

The impact of employing some applications of the second generation of the Web (WEB2.0) on the marketing and development of learning resource center services

Mr. Ali Salim Mohammed Albalushi

Al-Mubarak School for Basic Education | Ministry of Education | Sultanate of Oman

Received:

14/02/2023

Revised:

25/02/2023

Accepted:

02/03/2023

Published:

30/06/2023

* Corresponding author:

lrc7085@gmail.com

Citation: Albalushi, A.

S. (2023). The impact of employing some applications of the second generation of the Web (WEB2.0) on the marketing and development of learning resource center services.

Journal of Educational and Psychological Sciences, 7(23), 52 – 78.

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.L140223>

<https://doi.org/10.26389/AJSRP.L140223>

2023 © AJSRP • National Research Center, Palestine, all rights reserved.

• Open Access



This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY-NC) [license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstract: The study dealt with the impact of employing some of the second-generation web applications WEB2.0 on the marketing and development of learning resource centers services. The challenges and obstacles that prevent effective employment, while analyzing this and providing some solutions that may contribute to the effective employment of these applications. -2019 AD, the number of (27) samples, and the descriptive analytical method was used through the interview. The study concluded that the applications of the second generation of the web WEB2.0 are effective in marketing the services and activities of learning resource centers and promoting their effective role and reaching the beneficiary, in addition to that social networks and electronic blogs are of greater use in marketing and developing the services of learning resource centers as a result of the reliance of the learning resource center specialist on The characteristics and advantages of each application in marketing and developing the services provided, and that the weakness of the infrastructure and the lack of skill of some specialists in addition to the lack of programs and courses in the field of employing technology, and the fears of some beneficiaries and their lack of awareness are among the most important challenges and obstacles facing the learning resources specialist in marketing and developing the services provided.

Keywords: WEB2.0 Application- market LRC services- LRC.

أثر توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب (WEB2.0) على تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم

أ. علي سالم محمد البلوشي

مدرسة المبرد للتعليم الأساسي | وزارة التربية والتعليم | سلطنة عُمان

المستخلص: هدفت الدراسة إلى التعرف على تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 المستخدمة في تسويق وتطوير خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم وأثر توظيفها وجدواها وأهم التحديات والمعوقات التي تحول دون التوظيف الفعال لتلك التطبيقات، وقد تم إجراء الدراسة على عينة عشوائية من أخصائيي مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة خلال الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2018-2019 م عددها (27) مختصاً، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي من خلال المقابلة، وقد توصلت الدراسة أن تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 ذات فاعلية في تسويق خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم والنهوض بدورها الفعال والوصول للمستفيد إضافة إلى أن الشبكات الاجتماعية والمدونات الإلكترونية ذات استخدام أكبر في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم نتيجة اعتماد أخصائيي مركز مصادر التعلم على خصائص ومميزات كل تطبيق في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة، وأن ضعف البنية التحتية وقلة مهارة بعض الأخصائيين إضافة إلى قلة البرامج والدورات في مجال توظيف التكنولوجيا، ومخاوف بعض المستفيدين وقلة وعيهم تعتبر من أهم التحديات والمعوقات التي تواجه أخصائيي مصادر التعلم في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة.

الكلمات المفتاحية: تطبيقات الويب 2.0 – التسويق في مراكز مصادر التعلم – مراكز مصادر التعلم.

المقدمة.

تعد مراكز مصادر التعلم بما تقدمه من خدمات وبما توفره من بيئة تعليمية جاذبة ومهياة بمثابة المركز النابض للمدرسة فهي لم تعد مجرد غرفة لتوفير مصادر المعلومات بل تعدى دورها ذلك مع التقدم التكنولوجي وظهور الإنترنت وتغير السياسات والخطط التعليمية بما يتواءم مع العصر الحديث، فأصبحت مراكز مصادر التعلم مرفقا حيويا يحوي بيئة تعليمية تعلمية جاذبة تم تهيئتها بما يتناسب مع التوجهات والنظريات التعليمية والمرحلة التي نعيشها والتطورات الحاصلة والتي أثرت عليها بالشكل الإيجابي فساعدت مراكز مصادر التعلم على بلورة شخصية المتعلم وتكوينه وتنشئته ثقافيا وتربويا وتنمية مهاراته وصله مواهبه كما تشير لذلك دراسة الشويعر (2014)، وتؤكد دراسة الفريدي (2017) على أهمية دور مركز مصادر التعلم في العملية التعليمية التعلمية من خلال الخدمات التي تقدمها لفئات المستفيدين منها والتي بدورها تساعد في تحقيق الأهداف التعليمية من خلال تكوين المعارف والخبرات وتنمية مهارات المتعلم ومساعدة المعلم في تحقيق الأهداف التعليمية وتنوع الأساليب والوسائل وطرق التدريس من خلال توظيف التكنولوجيا المتوفرة في هذه المراكز والتزود بمصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية المتنوعة والاستغلال الأمثل للخدمات التي يوفرها الإنترنت ومنها تطبيقات الجيل الثاني للويب والتي تشير دراسة بدوي (2011) إلى أهميتها في جعل المستفيد عنصر فعال ومشارك ومساهم في تجويد الخدمة المقدمة وتزيد من كفاءتها بفضل أدوات تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 وتساهم في تسويق الخدمات المقدمة بشكل أكثر فاعلية، وتشير دراسة بن زكية (2014) إلى التأثير الإيجابي الكبير الذي أحدثته تطبيقات الجيل الثاني من الويب في الخدمات المعلوماتية وفي دور أخصائي مصادر التعلم ومستوى الخدمة المقدمة وفعاليتها مما أدى إلى بروز أدوار وخدمات جديدة لم تكن موجودة من قبل ولكن ظهور هذه التطبيقات أوجد هذه الخدمات والأدوار التي بدورها ساهمت في رفع مستوى جودة الخدمة المقدمة وتسويقها بشكل فاعل، كما أكدت دراسة السيد (2014) على ضرورة توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب في العملية التعليمية من خلال مراكز مصادر التعلم وتنمية الكفاءة المهنية لأخصائي مصادر التعلم للتعامل وتوظيف هذه التطبيقات في العملية التعليمية لتأثيرها الكبير في تسويق الخدمات التعليمية المقدمة من قبل مراكز مصادر التعلم وهذا ما أكدت عليه أيضا دراسة إسماعيل (2009) إلى ضرورة عقد الورش التدريبية لأخصائي مصادر التعلم في التعامل مع المتطلبات الحديثة من التكنولوجيا والإنترنت للقيام بالدور المطلوب منهم وتحقيق الجودة الشاملة في الخدمة المقدمة، كما أكدت دراسة مجاهد (2010) على القيمة المضافة لتطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق الخدمات المقدمة بالمكتبات ومراكز المعلومات وتطويرها وتسهيل وصولها للفئة المستهدفة مما يؤدي إلى جذب المستفيدين وتسهيل وصول المعلومات لهم، ولكن المتأمل في واقع تسويق وتطوير الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة يلاحظ أن هناك ثمة ثغرة في ذلك لأسباب عديدة أهمها عدم توظيف التطبيقات الحيوية من الجيل الثاني من الويب والتي تتسم بالتفاعلية والمرونة والقيمة المضافة في تسويق خدماتها وزيادة إقبال جمهور المستفيدين وبالتالي قلة المرتادين وهذا يعني قلة فاعلية هذه المراكز في العملية التعليمية مما يجعلها عبئا أكثر من كونها مرفقا حيويا بالمدرسة يساهم في تحقيق أهدافها ومشاركة فاعلا في العملية التعليمية وهذا ما أدى إلى الدراسة في فاعلية توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم. أخصائي مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة.

من خلال العمل الواقعي الذي عايشه الباحث في مراكز مصادر التعلم لاحظ قلة الإقبال من قبل المستفيدين من مراكز مصادر التعلم على الاستفادة من الخدمات المقدمة بشتى أنواعها بل في بعض الأحيان يكاد يخلو المركز من أي مستفيد وذلك لعدم تهيئة البيئة التعليمية بالمركز وتوفير الاحتياجات اللازمة وكذلك لقلة البرامج والأنشطة التسويقية والتعليمية التي يقيمها أخصائي مصادر التعلم وهذا بطبيعة الحال يرجع لقلة خبرة الأخصائي أو قلة

فاعلية الأنشطة والخدمات المقدمة وعدم الاستغلال الأمثل للإمكانيات المتاحة وفي بعض الأحيان يكون المركز قد جهز بأفضل الإمكانيات التعليمية لتقديم خدمات ذات جودة للمستخدمين وقد يعزى ذلك إلى قلة فاعلية تسويق الخدمات المقدمة أو لأسباب أخرى وفي بعض الأحيان تكون المشكلة من الأخصائي ذاته في عدم رغبته بتوظيف هذه الإمكانيات المتاحة وتسويقها للمستخدمين وتدريبهم وإحاطتهم بالجوانب التطويرية ذات القيمة المضافة التي أضيفت للخدمات المقدمة لأسباب قد تكون قلة المهارة في توظيف الأدوات التكنولوجية الفاعلة أو قلة الوعي بأهميتها ودورها الحيوي في تسويق الخدمة المقدمة وهذا ما يؤدي إلى قلة المستخدمين وانعدامهم في بعض الأحيان مما يعني قلة فاعلية مركز مصادر التعلم كمرافق أساسي في المدرسة يقوم بدور حيوي في خدمة ومساندة العملية التعليمية وتشير دراسة كومبار (2013) إلى ضرورة امتلاك أخصائي مصادر التعلم للكفاءة الرقمية والمعلوماتية ومن بينها المهارات الأساسية للتعامل مع التكنولوجيا والأدوات التي توفرها إضافة إلى الوعي بالمصادر الرقمية وأدوات الجيل الثاني من الويب مثل الشبكات الاجتماعية وخدمة RSS والمدونات الإلكترونية والتعامل مع مختلف مصادر المعلومات الرقمية كقواعد البيانات والبيانات المفتوحة وغيرها من المصادر، فمركز مصادر التعلم لم يعد ذلك المرفق المخصص للاستفادة من مصادر المعلومات بل تعدى ذلك في هذه المرحلة وأصبح له دور حيوي أدى إلى النهوض به كشريك أساسي مساند في تحقيق أهداف العملية التعليمية ومع التقدم التكنولوجي الذي أثر على العملية التعليمية بشكل عام وعلى مركز مصادر التعلم فعمل على تغيير المفهوم المتعارف للمكتبة المدرسية ونقلها بشكل نوعي إلى مركز متكامل لمصادر التعلم فاصبح يقدم خدمات المعلومات والخدمات المتعلقة بالعملية التعليمية ومساندتها بشكل مباشر من خلال مصادر المعلومات والتكنولوجيا والإنترنت مما أدى إلى ارتفاع جودة الخدمة المقدمة المتماشية مع العصر الحديث فبدأت تتنوع وتلامس حاجات المستخدمين مواكبة للتطورات التكنولوجية التعليمية كما يشير لذلك دراسة مرسي (2014) إلى الدور المتعاظم لمراكز مصادر التعلم في العصر الحالي ومع التقدم التكنولوجي فأصبح دورها مهما في العملية التعليمية في التحصيل الدراسي وفي تكوين شخصية الطالب من خلال تنمية مهاراته وإثراء الوعي المعلوماتي والمعرفي لكافة عناصر العملية التعليمية من خلال الخدمات التي يقدمها والتي تنوعت وأصبحت ذات قيمة مضافة مع التقدم التكنولوجي وظهور الإنترنت، ومع ظهور الجيل الثاني من الويب والأدوات التي أتاحتها والتي تتسم بالتفاعلية والمشاركة زاد ذلك من جودة الخدمات المقدمة بشكل أكبر وأحدث نقلة نوعية في مستوى جودة الخدمة بل وصل تأثيره إلى معظم ان لم يكن كل الخدمات المقدمة من قبل مراكز مصادر التعلم والتي تم توظيفها في الخدمات التعليمية المتنوعة والتسويقية إضافة إلى تنمية مهارات فئات مجتمع المستخدمين والتي تشتمل على الفئات المؤثرة مباشرة في العملية التعليمية بدء من إدارة المدرسة مروراً بالهيئة التدريسية انتهاءً بالطالب محور العملية التعليمية فأصبحت الخدمات المقدمة من قبل مراكز مصادر التعلم ذات تأثير مباشر على العملية التعليمية ومساهمة في تحقيق أهداف المدرسة ورؤيتها ورسالتها وأصبح مجتمع المستخدمين متفاعلاً بشكل كبير مع الخدمات المقدمة نتيجة توفر القيمة المضافة جراء توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب بفاعلية في تسويق الخدمات المقدمة بمراكز مصادر التعلم، وقد لاحظ الباحث أن هناك بعض مراكز مصادر التعلم تعاني من قلة المستخدمين من الخدمات المقدمة ويرجع ذلك في معظم الأحيان لعدم وجود خطة تسويقية للخدمات المقدمة بسبب عدم التوظيف الفعال للتكنولوجيا والإنترنت ومن بينها تطبيقات الجيل الثاني من الإنترنت والتي أثبتت فاعليتها ومدى القيمة المضافة التي توفرها للعملية التعليمية متى ما تم توظيفها بالشكل المناسب كما تشير لذلك دراسة نور الدين (2015) إلى أهمية استغلال تطبيقات الويب 2.0 في تسويق خدمات مؤسسات المعلومات وتحقيق الفائدة المرجوة منها، وأرجع بعض الأخصائيين أن المشكلة تكمن في عدم توفر خدمة الإنترنت وكذلك قلة مهارة البعض في التعامل بفاعلية مع هذه التطبيقات وتوظيفها بالشكل المتلائم مع طبيعة المستخدمين وقلة عقد الورش التدريبية والإنماء المهني في هذا المجال وهذا بالطبع يؤدي إلى قلة فاعلية توظيف هذه التطبيقات، وقد أشارت دراسة كلا من عبدالكريم (2018) ودراسة الحجي والبوسعيدي

