الإصدار الخامس - العدد السادس والأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – آب – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

"أثر تقنية المعلومات على المكتبات الحديثة"

إعداد الباحث:

فراس سعيد عبد القادر السعايده

بكالوريوس مكتبات وتكنولوجيا المعلومات

بلديه معان الكبرى

AJSP
المجلة العربية للنشر العلمي
الإصدار الخامس - العدد السادس والأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – آب – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الملخص:

تلعب المكتبات دورًا حيويًا في تلبية احتياجات المستخدمين من المعلومات. لذلك تحتاج المكتبات والمكتبات الجامعية إلى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطتها المكتبية اليومية، مع الأخذ في الاعتبار الأهمية والأدوار التي تلعبها في نشر المعلومات. يساعد التطبيق الفعال لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أنشطة المكتبات أمناء المكتبات على أداء واجباتهم وخدماتهم بفعالية وكفاءة. قيمت هذه الورقة الحاجة إلى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المكتبات الحديثة. يناقش تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المكتبات الأكاديمية ومكاسب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. وذهب إلى أبعد من ذلك ليرى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على أنها اتجاه ثوري بدلاً من أن تكون أداة. ذهبت هذه الورقة إلى أبعد من ذلك لتقييم تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المكتبات باعتبارها نافذة للفرص ، والعوامل التي تؤثر على تكنولوجيا المعلومات في المكتبات الحديثة.

المقدمة:

يتم تحقيق فعالية إدارة معلومات المكتبة من خلال مجموعة من وظائف الإدارة الأساسية والأدوار والمهارات. لا يؤثر التغيير الهيكلي الأساسي الناتج عن تقنيات المعلومات على الخدمات الفنية للمكتبات فحسب ، بل يؤثر أيضًا على خدمات المكتبة التي يتم تقديمها للجمهور. من المحتمل أن تواجه المكتبات نوعًا أكثر خطورة من المنافسة من النوع المتعارف عليه بين المنافسين المباشرين: المنافسة البديلة التي تسببها تقنيات المعلومات الجديدة تكنولوجيا المعلومات (IT) هي مورد استراتيجي يسهل التغييرات الرئيسية في السلوك التنافسي والتسويق وخدمة العملاء. في جوهرها ، تمكن تكنولوجيا المعلومات الشركة من تحقيق مزايا تنافسية. تكنولوجيا المعلومات هي مورد يربط بين "التوجه التسويقي" و "استغلال التكنولوجيا" للمؤسسة ، والذي من الواضح أنه يجب تسخيره وإدارته بشكل صحيح.

المهارات الإدارية مطلوبة عند التعامل مع جميع أنواع الأنشطة المنظمة وجميع أنواع التنظيم بالفعل ، تتطلب إدارة مكتبة مهارات إدارية مماثلة لإدارة فريق كرة قدم أو سلطة حكومية محلية كبيرة ؛. عادة ما يتم إعداد كل منظمة بأهداف وغايات محددة.

لقد حولت تكنولوجيا المعلومات العالم بأسره إلى قرية عالمية ذات اقتصاد عالمي يعتمد بشكل متزايد على الإدارة الإبداعية وتوزيع المعلومات. على مدى العقود الماضية ، شهد العالم تغيرات كبيرة أصبحت فيها الحاجة إلى اكتساب المعرفة واستخدامها ومشاركتها ضرورية بشكل متزايد. الآن ، في القرن الحادي والعشرين ، أصبح عصر المعرفة والمعلومات في أعلى مستوياته. هذا هو العصر الذي تأخذ فيه المعرفة والمعلومات غير المرئية دور المحرك الرئيسي الذي يقود كل القطاعات. استخدم البنك الدولي استعارة "المعرفة هي التنمية". وبعبارة أخرى ، فإن نقص المعرفة مسؤول إلى حد كبير عن التخلف. في مجتمع معرفي وموجه نحو المعلومات ، تصبح العقول المبدعة قادة للاقتصاد ، وهناك طلب كبير على العاملين في مجال المعرفة. إذا كان من الممكن معادلة المعرفة بالتنمية ، فكلما اتسعت فجوة المعرفة ، اتسعت فجوة التنمية.

