيجية اتصالية على مستوى مكاتب جامعة غرداية.

من خلال نتائج الإستبيان والمقابلة والملاحظة الفرضية محققة يتعزز رضا المستفيد من خلال عملية تقييم استراتيجية إتصالية على مستوى مكاتب جامعة غرداية.

المطلب الثاني: نتائج الدراسة

من خلال موضوع دراستنا الذي تمحور حول دور الإستراتيجية الإتصالية في تعزيز ولاء المستفيد على مستوى مكاتب جامعة غرداية تم التوصل إلى مجموعة من النتائج.

__ الإستراتيجية الاتصالية بمكاتب جامعة غرداية لها دور كبير في تقديم كافة الخدمات اللازمة لتعزيز رضا المستفيد وكسب ولاءه.

__ تسهم الإستراتيجية الاتصالية داخل مكاتب جامعة غرداية في التردد الدائم وزيارة المكتبة من طرف المستفيدين.

__ تعتمد مكاتب جامعة غرداية على مواقع وصفحات تنشر عليها كل ماهو جديد.

__ الإستراتيجية الاتصالية المطبقة في مكاتب جامعة غرداية تسهل الوصول إلى عنوانين البحث

__ من خلال تقديم خدمات من طرف مكاتب جامعة غرداية يحقق الطالب هدفه من المكتبة.

__ حسب أفراد العينة أنهم راضين على مصادر المعلومات المتاحة لهم من طرف مكاتب جامعة غرداية.

__ حسب المبحوثين يشعورون بالرضا عن طريقة تعامل الموظفين معهم وأنهم سارعوا الإستجابة عند تقديم طلبهم.

__ بفضل خدمات مكاتب جامعة غرداية يتحدثون المستفيدين بإيجابية عنها وينصحون زملاءهم بالتقرب من المكتبة.

__ المكتبات الرقمية لم تؤثر على علاقة الطالب في زيارته للمكتبة.

__ حسب المبحوثين أنهم غير راضين على فترة الإعارة.

خلاصة الفصل:

يعد الاتصال أحد المواضيع التي لها أثر بالغ الأهمية في تحقيق الأهداف ضمن ما تصبوا المؤسسة إلى تحقيقه فبدونه يتعطل العمل حيث تنقطع التعليمات و الأوامر و يتوقف تبادل المعلومات فلا يمكن تصور أي عمل دون اتصال أو قيام شخص لتحقيق هدف بدونه لأنه يعتبر عملية لنقل المعلومات و الرغبات و المشاعر و المعرفة و التجارب. وبعد عرضنا لنتائج الدراسة وتحليل البيانات محاولين تفسيرها بالإعتماد على الواقع وعلى ما لمسناه ميدانيا توصلنا إلى أن مكتبات جامعة غرداية لها دور في تطبيق الإستراتيجية الإتصالية لتعزيز ولاء المستفيد

خاتمة

حاولنا من خلال هذه الدراسة التي تطرقنا فيها إلى دور الإستراتيجية الاتصالية في تعزيز ولاء المستفيد على مستوى مكتبات جامعة غرداية, وذلك لفهم العلاقة التي تربط الإستراتيجية الاتصالية بولاء المستفيد داخل المكتبات الجامعية بجامعة غرداية, وهو ما دفعنا إلى طرح الاشكالية المذكورة سابقا, والإجابة عليها من خلال الفصول الثلاثة لهذا البحث باستعمال المنهج و الأدوات اللازمة, حيث كان لابد من تمهيد الدراسة الميدانية باطار نظري لتزويد الباحث بالمفاهيم والمعلومات اللازمة حول موضوع البحث ومن ثم التطبيق الميداني على عينة من الطلبة المسجلين بمكتبات الكليات بجامعة غرداية.

فالتخطيط الإستراتيجي بات العمود الفقري بالمكتبات الجامعية من أجل تسيير شؤونها وتحقيق أهدافها وغاياتها, والرفع من قدراتها وتحسين أداء الموظفين بداخلها, من خلال رسمها لرؤية مستقبلية بالمكتبة الجامعية, الأمر ما انفك يجعلها من أفضل الخيارات التي تؤدي إلى بلوغ الأداء المنشود. وفي الأخير يمكننا القول أن الإستراتيجية الاتصالية مقياس لكسب ولاء المستفيد من المكتبة الجامعية وتعزيز رضاه.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1.الكتب:

1. بدر أحمد, محمد فتحي عبد الهادي: المكتبات الجامعية تنظيمها وإدارتها وخدماتها ودورها في تطوير البحث العلمي, ط. 04, دار غريب للنشر والتوزيع, القاهرة, 2001.
2. بهنسي فايزة محمد رجب: الرضا الوظيفي للعاملين من منظور الخدمة الإجتماعية, ط.1, دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر, الإسكندرية, 2011.
3. بوحش عمار, الذنبيات محمد محمود. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث, ديوان المطبوعات الجامعية, ط.04, الجزائر, 2007.
4. بن جندل سعد الحاج : العينة والمعاينة مقدمة منهجية قصيرة جدا, ط. 01, دار البداية ناشرون وموزعون, عمان 2019.
5. جمال محمد أبو شنب: قواعد البحث العلمي والاجتماعي (المناهج والطرق والأدوات) , ط. 01 , دار المعرفة الجامعية , شارع حلوان , 2006.
6. الجنابي يزين سالم محمد, فؤاد حمودي العطار, أكرم محسن الياسري: مفاهيم معاصرة في الإدارة الاستراتيجية ونظرية المنظمة (استراتيجية المزيج التسويقي_ سلوك المستهلك_ط1, ج4. دار صفاء لنشر والتوزيع_ عمان, 2015 م/ 1436.
7. الخضر محمد: عبد الحميد الخليل: مناهج البحث العلمي, ب. ط, الجامعة الافتراضية السورية, 2020. ص.248.
8. رمضان دياب محمود رمضان: استراتيجيات الحملات الإعلامية الموجهة, ب. ط, مؤسسة شباب الجامعة للنشر والتوزيع, الإسكندرية, 2019.
9. سرحان علي المحمودي محمد: مناهج البحث العلمي, ط03, دار الكتب لنشر والتوزيع, الجمهورية اليمنية صنعاء, 1441هـ/ 2019.
10. صقور مجد, الصرن رعد, الإدارة الإستراتيجية, ب, ط, الجامعة الافتراضية السورية, 2018.
11. الطائي مصطفى حميد, أبو بكر خير ميلاد: مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية, دار الوفاء لدنيا للنشر والتوزيع, ط.01, الإسكندرية, 2002