(2017) ودراسة الكندي والصقري (2012) إلى أهمية تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تعزيز وعي المستفيد بأهمية الخدمات المقدمة وتعزيز دوره في إثراء المحتوى وتنوع طرق الاتصال معه وإثراء التفاعل مع جل الفئات للوصول إليها بكل سهولة وفاعلية لتسويق الخدمات والأنشطة المختلفة وقد أثبتت نتائج هذه الدراسات فاعلية توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب على تسويق خدمات وأنشطة مؤسسات المعلومات ومراكز مصادر التعلم والعمل على تجويد الخدمة المقدمة والنهوض بالدور الفعال للمؤسسات المعلومات ومراكز مصادر التعلم كمؤسسات ومرافق حيوية تساهم في تحقيق أهداف المؤسسة وتحسن من تحقيق الإنتاجية المعرفية والتعليمية إضافة إلى تحقيق القيمة المضافة في دعم أهداف المؤسسة ورؤيتها ومن هنا اتضح للباحث أهمية ان تقوم مراكز مصادر التعلم باستغلال تطبيقات الجيل الثاني من الويب وفق الإمكانيات المتاحة في تسويق خدماتها وأنشطتها وتعزيز دورها الفعال في العملية التعليمية بما يساهم في تحقيق القيمة المضافة وتجويد الخدمة المقدمة ومشاركة المستفيد بمحتويات وخدمات وأنشطة المركز المختلفة لما تتمتع به هذه الأدوات من فاعلية في الوصول للمستفيد وتعزيز وعيه بأهمية الخدمات المقدمة لأن العديد من مراكز مصادر التعلم تعاني من قلة اقبال المستفيدين للاستفادة من الخدمات المقدمة نتيجة عدم وجود استراتيجية تسويقية وكذلك عدم التنوع الفاعل في الاتصال والتفاعل مع المستفيد وتعزيز وعيه بأهمية الخدمة المقدمة ومن هنا كان على مراكز مصادر التعلم الاستغلال الأمثل لتلك التطبيقات وتوظيفها في تسويق خدماتها وأنشطتها بما يعزز من دورها الحيوي في العملية التعليمية، وقد أكدت دراسة السيد (2009) ودراسة إسماعيل (2009) إلى أهمية التنمية المهنية وعقد الورش التدريبية لأخصائي مصادر التعلم للتعامل مع مستحدثات التكنولوجيا والإنترنت في التعليم، وقد أشار بعض الأخصائيين أن من الأسباب الأخرى هو عدم رغبة المعلمين في التعامل مع الخدمات المقدمة بواسطة هذه التطبيقات لقلة الخبرة في التعامل معها وكذلك لوجود الحاجز النفسي في التعامل مع مثل هذه التطبيقات من الإنترنت رغم فاعليتها وشهرتها وسهولة استخدامها وتوظيفها في العملية التعليمية بمركز مصادر التعلم ورغم القيام بتسويق تلك الخدمات والإمكانيات لهم إلا أنها لم تلقى الصدى من قبل المستفيدين وربما قد تم تسويق تلك الخدمات بطرق تقليدية غير جاذبة وكذلك أشار بعض الأخصائيين لقلة الوعي بأهمية هذه التطبيقات في تسويق الخدمة المقدمة وبالتالي تأثير ذلك على العملية التعليمية وأرجع البعض السبب لعدم توافق بعض التطبيقات مع أهداف وخطة مركز مصادر التعلم وأرجع البعض إلى أن عدم توظيف هذه التطبيقات بفاعلية قد أثر بشكل كبير على الاستفادة من الخدمات التي يقدمها مركز مصادر التعلم بشكل كبير وعلى تردد المستفيدين للاستفادة من كافة الخدمات المهمة ودرجة الإقبال عليها ومن هنا اتضحت المشكلة والمعوقات التي أدت لذلك وما لحلول المقترحة لذلك.

مشكلة الدراسة:

تواجه مراكز مصادر التعلم مشكلة قلة المستفيدين وقلة التفاعل مع الخدمات التي المقدمة وقد يرجع ذلك لعدم توظيف التكنولوجيا في تسويق الخدمات المقدمة كتطبيقات الجيل الثاني من الإنترنت بأشكالها المختلفة المواكبة للتطورات الحاصلة في هذا المجال والتي تضمن التفاعلية والمشاركة من قبل المستفيد، إلا أن بعض مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة تواجه بعض المعوقات والصعوبات في تطبيق ذلك وهذا بدوره انعكس سلباً على تردد المستفيدين للاستفادة من الخدمات المقدمة وساهم في تقليل عدد المستفيدين من مراكز مصادر التعلم مما قلل من القيمة المضافة لهذه المراكز في العملية التعليمية نتيجة الفجوة بينها وبين الوصول للمستفيد، وتمثل مشكلة الدراسة في قياس اثر توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 في تسويق الخدمات المقدمة من قبل مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة ولندرة الدراسات العلمية في هذا المجال حسب خبرة الباحث.

أسئلة الدراسة:

تحدد مشكلة الدراسة في الأسئلة التالية:

- 1- ما الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة، وما مدى الإقبال على الاستفادة من تلك الخدمات؟
- 2- ما تطبيقات الجيل الثاني من الويب المستخدمة في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة؟
- 3- ما أثر توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة في مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة؟
- 4- هل توجد علاقة بين توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب وتسويق خدمات المعلومات بمراكز مصادر التعلم؟
- 5- ما التحديات والمعوقات التي تحول دون فاعلية توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق الخدمات المقدمة بمراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة؟

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة إلى:

1. التعرف على الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة، وما مدى الإقبال على الاستفادة من تلك الخدمات.
 2. معرفة تطبيقات الجيل الثاني من الويب المستخدمة في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة.
 3. معرفة أثر توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة في مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة.
 4. هل توجد علاقة بين توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب وتسويق خدمات المعلومات بمراكز مصادر التعلم.
- أبرز التحديات والمعوقات التي تحول دون فاعلية توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق الخدمات المقدمة بمراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة.

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها في:

- معرفة وتحليل الأثر الفعلي لتوظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب المستخدمة في مراكز مصادر التعلم في تسويق وتطوير خدماتها المقدمة.
- إمكانية تزويد أخصائي مراكز مصادر التعلم نحو بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة بمراكز مصادر التعلم.
- دعم الدراسات والبحوث في هذا المجال من خلال النتائج التي تم التوصل إليها.

حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في الآتي:

- الحدود الموضوعية: أثر توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة في مراكز مصادر التعلم.
- الحدود البشرية: أخصائي مصادر التعلم في مدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي.
- الحدود المكانية: مدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة بسلطنة عمان.
- الحدود الزمانية: الفصل الدراسي الثاني من العام الدراسي 2018/2019م.

مصطلحات الدراسة.

- تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0: تعددت المصطلحات والتعاريف التي تصف تطبيق الجيل الثاني من الويب WEB2.0 وهناك العديد من الباحثين الذين أوضحوا المقصود بهذا المصطلح والذي يعني تطبيقات الجيل الثاني من الويب بهدف إحداث التفاعل والمشاركة بين المستخدمين في التعاون وتبادل الآراء والأفكار والوسائط المتعددة. (مبارز وفخري 2013) أما الفار (2013) فتشير إلى أن تطبيقات الجيل الثاني من الويب هي مجموعة من الأدوات والتي تتمثل في الشبكات الاجتماعية والمدونات والويكي وخدمة الملخص الوافي للموقع RSS ذات الطبيعة التفاعلية والمشاركة بين المستخدمين سواء بطريقة مباشرة أو غير مباشرة.
- ويعرف الباحث تطبيقات الجيل الثاني من الويب إجرائيا على أنها مجموعة من الأدوات التفاعلية المتمثلة في الشبكات الاجتماعية والمدونات الإلكترونية وخدمة الملخص الوافي للمواقع RSS وخدمة التأليف الحر (الويكي) والتي تمثل الجيل الثاني من الويب 2.0 ذات الفاعلية والجودة في تسويق خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم.
- الشبكات الاجتماعية **Social Networking**: عبارة عن مجموعة من المواقع التي تشكل في محتواها مجتمعات افتراضية إلكترونية ضخمة إضافة لتقديم الخدمات التفاعلية والتشاركية وخلق تواصل فعال بين المستخدمين في تبادل الآراء والمعلومات والتجارة وتبادل الوسائط المتعددة والأخبار. (بن زكية، 2014)
- تقنية **Really Simple Syndication:RSS** تسمى الملخص الوافي للمواقع وهي عبارة عن خدمة تتيح الحصول على معلومات المواقع المختلفة دون الحاجة لزيارتها فهي توفر التغذية الراجعة والإحاطة الجارية عن تلك المواقع عند إضافة أو حذف أو تعديل أو تحديث المحتوى وتختلف نوعية الإحاطة فقد تكون معلومات أو ملفات صوتية أو مرئية. (بدوي، 2015)
- التأليف الحر (الويكي) **Wiki**: من تطبيقات الجيل الثاني من الويب ذات الطبيعة التفاعلية والتي تتيح لمستخدميها وزوارها تحرير صفحات الويب سواء كان ذلك إضافة أو حذف أو تعديل أو تحديث المحتويات وتطويرها مع خاصية الربط بين الصفحات عبر متصفحات الإنترنت ومن الأمثلة عليها ويكيبيديا الموسوعة الحرة. (عوض، 2015)
- المدونات الإلكترونية **blogs**: من تطبيقات الجيل الثاني من الويب والتي تعمل من خلال نظام إلكتروني لإدارة محتوياتها المتنوعة ذات الطبيعة التفاعلية التشاركية باستخدام مجموعة من الوسائط المتعددة التي تساعد على إنتاج محتوى تفاعلي. (النجار، 2016)
- مركز مصادر التعلم: هو عبارة عن مرفق مدرسي يديره اختصاصي مؤهل تربويا وتعليميا وتقنيا يحوي بيئة تعليمية مهيأة تحتوي على مصادر معلومات وتقنيات تعليمية يتعامل معها المتعلم والمعلم لأغراض متعددة كبناء المعرفة وتنمية المهارات وخدمة المناهج الدراسية والعملية التعليمية من خلال توظيف أساليب التعليم والتعلم ذات الطابع الحديث القائمة على دمج وتوظيف التكنولوجيا والإنترنت والاتصال ومصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية في العملية التعليمية. (العقبلي والسيد، 2018)

- ويعرف الباحث مركز مصادر التعلم إجرائيا على أنه مرفق حيوي لخدمة العملية التعليمية من خلال الخدمات المقدمة المعتمدة في معظمها على توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 في تسويق خدماتها وأنشطتها والتي تعزز من وعي المستفيد بأهمية الخدمة المقدمة وتسعى لتنوع أساليب التواصل والتفاعل مع مجتمع المستفيدين.
- خدمات مراكز مصادر التعلم: يعرف عليان (2010) خدمات مصادر التعلم بأنها مجموعة من الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم والتي تتمحور في الخدمات التعليمية كتوفير الوسائل التعليمية ومصادر المعلومات المتنوعة وتنمية مهارات المستفيدين في التعليم الذاتي والتعاوني والنشط وغيرها وهناك الخدمات القرائية والمتمثلة في توفير المراجع والمصادر التقليدية والإلكترونية كالكتب والمعاجم والأطالس والقواعد البيانات والدوريات الإلكترونية وهناك الخدمات المعلوماتية والمتمثلة في إتاحة البحث واسترجاع المعلومات والوعي المعلوماتي.
- تسويق المعلومات في بيئة الويب 2.0: هو مجموعة من الأنشطة والإجراءات التي يقوم بها اختصاصي المعلومات بهدف رفع الوعي لدى المستفيد بالخدمات التي تقدمها مؤسسات المعلومات والوصول إليه وإقناعه بالاستفادة من الخدمات المقدمة وذلك من خلال توظيف مجموعة من التطبيقات التي تندرج ضمن الجيل الثاني من الويب. (الكندي والصقري، 2012)
- ويعرف الباحث تسويق المعلومات في مراكز مصادر التعلم إجرائيا بأنه مجموعة من الأنشطة الاتصالية والإجراءات المنظمة التي يفعلها اختصاصي المعلومات بهدف زيادة إقبال المستفيدين بمجتمع المدرسة للاستفادة من الخدمات المقدمة بواسطة بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0.

2-الإطار النظري والدراسات السابقة.

أولاً-الإطار النظري:

أصبح الإنترنت وما يحتويه من إمكانات وقدرات وسيلة فعالة في شتى مجالات الحياة، ومنذ ظهور تطبيقات الجيل الثاني من الويب والتي أحدثت نقلة نوعية في شكل الإنترنت وزادت من قيمته المضافة بما تحتويه من ميزة تفاعلية وتشاركية عززت من التواصل وتشارك المعلومات وتبادل الآراء والأفكار والوسائط المختلفة، وفي مؤسسات المعلومات أصبح لتطبيقات الجيل الثاني نصيبا كبيرا تمثل بتوظيفها في تسويق مختلف أنشطتها وخدماتها المقدمة مما أدى إلى رفع جودة الخدمة المقدمة وتسويقها بشكل فاعل ومؤثر لمجتمع المستفيدين وهو ما يؤدي بطبيعة الحال إلى النهوض بشكل فاعل بدور مؤسسات المعلومات ومنها مراكز مصادر التعلم.

مركز مصادر التعلم:

تعرف الفايز (2010) مركز مصادر التعلم بأنه عبارة عن مساحة أو موقع أو مرفق في المدرسة يحوي مجموعة من الأجهزة والوسائل التعليمية إضافة الى مجموعات من الأوعية المعلوماتية المختلفة، تتم إدارته من قبل اختصاصي معلومات مؤهل بهدف تقديم مجموعة من الخدمات التعليمية والبحثية والقرائية والتدريبية، أما البوسعيدي (2010) فيعرف مراكز مصادر التعلم بأنها عبارة عن مرفق مدرسي يحوي أنواعا متعددة من مصادر المعلومات المطبوعة والإلكترونية إضافة إلى أجهزة وحواسيب تعليمية يديره اختصاصي مؤهل لتقديم خدمات معلوماتية وتعليمية وتدريبية متنوعة تخدم العملية التعليمية بالمدرسة وتزيد من كفاءتها، كما تعرفه الخثعمي (2011) بأنه عبارة عن مركز معلوماتي يهدف الى تقديم تسهيلات في عملية التعليم والتعلم يحوي أنواعا متعددة من

أشكال المعلومات يديره اختصاصي مؤهل يقدم من خلاله خدمات تعليمية وتدريبية يتعامل معها المستفيد بهدف تنمية مهاراته البحثية والتعليمية من خلال أساليب مختلفة من التعليم والتعلم.

وتشير الخثعي (2011) أن هناك عدة أهداف لمراكز مصادر التعلم تتمثل في دغن وإثراء المناهج الدراسية عن طريق توفير مصادر المعلومات المتنوعة ذات التنوع والإثراء والأشكال المتعددة سواء الإلكترونية أو المطبوعة إضافة إلى تنمية المهارات البحثية والتعليم الذاتي وحل المشكلات وتوفير أدوات التعلم المختلفة ودعم أساليب التدريس الحديثة والمتنوعة إضافة إلى تلبية احتياجات التعليم الذاتي والفروق الفردية بين المتعلمين وتقديم كافة أشكال الدعم في إنجاز البحوث الدراسية وواجبات المتعلمين وتوفير أدوات التعليم المتطورة المساهمة في تقديم القيمة المضافة للعملية التعليمية.