مع اختراع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، تستخدم المكتبات الآن أنواعًا مختلفة من التقنيات للمساعدة في الخدمات التي تقدمها. تؤثر التطورات التكنولوجية الجديدة كل يوم على طريقة التعامل مع المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات. تشعر المكتبات بتأثير التقنيات الجديدة في كل جانب. تعد تكنولوجيا الحوسبة وتكنولوجيا الاتصالات وتقنية التخزين كبير السعة بعضًا من مجالات التطوير المستمر التي تعيد تشكيل الطريقة التي تصل بها المكتبات إلى المعلومات واسترجاعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها للمستخدمين. كانت المكتبة الأكاديمية منذ إنشائها جزءًا لا يتجزأ من مؤسسات التعليم العالي ، بدلاً من كونها ملحقًا أو ملحقًا.

الإصدار الخامس - العدد السادس والأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – آب – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

الإطار النظري

يعد نظام إدارة المكتبات استثمارًا مهمًا للمكتبة. حتى الآن ، كان أدب المكتبات مليئًا بالمقالات حول إدارة المكتبات. كان لدى مدارس المكتبات أيضًا دورات في إدارة المكتبات فقط. ومع ذلك، فقد تغيرت الأمور الآن، وتغير المكتبيون وقرروا المضي قدمًا مع الزمن، ولذا لدينا الآن دورات تدريبية في الإدارة تُدرس في مدارس المكتبات ومبدأ الإدارة يمارس في المكتبات.

نادراً ما تحتوي تسمية وظيفة المكتبة على كلمة "مدير" مرفقة بأي وظيفة ، على الأقل ليس في بيئتنا المباشرة ، حيث توجد وظائف إدارية. الأشخاص الذين يتم تعيينهم في مثل هذه المناصب يطبقون دائمًا مبادئ الإدارة والممارسات في عملهم. في مكتبة الجامعة ، لا يعتبر رؤساء الإدارات ورؤساء الأقسام وحتى رؤساء المناوبات مناصب إدارية. قال إن بيان الربح والخسارة غير موجود للمكتبة ؛ لكن الحاجة إلى المهارات الإدارية الجيدة أمر بالغ الأهمية في المكتبة كما هو الحال في منظمة تحقق الربح.

أمناء المكتبات هم وسطاء حقيقيون بين الإنسان وموارد المعلومات التي تم إنتاجها عبر الأجيال. وبالتالي فإن الهدف الرئيسي لأمين المكتبة هو تعظيم المنفعة الاجتماعية لسجلات الثقافة البشرية هذه لصالح البشرية. المكتبات هي وكالات حية للتقدم والإثراء الثقافي والتنوير العام. فهي جزء لا يتجزأ من أسس العملية الثقافية وتشكل جزءًا من أساس الحياة المتحضرة.

بالنسبة للجيل الحالي من الجامعات وكلياتهم المختلفة ، أصبحت المكتبة مكانًا غير مألوف بشكل متزايد – حيث توفر أدوات معلومات أكثر تعقيدًا وتعقيدًا مع تقليل الأشكال التقليدية للمعلومات في نفس الوقت مثل المجلة المطبوعة. بالنسبة للجيل الحالي من إداريي الجامعات ، تعد المكتبة فمًا آخر يجب إطعامه ، وربما يتم تضمينها ضمن وحدة تكنولوجيا المعلومات في الحرم الجامعي. بدلاً من ذلك ، قد تنظر إدارة الجامعة إلى المكتبة على أنها مجرد مستودع جذاب للكتب ومزود لمساحة دراسة هادئة تم استبدال دورها كمزود أساسي للمعلومات عن طريق الإنترنت. يجادل أمناء المكتبات والمتخصصون في المعلومات الآن بأنه لضمان مكانة بارزة في العالم الأكاديمي المستقبلي ، يجب على أعضاء هيئة التدريس بالمكتبات تسويق مهاراتهم وخدماتهم ومواردهم. بدون علاقات عامة فعالة ومستمرة ، قد تبدو المكتبات الأكاديمية أقل صلة وأقل أهمية للأجيال القادمة من الطلاب وأعضاء هيئة التدريس والإداريين.

تعزيز تسويق المكتبات في الجامعة

يبدو أن جهود التسويق في المكتبات ليس لها تأثير ملحوظ على تداول مواد المكتبة. هناك حاجة لتسويق تعليم المكتبات في هذه الجامعة والترويج لتعليم المكتبة من خلال النشرة الإخبارية لأعضاء هيئة التدريس والجامعة. خلال الخمسين عامًا الماضية ، ازداد الاهتمام بنظرية وممارسة التسويق بشكل مطرد. وقد تعمق هذا الاهتمام بسبب انتشار مصطلح "التسويق" وزيادة التوسع والتعقيد في استخدامه العملي. أصبحت خيارات المستهلكين مصدر قلق كبير لمنظمات الأعمال وأصبح الآن تلبية احتياجات المستهلكين الهدف الرئيسي للمؤسسات. إن إدراك أهمية إملاءات المستهلكين قد سهل الطريق نحو مفهوم التسويق وتوجه السوق.