12. عليان ربحي مصطفى, حسن أحمد المومني: المكتبات والمعلومات والبحث العلمي: ط.02, جدارا للكتاب العالمي, عالم الكتب الحديث للنشر, عمان _ اربد, الأردن, 2009.
13. عليان ربحي مصطفى, غنيم عثمان محمد: مناهج وأساليب البحث العلمي النظرية والتطبيق, ط.01, دار الصفاء للنشر والتوزيع, عمان, 2000, ص.82.
14. عيسى إيهاب, طارق عبد الرؤوف عامر: الولاء المؤسسي والرضا الوظيفي والمهني_ مفهومه_ عوامله_ نظرياته_ ومقياس الرضا الوظيفي والمهني في العمل, ط.01, المؤسسة العربية للعلوم والثقافة لنشر والتوزيع, شرطة أمين خلف حي الهرم, 2014.
15. قصبي حنان, هلال محمد: في المنهج, ط.1. دار توبقال, الدار البيضاء المغرب, 2015.
16. المصري عاصم البركاني: الولاء والبراء في الاسلام سؤال وجواب, ط.1, دار الدعوة, 2012م.
17. منيف لكحل: تحفيز العاملين و بناء الرضا الوظيفي, ط.01, دار المثقف, 2018.
18. هاني محمد: المكتبات أنواعها_ أوعيتها_ خدماتها, ط.01, دار العلم والإيمان, 2010, د. ب.
19. هلال محمد عبد الغني حسن: مهارات التفكير والتخطيط الإستراتيجي كيف تربط بين الحاضر والمستقبل, د. ط, مركز تطوير الأداء والتنمية للنشر, مصر الجديدة, 2007 / 2008.
20. يوسف حجيم سلطان الطائي: هاشم فوزي دباس العبادي: إدارة علاقات الزبون , ط.1, دار النشر الوراق , عمان 2009.

(2) - المعاجم:

1. الشامي أحمد محمد ا, سيد حسب الله: المعجم الموسوعي لمصطلحات المكتبات والمعلومات, إنجليزي_ عربي_ ا, دار المريح للنشر والتوزيع, د.ت, الرياض, 1988.

3. المجالات

1. خبيزي سامية: الإستراتيجية الاتصالية كخيار إستراتيجي وعملي تنتهجه المؤسسات: آليات وخطواته, المجلة الجزائرية للعلوم الإجتماعية والإنسانية, مج.08, ع.02, 2020.

2. رويم فايزة: " واقع الولاء التنظيمي في المؤسسات المهنية". دراسة ميدانية بمدينة ورقلة. دراسات نفسية وتربوية " , مخبر تطوير الممارسات النفسية والتربوية, ع. 5 ديسمبر 2010. جامعة قاصدي مرباح ورقلة .
3. بن رابح جازية: دور بحوث قياس الجمهور في توجيه الإستراتيجية الاتصالية للمؤسسة الجزائرية. الاتصال التلفزيوني نموذجاً. دراسة مسحية تحليلية, حوليات جامعة الجزائر, ع.32, ج.03, جوان 2018.
4. سليم عثمان أحمد علياء: " الرضا عن الحياة لدى الأطفال". المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال, مج 04, ع 04, جامعة المنصورة, أبريل 2018.
5. الشيخ زيد فوزي أيوب: " دور الابتكار في تحقيق رضا المستفيد بالتطبيق في مستشفى أزادي_ اربيل", ع. 119, مج.37, جامعة الموصل, 2018.
6. عبادو خديجة: " الولاء التنظيمي لدى أساتذة الجامعات", مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية, ع. 18. ورقلة _ غرداية _ الوادي _ بسكرة , مارس 2015.
7. عبدالعزيز عبدالكريم الفريح خالد: مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث العالم وتكنولوجيا الاتصال - ع 07, جامعة حلوان القاهرة.
8. الكراسنة سميح محمد وآخرون: الانتماء والولاء الوطني في الكتاب والسنة النبوية, المجلة الأردنية في الدراسات الإسلامية, مج.06, ع.02, الأردن, ديسمبر 2010.
9. محمد سيد أحمد عبد الناصر: "تقييم عملية قياس رضا المستفيدين عن الخدمات العامة بالمؤسسات الحكومية في جمهورية مصر العربية", مدرس إدارة الاعمال .معهد القاهرة الجديدة للعلوم الادارية والحاسب الآلي .التجمع الاول .القاهرة الجديد.
10. محمود محمد أيوب: " أثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون " , دراسة تطبيقية على عينة من مشتركى شركة ايرث لينك لخدمات الانترنت في محافظة اربيل, المجلة العربية للنشر العلمي, ع. 18, اقليم كوردستان .جامعة زاخو . كاية إدارة الأعمال . العراق , 2 نيسان 2020.
11. مشهدي حسين خضير محمد: " الرضا الوظيفي وتأثيره على الأبناء". المجلة العلمية لكلية رياض الأطفال, مج. 05, ع. 01, جامعة المنصورة, يوليو 2018.

12. النعاس صديقي, يونسى مصطفى: إدارة العلاقة مع الزبائن كآلية لبناء ولاء الزبائن- دراسة ميدانية لمتعاملي مؤسسة موبيليس, مجلة مجاميع المعرفة , مج.06, ع.01, جامعة زيان عاشور الجلفة، الجزائر, أفريل 2020.

13. غربي محمد , إبراهيم قلواز: النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية, مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية, ع.18, جامعة حمة لخضر الوادي, أكتوبر 2016

14. غربي محمد , إبراهيم قلواز: النظرية البنائية الوظيفية نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية, مجلة التمكين الإجتماعي, مج. 01, ع.03. جامعة الأغواط, سبتمبر 2019

04. الرسائل الجامعية:

1. بوزكري ميساء: تأثير خدمات الاتصال على ولاء الزبون - دراسة حالة مؤسسة موبيليس ولاية جيجل . كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير, مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية . تخصص تسويق خدمات, جامعة محمد الصديق بن يحي, 2020/2019.

2. بوبلال نجاة: تأثير أفراد المؤسسة الصحية على ولاء الزبون "دراسة عينة من زبائن مصحة عادة بورقلة", مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي , تخصص تسويق خدمات, جامعة قاصدي مرباح، ورقلة- الجزائر, 2019/2018.

3. حفصي أمال: الاستراتيجية الاتصالية لمؤسسات الأمن للوقاية من حوادث المرور, دراسة حالة لمديرية أمن ولاية المسيلة, مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال, تخصص اتصال وعلاقات عامة, جامعة محمد بوضياف بالمسيلة , 2016/2015.

4. خلوط زهوة: التسويق الابتكاري وأثره على بناء ولاء الزبائن دراسة حالة " مؤسسة اتصالات الجزائر" مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير, تخصص تسويق, جامعة أحمد بوقرة بومرداس, 2013_ 2014.