ويشير العقيلي والسيد (2018) أن هناك عدة أنشطة وخدمات يقدمها مركز مصادر التعلم وتساهم في جعله ركن حيوي في البيئة المدرسية ينبض بالعطاء المستمر ويوفر القيمة المضافة للعملية التعليمية بمختلف عناصرها المؤثرة فيها ومن أهم الأنشطة التي يقدمها مركز مصادر التعلم هي الأنشطة القرائية والتي تهدف إلى توفير مختلف أشكال مصادر المعلومات التي تنمي الجانب القرائي لدى المتعلم إضافة إلى توفير الخطط التي تستهدف معالجة الضعف القرائي ودعم الأنشطة القرائية للمناهج الدراسية وتعليم الطلاب المهارات المرتبطة بالقراءة كمهارة التلخيص وغيرها، وهناك أيضا الأنشطة الاجتماعية والتي يتم فيها توفير القاعات ومختلف الإمكانيات في تدعيم الجانب المعرفي والعلمي للطلاب وأولياء أمورهم وهناك الأنشطة الثقافية والتي تهتم بالجانب الثقافي وإثرائه بالمسابقات والبرامج المتنوعة التي تخدم العملية التعليمية وتساهم في تغذية العقول وتنميتها فكريا وهناك الأنشطة المعلوماتية والتي تهتم بتنمية قدرات الطلاب والمعلمين في التعامل مع مصادر المعلومات المختلفة سواء الإلكترونية أو المطبوعة وتنمية الوعي المعلوماتي في البحث واسترجاع مصادر المعلومات وإعداد طلاب قادرين على التعامل مع الكم الهائل من المعلومات والبيانات الضخمة وكيف ننشئ جيل باحث قادر على الوصول للمعلومة وتقييمها واستخدامها في المكان المناسب والتوقيت المناسب فيعمل مركز مصادر التعلم على دعم كل الأنشطة المعلوماتية وتوفير مصادر المعلومات المتنوعة من الإنترنت والمستودعات الرقمية ومصادر المعلومات المطبوعة والمساهمة في تقديم المعلومات المساندة للمناهج الدراسية وإعداد العروض التقديمية وغيرها وهناك الأنشطة الإدارية والتي تهتم بتفعيل قاعات المركز في عقد الاجتماعات واللقاءات التربوية والتعليمية وجعل مركز مصادر التعلم فعال في مختلف الأنشطة والفعاليات المدرسية.

أخصائي مركز مصادر التعلم:

تعرف الفايز (2010) أخصائي مركز مصادر التعلم بأنه الشخص المؤهل المسؤول عن إدارة مركز مصادر التعلم وفق خطة معينة بهدف تقديم خدمات تعليمية تدريبية بحثية وقرائية متنوعة وتوظيفه ذلك في العملية التعليمية.

وتذكر الكاظمي (2011) أن هناك عدة مهام يقوم بها أخصائي مراكز مصادر التعلم منها الأمور الإدارية وهي إدارة مركز مصادر التعلم وما يحتويه من مصادر معلومات وأجهزة تعليمية وقاعات دراسية وغيرها والتنسيق مع المعلمين والإدارة المدرسية في توظيف إمكانات المركز في العملية التعليمية وهناك المهام الفنية والمتمثلة في تجهيز مصادر المعلومات المختلفة سواء المطبوعة أو الإلكترونية وتسهيل وصول المستفيد إليها ومتابعة عملية التزويد بها ويضيف السريحي والشهري (2014) أن من المهام الفنية الأخرى لأخصائي مصادر التعلم التقويم المستمر لمصادر المعلومات وفهرستها وتصنيفها وتنظيمها إضافة إلى توفير مصادر المعلومات الرقمية وتبويبها وتسويقها وتنظيمها للمستفيد وتوظيف شبكات الجيل الثاني من الانترنت في ذلك وتقديم الخدمة المرجعية والإحاطة الجارية لمصادر

المعلومات، وهناك المهام المتعلقة بعملية التعليم وهي دعم التعليم الذاتي والتعاوني في العملية التعليمية وتقديم كافة التسهيلات لأساليب التعليم الحديثة والمشاركة في الأنشطة التعليمية إضافة الى تدعيم دور مركز مصادر التعلم في البرامج التعليمية المدرسية والمساهمة في تدعيم الموقف التعليمي بالأجهزة والوسائل والمصادر التعليمية وتوظيف الشبكات الاجتماعية وتطبيقات الجيل الثاني من الويب في العملية التعليمية، وهناك المهام البحثية والتي من خلالها يعمل أخصائي المعلومات على تنمية المهارات البحثية والتعامل مع المعلومات وتنمية قدرات مجتمع المدرسة في الوعي المعلوماتي واسترجاع المعلومات من خلال توظيف التكنولوجيا وشبكة الإنترنت في ذلك.

ويشير بن زكية (2014) أن هناك تحديا يواجه بعض اختصاصي المعلومات في كيفية التعامل مع الجيل الجديد من تطبيقات الويب 2.0 وكيفية توظيفه في خدمة مراكز مصادر التعلم ومؤسسات المعلومات في بناء العلاقات وتعزيز التواصل مع المستفيدين وتسويق الخدمات لهم بغية كسب رضاهم، ولذلك ينبغي على أخصائي مصادر التعلم أن يبنى من قدراته وإمكاناته وكفاءته في توظيف أدوات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تحقيق أهداف مركز مصادر التعلم ومن أهم المهارات التي ينبغي عليه أن يتعلمها كفهم المجتمعات الافتراضية وكيفية عملها والتمكن من استخدام وتوظيف برمجيات الويب 2.0 في تسويق وتعزيز خدمات مراكز مصادر التعلم إضافة الى فهم الفرص والإمكانات المتاحة في هذه التطبيقات وكيفية توظيفها في الدمج بين مصادر المعلومات المطبوعة والإلكترونية وكيفية توظيفها في تدعيم التواصل والتشارك مع المستفيدين وتشجيعهم على إثراء المحتوى الخاص بالمركز من خلال اقتراحاتهم ومدخلاتهم وحاجاتهم وهو ما يساهم في الرقي بالخدمات المقدمة وسهولة ايصالها لهم وكذلك معرفة كيفية توظيفها في عملية البحث واسترجاع مصادر المعلومات وتسويق مصادر المعلومات المختلفة وكيفية تقديمها على أشكال متعددة من الوسائط المتعددة كالصوت والصورة والفيديو وغيرها من الوسائط، وقد أشار كومبار (2013) على أهمية امتلاك أخصائي مصادر التعلم للكفاءة الرقمية وتوظيفها في تقديم خدمات ذات جودة بمراكز مصادر التعلم وتسويق تلك الخدمات إلكترونيا من خلال تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 فعلى أخصائي مصادر التعلم أن يكون ذا وعي بمهارات التعامل مع التكنولوجيا وأدوات الجيل الثاني من الويب وتوظيفها في عمليات البحث واسترجاع المعلومات ونظم إدارة المحتوى والوصول لمصادر المعلومات مفتوحة المصدر والمستودعات الرقمية والقدرة على دعم المحتوى الدراسي بالمحتوى الإلكتروني وكذلك الوعي باستخدام الشبكات الاجتماعية والقواعد البيانات والمدونات التعليمية وغيرها.

تطبيقات الجيل الثاني من الويب:

ظهر مصطلح الجيل الثاني من الويب WEB2.0 في عام 2004 وقد بدأ بشكل محدود في البداية لكن مع مرور السنوات توسع استخدام هذا المفهوم وظهرت أدواته بشكل كبير في العالم تمثلت في الشبكات الاجتماعية والمدونات الإلكترونية والتأليف الحر الويكي إضافة إلى خدمة الملخص الوافي للمواقع (RSS)، ويعرف عمران وبخيت (2015) الجيل الثاني من الويب 2.0 بأنه مجموعة من الأدوات والبرمجيات والشبكات الاجتماعية ذات السمة التفاعلية والتشاركية والتي تهدف الى خلق تواصل فعال بين المستخدمين وإثراء المحتوى من قبل المرسل والمستقبل معا سواء كانوا أفرادا أو جماعات في البيئات الإلكترونية المختلفة، أما bussert (2011) فيعرف مصطلح الجيل الثاني من الويب 2.0 أنه مجموعة من الأدوات التي أدت الى انتقال محور التركيز من المصدر أو المؤسسة الى المستفيد وأصبح هو العنصر الفعال والمشارك، أي أنها أدوات تساعد على خلق تفاعل وتشارك أكبر بين المستفيد والمؤسسة أو بين مجموعة من الأفراد أو الجماعات عن طريق مجموعة من الأدوات الاجتماعية، وتعرف وسام (2014) تطبيقات الجيل الثاني من الويب في مؤسسات المعلومات على أسلوب أو منهج جديد في الإنترنت يهدف الى خلق اتصال فعال مع

المستفيد بهدف تعزيز الوعي بالخدمات المقدمة في مؤسسات المعلومات عن طريق أدوات متنوعة ذات تفاعلية وتشاركية كالشبكات الاجتماعية والمدونات الإلكترونية وخدمة الملخص الوافي والويكي.

وأشار خلف الله (2016) أن من أهم خصائص تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 اعتباره كبيئة تطويرية متكاملة تساهم في تطوير المحتوى الرقمي وجعله تفاعلي وذلك بالتشارك بين المستفيد والمؤسسة إضافة إلى ميزته التفاعلية وجعل بيئة الإنترنت بيئة تفاعلية ذات كفاءة عالية إضافة إلى إيجاد الحس الإبداعي وتطوير خصائص المستخدم الذكية من خلال اتخاذه لقرارات وبناء أفكار وحل مشكلات في بيئة الويب 2.0 ومن خصائصه الأخرى الاهتمام بالمحتوى المنشور من حيث شكل الإتاحة وطريقة التنظيم والتفاعل معه وكذلك التطوير المتواصل للتقنيات والبرامج المستخدمة فيه ومشاركة المستخدم في الإسهام بتطوير المحتوى من خلال مشاركته وتفاعله في الإضافة والتعليق والتدعيم بالوسائط المتعددة للمحتوى ومن الخصائص الأخرى ثقة تطبيقات الجيل الثاني من الويب على المستخدمين في تطوير وإدارة المحتوى وجعل المستفيد عنصراً فعالاً ومؤثراً.

ويشير (2011) Kingsley & Brinkerhoff أن تطبيقات الجيل الثاني من الويب قد ساهمت وبشكل فاعل في إيجاد بيئة تفاعلية أحدثت نقلة نوعية في التعامل مع المعلومة والمعرفة بين الناس مما أدى إلى جعل المستفيد عنصراً منتجاً للمعلومة والمعرفة ومساهماً في تطوير المحتوى الرقمي وليس مستهلكاً له فقط وهذا ما وفرته تطبيقات الجيل الثاني من الويب.

ويشير عبد المعطي والخرنج (2016) أن تطبيقات الجيل الثاني من الويب ساهمت في إحداث نقلة نوعية في مؤسسات المعلومات ومراكز مصادر التعلم نظراً لما تملكه من إمكانات تفاعلية وتشاركية والتي نقلت المستفيدين من مجرد مستفيد متلقي للخدمة إلى مستفيد مشارك وفعال وتسمح لهم ببناء أدوار أخرى من المشاركة والحوار والتفاعل وتعزز التواصل معهم بأدوات ذات قيمة مضافة في تقديم الخدمة تزيد من وعي المستفيد تجاه الخدمة المقدمة وتهض بالدور الحيوي لمؤسسات المعلومات.

ويؤكد نور الدين (2015) إلى أن تطبيقات الجيل الثاني أصبحت تمثل نقلة نوعية في مجال الإنترنت من خلال إتاحة الخدمات بشكل مباشر للمستفيد وبسرعة وانتشار أكبر إضافة إلى جعل المستخدم بمثابة مطور لتلك التطبيقات وتفعيل ما يسمى بالذكاء الجماعي من خلال تفاعل وتشارك الأفراد والجماعات مع بعضهم البعض وكذلك تعمل على تحريك الحس الإبداعي لدى المستفيد وتقديم له ما يلامس حاجاته وقدراته وسهولة الاستخدام إضافة إلى دعم الجيل الثاني من الويب نحو ما يسمى ديمقراطية المعلومات وإتاحتها وإمكانية تطويرها والتعديل عليها والإضافة والقدرة على إيصال الخدمة للمستفيد حيثما كان وكيفما يريد ومراعاة اهتمام المجموعات من حيث توفير خاصية التفاعل والمشاركة كعنصر أساسي في أدوات الجيل الثاني من الويب، أما مفهوم الشبكات الاجتماعية فهي عبارة عن مجموعة من المواقع الإلكترونية مثل تويتر والفيس بوك وغيرها والتي تسمح بإنشاء ملفات وحسابات إلكترونية وصفحات ويب يتم إدارتها من قبلهم بهدف تبادل وتشارك المعلومات والأفكار والوسائط المتعددة وتتسم بالتفاعلية والمرونة ويمكن توظيف أدواتها في تسويق خدمات مؤسسات المعلومات وبالتحديد مواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة في الفيس بوك وتويتر. (الصقري والكندي، 2012) وتعرف الغامدي (2018) الفيس بوك على أنه عبارة عن موقع افتراضي يتم فيه تكوين صداقات عبر صفحات خاصة أو عامة بهدف تبادل الآراء والأفكار وتشارك الوسائط والملفات والروابط وغيرها كما تعرف تويتر على أنه عبارة عن موقع يقدم خدمة التدوين المصغرة والتي تتيح للمستخدمين التشارك وتبادل البيانات والمعلومات والوسائط المتنوعة بشكل فاعل.

وقد أشار لسريجي والشهري (2014) إلى دور الشبكات الاجتماعية الحيوي في مراكز مصادر التعلم ويتضح ذلك من خلال توفير خدمات ذات قيمة مضافة في العملية التعليمية تساهم في تبادل المعلومات وإثراء المناهج الدراسية وتوفير مصادر المعلومات المختلفة وتسويقها إضافة إلى تنشيط مهارات المتعلمين وتنميتها من خلال توفير

خاصية التواصل والتفاعل مع مختلف الأشخاص ذوي الخبرة مما يعزز لديهم مهارات التفكير والتواصل وكذلك للشبكات الاجتماعية دور مهما في تعزيز التواصل الفعال بين مختلف عناصر العملية التعليمية بالمؤسسة وتساهم في تبادل المعلومات والآراء والأفكار ومشاركة الوسائط التعليمية المتنوعة إضافة الى دورها الحيوي في تسهيل عملية التواصل بين مركز مصادر التعلم ومختلف شرائح المستفيدين.