إن الدليل الملموس على الفوائد التي ستجنى من تسويق مكتبة جامعية ينتظر المزيد من الدراسة وربما دراسة أكثر تفصيلاً. ومع ذلك ، يمكن القول إن الفوائد غير الملموسة العديدة للترويج للمكتبة هي التي سيكون لها تأثير إيجابي أكبر وطويل الأمد.

تأثير. عندما يفهم مسؤولو الجامعة ويقدرون مهمة مكتبة الجامعة ، سيظهر دور المكتبة في كثير من الأحيان كعنصر حيوي ضمن خطط وأهداف وأهداف الجامعة. عندما يُنظر إلى دور المكتبة على أنه دور أساسي من قبل مسؤولي الجامعة – يكون الدعم المالي

أكثر ترجيحًا. نظرًا لأن الجامعة أصبحت أكثر وعيًا بالإمكانيات الكاملة لمكتباتها – يتم إثراء مناهجها وأبحاثها. يجب أن يقوم مسؤول الجامعة بتجهيز المكتبة بمصادر وخدمات المكتبة ، كما يدعم مبادرات المكتبة ويشجع طلابهم على استخدام المكتبة بانتظام. نظرًا لأن الطلاب يستفيدون بشكل أكبر من خدمات وموارد المكتبة ، يتم توسيع آفاقهم ويتم تعزيز تقديرهم للمكتبات بشكل عام – وبالتالي من المحتمل ضمان دعم طويل الأجل للمكتبات عندما يتولى هؤلاء الطلاب لاحقًا أدوار اتخاذ القرار.

يتطلب برنامج التسويق الفعال تفاني المخططين والمشاركين النشطين. يجب أن تركز ساعات عمل الموظف الهامة على تطوير وتنفيذ كل مبادرة تسويقية جديدة. الجهد هو الثمن الذي يجب دفعه مقابل ترقية المكتبة بنجاح.

إذا نجحت مكتبة الجامعة في تعزيز مواردها وخدماتها ، فستتلقى هذه الموارد والخدمات مزيدًا من الاستخدام. هذا لا يمثل مشكلة بالنسبة لبعض الموارد مثل قواعد البيانات على الإنترنت ذات الاستخدام غير المحدود حيث لا تتأثر المكتبة نسبيًا بالطلب المتزايد. ومع ذلك ، بالنسبة للخدمات التي يقدمها المكتبيون مباشرة مثل المراجع والتداول والتعليم ودعم التعليم عن بعد والقرض بين المكتبات ، يمكن أن يكون للطلب المتزايد تأثير كبير. مع ترويج خدمات أمناء المكتبات ، قد تؤدي التوقعات في الحرم الجامعي إلى مطالب لساعات طويلة وخدمة أسرع وأكثر كفاءة. قد يؤدي الترويج وتوفير موارد جديدة مثل المجلات على الإنترنت والكتب الإلكترونية وقواعد بيانات النص الكامل ومحطات العمل إلى زيادة التوقعات بشأن المزيد من هذه الموارد. كمؤسسة غير ربحية ، فإن مكتبة الجامعة غير قادرة على تحقيق إيرادات متزايدة نتيجة لزيادة الطلب. بدون تمويل إضافي ، قد لا يتم تحقيق التوقعات المتزايدة. على الرغم من أنه قد يكون من الممكن تلبية التوقعات الجديدة من خلال التمويل من الوكالات المانحة ومن الجامعة نفسها ، إلا أن الطلب على الموارد والخدمات المتزايدة يمكن أن يتجاوز قدرة المكتبة على التسليم. يجب أن تختار مكتبة الجامعة معاركها التسويقية بعناية. يجب أن تروج المكتبة لتلك الموارد التي يمكن أن تستوعب الاستخدام المتزايد. يجب أن تروج المكتبة للخدمات فقط عندما تكون المكتبة مستعدة لدعم الطلبات على الخدمات المتزايدة أو عندما يتضاءل الطلب على الخدمة بشكل واضح.