5. زعباط سامي, بوقريقة رفيقة: أثر تبني التسويق بالعلاقات في بناء ولاء الزبون بالمؤسسات المصرفية: دراسة عينة من زبائن المصارف الخاصة بولاية جيجل, مجلة اقتصاد المال والأعمال, مج06, ع01, جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل(الجزائر), أبريل 2022.
6. زواقة عواطف, حرنان سماح: الاستراتيجية الاتصالية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين مديرية الضرائب_ أم البواقي نموذجا_ مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال, تخصص إتصال وعلاقات عامة, جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي, 2015/2014.
7. زوزو فاطمة الزهرة: دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة, مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر, تخصص تسويق خدمي, جامعة قاصدي مرباح ورقلة, 2010_ 2011.
8. شعبان عماد الدين: دور الاستراتيجية الاتصالية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الاقتصادية دراسة حالة للشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز SDC (سونلغاز -) بسكرة -مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال, تخصص اتصال وعلاقات عامة, جامعة محمد خيضر-بسكرة- قطب شتمة, 2018 / 2019.
9. شهرأوي نوال: استراتيجية الاتصال داخل المؤسسات الإعلامية دراسة حالة " لإذاعة سعيدة", مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر, تخصص الاتصال والعلاقات العامة, جامعة د. مولاي الطاهر_ سعيدة_ 2016/2017.
10. صغير محمد أسماء, بوجلال حفيظة: أخصائي المعلومات ودوره في تلبية احتياجات المستفيدين _ مكتبة العلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم_ نموذجا_ مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في التخصص نظم المعلومات التكنولوجيا الحديثة والتوثيق, جامعة عبد الحميد بن باديس _ مستغانم _ 2017 / 2018.
11. بن علي الغامدي عبد المحسن بن عبد الله: القيادة التحويلة وعلاقتها بمستويات الولاء التنظيمي لدى الضباط الميدانيين بقيادة حرس الحدود بمنطقة مكة المكرمة, رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في العلوم الإدارية, جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 1432هـ / 2011م.

12. قريوز فيصل , بوخشة مهدي: أثر المكتبة الإلكترونية على المستخدمين , دراسة تقييمية مكتبة العلوم الإنسانية والإجتماعية تيارت _ نموذجاً _ مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر 2 علم المكتبات والمعلومات , تخصص نظم المعلومات التكنولوجية والتوثيق, جامعة محمد بن باديس _ مستغانم _ 2018/2017.

13. مقناني صبرينة: التكوين الوثائقي لدى مستخدمي المكتبة المركزية لجامعة منثوري قسنطينة , أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم, تخصص علم المكتبات, جامعة منثوري قسنطينة, معهد علم المكتبات, 2006.

14. الموسومي أحمد عباس, أبعاد التسويق بالعلاقات العامة وتأثيره في تحقيق ولاء الزبون _دراسة استطلاعية تحليلية للآراء عينة من موظفي وزبائن المصاريف الاهلية العراقية, رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد بجامعة كربلاء وهي جزء من متطلبات نيل درجة ماجستير علوم في إدارة الأعمال, تحت إشراف الأستاذ فؤاد حمودي العطار, جامعة كربلاء جمهورية العراق, 1434هـ / 2013م.

5. المحاضرات

1. بن زرارة أمينة: مطبوعة بيداغوجية في مقياس إستراتيجيات الاتصال للسنة الثالثة اتصال, ليسانس أكاديمية , جامعة قالمة, 2021/2020.

2. يحيايوي إبراهيم: إستراتيجيات الاتصال, محاضرات سنة أولى ماستر علم الاجتماع. الاتصال, جامعة محمد أمين دباغين سطيف 2, 2019/2018م.

06. المقابلات:

رقابة أحمد: مدير المكتبة المركزية. جامعة غرداية . 29 مارس 2022. 11 صباحا

07. المراجع الأجنبية:

1. CHARONI Jean Luc, SEPARI Sabrine , Manuel Application " organisation et gestion de l'entreprise " , 2^{eme} édition DUNOD ,Paris , 2001.
2. DECAUPIN Jean – marc, La communication marketing " concepts, techniques, stratégies " ,2^{eme} édition economica, paris.
3. SANA Safiatou. Elaboration d'une stratégie de communication pour le développement. Cour, pôle Ouagadougou.

الملاحق

الملحق رقم 01: الإستبيان

جامعة غرداية

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية



تخصص : اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول

الإستراتيجية الاتصالية ودورها في تعزيز ولاء المستفيد_ دراسة لعينة من مستخدمي
مكتبات جامعة غرداية_

أخي الفاضل / أختي الفاضلة

تحية طيبة وبعد .

في إطار إنجاز مذكرة تخرج تخصص إتصال وعلاقات عامة بعنوان :

دور الإستراتيجية الاتصالية للمكتبات الجامعية في تعزيز ولاء المستفيد دراسة لعينة من مستخدمي مكتبات جامعة
غرداية

نرجو مساهمتكم وتعاونكم في ملئ الإستمارة من أجل إمدادنا بالمعلومات اللازمة لإنجاز هذه الدراسة من أجل
التعرف على دور الإستراتيجية الاتصالية لمكتبات جامعة غرداية في تعزيز ولاء المستفيد من مكتبات جامعة غرداية.

الموسم الجامعي: 2022/2021

ملاحظة : نرجو منكم قراءتها بتمعن ثم الإجابة
بوضع علامة في المكان المناسب

البيانات الشخصية

1. الجنس:

• ذكر أنثى

2. السن : من 18 إلى 25 26 إلى 35 36 إلى 45 46 فأكثر

3. المستوى الدراسي: الطور لليسانس ولى ماستر ثانية ماستر الدكتوراه

4. عدد زيارتك للمكتبة يوميا سوعيا شهريا

5. أي كلية تدرس

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

كلية اللغات والآداب

كلية الحقوق والعلوم السياسية

كلية العلوم الطبيعية وعلوم الأرض وكلية العلوم والتكنولوجيا

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

1. واقع الإستراتيجية الاتصالية داخل مكتبات جامعة غرداية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	ترى أن موقع مكتبة الكلية مناسب لك					

					2	موقع المكتبة المركزية مناسب لك في حالة احتياجك لها
					3	تشعر أن تصميم المكتبة يبعث فيك راحة نفسية عند الدخول اليها
					4	إدارة المكتبة صارمة في تطبيق بنود النظام الداخلي
					5	تشجعك المكتبة دوما على الاطلاع والقراءة .
					6	توفر لك المكتبة كافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق أهدافك
					7	تقدم المكتبة جولات تعريفية لطلب الجدد من أجل مساعدتهم على الإفادة.
					8	يتناسب دوام المكتبة مع أوقات دراستك
					9	يتميز عمال المكتبة بسرعة الإستجابة عند تقديم طلبك
					10	تتردد باستمرار على المكتبة .
					11	يوجد تنوع وحادثة للمراجع والدوريات في المكتبة
					12	تعتمد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد.
					13	عند تأخرك في استرجاع الكتب يصلك إشعار عبر الهاتف
					14	يتوفر عدد كافي من الحواسيب في المكتبة .
					15	تتوفر على مستوى المكتبة خدمة فضاء الانترنت .
					16	بإمكانك الوصول بسهولة للعناوين التي تبحث عنها
					17	ذهابك للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله
					18	تشعر بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة لك
					19	تعجبك طريقة تعامل الموظفين عند توجيهك للمكتبة
					20	أنت راضي على عدد الكتب المقدمة لك خلال فترة الإعارة