وتضيف الغامدي (2018) أن للشبكات الاجتماعية دورا هاما في مؤسسات المعلومات المدرسية من خلال ما توفره من خدمات جليلة كتبادل مصادر المعلومات بين مختلف شرائح المستفيدين وأيضا ما تمتلكه من إمكانيات تعزز من نشر المعلومات وتسويقها بأشكال متنوعة وبطرق سهلة تصل للمستفيد حيثما كان وكذلك تعزيز عملية التعلم لدى الطالب، أما المدونات الإلكترونية فتعرف على أنها إحدى أدوات الجيل الثاني من الويب والتي تعمل على انشاء محتوى إلكتروني تتم إدارته من خلال نظام إلكتروني وتتيح إتاحة الوسائط المتعددة ذات الصبغة التفاعلية وتشارك المعلومات والآراء والأفكار إضافة الى إتاحة الروابط والتعليقات وغيرها النجار (2016) ويشير عيسى وآخرون (2012) أن المدونات الإلكترونية تعتبر ذات أهمية كمصدر معلوماتي من تطبيقات الجيل الثاني من الويب والتي تفيد في توفير مصادر المعلومات الإلكترونية التي تتسم بتنوع أشكالها الجاذبة للمستفيد كالصوت والصورة والفيديو وإتاحة الروابط ذات الصلة أيضا إضافة الى حداثة المعلومات التي تنشر من خلالها وتنوعها وزيادتها بشكل مستمر وكذلك توفير المعلومات ذات الأفكار والتوجهات المختلفة إضافة الى إتاحتها خاصية التفاعل مع مصدر المعلومة بشكل مباشر والتواصل الفعال معه والمرونة في التعامل مع المحتوى إضافة الى توفير الأرشيف بداخلها، ويضيف منصور (2009) إلى أن المدونات تعتبر مصدرا هاما للمعلومات في ظل العصر التكنولوجي الذي نعيشه وما يعكس أهميتها احتوائها على المعلومات الأولية ذات الوصول السريع للمستفيد وكذلك الإحاطة السريعة بمصادر المعلومات وتسهيل الوصول إليها إضافة اعتمادها كمرجع معلوماتي للبحوث والدراسات، أما تاني (2016) فيشير إلى أن المدونات الإلكترونية ساهمت في تعزيز النشر الإلكتروني من خلال المدونات العلمية المتخصصة في مجالات متنوعة وعملت على دعم الوصول الحر إلى المعلومات مما زاد في الإنتاج العلمي وسهولة الاستفادة منه إضافة الى دورها كأداة تسويقية لمصادر المعلومات والإنتاج العلمي وتدعيم المحتوى الرقمي في العالم العربي، أما خدمة التأليف الحر (الويكي) فيعرف بأنه عبارة عن مجموعة من الصفحات التي تنشأ على الويب وتترابط فيما بينها بواسطة نظام النص التشعبي والذي يسمح بمشاركة المعلومات والوسائط والتعديل والحذف والإضافة عليها وكذلك إنشاء الروابط فيها. بني دومي والعمرو (2017)، وقد أشار الصاوي (2016) إلى أن هناك مجموعة من المزايا التي يتمتع بها الويكي في مجال مؤسسات ومراكز المعلومات من بينها توفير خاصية الأرشيف للمواضيع وكذلك متابعة المواضيع ذات الاهتمام للمستخدم وإمكانية تنظيم وعرض المحتوى كيفما يناسب المستفيد إضافة الى تفعيل خاصية الوصلات والارتباطات بين الصفحات للمواضيع التي يحتاجها المستفيد مما يسهل الوصول إليها إضافة الى حداثة المعلومات المتاحة وتنوعها ودقة اسناد المعلومة لصاحبها لتسهيل الرجوع اليه كذلك من ميزات الويكي الأشكال المتنوعة لطريقة عرض وتنظيم المعلومة ومن الأمور المهمة فيه أيضا إمكانية تصنيفه كمرجع للمعلومات سواء التاريخية أو غيرها ووسيلة مهمة لإثراء المحتوى في العالم العربي إضافة الى سهولة التواصل والنقاش في المحتوى المتاح، ويعرف بدوي (2015) خدمة الملخص الوافي للمواقع (RSS) بأنها خدمة تقنية تعمل على تمكين المستفيد من الحصول على أحدث المستجدات وإحاطته بها فور ورودها للموقع تلقائيا من خلال استخدام RSS Reader، وأوضح سهيلة وبن جامع (2016) في دراستهم أن لخدمة الملخص الوافي للمواقع أهمية في مؤسسات المعلومات تكمن من خلال قدرتها على العمل كأداة تسويقية لخدمات المعلومات وأنشطة المؤسسة إضافة الى إبراز الإحصائيات ومتابعة الأحداث ذات العلاقة بمجال المؤسسة المعلوماتية وفعاليتها في وصف محتويات مصادر المعلومات والمحتوى وتقديم الإحاطة الجارية والتغذية الراجعة للمستفيدين من المؤسسة ويمكن

توظيفها في مراكز المعلومات أيضا في تعزيز التواصل الفعال مع المستخدمين وتشارك المعلومات معهم بأقل تكلفة وجهد.

مفهوم تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم:

يعرف عليان والسامرائي (2010) التسويق على أنه مجموعة من العمليات الإجرائية المتكونة من التحليل يليه التخطيط ومن ثم التنفيذ والرقابة بهدف جلب مجموعة من التبادلات التطوعية المرتكزة على احتياجات المستخدمين من خلال القيام بمجموعة الخطوات ذات الصلة بالإقناع والأساليب الاتصالية المبتكرة والجاذبة للوصول الى المستفيد وتحقيق رضاه في الخدمة أو المنتج المقدم، ويعرف الكندي والصقري (2012) التسويق في مجال خدمات المعلومات على أنه العمل على إبقاء المستخدمين على صلة دائمة مع المكتبة وخدماتها وأنشطتها وجعلهم مشاركين بصفة مستمرة في بناء مجموعاتها والاستفادة من الخدمات المقدمة من خلال الاتصال الفعال والتسويق المناسب وتنمية الوعي لديهم بأهمية الخدمات المقدمة، وفي تعريف آخر هو تسويق خدمات المعلومات في الجيل الثاني من الويب 2.0 WEB2.0 بأنه مجموعة من الإجراءات والعمليات الهادفة الى خلق اتصال فعال مع المستفيد من خلال خلق المحتوى المناسب ذو الفاعلية والمشاركة وذلك بتوظيف مجموعة من الأدوات والتطبيقات الاجتماعية والبرامج التفاعلية بهدف رفع الوعي لديهم حول خدمات وأنشطة المكتبة ومؤسسات المعلومات وتعزيز الاستفادة الفاعلة من هذه الخدمات المقدمة.

تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم:

يُعد التسويق في مراكز مصادر التعلم من الأمور ذات الأهمية القصوى حيث أنه السبب الرئيسي في زيادة إقبال المستخدمين على الخدمات المقدمة من قبلها والتي تؤدي الى النهوض بدورها الفعال في خدماتها المقدمة ومن هنا يعرف لمين (2011) التسويق في مراكز مصادر التعلم على أنه مجموعة من الإجراءات والأنشطة التي يقوم بها العاملون في مراكز مصادر التعلم بهدف توفير الخدمات ذات الجودة للمستخدمين في الوقت المناسب والمكان المناسب وبأقل تكلفة وجهد، ويعرف نور الدين (2015) في دراسته أن التسويق في مراكز مصادر التعلم في بيئة الجيل الثاني من الويب يعني توظيف أدوات الجيل الثاني من الويب وبما تشتمل عليه من إمكانات في توجيهها نحو المستخدمين بما يعزز التواصل والتشارك معهم بهدف رفع الوعي حول الخدمات المقدمة وتعزيز التواصل الفعال معهم في كيفية الاستفادة من الخدمات المقدمة بأقل تكلفة وجهد.

وتشير جوهري (2013) أن هناك عدة دوافع لتسويق خدمات مراكز مصادر التعلم ومنها تحقيق رؤية وأهداف ورسالة المركز إضافة إلى الوصول إلى رضا المستفيد وتلبية حاجاته المختلفة وكذلك ظهور دراسات وأبحاث تنادي بضرورة أن تولي مراكز مصادر التعلم التسويق جل اهتمامها باعتباره وسيلة فعالة للوصول إلى الجمهور إضافة إلى تغير حاجات المستخدمين والذي يقابله تغير في نمط تقديم الخدمة وتسويقها ومع بروز التكنولوجيا وتطبيقات الإنترنت المختلفة أصبح من الضروري استغلال ذلك في عملية تسويق الخدمات المختلفة لمؤسسات المعلومات لأنها أسهل وأنجع وسيلة في ذلك، وهناك عدة خدمات يمكن لمراكز مصادر التعلم القيام بتسويقها لمجتمع المستخدمين مثل التزويد بمصادر المعلومات المختلفة كالكتب والمراجع سواء كانت تقليدية أو إلكترونية إضافة إلى خدمات الإعارة لأوعية المعلومات المختلفة وخدمات مكانية كتوفير أماكن للقراءة واعداد الدروس والبحوث وغيرها وكذلك من الخدمات الأخرى كخدمة الإحاطة الجارية للمعلومات وخدمات تعليمية كتوفير المصادر الرقمية الإثرائية المساندة للمناهج الدراسية وخدمات التعليم الذاتي والإنماء المهني إضافة الى توفير الخدمات المتعلقة بالتواصل بين المؤسسة ومستخدميها من خلال الشبكات الاجتماعية والتي تفيد في تلقي الاستفسارات والاستبيانات والاقتراحات إضافة الى استقصاء آراء المستخدمين.

وتشير مرسي (2014) إلى أهمية تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم وإعطائها جل الأهمية ومقابلة حاجات المستفيدين لأن ذلك يؤدي الى النهوض بدورها في المدرسة والعملية التعليمية وأن توجه طاقاتها البشرية وإمكاناتها التكنولوجية نحو حاجات المستفيدين والعمل على رفعة جودة الخدمة المقدمة وتعزيز عملية الاتصال بين مركز مصادر التعلم ومجتمع المستفيدين لدراسة حاجاتهم ومعرفة ما يحتاجونه من مصادر معلومات ووسائل تعليمية داعمة للمناهج الدراسية والعملية التعليمية إضافة الى إتاحة مصادر المعلومات وتسويقها لطلاب والمعلمين، وعلى اختصاصي المركز أن يعمل على تسهيل وإتاحة الخدمات التعليمية وتوظيف التكنولوجيا في ذلك إضافة الى العمل على تنمية مهارات المستفيدين في التعامل مع مصادر المعلومات سواء التقليدية أو الإلكترونية.

يشير لمين (2011) أن هناك مجموعة من الخطوات التي ينبغي على المكتبات ومراكز مصادر التعلم أن تعمل عليها كاستراتيجيات تسويقية عند تسويق خدماتها للمستفيدين للوصول إليهم وتحقيق رضاهم عن الخدمة المقدمة وتمثل هذه الخطوات في تحديد رسالة مؤسسة المعلومات وأهدافها والفئة التي تخدمها وأنواع الخدمات التي تقدمها وطريقة تقديمها إضافة إلى دراسة احتياجات المستفيدين واتجاهاتهم وكيفية الوصول وتسويق الخدمات لهم وانتقاء الأساليب الفعالة في التواصل معهم كتوظيف التكنولوجيا الحديثة في ذلك ومن ثم القيام بتقويم فاعلية تسويق تلك الخدمات وتعزيز جوانب القوة ومعالجة أوجه القصور فيها.

ثانياً-الدراسات السابقة:

أجريت العديد من الدراسات السابقة التي تناولت أثر توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب (WEB2.0) على تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم، ومن أهمها ما يلي:

- دراسة (Jones & other 2010) وأشارت إلى أهمية توظيف الإنترنت والتكنولوجيا في تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم وتقديم كافة التسهيلات للاستفادة من إمكاناتها وما تحتويه من مصادر معلومات وبيئة تعليمية جاذبة تثرى المناهج الدراسية وتقدم طرق غير تقليدية في أساليب التعلم والتعليم وضرورة قيام اختصاصي المعلومات بتوظيف الإنترنت في تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم والوصول للمستفيد ومعرفة حاجاته، وقد توصلت الدراسة الى ضرورة تفعيل تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتقديم مختلف خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم وتوعية المستفيد بها والوصول اليه من خلالها.
- دراسة (Sachs & other 2011) وهدفت الى قياس فاعلية توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تسويق خدمات مؤسسات المعلومات وبخاصة في الشبكات الاجتماعية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الفيس بوك وقد استخدمت الدراسة المنهج شبه التجريبي من خلال أداة الملاحظة وقد لاحظ الباحثين الى وجود مجموعة من الأنشطة والخدمات التي تقدمها المكتبات ومؤسسات المعلومات على تلك الشبكات الاجتماعية مما خلق نوعاً من التفاعل الإيجابي الملحوظ في فاعلية استفادة المستخدمين من تلك الخدمات على تلك المواقع وهذا ما أدى الى تفعيل المكتبات ومراكز المعلومات لتلك الشبكات الاجتماعية في تسويق خدماتها بسهولة التواصل مع المستفيد وفاعلية ذلك.
- كشفت دراسة (Deyrup 2010) أن توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في المكتبات قد يساهم بشكل فاعل في تسويق خدماتها وأنشطتها المختلفة للمستفيدين ويمكن أن توظف تلك المكتبات أدوات الجيل الثاني من الويب 2.0 في الترويج عن مختلف فعاليات المكتبة والخدمات التي تقدمها، كما كشفت دراسة (Horn 2011) بأن الشبكات الاجتماعية المتمثلة في مواقع التواصل الاجتماعي تمثل أداة فعالة في تسويق خدمات المكتبات ومراكز المعلومات لما تحتويه من ميزات تفاعلية تصل للمستفيد وتلائم حاجاته والتي يمكن من خلالها عرض مجموعة من الوسائط المتعددة عن المكتبة وفعاليتها وأنشطتها المختلفة.

- دراسة (الكندي والصقري 2012) وهدفت الى الكشف عن فاعلية توظيف الشبكات الاجتماعية وبالتحديد الفيس بوك في تسويق خدمات وأنشطة مؤسسات المعلومات وقد استخدمت الدراسة منهج تحليل المحتوى، وقد توصلت الدراسة الى أن هناك مجموعة من الأنشطة التي تمارسها المكتبات ومؤسسات المعلومات في تسويق خدماتها للمستفيدين عن طريق تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 المتمثلة في الفيس بوك كما توصلت الدراسة الى أن هذه التطبيقات يمكن ان تساهم كذلك في تسويق الأدوار الجديدة لاختصاصي المعلومات ومهاراته ومعارفه.
- دراسة مجاهد (2012) بعنوان والتي هدفت الى قياس فاعلية استخدام تطبيقات الجيل الثاني من الويب المتمثلة في الشبكات الاجتماعية والمدونات وخدمة الملخص الوافي للمواقع (RSS) والويكي في تسويق خدمات وأنشطة المكتبات ومراكز المعلومات وألية استغلالها وقد استخدمت الدراسة المنهج المسحي الميداني، وقد توصلت الدراسة إلى فاعلية توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تسويق خدمات وأنشطة المكتبات ومراكز المعلومات من خلال قيمتها المضافة في تعزيز فاعلية التواصل والوعي وتنوع أساليب تقديم الخدمة للمستفيد وملاسة حاجاته.
- دراسة الزهيري وعبد الزهرة (2012) والتي هدفت الى معرفة فاعلية استثمار تطبيقات الويب 2.0 في تسويق خدمات المكتبات ومراكز المعلومات والأساليب المستخدمة في ذلك، والتي استخدمت المنهج الوصفي التحليلي على عينة من مواقع المكتبات العراقية وقد توصلت الدراسة الى أن هناك مجموعة من أدوات الجيل الثاني من الويب 2.0 التي لها فاعلية ذات جدوى في تسويق مختلف الأنشطة والخدمات لمؤسسات المعلومات مثل الشبكات الاجتماعية والمدونات وغيرها وتتميز هذه الأدوات بتكاليفها المنخفضة وفعاليتها الكبيرة في تسويق خدمات وأنشطة مؤسسات المعلومات وهو ما يساهم في تحقيق أهداف المؤسسة.
- دراسة البلوشي (2012) وهدفت الى التعرف على مدى استخدام المكتبات في الجامعات السعودية لمواقع التواصل الاجتماعي المتمثلة بالفيس بوك في تقديم خدماتها وتسويقها للمستفيدين وقد استخدمت الباحثة المنهج المسحي، وتوصلت الدراسة الى أن هناك مجموعة من المكتبات ومؤسسات المعلومات التي وظفت تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تقديم خدماتها وأنشطتها المختلفة للمستفيدين مما ساهم في تسويق تلك الخدمات بشكل أكبر وأوسع لمجتمع المستفيدين.
- دراسة (السريجي والشهري 2014) والتي هدفت الى التعرف حول ماهية الشبكات الاجتماعية المستخدمة في مراكز مصادر التعلم ودرجة استخدامها وتوظيفها من قبل أخصائي مصادر التعلم إضافة الى مدى الاستفادة منها في تعزيز التواصل مع المستفيدين من خدمات المركز التعليمية والتعليمية والإدارية، وقد توصلت الدراسة الى ضرورة تفعيل الشبكات الاجتماعية والمدونات التعليمية في تسويق خدمات مركز مصادر التعلم وتعزيز التواصل والوعي مع المستفيدين لما لذلك من أهمية في خدمة العملية التعليمية وتحقيق أهدافها وتعزيز دور مراكز مصادر التعلم في العملية التعليمية.
- دراسة نور الدين (2015) وهدفت الى قياس مدى توظيف المكتبات الجامعية في الجزائر لتطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدماتها المقدمة وما أهم التطبيقات المستخدمة في التسويق لتلك الخدمات وأهم الصعوبات التي تواجهها المكتبات الجامعية في الجزائر في تسويق خدماتها من خلال تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي كمنهج للدراسة، وقد توصلت الدراسة الى محدودية استخدام تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدمات المكتبات بالجزائر إضافة الى ضرورة توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدمات المكتبات لما تمتلكه من إمكانات كبيرة في ذلك ومن النتائج الأخرى التي قد توصلت لها الدراسة أن ثمة معوقات وتحديات تواجه المكتبات ومؤسسات المعلومات في

توظيف أدوات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدماتها كضعف البنية التحتية وغياب الدعم الحكومي وقلة مهارة العاملين فيها إضافة الى انتشار ظاهرة الأمية الرقمية وخوف والخوف من السرقات الأدبية والفكرية والروابط المشبوهة الهاكرز وضعف الموارد البشرية وغياب الاستراتيجيات التسويقية وقلة برامج التأهيل للعاملين بالمكتبات.