الدور المتغير للتسويق في مكتبة الجامعة

المكتبات محدودة في قدرتها على أداء دورها التقليدي بفاعلية ، بسبب المعدات ذات تكنولوجيا المعلومات غير الكافية. تعتبر العديد من المكتبات التكنولوجيا كطريق لتحسين جودة الخدمة ، بينما يعتبرها البعض الآخر استراتيجية توسع فعالة من حيث التكلفة. مهما كانت الأساسية ، لا أحد يشكك في أهمية فهم أنماط تبني التكنولوجيا من قبل مكتبات الجامعة.

يمكن تتبع التسويق إلى مفاهيم مثل مفهوم التسويق والمزيج التسويقي ودورة حياة المنتج وتجزئة السوق. يمكن وصف نهج الإدارة هذا بأنه محاولة حل مشكلة "كيفية تطوير مزيج تسويقي مثالي يتكون من حلول المنتج والمكان والسعر والترويج للأفضليات المتنافسة لشريحة مستهدفة مختارة من المستهلكين أو الأسر أو المشترين التنظيميين". يركز مفهوم المزيج التسويقي على حاجة مديري التسويق لعرض مهمة التسويق على أنها عملية خلط أو دمج عدة وظائف مختلفة في وقت واحد.

تطور نهج الإدارة هذا في الخمسينيات والستينيات من القرن الماضي ، عندما أصبحت إدارة التسويق وظيفة أعمال مقبولة على نطاق واسع ، ونمت من نهج إدارة المبيعات الأكثر تقليدية. التسويق مسؤول عن أكثر من المبيعات – إنها وظيفة الإدارة المسؤولة عن التأكد من أن كل جانب من جوانب العمل يركز على تقديم قيمة أعلى للعملاء في السوق التنافسي.

في التسعينيات ، سيتم استكمال وظيفة إدارة التسويق والمنظمات الأكثر تقليدية بأشكال تنظيمية جديدة أكثر مرونة مثل الشراكات والشبكات. هذا يعني أن المسوق سيحتاج إلى إدارة ثلاث مجموعات من العلاقات – مع العملاء والموردين والبائعين. من المرجح بشكل متزايد أن يكون العمل عبارة عن شبكة من الشراكات وسيتم تحديد نطاق العمل بشكل أساسي من قبل عملائه. في مؤسسات الشبكة ، على وجه الخصوص ، ستشمل مهمة التسويق مسؤولية أن تكون خبيرًا في علاقات العملاء وإبقاء بقية الشبكة على اطلاع بها. سيحتاج موظفو التسويق إلى مهارات ومعرفة في إدارة العلاقات وستصبح هذه المهارات أصولًا تجارية قيّمة.

يحتاج التسويق إلى "إدارة التعقيد بدلاً من تقليله ، وإدارة الابتكار بدلاً من روتينه واحتضان التغيير بدلاً من تجنبه". هناك حدود لما يمكن أن تفعله تكنولوجيا المعلومات دون الاستفادة من التسويق الجيد. لا يمكن للأنظمة القائمة على تقنية المعلومات أن تصنع المعجزات. لن يعوضوا التسويق سيئة التصميم أو التنفيذ السيئ. لن تقدم تقنية المعلومات بمفردها فوائد ، فالمطلوب هو إحداث تحول في أنشطة التسويق لتسخير الفرص من تكنولوجيا المعلومات. في نهاية المطاف مع تكنولوجيا المعلومات "تعتمد حكمة استخدامها على حكمة المستخدم".

نظم المعلومات الإدارية والتسويقية والخطط أفضل مكان لإطلاق حملة تسويقية أقل إرهاقًا سيكون من داخل الخطة للمكتبة. تعكس أهداف خطة التسويق أهداف المكتبة من خلال التوافق مع الخطة للمكتبة. قد تكون إحدى وسائل تقليل عبء زيادة التسويق هي التركيز فقط على تلك المجالات ذات الأولوية القصوى. وبالتالي ، من المرجح أن تتلقى لجنة أو فريق تسويق المكتبة دعم المسؤولين والزملاء (بقدر ما يتم دعم الأهداف للمكتبة من قبل موظفي المكتبة). يمكن أن تركز خطة التسويق أولاً على تلك الأهداف والغايات التي تتعامل مع صورة المكتبة ، مع تعزيز خدمات المكتبة ومواردها ، أو مع زيادة استخدام المكتبة من قبل شريحة معينة من مجتمع المكتبة. كيف إذن يمكن الوصول إلى هذه الأهداف وكيف يمكن تقييم الخطة – وضع موضع التنفيذ لتحقيق تلك الأهداف – على أفضل وجه؟