واقع ولاء المستفيد على مستوى مكتبات جامعة غرداية

الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
21	ترغب دائما في التردد على المكتبة					
22	تتحدث مع زملائك بإيجابية حول خدمات المكتبة					
23	تشعر أن خدمات المكتبة المقدمة لك سبب في نجاحك					
24	توجه أنت غالبا النصح لزملائك بالذهاب للمكتبة					
25	تتكلم دوما عن المزايا التي تقدمها لك خدمات المكتبة					
26	تثق في كل ما يقدمه لك الموظف من خدمة أو مساعدة					
27	رضاك عن مستوى الخدمات المقدمة لك سبب في ترددك الدائم على المكتبة					
28	قمت بربط علاقات مع موظفي المكتبة بسبب ارتياحك لتعاملهم معك					
29	تقوم بإبلاغ إدارة المكتبة عن كل تصرف يضر بسمعة المكتبة وصورتها					
30	أثرت خدمات المكتبات الرقمية على علاقتك في زيارة المكتبة					

31. كيف تتواصل عن بعد مع مكتبة الجامعة ؟

البريد الإلكتروني

صفحة المكتبة

الإيميل

الفايسبوك

أخرى أذكرها

32. ما الذي تقترحه حتى تكون راضيا عن خدمات المكتبة ؟

وفي الأخير نشكركم على تعاونكم في ملء هذه الإستمارة.

الملحق رقم 02: قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	إسم الأستاذ	الجامعة
01	دكتور قشار بكير	جامعة غرداية
02	دكتور شرايطي فوزي	جامعة غرداية
03	الأستاذ عقون ياسين	جامعة غرداية

الملحق رقم 03: دليل المقابلة:

- هل تعتقد أن مساحة المكتبة كافية لاستيعاب مجموعات الطلبة؟
- هل تستخدم المكتبة نظاما أليا؟
- هل تم ربط المكتبة بشبكة أنترنت؟
- هل تتواصل المكتبة مع المستخدمين عبر الشبكات الاجتماعية؟ الإيميل-الفايسبوك-رقم الهاتف

_ هل صارمين في تطبيق بنود النظام الداخلي للمكتبة؟

- هل توفر المكتبة دفتر لتردد الطلبة؟

- هل يتعامل معك الطالب بشكل يرضيك؟

هل أصبحت البيئة الإلكترونية تشكل خطر على المكتبات الجامعية؟

- هل تنظم المكتبات الجامعية معارض للكتب؟

- كم نسخة لديكم حول مصادر المعلومات ؟

الملحق رقم 04:

الاستراتيجية الاتصالية ودورها في تعزيز ولاء المستفيد دراسة لعينة من مستخدمي مكتبات
جامعة غرداية

ثبات المحور الاول: واقع الاستراتيجية الاتصالية داخل مكتبات جامعة غرداية

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	30	100.0
Exclue ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.862	20

Statistiques de total des element

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un element	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
ترى أن موقع مكتبة الكلية مناسب لك	57.9667	115.482	.344	.860
موقع المكتبة المركزية مناسب لك في حالة احتياجك لها	59.0667	109.513	.390	.860
تشعر أن تصميم المكتبة يبعث فيك راحة نفسية عند الدخول اليها	59.0000	107.034	.465	.856

إدارة المكتبة صارمة في تطبيق بنود النظام الداخلي	58.2000	117.821	.167	.865
تشجيع المكتبة دوما على الاطلاع والقراءة.	58.9667	114.102	.255	.865
توفر لك المكتبة كافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق أهدافك	58.9667	107.206	.566	.852
تقدم المكتبة جولات تعريفية لطلب الجدد من أجل مساعدتهم على الإفادة.	59.9333	110.202	.428	.857
يتناسب دوام المكتبة مع أوقات دراستك	58.6333	112.999	.349	.860
يتميز عمال المكتبة بسرعة الاستجابة عند تقديم طلبك	57.8667	113.568	.411	.858
تتردد باستمرار على المكتبة.	58.5000	113.224	.432	.857
يوجد تنوع وحادثة للمراجع والدوريات في المكتبة	59.1667	107.523	.548	.852
تعتمد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد.	59.3000	107.390	.626	.850
عند تأخرك في استرجاع الكتب يصلك اشعار عبر الهاتف	60.2667	114.547	.299	.862
يتوفر عدد كافي من الحواسيب في المكتبة	60.3333	109.816	.568	.852
تتوفر على مستوى المكتبة خدمة فضاء الانترنت.	60.3333	104.161	.754	.844
بإمكانك الوصول بسهولة للعناوين التي تبحث عنها	59.2667	106.685	.565	.852
ذهابك للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله	58.5667	105.082	.733	.845
تشعر بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة لك	58.9667	107.551	.589	.851

تعجبك طريقة تعامل الموظفين عند توجيهك للمكتبة	57.8333	119.109	.165	.864
أنت راضي على عدد الكتب المقدمة لك خلال فترة الإعارة	58.7667	111.702	.386	.859

ثبات المحور الثاني: واقع ولاء المستفيد على مستوى مكتبات جامعة غرداية

Fiabilité

Echelle : ALL VARIABLES

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observatio		
Valide	30	100.0
Exclue ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.838	10

Statistiques de total des éléments

	Moyenne de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Variance de l'échelle en cas de suppression d'un élément	Corrélation complète des éléments corrigés	Alpha de Cronbach en cas de suppression de l'élément
ترغب دائما في التردد على المكتبة	29.8000	39.614	.597	.817
تتحدث مع زملائك بإيجابية حول خدمات المكتبة	29.8333	39.178	.612	.816
تشعر أن خدمات المكتبة المقدمة لك سبب في نجاحك	30.0000	36.345	.728	.802
توجه أنت غالبا النصح لزملائك بالذهاب للمكتبة	29.9333	35.926	.825	.793
تتكلم دوما عن المزايا التي تقدمها لك خدمات المكتبة	30.0667	35.444	.818	.792
تثق في كل ما يقدمه لك الموظف من خدمة أو مساعدة	29.4333	37.495	.784	.800
رضاك عن مستوى الخدمات المقدمة لك سبب في تردك الدائم على المكتبة	29.8333	36.626	.777	.798
قمت بربط علاقات مع موظفي المكتبة بسبب ارتياحك لتعاملهم معك	29.9667	46.102	.085	.859

تقوم بإبلاغ إدارة المكتبة عن كل تصرف يضر بسمعة المكتبة وصورتها	30.2000	44.166	.280	.843
أثرت خدمات المكتبات الرقمية على علاقتك في زيارة المكتبة	29.7333	46.271	.003	.882

الملحق رقم 05: نتائج البيانات الشخصية

الدراسي المستوى:

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide لليسانس الطور	79	21.9	41.6	41.6
ماسنر أولى	26	7.2	13.7	55.3
ماسنر ثانية	79	21.9	41.6	96.8
الذكتوراه	6	1.7	3.2	100.0
Total	190	52.6	100.0	
Manquant	171	47.4		
Total	361	100.0		

السن

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide 25 إلى 18 من	116	32.1	61.1	61.1
35 إلى 26 من	58	16.1	30.5	91.6
45 إلى 35 من	13	3.6	6.8	98.4
فأكثر 46 من	3	.8	1.6	100.0
Total	190	52.6	100.0	
Manquant	171	47.4		
Total	361	100.0		

اي كلية تدرس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	كلية العلوم الانسانية والاجتماعية	30	8.3	15.8	15.8
	كلية اللغات والآداب	30	8.3	15.8	31.6
	كلية الحقوق والعلوم السياسية	50	13.9	26.3	57.9
	كلية العلوم الطبيعية وكلية العلوم التكنولوجيا	20	5.5	10.5	131
	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير	60	16.6	31.6	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

للمكتبة زياراتك عدد

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	يومان	18	5.0	9.5	9.5
	اسبوعيا	75	20.8	39.7	49.2
	شهريا	96	26.6	50.8	100.0
	Total	189	52.4	100.0	
Manquant	Système	172	47.6		
	Total	361	100.0		

الملحق رقم: 05 عرض نتائج برنامج SPSS

تشعر أن تصميم المكتبة يبعث فيك راحة نفسية عند الدخول اليها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé	
أن ترى	Valid	غير موافق بشدة	14	3.9	7.4	7.4
		غير موافق	59	16.3	31.1	38.4
		محايد	17	4.7	8.9	47.4
		موافق	80	22.2	42.1	89.5
		موافق بشدة	20	5.5	10.5	100.0
	Total	190	52.6	100.0		
Manquant	Manquant	Système	171	47.4		
	Total		361	100.0		

إدارة المكتبة صارمة في تطبيق بنود النظام الداخلي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé	
Valid		2	0.6	1.1	1.1	
		غير موافق	16	4.4	8.4	9.5
		محايد	8	2.2	4.2	13.7
		موافق	99	27.4	52.1	65.8
		موافق بشدة	65	18.0	34.2	100.0
	Total	190	52.6	100.0		
Manquant	Manquant	Système	171	47.4		
	Total		361	100.0		

موقع المكتبة المركزية مناسب لك في حالة احتياجك لها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid		غير موافق بشدة	20	5.5	10.5
		غير موافق	45	12.5	23.7
		محايد	13	3.6	6.
		موافق	75	20.8	39.5
		موافق بشدة	37	10.2	19.5
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Manquant	Système	171	47.4	
	Total		361	100.0	

Valide	غير موافق بشدة	2	.6	1.1	1.1
	غير موافق	12	3.3	6.3	7.4
	محايد	19	5.3	10.0	17.4
	موافق	115	31.9	60.5	77.9
	موافق بشدة	42	11.6	22.1	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تشجيع المكتبة دوما على الاطلاع والقراءة.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	20	5.5	10.5	10.5
	غير موافق	58	16.1	30.5	41.1
	محايد	29	8.0	15.3	56.3
	موافق	66	18.3	34.7	91.1
	موافق بشدة	17	4.7	8.9	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

توفر لك المكتبة كافة الامكانيات والتجهيزات اللازمة لتحقيق أهدافك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
	غير موافق بشدة	13	3.6	6.8	6.8
	غير موافق	60	16.6	31.6	38.4
Valide	محايد	28	7.8	14.7	53.2
	موافق	72	19.9	37.9	91.1
	موافق بشدة	17	4.7	8.9	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تقدم المكتبة جولات تعريفية لطلب الجدد من أجل مساعدتهم على الإفادة.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	71	19.7	37.4	37.4
	غير موافق	65	18.0	34.2	71.6

	محايد	22	6.1	11.6	83.2
	موافق	27	7.5	14.2	97.4
	موافق بشدة	5	1.4	2.6	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

يتناسب دوام المكتبة مع أوقات دراستك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	10	2.8	5.3	5.3
	غير موافق	57	15.8	30.0	35.3
	محايد	18	5.0	9.5	44.7
	موافق	90	24.9	47.4	92.1
	موافق بشدة	15	4.2	7.9	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

يتميز عمال المكتبة بسرعة الاستجابة عند تقديم طلبك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	4	1.1	2.1	2.1
	غير موافق	30	8.3	15.8	17.9
	محايد	11	3.0	5.8	23.7
	موافق	118	32.7	62.1	85.8
	موافق بشدة	27	7.5	14.2	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تتردد باستمرار على المكتبة.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	3	.8	1.6	1.6
	غير موافق	41	11.4	21.6	23.2
	محايد	37	10.2	19.5	42.6
	موافق	93	25.8	48.9	91.6
	موافق بشدة	16	4.4	8.4	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

يوجد تنوع وحدثة للمراجع والدوريات في المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	13	3.6	6.8	6.8
	غير موافق	55	15.2	28.9	35.8

	محاييد	50	13.9	26.3	62.1
	موافق	62	17.2	32.6	94.7
	موافق بشدة	10	2.8	5.3	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Systeme	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تعتمد المكتبة على صفحات ومواقع خاصة لنشر كل ما هو جديد.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	30	8.3	15.8	15.8
	غير موافق	59	16.3	31.1	46.8
	محاييد	24	6.6	12.6	59.5
	موافق	67	18.6	35.3	94.7
	موافق بشدة	10	2.8	5.3	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Systeme	171	47.4		
	Total	361	100.0		

عند تأخر في استرجاع الكتب يصلك اشعار عبر الهاتف

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	92	25.5	48.4	48.4
	غير موافق	55	15.2	28.9	77.4
	محاييد	21	5.8	11.1	88.4
	موافق	17	4.7	8.9	97.4
	موافق بشدة	5	1.4	2.6	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Systeme	171	47.4		
	Total	361	100.0		

يتوفر عدد كافي من الحواسيب في المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	78	21.6	41.1	41.1
	غير موافق	66	18.3	34.7	75.8
	محاييد	12	3.3	6.3	82.1
	موافق	25	6.9	13.2	95.3
	موافق بشدة	9	2.5	4.7	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Systeme	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تتوفر على مستوى المكتبة خدمة فضاء الانترنت.