- دراسة (الحجي والبوسعيدي 2014) والتي استخدمت المنهج الوصفي، وقد هدفت الدراسة الى قياس مدى استثمار المكتبة الرئيسية بجامعة السلطان قابوس للشبكات الاجتماعية في تسويق خدماتها وأنشطتها المختلفة ومدى تفاعل المستخدمين مع تلك الخدمات والأنشطة المقدمة، وقد توصلت الدراسة الى أن الشبكات الاجتماعية لها فاعلية كبيرة في تسويق خدمات المكتبة وزيادة تفاعل المستخدمين مع الخدمات المقدمة بشكل أكبر وأكثر فاعلية في مختلف مواقع الشبكات الاجتماعية من خلال الإعجاب وتشارك الوسائط ومصادر المعلومات والروابط.

- دراسة عبدالكريم (2018) وهدفت الى التعرف على فاعلية البيئة الإلكترونية المتمثلة بأدوات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدمات وأنشطة المكتبة ومدى مساهمة تلك الأدوات في البيئة الإلكترونية في الارتقاء بالخدمة المقدمة وسهولة وصولها للمستخدمين ومعرفة أهم التحديات التي تواجه المكتبات ومراكز المعلومات في توظيف البيئة الإلكترونية وما تشتمل عليه من إمكانيات في تسويق خدماتها وأنشطتها، وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد توصلت الدراسة إلى أن التسويق في البيئة الإلكترونية لخدمات المعلومات ذات جدوى على المكتبة والمستخدمين الا ان هناك بعض التحديات التي قد تواجههم كعدم توفر البنية التحتية للإنترنت والتكنولوجيا وعدم وجود خطة تسويقية وكذلك تخوف بعض المستخدمين من التعامل مع البيئة الإلكترونية خوفا من مخاطرها السلبية عليهم.

- دراسة (بن سايح وزرقين 2018) وهي دراسة ميدانية تم إجراؤها لجامعة العربي بن مهيدي وقد استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وقد هدفت الدراسة الى التعرف على أهم تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 المستخدمة في تسويق خدمات وأنشطة المكتبات بالإضافة الى التعرف على دورها في ذلك، وقد توصلت الدراسة الى ضرورة وجود استراتيجية تسويقية لمؤسسات المعلومات والمكتبات للنهوض بالدور الفعال لها وكذلك أهمية توظيف الشبكات الاجتماعية في تسويق خدمات وأنشطة المكتبات لما لها من دور فعال في ذلك وتبادل الخبرات والمهارات وضرورة أن تسعى المكتبات الى تهيئة البنية التحتية اللازمة لذلك كذلك توصلت الدراسة الى ان هناك ثمة بعض من الصعوبات التي تواجه المكتبات في تفعيل كضعف البنية التحتية وقلة مهارة العاملين فيها في التعامل مع هذه التطبيقات وقلق وخوف المستخدمين في التعامل مع بعض هذه التطبيقات لبعض الأمور الأمنية.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة يلاحظ أن اغلب الدراسات اتفقت على أهمية وفاعلية توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 في تسويق خدمات مؤسسات المعلومات والمكتبات ومراكز مصادر التعلم لما لها من إمكانيات تفاعلية وتشاركية وتنوع في الوسائط وشكل تقديم الخدمة وتسويقها، وقد توصلت أغلب الدراسات إلى أهمية الوعي بتفعيل هذه التطبيقات في تسويق وتقديم الخدمات والأنشطة وأن ذلك يعود بجدوى ذات فاعلية على المكتبة وعلى إقبال المستخدمين ونيل رضاهم من الخدمة المقدمة وأن هذه التطبيقات يجب أن يتم توظيفها بالشكل الصحيح الفعال وأن توجه لكافة فئات المستخدمين لجعل المستخدم مشارك ومعزز في الخدمات المقدمة، وقد أكدت الدراسات السابقة على ضرورة التنوع في الأساليب الاتصالية والتسويقية مع المستخدمين ومحاولة التغلب على كافة الصعوبات والتحديات التي تواجه توظيف أدوات

الجيل الثاني من الويب في تسويق الخدمات المقدمة والنهوض بالدور الفعال لمؤسسات المعلومات والمكتبات في المؤسسات التعليمية في تقديم خدمات فعالة وذات جودة وتلقى إقبال واستفادة من الفئات المختلفة من المستخدمين نظير الجودة والفاعلية في تسويقها مما تعزز وعي المستفيد بأهمية تلك الخدمات المقدمة. وقد توصلت نتائج بعض الدراسات السابقة الى ان هناك ثمة معوقات وتحديات تواجه تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم باستخدام تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 ومن هذه التحديات والمعوقات ضعف البنية التحتية وبعض الحواجز القانونية وكذلك قلة مهارة العاملين في مؤسسات المعلومات ومراكز مصادر التعلم والمكتبات إضافة الى بعض المخاوف الأمنية من قبل المستفيد في التعامل مع تطبيقات الجيل الثاني من الويب والتي تتمثل في السرقات الأدبية وضعف إدارة وضبط المحتوى. يمكن القول ان الدراسة الحالية تميزت عن الدراسات السابقة في وصف تحليلي شمولي حول أثر توظيف خدمات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم التي يمكن تقديمها من خلال خدمات الجيل الثاني من الويب من حيث اتباع منهجية المقابلة وتحليل آراء عينة الدراسة وتبسيط الضوء على فئة (أخصائي مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي) ولعلها تكون الدراسة الأولى في هذا الشأن والتي تهدف الى معرفة اثر توظيف تطبيقات web2.0 في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم وتعزيز ذلك عبر معرفة الخدمات المقدمة والتطبيقات المستخدمة وكيفية توظيفها في تسويق وتطوير الخدمة المقدمة والأثر الفعلي إضافة لمعرفة العلاقة بين توظيف هذه التطبيقات ورفع مستوى تسويق الخدمة وتطويرها وتدعيمها وصولاً لمعرفة أبرز التحديات والصعوبات التي تعيق توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمة المقدمة واقتراح الحلول المعززة لعملية تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم في مدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي عبر استراتيجيات تسويقية وإقامة ورش العمل والبرامج والدورات التأهيلية الداعمة لتوفير البيئة المعززة لعملية تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم عبر توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب، وقد استفادت هذه الدراسة من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة وأسئلتها وأهدافها والمنهج الملائم لها وصولاً لإظهارها النظري إضافة الى الأداة المناسبة لجمع بياناتها وتحليلها وصولاً لنتائجها ومناقشتها واستنتاج الحلول واقتراح التوصيات.

3-منهجية الدراسة وإجراءاتها.

منهج الدراسة.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال المقابلة في تحليل أثر توظيف خدمات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة في مراكز مصادر التعلم في الواقع وعلى الحسابات الاجتماعية التابعة لها ومدى تفاعل وإقبال المستفيدين على الاستفادة منها وأهم التحديات والمعوقات التي تحول دون ذلك، وذلك لملاءمة هذا المنهج لأهداف الدراسة ومشكلتها وأهميتها.

مجتمع الدراسة:

تكون مجتمع الدراسة من أخصائي مراكز مصادر التعلم بسلطنة عمان بمحافظة شمال الباطنة بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي والبالغ عددهم (27) مختصاً من أخصائي مراكز مصادر التعلم.

عينة الدراسة:

تكونت عينة الدراسة من (27) مختصاً من أخصائي مراكز مصادر التعلم بسلطنة عمان بمحافظة شمال الباطنة بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي، وقد اشتملت البيانات الشخصية لعينة الدراسة محددات مثل

الجنس والعمر والمستوى التعليمي والتخصص الرئيسي وسنوات الخبرة، ومن خلال محور البيانات الشخصية نلاحظ أن أفراد العينة قد توزعوا مناصفة بين الذكور والإناث وأما من حيث العمر نجد أن المراحل العمرية متقاربة ما بين العشرينات والثلاثينات ومن حيث المستوى العلمي فثمة من يحمل شهادة الدبلوم والأغلب ممن يحملون شهادة البكالوريوس وعدد (2) ممن يحملون شهادة الماجستير وأما من حيث التخصص الرئيسي فهناك عدد (2) من الأخصائيين في تخصص اللغة العربية وهناك (6) أخصائيين في تخصص تقنية المعلومات وعدد (17) ممن هم في تخصص المكتبات ودراسات المعلومات، أما من حيث سنوات الخبرة فهناك تفاوت في ذلك فنجد أن بعض أفراد العينة قد تجاوز (18) عاما في المهنة وعددهم (4) أشخاص من أفراد العينة وهناك (13) شخص ممن تجاوزت سنوات الخبرة لديهم (12) سنة و(10) أفراد من العينة قد تجاوز (5) سنوات في المهنة، وهذا مما يدل على أن اختيار أفراد العينة قد تم وفق خطوات مدروسة تساعد على تعميم نتائج الدراسة.

أداة الدراسة:

استخدم الباحث المقابلة في جمع البيانات من عينة الدراسة حسب الخطوات التالية:

- تحديد عينة الدراسة الأفراد المراد إجراء المقابلة معهم، وتحديد الهدف من المقابلة.
- وضع أسئلة المقابلة، والتي جرى تحكيمها من قبل محكمين مختصين في ذلك وقياس مدى فاعليتها في الحصول على المعلومات والبيانات اللازمة بهدف الحصول على نتائج بحثية صحيحة علميا ويمكن تعميمها فيما بعد، جرى تحكيم أسئلة المقابلة وفق مشكلة الدراسة وأهدافها والتأكد من فاعليتها وقابليتها للتطبيق على عينة الدراسة، علما أن المقابلات كانت فردية بشكل مباشر وبعضها عن طريق التواصل من خلال الهاتف ووسائل التواصل الاجتماعي.
- جرى اختيار التوقيت ومكان المقابلة مسبقا مع شرح أهمية المقابلة وهدفها والغرض منها في تعزيز فاعلية عملية تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم وبما يخدم مراكز مصادر التعلم بشكل عام، تم وضع جدول زمني للمقابلة مبينا فيه الهدف من المقابلة، وتوقيت المقابلة ومكانها ومدة المقابلة المتوقعة، ونوع المقابلة (مباشر/ غير مباشر).
- إجراء المقابلة فعليا مع تدوين الإجابات كتابيا وتسجيل بعضها صوتيا ومن ثم تدوينها في إجابة أسئلة المقابلة.

4- نتائج الدراسة ومناقشتها.

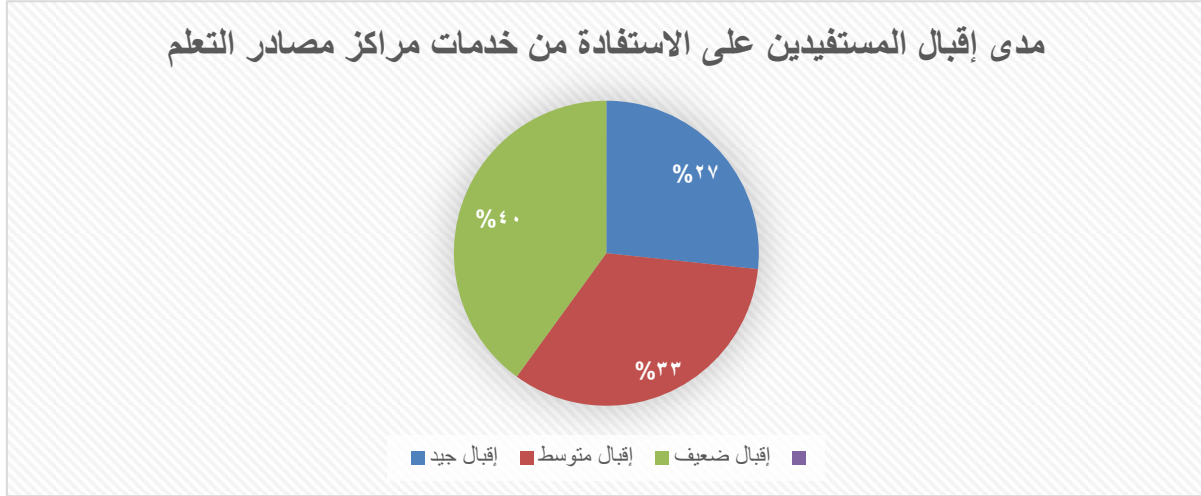
- الإجابة عن السؤال الأول: "ما الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة، وما مدى الإقبال على الاستفادة من تلك الخدمات؟" وقد تمت الإجابة على السؤال على النحو التالي:

أولاً- الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم:

أجاب جل أفراد العينة أن الخدمات المقدمة من قبل مراكز مصادر التعلم تتلخص في الخدمات التعليمية كدعم المناهج الدراسية والتعليم الذاتي وتوفير الوسائل التعليمية والإنترنت وتوفير مصادر المعلومات المختلفة وتوفير الأساليب التدريسية الحديثة والمتنوعة وتلبية احتياجات الفروق الفردية وتقديم الخيارات التعليمية المتنوعة إضافة إلى المساعدة في تبادل الخبرات بين المعلمين وأيضا تقديم الخدمات التدريبية في استخدام الأجهزة والتقانة الحديثة في التدريس والتعليم الذاتي ومهارات البحث وتوفير القاعات التدريبية لمختلف البرامج والأنشطة التعليمية وهناك أيضا الخدمات القرائية والمعلوماتية والبحثية والمتمثلة في الخدمة المرجعية وخدمات الإرشاد والتوجيه وخدمة الإعارة والإحاطة الجارية والبلث الانتقائي للمعلومات والتلخيص وتبادل مصادر المعلومات وتوفير خدمات مصادر المعلومات

الإلكترونية وتنمية المهارات البحثية والتعليم الذاتي والوعي المعلوماتي ودعم الابتكار والتميز العلمي واكساب فئات المستفيدين المهارات البحثية والأمانة العلمية وزيادة الوعي في الاستخدام الآمن للتكنولوجيا والإنترنت.

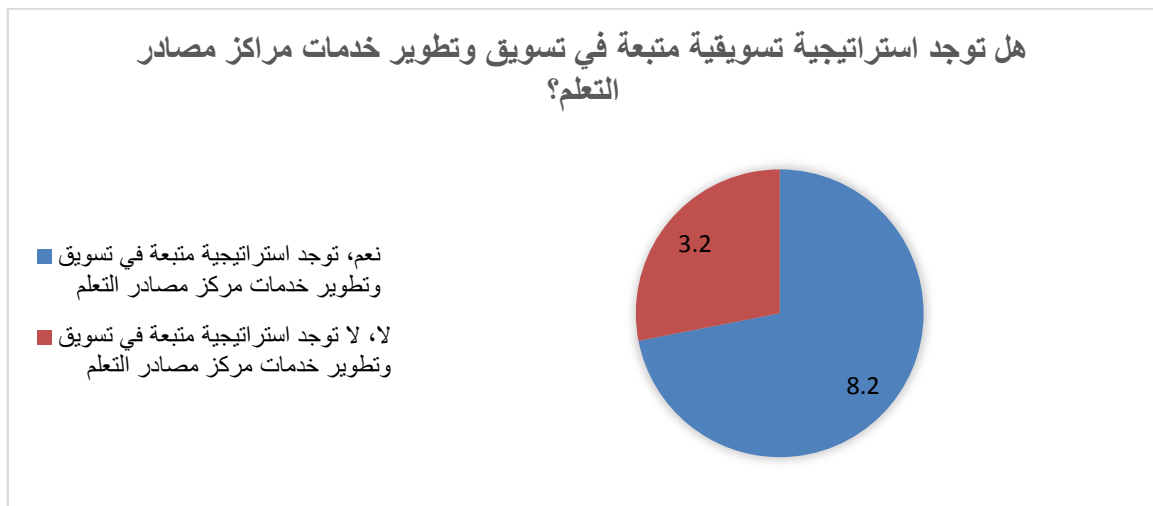
ثانياً: مدى الإقبال على الاستفادة من الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم: تم سؤال عينة الدراسة عن مدى الإقبال على الاستفادة من الخدمات التي تقدمها مراكز مصادر التعلم وكانت النتائج كما في الشكل التالي:



شكل (1) مدى إقبال المستفيدين على الاستفادة من خدمات مراكز مصادر التعلم

أجاب في هذا السؤال (10) من أفراد العينة أن هناك إقبال متوسط في الاستفادة من الخدمات المقدمة ولكن هذا الإقبال جله يتركز في الاستفادة من تقديم الحصص الدراسية والإعارة اليومية وأيضاً خدمات النسخ والإنترنت والتعليم الذاتي، بينما أجاب (8) من أفراد العينة، أن هناك إقبال جيد في الاستفادة من الخدمات المقدمة والتنوع فيها حيث أن هناك من يستفيد من مصادر المعلومات والأجهزة ومختلف الوسائل التعليمية في توظيفها في الموقف التعليمي إضافة إلى الاستفادة من الإنترنت في تنمية مهارات التعلم الذاتي والبحث أثناء الموقف التعليمي وأيضاً التفاعل مع الخدمات التي تقدم من خلال الإنترنت في الشبكات الاجتماعية والمدونات التعليمية والملخص الوافي فيها والويكي الخاص بحساب مركز مصادر التعلم وكذلك الاستفادة منها في معرفة مصادر المعلومات المتوافرة وفعاليات وأنشطة مركز مصادر التعلم المختلفة والقراءة وتنمية المهارات البحثية والتعليمية، بينما أشار (9) من أفراد العينة، أن الاستفادة من الخدمات المقدمة ضعيف ويتمركز حول تنفيذ الحصص الدراسية والإعارة فقط.

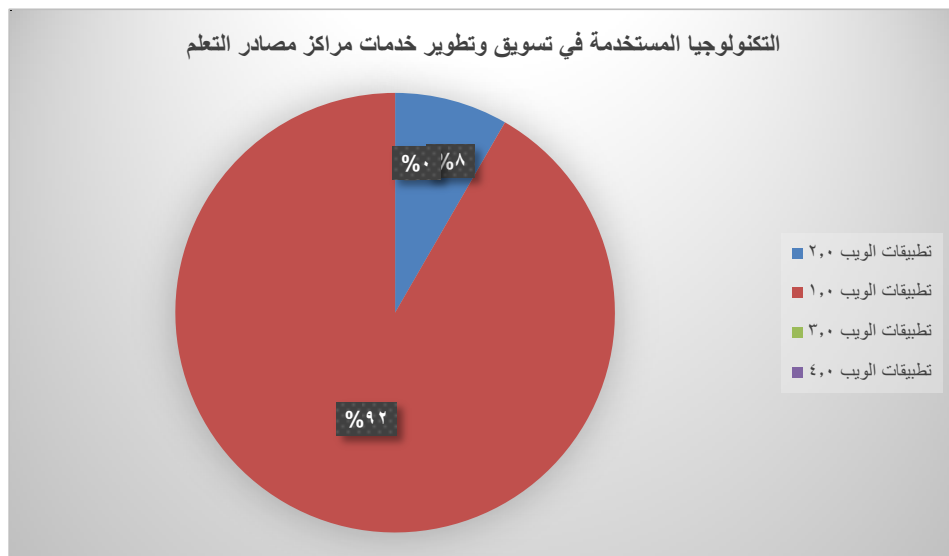
- الإجابة عن السؤال الثاني: "ما تطبيقات الجيل الثاني من الويب المستخدمة في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة؟" وقد تمت الإجابة عن السؤال من ثلاثة نواحي النحو التالي:
 - أولاً: هل توجد استراتيجية تسويقية متبعة في تسويق وتطوير خدمات مركز مصادر التعلم؟ تم سؤال عينة الدراسة عن وجود استراتيجية تسويقية متبعة في تسويق وتطوير خدمات مركز مصادر التعلم، وكانت استجاباتهم كما يبينها الشكل رقم (2)



شكل (2) هل توجد استراتيجيات تسويقية متبعة في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم

نظرا لأهمية عملية تسويق الخدمات المقدمة من مراكز مصادر التعلم فقد أجاب (24) من أفراد العينة، بأن هناك استراتيجيات تسويقية متبعة في تسويق الخدمات التي يقدمونها لأن طبيعة هذه الخدمات وقيمتها المضافة لا تظهر إلا بعد معرفتها واستخدامها وتوظيفها بالشكل الصحيح ولكي يضمنوا توافد وإقبال المستفيدين كان لابد من عمل استراتيجيات تسويقية، وتتمثل هذه الاستراتيجيات التسويقية في استغلال التكنولوجيا والمنبر الإذاعي والمطويات والنشرات واستغلال ركن مصادر التعلم في المدرسة إضافة إلى خدمة الإحاطة الجارية والخدمة المرجعية سواء المباشرة أو غير المباشرة، بينما أجاب (3) من أفراد العينة، بأنه لا توجد هناك أي استراتيجيات متبعة في تسويق خدمات المعلومات بل الاعتماد على المستفيد ذاته في القدوم والاستفادة من الخدمات المقدمة، وهذا ما يتفق مع دراسة كلا من (بن سايع وزرقين، 2018) ودراسة (مجاهد، 2010) ودراسة (مرسي، 2014) ودراسة (جوهري، 2014) والتي أشارت إلى أهمية وجود استراتيجيات تسويقية لمؤسسات المعلومات والمكتبات لما لذلك من دور فعال في تعزيز وتنويع الاتصال مع المستفيدين وتجويد الخدمة المقدمة والوصول للمستفيد بأسهل الطرق وبأقل تكلفة مما يؤدي إلى تزايد أعداد المستفيدين في الاستفادة من الخدمات والأنشطة المقدمة وإثراء أشكال الحوار والتفاعل مع المستفيد مما يساهم في تعزيز دور المكتبة ومصادر التعلم في تحقيق أهداف ورؤية ورسالة المؤسسة التي ينتمي لها.

○ ما التكنولوجيا المستخدمة في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم؟ وما الخدمات التي تقومون بتسويقها وتقديمها إلكترونياً؟

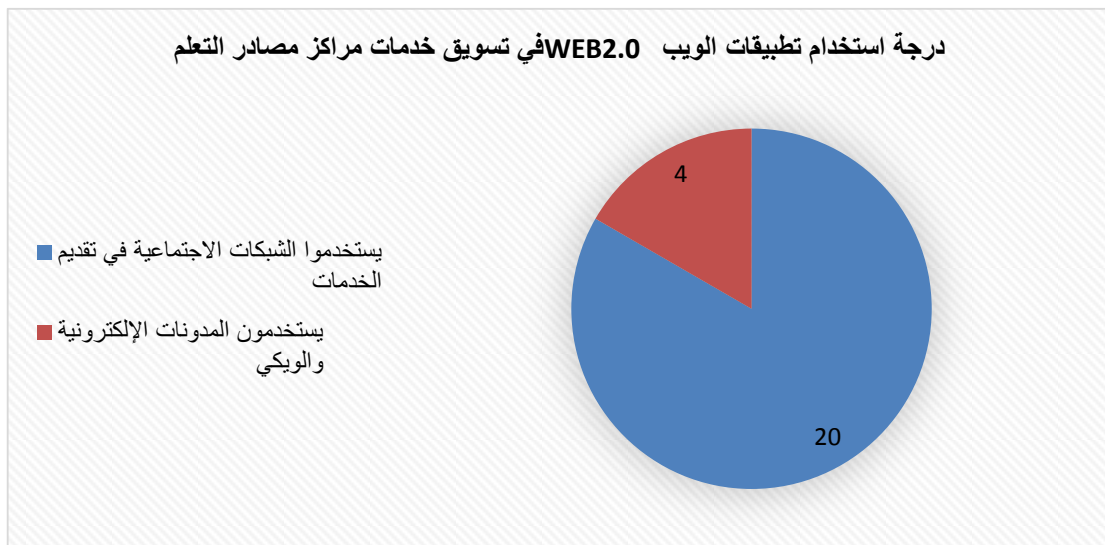


شكل رقم (3) التكنولوجيا المستخدمة في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم

نظرا لما تتمتع به التكنولوجيا بشكل عام وتطبيقات الويب على وجه الخصوص من إمكانات فاعلة عندما يتم توظيفها بالشكل الصحيح في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم والوصول بها الى المستفيد والعمل على تجويدها ورفع مستواها، ومن خلال المعطيات بالنسب المئوية للتكنولوجيا المستخدمة فقد أجاب من أفراد العينة بنسبة (92%) بأن هناك اعتماد كبير جدا على التكنولوجيا والإنترنت في تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم من خلال توظيف الإنترنت وما يحتويه من تطبيقات الجيل الثاني من الويب المتمثلة في الشبكات الاجتماعية مثل الفيس بوك وتويتر والواتساب واليوتيوب وغيرها من أدوات الجيل الثاني من الويب فيتم استغلالها في تقديم الخدمات القرائية والخدمة المرجعية والإحاطة الجارية والتعليم الذاتي والمسابقات والخدمات التعليمية والتدريبية والإعلانات والفعاليات والأنشطة المقامة في مركز مصادر التعلم، وأوضح بعض أفراد العينة بنسبة (8%) بأنهم يعتمدون على تطبيقات الويب 1.0 بينما لا يوجد اعتماد على تطبيقات باقي أجيال الويب مثل الويب 3.0 والويب 4.0 لحدائتها وقلة المعلومات حولها وصعوبة توظيفها في الوقت الراهن على الأقل وسبب وجود البديل الأنسب والأسهل والكثير فاعلية وهي تطبيقات الجيل الثاني من الويب، ويتفق ذلك مع ما توصلت إليه دراسة كلا من (Jones & other,2010) و(الزهيري وعبد الزهرة، 2012) و (مجاهد،2012) في استثمار تطبيقات الجيل الثاني من الويب وإدراك أهميتها وقيمتها المضافة في البيئة الإلكترونية وفي تعزيز التواصل وتنوع الأساليب الاتصالية مع المستفيدين مما يعزز من إقبال المستفيدين في الاستفادة من الخدمات المقدمة ورفع جودة الخدمة المقدمة من خلال تسويقها وتطويرها بشكل أكثر ملاءمة للفئة المستهدفة وبما يتوافق مع خصائص بيئات مراكز مصادر التعلم وأدوار وممارسات أخصائي مصادر التعلم وفق خطط وأهداف ورؤى ورسالة المركز.

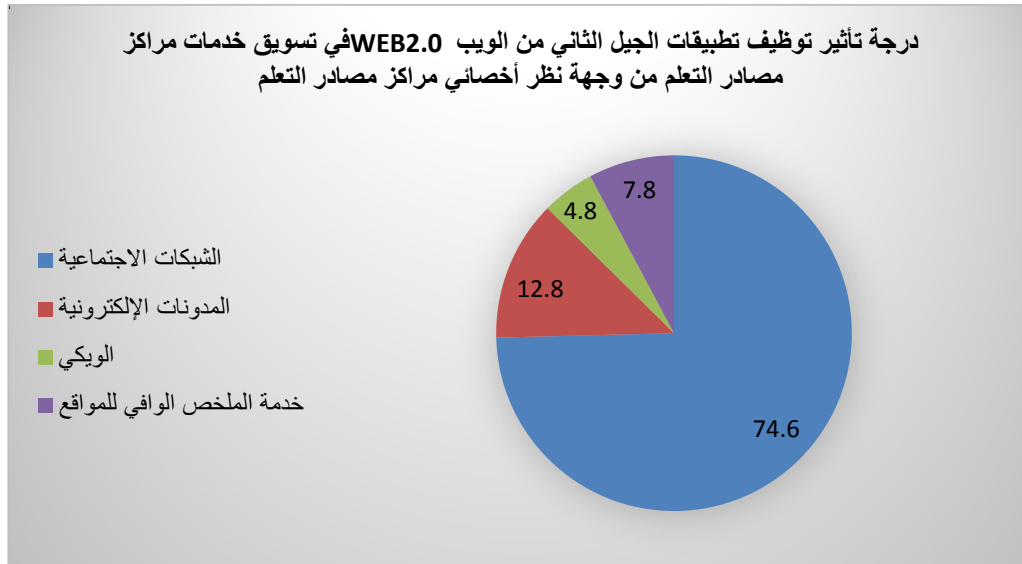
- الإجابة عن السؤال الثالث: "ما أثر توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق وتطوير الخدمات المقدمة في مراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة؟"

وللإجابة عن السؤال تم توجيه سؤال لعينة الدراسة عن مدى الاستفادة من بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 مثل الشبكات الاجتماعية والمدونات الإلكترونية وخدمة الملخص الوافي للمواقع والويكي في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم، وتأثير ذلك، والشكل (4) يبين درجة استخدام تطبيقات الويب 2 في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم.