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	95	26.3	50.0	50.0

	غير موافق	55	15.2	28.9	78.9
	محايد	9	2.5	4.7	83.7
	موافق	21	5.8	11.1	94.7
	موافق بشدة	10	2.8	5.3	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

بإمكانك الوصول بسهولة للعناوين التي تبحث عنها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	12	3.3	6.3	6.3
	غير موافق	43	11.9	22.6	28.9
	محايد	18	5.0	9.5	38.4
	موافق	108	29.9	56.8	95.3
	موافق بشدة	9	2.5	4.7	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

ذهابك للمكتبة يحقق لك الهدف الذي تسعى من أجله

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	8	2.2	4.2	4.2
	غير موافق	20	5.5	10.5	14.7
	محايد	19	5.3	10.0	24.7
	موافق	125	34.6	65.8	90.5
	موافق بشدة	18	5.0	9.5	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تشعر بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة لك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	10	2.8	5.3	5.3
	غير موافق	45	12.5	23.7	28.9
	محايد	27	7.5	14.2	43.2
	موافق	95	26.3	50.0	93.2
	موافق بشدة	13	3.6	6.8	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تعجبك طريقة تعامل الموظفين عند توجيهك للمكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	6	1.7	3.2	3.2

	غير موافق	17	4.7	8.9	12.1
	محايد	17	4.7	8.9	21.1
	موافق	113	31.3	59.5	80.5
	موافق بشدة	37	10.2	19.5	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

أنت راضي على عدد الكتب المقدمة لك خلال فترة الإعارة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	10	2.8	5.3	5.3
	غير موافق	65	18.0	34.2	39.5
	محايد	13	3.6	6.8	46.3
	موافق	83	23.0	43.7	90.0
	موافق بشدة	19	5.3	10.0	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

ترغب دائما في التردد على المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	4	1.1	2.1	2.1
	غير موافق	49	13.6	25.8	27.9
	محايد	23	6.4	12.1	40.0
	موافق	90	24.9	47.4	87.4
	موافق بشدة	24	6.6	12.6	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تتحدث مع زملائك بإيجابية حول خدمات المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	4	1.1	2.1	2.1
	غير موافق	48	13.3	25.3	27.4
	محايد	29	8.0	15.3	42.6
	موافق	92	25.5	48.4	91.1
	موافق بشدة	17	4.7	8.9	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تشعر أن خدمات المكتبة المقدمة لك سبب في نجاحك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé

Valide	غير موافق بشدة	8	2.2	4.2	4.2
	غير موافق	53	14.7	27.9	32.1
	محايد	37	10.2	19.5	51.6
	موافق	70	19.4	36.8	88.4
	موافق بشدة	22	6.1	11.6	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

توجه أنت غالبا النصح لزملائك بالذهاب للمكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	8	2.2	4.2	4.2
	غير موافق	45	12.5	23.7	27.9
	محايد	32	8.9	16.8	44.7
	موافق	91	25.2	47.9	92.6
	موافق بشدة	14	3.9	7.4	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تتكلم دوما عن المزايا التي تقدمها لك خدمات المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	8	2.2	4.2	4.2
	غير موافق	64	17.7	33.7	37.9
	محايد	39	10.8	20.5	58.4
	موافق	64	17.7	33.7	92.1
	موافق بشدة	15	4.2	7.9	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تثق في كل ما يقدمه لك الموظف من خدمة أو مساعدة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	3	.8	1.6	1.6
	غير موافق	17	4.7	8.9	10.5
	محايد	23	6.4	12.1	22.6
	موافق	101	28.0	53.2	75.8
	موافق بشدة	46	12.7	24.2	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

رضاك عن مستوى الخدمات المقدمة لك سبب في ترددك الدائم على المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	7	1.9	3.7	3.7
	غير موافق	42	11.6	22.1	25.8
	محايد	33	9.1	17.4	43.2
	موافق	85	23.5	44.7	87.9
	موافق بشدة	23	6.4	12.1	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

قمت بربط علاقات مع موظفي المكتبة بسبب ارتياحك لتعاملهم معك

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	15	4.2	7.9	7.9
	غير موافق	50	13.9	26.3	34.2
	محايد	43	11.9	22.6	56.8
	موافق	67	18.6	35.3	92.1
	موافق بشدة	15	4.2	7.9	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

تقوم بإبلاغ إدارة المكتبة عن كل تصرف يضر بسمعة المكتبة وصورتها

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	44	12.2	23.2	23.2
	غير موافق	43	11.9	22.6	45.8
	محايد	55	15.2	28.9	74.7
	موافق	37	10.2	19.5	94.2
	موافق بشدة	11	3.0	5.8	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

أثرت خدمات المكتبات الرقمية على علاقتك في زيارة المكتبة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	غير موافق بشدة	7	1.9	3.7	3.7
	غير موافق	46	12.7	24.2	27.9
	محايد	34	9.4	17.9	45.8
	موافق	54	15.0	28.4	74.2
	موافق بشدة	49	13.6	25.8	100.0
	Total	190	52.6	100.0	
Manquant	Système	171	47.4		
	Total	361	100.0		

كيف تتواصل عن بعد مع مكتبة الجامعة ؟

	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	2	.6	1.1	1.1
البريد الإلكتروني	39	10.8	20.5	21.6
صفحة المكتبة	77	21.3	40.5	62.1
الإيميل	56	15.5	29.5	91.6
الفيسبوك	16	4.4	8.4	100.0
Total	190	52.6	100.0	
Manquant	171	47.4		
Total	361	100.0		

Tableau croisé الجنس * تشعر أن تصميم المكتبة يبعث عليك راحة نفسية عند الدخول اليها

	اليها الدخول عند نفسية راحة فيك يبعث المكتبة تصميم أن تشعر					Total
	بشدة موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بشدة موافق	
الجنس ذكر	5	26	4	32	7	74
Effectif						
% dans الجنس	6.8%	35.1%	5.4%	43.2%	9.5%	100.0%
فيك يبعث المكتبة تصميم أن تشعر اليها الدخول عند نفسية راحة	35.7%	44.1%	23.5%	40.0%	35.0%	38.9%
% du total	2.6%	13.7%	2.1%	16.8%	3.7%	38.9%
الجنس انثى	9	33	13	48	13	116
Effectif						
% dans الجنس	7.8%	28.4%	11.2%	41.4%	11.2%	100.0%
فيك يبعث المكتبة تصميم أن تشعر اليها الدخول عند نفسية راحة	64.3%	55.9%	76.5%	60.0%	65.0%	61.1%
% du total	4.7%	17.4%	6.8%	25.3%	6.8%	61.1%
Total	14	59	17	80	20	190
Effectif						
% dans الجنس	7.4%	31.1%	8.9%	42.1%	10.5%	100.0%
فيك يبعث المكتبة تصميم أن تشعر اليها الدخول عند نفسية راحة	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
% du total	7.4%	31.1%	8.9%	42.1%	10.5%	100.0%

Tableau croisé أجله من تسعى الذي الهدف لك يحقق للمكتبة ذهابك * الجنس

	أجله من تسعى الذي الهدف لك يحقق للمكتبة ذهابك					Total
	بتسدة موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بتسدة موافق	
الجنس ذكر	3	4	5	58	4	74
Effectif						
% dans الجنس	4.1%	5.4%	6.8%	78.4%	5.4%	100.0%
% dans الهدف لك يحقق للمكتبة ذهابك	37.5%	20.0%	26.3%	46.4%	22.2%	38.9%
أجله من تسعى الذي						
% du total	1.6%	2.1%	2.6%	30.5%	2.1%	38.9%
الجنس انثى	5	16	14	67	14	116
Effectif						
% dans الجنس	4.3%	13.8%	12.1%	57.8%	12.1%	100.0%
% dans الهدف لك يحقق للمكتبة ذهابك	62.5%	80.0%	73.7%	53.6%	77.8%	61.1%
أجله من تسعى الذي						
% du total	2.6%	8.4%	7.4%	35.3%	7.4%	61.1%
Total	8	20	19	125	18	190
Effectif						
% dans الجنس	4.2%	10.5%	10.0%	65.8%	9.5%	100.0%
% dans الهدف لك يحقق للمكتبة ذهابك	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
أجله من تسعى الذي						
% du total	4.2%	10.5%	10.0%	65.8%	9.5%	100.0%