شكل (4) درجة استخدام تطبيقات الويب 2 في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم

نظرا لأهمية تطبيقات الجيل الثاني من الويب في إحداث القيمة المضافة والدور الحيوي الذي تلعبه وبما تمتلكه من إمكانيات تفاعلية وتشاركية وإثرائية للمحتوى فقد أجاب (20) من أفراد العينة، بأنهم يستفيدوا من الشبكات الاجتماعية في تقديم الإحاطة الجارية لمصادر المعلومات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وكذلك نشر فعاليات وأنشطة المركز وأيضا تقديم المحتوى المثري في شتى المجالات ذات العلاقة بالتعليم الذاتي والوعي المعلوماتي والمهارات البحثية والتعليمية في المدونات التعليمية والويكي أيضا ونشر الروابط التعليمية ذات الأهمية في العملية التعليمية والإثراء المعرفي في كل ماله صلة بالتعليم من خلال الواتساب ووسائل التواصل الاجتماعي والمدونات التعليمية الخاصة بمركز مصادر التعلم، وأجاب (4) من أفراد العينة، بأنهم يقوموا بالتسويق لتلك الخدمات كلها ولكن فقط في المدونات الإلكترونية والويكي وخدمة الملخص الوافي للمواقع، ويتفق هذا مع دراسة كلا من (البلوشي،2012) و(الكندي والصقري، 2012) و(Sachs & other,2011) والتي أكدت على فاعلية تطبيقات الجيل الثاني من الويب مثل مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية وخدمة الويكي وخدمة الملخص الوافي للمواقع (RSS) في تسويق الخدمات وتجويد تقديمها للمستخدمين والمساهمة في زيادة فاعلية التواصل والمشاركة معهم وإثراء المحتوى وتطويره وضمان استمراريته بين المستخدمين ومراكز مصادر التعلم مما يقوي العلاقة ويعزز التواصل بينهم مما يؤدي الى فاعلية مركز مصادر التعلم والنهوض بدوره الفعال في العملية التعليمية، من خلال ما تقدم يتضح جليا درجة تأثير توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب بشكل فاعل في تسويق وتطوير خدمات مركز مصادر التعلم وتتفاوت درجات التأثير وفق نوع الخدمة المقدمة والفئة المستهدفة، حيث أنها تعزز من القيمة المضافة لهذه التطبيقات في تسهيل وصول الخدمة للمستخدمين وبالتالي تحقيق أهداف ورؤى مراكز مصادر التعلم وتعزيز دورها الفاعل في خدمة العملية التعليمية من خلال دعم المناهج الدراسية والتعليم الذاتي وتنمية المهارات البحثية والرقمية وتوفير المنصات التعليمية وتعزيز قدرات ومهارات المجتمع المدرسي في البحث والاستكشاف والابتكار والتشارك المعرفي والوعي المعلوماتي عبر تطبيقات الجيل الثاني من الويب والتي تختلف في كيفية توظيفها وفقا لخصائص كل تطبيق والهدف منه من خلال الإحاطة الجارية والبت الانتقائي والنشرات والأخبار والبوسترات والإنفو جرافيك وغيرها من اشكال المحتوى من خلال الشبكات الاجتماعية والويكي والمدونات الإلكترونية وخدمة الملخص الوافي للمواقع حيث أن معظم هذه التطبيقات متاحة بشكل مجاني وسهلة الاستخدام وبالتالي يسهل من خلالها تسويق وتطوير الخدمات المقدمة بما يضمن وصولها للمستخدمين، كذلك تعمل هذه التطبيقات على تجويد الخدمة المقدمة بما يتوافق ومتغيرات العصر وفرض التكنولوجيا نفسها عنصرا أساسيا في شتى المجالات الحياتية ومنها التعليمية مما يعزز من تنمية وتطوير وتكاملية أدوار أخصائي مراكز مصادر التعلم لضمان استمرارته مرفقا حيويا في العملية التعليمية وبأدوار وممارسات ذات تأثير واضح وفاعل.



شكل (5) درجة تأثير توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم من وجهة نظر أخصائي مصادر التعلم

تفاوتت درجات تأثير تطبيقات الجيل الثاني من الويب في فاعليتها على تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم من حيث سهولة الوصول والاستخدام والإتاحة ووفق خصائص كل تطبيق ومدى تأثيره وفقا كذلك لنوعية الخدمة المقدمة ونوعية البيئة المدرسية وخصائصها، من خلال الرسم البياني أعلاه ووفق الأرقام والنسب الموضحة يتضح أن هناك اعتماد كبير على توظيف الشبكات الاجتماعية بنسبة (74.6%)، ويأتي تباعا بقية التطبيقات والتي تتفاوتت في درجة التأثير فمثلا نجد أن المدونات الإلكترونية قد أخذت نسبة (12.8%) وخدمة الملخص الوافي للمواقع نسبة (7.8%) أما الويكي فقد جاءت بنسبة تأثير (4.8%)، نجد أن الشبكات الاجتماعية ذات تأثير أعلى نسبيا وبفارق كبير عن بقية التطبيقات الأخرى مما يدل على أنها ذات تأثير وفاعلية أكبر في تسويق وتطوير خدمات مركز مصادر التعلم ويمكن إرجاع ذلك حسب وجهة نظر أخصائي مصادر التعلم الى سهولة استخدام هذه التطبيقات وإتاحتها بشكل واسع عبر أدوات مختلفة كالهواتف والأجهزة وبالتالي سهولة وصول محتواها للفئة المستهدفة إضافة الى احتوائها على أدوات تشاركية وتفاعلية بشكل أكبر وأكثر فاعلية فضلا عن دعمها لإتاحتها المحتوى بعدة أشكال تفاعلية وتشاركية جاذبة وبطريقة مشوقة مما يعزز من أدوار وممارسات أخصائي مصادر التعلم وتعزيز دور مركز مصادر التعلم في العملية التعليمية وتجويد الخدمات المقدمة، وهذا ما يتفق مع دراسة (الكندي والصقري 2012) و دراسة (البلوشي 2012) ودراسة (السريحي والشهري 2014) حيث أكدت فاعلية الشبكات الاجتماعية بشكل فاعل في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم وتعزيز أدوار وممارسات أخصائي مصادر التعلم بما يتوافق والتطورات الحاصلة في العالم بشكل عام وفي التعليم بشكل خاص من توظيف التقانة عبر التطبيقات التفاعلية والتشاركية في تعزيز القيمة المضافة للخدمة المقدمة وتجويدها بما يتلاءم ورؤى وأهداف التعليم عموما ومراكز مصادر التعلم على وجه الخصوص وهذا ما يعزز دور مركز مصادر التعلم في العملية التعليمية عبر الوصول بشكل فاعل للفئة المستهدفة وتوسيع نطاق الخدمة المقدمة وصولا الى توسيع تلك الخدمات النوعية وتجويدها وفقا لأحدث التطورات والمستجدات وهيئتها بشكل فاعل بما يضمن استمراريتها تحت كل المتغيرات والمستجدات.

• الإجابة عن السؤال الرابع: "هل توجد علاقة بين توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب وجودة تسويق خدمات المعلومات بمراكز مصادر التعلم؟"

وللإجابة عن السؤال تم سؤال عينة الدراسة في ضوء تجربتهم المتعلقة بتسويق خدمات مراكز مصادر التعلم باستخدام تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0، عن العلاقة بين توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب وتسويق خدمات المعلومات بمراكز مصادر التعلم.



شكل (5) "هل توجد علاقة بين توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب وجودة تسويق خدمات المعلومات بمراكز مصادر التعلم؟"

نظرا لأهمية تطبيقات الجيل الثاني من الويب في التسويق وجدواها الكبيرة في ذلك، كما تبين في الأسئلة السابقة، فقد أجاب (20) من أفراد العينة بانهم يوظفون تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تسويق وتطوير خدمات مراكز مصادر التعلم بأن هناك علاقة مباشرة وكبيرة جدا في توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تسويق خدمات مراكز مصادر التعلم وتطويرها حيث أنها تعتبر الأداة الأنسب لذلك لما تتمتع به من سهولة استخدام وتشاركية وتفاعلية واستخدام العديد من المستفيدين لها في حياتهم اليومية وهذا بحد ذاته وسيلة فعالة في الترويج للخدمات المقدمة والتعريف بها لضمان فاعلية استخدامها والاستفادة منها في العملية التعليمية لما لها من قيمة مضافة في النهوض بالدور الفعال لمراكز مصادر التعلم في المدرسة والمساهمة في تحسين تحقيق الأهداف التعليمية وفي خلق بيئة تعليمية تعليمية خدمية تشاركية وتفاعلية تنمي المهارة البحثية والعلمية وتساهم في التعليم الذاتي والخدمة المرجعية والإحاطة الجارية وتعزيز مبدأ التعليم التشاركي والتعاوني والتعليم الذاتي، فالتسويق المعتمد على هذه الأدوات يؤدي الى الارتفاع بجودة الخدمة المقدمة وتعزيز وعي المستفيد بها وإثراء المحتوى المقدم والمساهمة في تطوير الخدمة المقدمة واستمراريتها إضافة الى تجويد وتعزيز ممارسات وأدوار أخصائي مركز مصادر التعلم، وهذا ما يتفق مع دراسة (السريحي والشهري، 2014) ودراسة (الحجي والبوسعيد، 2017) ودراسة (Deyrup, 2010) ودراسة (والتي أكدت في نتائجها التي توصلت لها أن هناك علاقة مباشرة وسبب فعال في فاعلية تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 في تسويق وتطوير خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم وتعزيز وعي المستفيد بها والنهوض بالدور الفعال بها وتكاملية أدوار أخصائي مركز مصادر التعلم وتعزيز الممارسات الفاعلة في تجويد الخدمة المقدمة.

• الإجابة عن السؤال الخامس: "ما التحديات والمعوقات التي تحول دون فاعلية توظيف بعض تطبيقات الجيل الثاني من الويب في تسويق الخدمات المقدمة بمراكز مصادر التعلم بمدارس الحلقة الثانية وما بعد الأساسي بمحافظة شمال الباطنة؟"

وقد أجاب جميع أفراد عينة الدراسة أن ثمة صعوبات وتحديات تواجه مراكز مصادر التعلم في توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب من عدمه وفي توظيفه بشكل متفاوت، وقد أتفق جميع أفراد العينة أن أهم التحديات والمعوقات وتتمثل في ضعف البنية التحتية للإنترنت وقلة مهارة بعض الأخصائيين في التوظيف الفعال لهذه التطبيقات والتعامل الصحيح معها في استغلالها في تسويق وتقديم خدمات مراكز مصادر التعلم وقلة البرامج والمشاغل التعليمية في ذلك وكذلك من التحديات الأخرى قلة وعي بعض المستفيدين او عدم امتلاكهم لحسابات في الشبكات الاجتماعية وهناك أسباب أخرى يمكن القول عنها بأن هناك حاجز نفسي من قبل بعض المعلمين في التعامل مع هذه الأدوات بسبب مخاوف من نسبة الأمان فيها وانتشار الروابط والسرقات العلمية في بعضها وهناك بعض التحديات المتعلقة بعدم القدرة على السيطرة على المحتوى المنشور وخاصة في المدونات الإلكترونية والويكي وكذلك من المعوقات الأخرى انتشار ظاهرة الأمية الرقمية بين بعض فئات المستفيدين وهذا ما يتفق مع دراسة (نور الدين، 2015) ودراسة (عبدالكريم، 2018) التي أكدت على ان هناك معوقات وتحديات تواجه العاملين بمؤسسات المعلومات مثل ضعف البنية التحتية والخوف من السرقات العلمية وقلة مهارة العاملين إضافة الى قلة فاعلية برامج التأهيل والتكوين المستمر إضافة إلى تداخل المهام والمسؤوليات وضبابية بعضها والذي ألقى بظلاله على ضعف عملية تسويق وتطوير الخدمة المقدمة.

ومن خلال ما تم استنتاجه وتحليله من بيانات ومعلومات أداة جمع البيانات المقابلة اتضح مدى فاعلية توظيف أدوات الجيل الثاني من الويب 2.0 على تسويق مختلف خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم وقد هدف

البحث الى الكشف عن أبرز تطبيقات الويب 2.0 التي تستخدمها مراكز مصادر التعلم في تسويق وتطوير خدماتها ومدى فاعلية ذلك والجدوى المرجوة منه إضافة الى أهم التحديات والمعوقات التي تحول دون ذلك ومحاولة تقديم بعض الحلول لذلك، ومن خلال أداة جمع البيانات (المقابلة) اتضح مدى جدوى توظيف مختلف تطبيقات الجيل الثاني من الإنترنت على رفع جودة تسويق الخدمات المقدمة وتعزيز وعي المستفيد بها والنهوض بالدور الفعال لمراكز مصادر التعلم وإبراز دوره الحيوي في العملية التعليمية ومدى قدرته بما يمتلكه من خدمات تعليمية وتدريبية وبحثية وقرائية ومعلوماتية في تقديم القيمة المضافة للتعليم في المدرسة والمساهمة في رفع جودة الخدمة المقدمة والتنوع في أساليب الوصول للمستفيد وجعله عضواً فعالاً ومشاركاً في إثراء المحتوى وتفعيل أدوات التفاعل المختلفة مما يساهم في توحيد الجهود بين مراكز مصادر التعلم والمستفيد بما يحسن من تحقيق الأهداف التعليمية وحدوث التعلم النشط والفعال والذي بدوره ينعكس إيجاباً على المعلم والمتعلم وعلى جميع العاملين بالمدرسة وهو ما يؤدي الى تحقيق رؤية ورسالة وأهداف المدرسة، وقد اتفقت النتائج التي توصل لها البحث مع نتائج دراسة كل من (البوسعيدي والحجي، 2017) والتي أكدت على فاعلية توظيف تطبيقات الويب 2.0 بمختلف أدواتها وخاصة الشبكات الاجتماعية في رفع جودة تسويق الخدمات والأنشطة لمراكز مصادر التعلم، وكذلك دراسة (البلوشي، 2012) والتي تؤكد نتائجها على ضرورة تفعيل تطبيقات الويب 2.0 مثل الفيس بوك في تسويق وتقديم خدمات مؤسسات المعلومات وتعزيز وعي المستفيد بالاستفادة من الخدمات المقدمة، وكذلك اتفقت نتائج هذا البحث مع نتائج دراسة (السريحي والشهري، 2014) والتي توصلت الى نتائج مفادها ضرورة أن تقوم مراكز مصادر التعلم بتوظيف الشبكات الاجتماعية في عمليات التسويق وتقديم الخدمات والأنشطة لما لها من دور فعال في تنوع أساليب التواصل وتعزيز المشاركة وإثراء المحتوى مع المستفيد، وكذلك دراسة (Jones & other, 2010) والتي أكدت نتائجها على ضرورة قيام مراكز مصادر التعلم بتوظيف وتفعيل أدوات الجيل الثاني من الويب في تسويق خدمات وأنشطة المركز والوصول الى المستفيد من خلال هذه الأدوات وجعله عنصراً فاعلاً فيها لأنها تعزز وعيه بأهمية الخدمة المقدمة وقيمتها المضافة له سواء كان معلماً أم طالباً فهي تقيده في تجويد ما يقوم به في التعليم، وقد توصلت نتائج دراسة كلا من (مجاهد، 2012) و(الزهيري وعبدالزهره، 2012) و(الكندي والصقري، 2012) أن توظيف تطبيقات الويب 2.0 في تسويق وتقديم خدمات وأنشطة المكتبات ومراكز المعلومات يؤدي إلى حدوث نقلة نوعية في تسويق المنتج الخدمي وإضفاء القيمة المضافة عليه وتعزيز مشاركة ووعي المستفيد بالمكتبة أو مركز مصادر التعلم مما يؤدي للنهوض بدوره الفاعل في خدمة المستفيد والمؤسسة وتقوية الشراكة بينهم وتوحيد الجهود مما يعزز من إنتاجية الجميع ويساهم في تكامل الأدوار إضافة الى تجويد الخدمات المقدمة كالخدمة المرجعية والإحاطة الجارية والإعلانات والأخبار والأنشطة والفعاليات المقدمة والعمل على التعزيز الإيجابي لأدوار وممارسات أخصائي مصادر التعلم بما يتلاءم ومتغيرات العصر الرقمي والمستجدات الطارئة وبما يضمن استمرارية الخدمة المقدمة بشكل فاعل ذا جودة وقيمة مضافة.