Tableau croisé تلك المتاحة المعلومات مصادر حول بالرضا تتسعر * بتسعر بالرضا حول مصادر المعلومات المتاحة لك

	تلك المتاحة المعلومات مصادر حول بالرضا تتسعر					Total
	بتسدة موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بتسدة موافق	
الدراسي المستوى	3	14	13	41	8	79
Effectif						
% dans الدراسي المستوى	3.8%	17.7%	16.5%	51.9%	10.1%	100.0%
% dans مصادر حول بالرضا تتسعر	30.0%	31.1%	48.1%	43.2%	61.5%	41.6%
لك المتاحة المعلومات						
% du total	1.6%	7.4%	6.8%	21.6%	4.2%	41.6%
الدراسي المستوى	1	8	0	16	1	26
Effectif						
% dans الدراسي المستوى	3.8%	30.8%	0.0%	61.5%	3.8%	100.0%
% dans مصادر حول بالرضا تتسعر	10.0%	17.8%	0.0%	16.8%	7.7%	13.7%
لك المتاحة المعلومات						
% du total	0.5%	4.2%	0.0%	8.4%	0.5%	13.7%
الدراسي المستوى	6	20	14	36	3	79
Effectif						
% dans الدراسي المستوى	7.6%	25.3%	17.7%	45.6%	3.8%	100.0%
% dans مصادر حول بالرضا تتسعر	60.0%	44.4%	51.9%	37.9%	23.1%	41.6%
لك المتاحة المعلومات						
% du total	3.2%	10.5%	7.4%	18.9%	1.6%	41.6%
الدراسي المستوى	0	3	0	2	1	6
Effectif						
% dans الدراسي المستوى	0.0%	50.0%	0.0%	33.3%	16.7%	100.0%
% dans مصادر حول بالرضا تتسعر	0.0%	6.7%	0.0%	2.1%	7.7%	3.2%
لك المتاحة المعلومات						
% du total	0.0%	1.6%	0.0%	1.1%	0.5%	3.2%
Total	10	45	27	95	13	190
Effectif						
% dans الدراسي المستوى	5.3%	23.7%	14.2%	50.0%	6.8%	100.0%
% dans مصادر حول بالرضا تتسعر	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
لك المتاحة المعلومات						
% du total	5.3%	23.7%	14.2%	50.0%	6.8%	100.0%

Tableau croisé للمستوى الدراسي * يتناسب دوام المكتبة مع أوقات دراستك

		دراسك أوقات مع المكتبة دوام يتناسب					Total
		بشدة موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بشدة موافق	
الدراسي المستوى ليسانس الطور	Effectif	5	22	9	36	7	79
	% dans الدراسي المستوى	6.3%	27.8%	11.4%	45.6%	8.9%	100.0%
	% dans أوقات مع المكتبة دوام يتناسب دراستك	50.0%	38.6%	50.0%	40.0%	46.7%	41.6%
	% du total	2.6%	11.6%	4.7%	18.9%	3.7%	41.6%
ماستر أولى	Effectif	1	11	0	13	1	26
	% dans الدراسي المستوى	3.8%	42.3%	0.0%	50.0%	3.8%	100.0%
	% dans أوقات مع المكتبة دوام يتناسب دراستك	10.0%	19.3%	0.0%	14.4%	6.7%	13.7%
	% du total	0.5%	5.8%	0.0%	6.8%	0.5%	13.7%
ماستر ثانية	Effectif	3	21	9	39	7	79
	% dans الدراسي المستوى	3.8%	26.6%	11.4%	49.4%	8.9%	100.0%
	% dans أوقات مع المكتبة دوام يتناسب دراستك	30.0%	36.8%	50.0%	43.3%	46.7%	41.6%
	% du total	1.6%	11.1%	4.7%	20.5%	3.7%	41.6%
الدكتوراه	Effectif	1	3	0	2	0	6
	% dans الدراسي المستوى	16.7%	50.0%	0.0%	33.3%	0.0%	100.0%
	% dans أوقات مع المكتبة دوام يتناسب دراستك	10.0%	5.3%	0.0%	2.2%	0.0%	3.2%
	% du total	0.5%	1.6%	0.0%	1.1%	0.0%	3.2%
Total	Effectif	10	57	18	90	15	190
	% dans الدراسي المستوى	5.3%	30.0%	9.5%	47.4%	7.9%	100.0%
	% dans أوقات مع المكتبة دوام يتناسب دراستك	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	5.3%	30.0%	9.5%	47.4%	7.9%	100.0%

Tableau croisé المستوى الدراسي * توجه أنت غالبا التصح لزملائك بالذهاب للمكتبة

	للمكتبة بالذهاب لزملائك التصح غالبا أنت توجه					Total	
	بشدة موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بشدة موافق		
الدراسي المستوى للبياس الطور	Effectif	4	14	13	39	9	79
	% dans الدراسي المستوى	5.1%	17.7%	16.5%	49.4%	11.4%	100.0%
	% dans لزملائك التصح غالبا أنت توجه للمكتبة بالذهاب	50.0%	31.1%	40.6%	42.9%	64.3%	41.6%
	% du total	2.1%	7.4%	6.8%	20.5%	4.7%	41.6%
ماسر أولى	Effectif	0	7	4	14	1	26
	% dans الدراسي المستوى	0.0%	26.9%	15.4%	53.8%	3.8%	100.0%
	% dans لزملائك التصح غالبا أنت توجه للمكتبة بالذهاب	0.0%	15.6%	12.5%	15.4%	7.1%	13.7%
	% du total	0.0%	3.7%	2.1%	7.4%	0.5%	13.7%
ماسر ثانية	Effectif	4	22	15	35	3	79
	% dans الدراسي المستوى	5.1%	27.8%	19.0%	44.3%	3.8%	100.0%
	% dans لزملائك التصح غالبا أنت توجه للمكتبة بالذهاب	50.0%	48.9%	46.9%	38.5%	21.4%	41.6%
	% du total	2.1%	11.6%	7.9%	18.4%	1.6%	41.6%
الدكتوراه	Effectif	0	2	0	3	1	6
	% dans الدراسي المستوى	0.0%	33.3%	0.0%	50.0%	16.7%	100.0%
	% dans لزملائك التصح غالبا أنت توجه للمكتبة بالذهاب	0.0%	4.4%	0.0%	3.3%	7.1%	3.2%
	% du total	0.0%	1.1%	0.0%	1.6%	0.5%	3.2%
Total	Effectif	8	45	32	91	14	190
	% dans الدراسي المستوى	4.2%	23.7%	16.8%	47.9%	7.4%	100.0%
	% dans لزملائك التصح غالبا أنت توجه للمكتبة بالذهاب	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	4.2%	23.7%	16.8%	47.9%	7.4%	100.0%