استنتاجات الدراسة:

- في ضوء النتائج التي توصلت إليها الدراسة يمكن استنتاج ما يلي:
- يقدم مركز مصادر التعلم خدمات ذات جودة وقيمة مضافة في العملية التعليمية.
 - تعتمد مراكز مصادر التعلم على استراتيجيات تسويقية ذات اجتهادات فردية في تسويق خدمات مراكز التعلم.
 - تطبيقات الجيل الثاني من الويب المتمثلة في الشبكات الاجتماعية والمدونات الإلكترونية ذات استخدام أكبر في تسويق وتطوير خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم نتيجة اعتماد أخصائي مركز مصادر التعلم على خصائص ومميزات كل تطبيق في التسويق.

- تعتبر تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 ذات فاعلية في تسويق خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم والنهوض بدورها الفعال.
- ضعف البنية التحتية وقلة مهارة بعض الأخصائيين إضافة إلى قلة البرامج والدورات في مجال توظيف التكنولوجيا، ومخاوف بعض المستفيدين وقلة وعيهم تعتبر من أهم التحديات والمعوقات التي تواجه أخصائي مصادر التعلم في تسويق خدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم.

توصيات الدراسة ومقترحاتها.

بناء على النتائج التي تم التوصل إليها يوصي الباحث ويقترح الآتي:

1. ضرورة نشر الوعي بين أخصائي مراكز مصادر التعلم لضرورة توظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب 2.0 WEB2.0 في تسويق وتطوير خدمات وأنشطة مركز مصادر التعلم.
2. العمل على إقامة البرامج التأهيلية والمشاغل المكثفة وورش العمل في ضرورة اتباع استراتيجيات تسويقية لخدمات وأنشطة مراكز مصادر التعلم وتوظيف تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 في ذلك.
3. ضرورة العمل على توفير البنى التحتية وتقوية أواصر التواصل وتعزيز وعي المستفيدين بالاستفادة من الخدمات المقدمة عبر تطبيقات الجيل الثاني للويب WEB2.0 وإزالة المخاوف حول ذلك عبر نشر الوعي بأهمية هذه التطبيقات كأداة ذات قيمة مضافة في التعليم.
4. اعتماد تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 كأدوات رئيسة في خدمات وأنشطة وفعاليات مراكز مصادر التعلم والتوسع في استخدامها من خلال الأجهزة الحاسوبية والهواتف الذكية.
5. كما يقترح الباحث دراسات مستقبلية لسد الفجوة في الدراسات المتعلقة بالموضوع وعلى النحو الآتي:
 - أ- دراسة مدى فاعلية تطبيقات الجيل الثاني من الويب WEB2.0 في رفع جودة خدمات مراكز مصادر التعلم.
 - ب- دراسة أثر اختلاف نمط تقديم الخدمة المرجعية في مراكز مصادر التعلم على رضا المستفيد.
 - ج- دراسة درجة تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية في تقديم خدمات متطورة بمراكز مصادر التعلم.

قائمة المراجع.

أولاً- المراجع بالعربية.

- إسماعيل، مجدي. (2009). تقويم مراكز مصادر التعلم في ضوء معايير الجودة الشاملة بالمملكة العربية السعودية. الجمعية المصرية للمناهج وطرق التدريس، 4، 1252-1341.
- بدوي، محمد. (2015). "فاعلية بعض تطبيقات التعليم الإلكتروني المنتشر (البحث الثابت، والنشر السهل). لتنمية مهارات استخدام المكتبات الرقمية لدى أمناء مراكز مصادر التعلم بمنطقة عسير واتجاهاتهم نحوها". مجلة التربية، (163)، 460-514.
- البلوشي، هنادي. (2012). خدمات المكتبات الجامعية السعودية المقدمة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي: الفيس بوك. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز.
- بن زكية، وسام (2014). "الجيل الثاني لاختصاصي المعلومات: الخصائص والكفاءات: واقع استخدام تطبيقات الويب 2.0 من قبل أخصائي المعلومات بالمكتبات الجامعية الجزائرية". جامعة زيان عاشور، 6 (14)، 38-55.
- بن سايج، حنان وزرقين، أميرة. (2018). المكتبة الجامعية وتوظيفها لتطبيقات الويب 2.0: دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة 08 ماي 1945 قالمة.
- بني دومي، حسن والعمرو، رانية. (2017). "أثر تدريس الفيزياء باستخدام الويكي والخرائط الذهنية الإلكترونية في اكتساب طالبات الصف العاشر الأساسي للمفاهيم الفيزيائية في لواء المزار الجنوبي". مجلة العلوم التربوية، (3)، 504-533.

- البوسعيدى، فيصل. (2010). "واقع استخدام تكنولوجيا التعليم ومراكز مصادر التعلم بمدارس التعليم الأساسي بسلطنة عمان وإعداد خطة لتفعيلها"، رسالة التربية، (27)، 24-87.
- تاني، شبيب. (2016). أهمية المدونات الإلكترونية في النشر الإلكتروني. متاحة على الرابط: <http://www.univ-constantine2.dz/instbiblio/wp->
- جوهرى، عزة. (2013). "التسويق الإلكتروني لخدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية وإدارة المعرفة: الواقع ومدى الإفادة: دراسة تطبيقية لمكتبة جامعة الملك عبد العزيز". المكتبة الأكاديمية، 20 (40)، 275-315.
- الخثعمي، مسفرة. (2011). "توظيف الإنترنت في مراكز مصادر التعلم في المدارس الحكومية (بنين) التابعة لإدارة التربية والتعليم بالرياض". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، (19)، 177-222.
- خلف الله، محمد. (2016). فاعلية استخدام التعلم التشاركي والتنافسي عبر المدونات الإلكترونية في اكساب طلاب شعبة تكنولوجيا التعليم (مستقلين-معتمدين) مهارات توظيف تطبيقات الجيل الثاني للويب. رابطة التربويين العرب، (70)، 203-304.
- الزهيري، ناظم وعبد الزهرة، عصمت. (2012). استثمار تطبيقات الويب 2.0 في مجال تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية العراقية. متاحة على الرابط الآتي: <https://scholar.google.com/citations?user=aHgwQqYAAAAJ&hl=en>
- السريحي، منى والشهري، عبد الله. (2014). "شبكات التواصل الاجتماعي في مراكز مصادر التعلم: دراسة للتطبيقات في مدارس التعليم العام بمحافظة جدة". المكتبة الأكاديمية، 41 (21)، 97-122.
- سهيلة، مهري وبن جامع، هلال. (2016). تطبيقات الويب 2.0 بالمكتبات: خدمة الملخص الوافي للمواقع RSS نموذجاً. متاحة على الرابط الآتي: <http://www.univ-constantine2.dz/instbiblio/wp->
- السيد، هويدا. (2014). "تصميم بيئة مقترحة للتعلم الشبكي التشاركي قائمة على تطبيقات الجيل الثاني للويب وفعاليتها في اكساب بعض الكفايات المهنية لدى أمناء مراكز مصادر التعلم". مجلة التربية، (157)، 471-519.
- الشويعر، خولة بنت محمد. (2014). أهمية استخدام التكنولوجيا الحديثة في التعليم: دراسة لل صعوبات والمعوقات التي تعيق مراكز مصادر التعلم في مدارس التعليم العام بالملكة العربية السعودية. جمعية المكتبات والمعلومات الأردنية، (3)، 173-241.
- الصاوي، السيد. (2016). مواقع ويكي الوثائق والأرشيف: دراسة تحليلية لسماتها وأهميتها في مجالات التعاون بين الأرشيفيين والمستفيدين. متاحة على الرابط الآتي: https://www.researchgate.net/publication/313512058_mwaq_wyky_alwthayq_w
- عبد الكريم، بن عميرة. (2018). "خدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية وأدوات تسويقها في البيئة الإلكترونية بين الفرص والتحديات". مجلة أعلم، (22)، 235-262.
- عبد المعطي، ياسر والخرنيج، ناصر. (2016). "رحلة المكتبات من الويب 1.0 الى الويب 4.0. مجلة أعلم، الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، (16)، 173-188.
- العتيبي، غادة. (2018). "واقع توظيف شبكات التواصل الاجتماعي (الفييس بوك وتويتر) في التعليم من وجهة نظر معلمات المرحلتين الثانوية والمتوسطة في مدينة الرياض". المجلة العلمية، 4 (3)، 280-315.
- العقيلي، ناصر. (2018). "مدى تحقيق مراكز مصادر التعلم لأهدافها من وجهة نظر أمنائها بمدينة الرياض". مجلة القراءة والمعرفة، (195)، 93-132.
- عليان، ربي والسامرائي، إيمان. (2010). تسويق المعلومات وخدمات المعلومات، عمان: دار صفاء.
- عمران، خالد وبخيت، محمد. (2015). تطبيقات الجيل الثاني للتعليم الإلكتروني، عمان: درا المناهج للنشر والتوزيع.
- عوض، أماني. (2015). "الجيل الثاني للتعلم الإلكتروني والتطبيقات التربوية لأدوات الويب 2 في العملية التعليمية". مجلة التعليم الإلكتروني، (5)، 22-36.
- عيسى، محمد ونانسي، وهبة وإكرام، الجبروني وحسن، طارق. (2012). "المدونات الإلكترونية مصدر للمعلومات الرقمية". مجلة بحوث التربية النوعية، (27)، 514-531.
- الفار، إبراهيم. (2013). تربويات تكنولوجيا القرن الحادي والعشرين: تكنولوجيا الويب 2.0. القاهرة: دار الكتب والوثائق القومية.
- الفايز، فايزة. (2010). مراكز مصادر التعلم والتكنولوجيا المساعدة للأطفال ذوي الإعاقة السمعية، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع.

- الفريدي، هتاف. (2017). "معوقات استخدام تقنيات التعليم الإلكتروني في مراكز مصادر التعلم في المرحلة الثانوية في مدينة الخرج من وجهة المشرفات وأمينات مراكز مصادر التعلم والحلول المقترحة لها". المؤسسة العربية للاستشارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، 57 (5)، 101-59.
- الكاظمي، عفاف. (2011). "الدور الجديد لأمين المعلومات في المكتبة المدرسية (مركز مصادر التعلم)". مجلة رسالة المكتبة، 46 (2)، 42-15.
- الكندي، سالم والصقري، محمد. (2012). "شبكات التواصل الاجتماعي كأدوات تسويقية في مؤسسات المعلومات ودور المستفيد في العملية التسويقية". المجلة العراقية للمعلومات، 2 (2)، 80-47.
- كومبار، راشي. (2013). "المهارات الأساسية لأمناء مكتبات المدارس الهندية في العصر الرقمي". مجلة الأفل للمكتبات والمعلومات، 3 (3)، 15-1.
- ملين، بونيف. (2011). تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات الجامعية الجزائرية. جامعة المسيلة، 4 (4)، 155-142.
- ميازر، منال وعبدالعال، فخري وأحمد، محمود. (2013). التعليم الإلكتروني. الرياض: دار الزهراء.
- مجاهد، أماني. (2012). توظيف تطبيقات شبكة الويب 2 في تقديم خدمات متطورة في مجال المكتبات والمعلومات. متاح على الرابط الاتي: <https://shortest.link/ijOk>
- مرسي، أشرف. (2014). فاعلية برنامج قائم على التدريب بالكمبيوتر والإنترنت في تنمية مهارات استخدام المستحدثات التكنولوجية لدى اختصاصي مراكز مصادر التعلم. جامعة الأزهر، 157 (1)، 69-11.
- منصور، عصام. (2009). المدونات الإلكترونية مصدر جديد للمعلومات. متاحة على الرابط: https://www.researchgate.net/publication/304404258_almdwnat_alalktrwnyt_msdr_jdyd_llmlwmat
- النجار، حسن. (2016). "فاعلية مدونة إلكترونية على التحصيل في مقرر تقنيات التدريس والاتجاه نحوها لدى طلبة كلية التربية في جامعة الأقصى بغزة"، مجلة العلوم التربوية، 43 (1)، 482-467.
- نور الدين، ديخن. (2015). توظيف تطبيقات الجيل الثاني للويب في تسويق خدمات المكتبات الجامعية الجزائرية. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة وهران.

ثانيا- المراجع بالإنجليزية.

- Bussert, Bussert (2011). The Presence of Web 2.0 Applications Is Associated with the Overall Service Quality of Library Websites. Evidence Based Library and Information. 6(1): p61-63.
- Deyrup, M. (2010). Web 2.0 and the Academic Library. Technical Services Quarterly, 27(2), 145..
- Horn, L. (2011). Online Marketing Strategies for Reaching Today's Teens. Young Adult Library Services, 9(2), 2427. Retrieved 15 Mares 2019, from Research Library. (Document ID: 228745528).
- Jones, J., Gaffney-Rhys, R., & Jones, E. (2011). Social network sites and student—lecturer communication: an academic voice. Journal of Further and Higher Education, 35(2), 201-219.
- Kingsley, K. & Brinkerhoff, J. (2011). Web 2.0 Tools for Authentic Instruction, Learning, and Assessment. Social Studies and the Young Learner, 23(3), 9-13.
- Sachs, D., E. Eckel, E., J. & Langan, K., A. (2011). Striking a Balance: Effective Use of Facebook in an Academic Library. Internet Reference Services Quarterly, 16(1-2), 35-54