Tableau croisé السن * تتق في كل ما يقدمه لك الموظف من خدمة أو مساعدة

	مساعدة أو خدمة من الموظف لك يقدمه ما كل في تتق					Total	
	بشدة موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بشدة موافق		
السن 25 إلى 18 من	Effectif	2	10	20	61	23	116
	% dans السن	1.7%	8.6%	17.2%	52.6%	19.8%	100.0%
	% dans الموظف لك يقدمه ما كل في تتق مساعدة أو خدمة من	66.7%	58.8%	87.0%	60.4%	50.0%	61.1%
	% du total	1.1%	5.3%	10.5%	32.1%	12.1%	61.1%
السن 35 إلى 26 من	Effectif	1	6	2	34	15	58
	% dans السن	1.7%	10.3%	3.4%	58.6%	25.9%	100.0%
	% dans الموظف لك يقدمه ما كل في تتق مساعدة أو خدمة من	33.3%	35.3%	8.7%	33.7%	32.6%	30.5%
	% du total	0.5%	3.2%	1.1%	17.9%	7.9%	30.5%
السن 35 إلى 26 من	Effectif	0	1	1	4	7	13
	% dans السن	0.0%	7.7%	7.7%	30.8%	53.8%	100.0%
	% dans الموظف لك يقدمه ما كل في تتق مساعدة أو خدمة من	0.0%	5.9%	4.3%	4.0%	15.2%	6.8%
	% du total	0.0%	0.5%	0.5%	2.1%	3.7%	6.8%
فاكثر 46 من	Effectif	0	0	0	2	1	3
	% dans السن	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	100.0%
	% dans الموظف لك يقدمه ما كل في تتق مساعدة أو خدمة من	0.0%	0.0%	0.0%	2.0%	2.2%	1.6%
	% du total	0.0%	0.0%	0.0%	1.1%	0.5%	1.6%
Total	Effectif	3	17	23	101	46	190
	% dans السن	1.6%	8.9%	12.1%	53.2%	24.2%	100.0%
	% dans الموظف لك يقدمه ما كل في تتق مساعدة أو خدمة من	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	1.6%	8.9%	12.1%	53.2%	24.2%	100.0%

المكتبة على الدائم تردك في سبب لك المقدمة الخدمات مستوى عن رضاك * للمكتبة زيارتك عدد Tableau croisé

		المكتبة على الدائم تردك في سبب لك المقدمة الخدمات مستوى عن رضاك					Total	
		بتدء موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بتدء موافق		
للمكتبة زيارتك عدد	يومان	Effectif	2	1	2	8	5	18
	% dans	للمكتبة زيارتك عدد	11.1%	5.6%	11.1%	44.4%	27.8%	100.0%
	% dans	الخدمات مستوى عن رضاك	28.6%	2.4%	6.1%	9.4%	21.7%	9.5%
	% du total	المكتبة على الدائم تردك في سبب لك المقدمة	1.1%	0.5%	1.1%	4.2%	2.6%	9.5%
اسوعيا	Effectif	0	20	8	39	8	75	
	% dans	للمكتبة زيارتك عدد	0.0%	26.7%	10.7%	52.0%	10.7%	100.0%
	% dans	الخدمات مستوى عن رضاك	0.0%	48.8%	24.2%	45.9%	34.8%	39.7%
	% du total	المكتبة على الدائم تردك في سبب لك المقدمة	0.0%	10.6%	4.2%	20.6%	4.2%	39.7%
تھريا	Effectif	5	20	23	38	10	96	
	% dans	للمكتبة زيارتك عدد	5.2%	20.8%	24.0%	39.6%	10.4%	100.0%
	% dans	الخدمات مستوى عن رضاك	71.4%	48.8%	69.7%	44.7%	43.5%	50.8%
	% du total	المكتبة على الدائم تردك في سبب لك المقدمة	2.6%	10.6%	12.2%	20.1%	5.3%	50.8%
Total	Effectif	7	41	33	85	23	189	
	% dans	للمكتبة زيارتك عدد	3.7%	21.7%	17.5%	45.0%	12.2%	100.0%
	% dans	الخدمات مستوى عن رضاك	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total	المكتبة على الدائم تردك في سبب لك المقدمة	3.7%	21.7%	17.5%	45.0%	12.2%	100.0%

معك لتعاملهم ارتياك بسب المكتبة موظفي مع علاقات مع موظفي المكتبة بسب ارتياك لتعاملهم معك Tableau croisé الجنس * قمت بربط علاقات مع موظفي المكتبة بسب ارتياك لتعاملهم معك

		معك لتعاملهم ارتياك بسب المكتبة موظفي مع علاقات مع موظفي المكتبة بسب ارتياك لتعاملهم معك					Total	
		بتدء موافق غير	موافق غير	محايد	موافق	بتدء موافق		
الجنس	ذكور	Effectif	7	18	14	33	2	74
	% dans	الجنس	9.5%	24.3%	18.9%	44.6%	2.7%	100.0%
	% dans	موظفي مع علاقات بربط قمت معك لتعاملهم ارتياك بسب المكتبة	46.7%	36.0%	32.6%	49.3%	13.3%	38.9%
	% du total		3.7%	9.5%	7.4%	17.4%	1.1%	38.9%
الجنس	انثى	Effectif	8	32	29	34	13	116
	% dans	الجنس	6.9%	27.6%	25.0%	29.3%	11.2%	100.0%
	% dans	موظفي مع علاقات بربط قمت معك لتعاملهم ارتياك بسب المكتبة	53.3%	64.0%	67.4%	50.7%	86.7%	61.1%
	% du total		4.2%	16.8%	15.3%	17.9%	6.8%	61.1%
Total	Effectif	15	50	43	67	15	190	
	% dans	الجنس	7.9%	26.3%	22.6%	35.3%	7.9%	100.0%
	% dans	موظفي مع علاقات بربط قمت معك لتعاملهم ارتياك بسب المكتبة	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
	% du total		7.9%	26.3%	22.6%	35.3%	7.9%	100.0%

الملحق رقم 07: إختبار T Student

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
فرضية 1	190	24,0105	5,08030	,36856

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرضية 1	57,007	189	,000	21,01053	20,2835	21,7376

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
فرضية 2	190	23,6684	5,30654	,38498

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرضية 2	53,687	189	,000	20,66842	19,9090	21,4278

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
فرضية 3	190	47,3421	7,40398	,53714

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
فرضية 3	82,552	189	,000	44,34211	43,2825	45,4017