لإنشاء وإطلاق خطة أو خطة تسويق ناجحة ، يجب فهم رغبات واحتياجات كل من أعضاء هيئة التدريس في المكتبة ومجتمع المكتبة بشكل واضح. سيحقق فريق التسويق أكبر جهد ودعم لأنشطته من خلال مراعاة اهتمامات وتوقعات وأولويات ومخاوف أولئك الذين يجب أن يساعدوا في تنفيذ هذه الخطط. ستكون خطة التسويق أكثر فاعلية إذا كان لدى فريق التسويق فهم واضح لمصالح وتوقعات وأولويات ومخاوف أولئك الذين تستهدفهم الخطة. هناك حاجة إلى ردود الفعل من الاستطلاعات التسويقية جيدة التصميم لموظفي المكتبة والمجتمع الجامعي لزيادة فعالية خطة التسويق وضمان الدعم الداخلي لتنفيذها.

دور المكتبات

للمكتبات دور جديد في مجتمع المعرفة الحديث ، وهناك أنواع مختلفة من نماذج المكتبات. في المجتمع الحديث ، حيث يزداد استخدام الخدمات الإلكترونية ومصادر المعلومات المستندة إلى الويب باستمرار ، تدار المكتبات بطريقة أكثر ديمقراطية ، ولديها نظام اتصال وتنظيم عمل أكثر مرونة ، ويعتمد تطوير خدماتها على الجودة والمستخدم– توجيه الخدمات. للمكتبات دور جديد في مجتمع المعرفة الحديث

الإصدار الخامس - العدد السادس والأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – آب – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

هناك أنواع مختلفة من نماذج المكتبات. هذه كالتالي:

- مكتبة تقليدية كمؤسسة ذاكرة
- مكتبة كمركز للتعلم والبحث
- مكتبة كمركز ثقافي واتصالي
- مكتبة الكترونية
- مكتبة رقمية
- مكتبة افتراضية كمكتبة بدون جدران

لعبت المكتبات العديد من الأدوار المهمة في المجتمعات الزراعية والصناعية الماضية. لكن تلك الأدوار كانت محدودة النطاق. في القرن الحادي والعشرين ، يتعين على المكتبات أن تؤدي أدوارًا محورية في نشر ثقافة المعرفة ومشاركتها. في عصر المعرفة هذا ، يجب أن تكون المكتبات مستودعات لكل المعارف والمعلومات التي يجمعها الإنسان. سيتعين عليهم تخزين جميع أنواع وأشكال المواد والمعلومات ونشرها خارج الحدود الجغرافية. تعمل تكنولوجيا المعلومات المتقدمة اليوم على تمكين المكتبات من إنجاز هذه المهمة الهائلة.

تغيير مفهوم المكتبات:

لقد تغير مفهوم محترفي المكتبات والمكتبات مع حدوث التغييرات في هذا المجال. بعض التغييرات ، على سبيل المثال مذكورة أدناه لفهم التغييرات.

أ. علم معلومات المكتبات المفاهيمية:

1. وحدة مكتبة مركز المعلومات
2. قاعدة بيانات الكتاب المتوسط
3. مستلم قارئ المستخدم
4. موظف معلومات أمين المكتبة
5. الخدمة عند الطلب حسب الحاجة
6. كتالوج الأدوات المفردات التي تسيطر عليها

ب. تغيير الأدوار لمتخصصي LIS:

في الوقت الحاضر ، يلعب المكتبيون دورًا متكاملًا يتجاوز وظيفتهم التقليدية. في عالم سريع التغير ، هناك مطالب وتأثيرات جديدة على المكتبات ومراكز المعلومات. باستخدام التقنيات الحديثة ، تحول المكتبات في جميع أنحاء العالم الآن تركيزها من العمل التقليدي إلى العمل متعدد الأبعاد فرض. وكنتيجة طبيعية لذلك ، من المفترض أن يلعب متخصصو LIS دورًا متعدد الاستخدامات في مجالات مختلفة من المكتبات ومراكز المعلومات لتلبية توقعات واحتياجات الوضع الحالي.

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والمكتبات الأكاديمية

تُعرّف المكتبات الأكاديمية بأنها تلك المكتبات الموجودة بشكل أساسي في مؤسسات التعليم العالي ، وقد تم إنشاؤها لدعم عمليات التعلم والتعليم والبحث. على مدى السنوات السبع والعشرين الماضية ، تأثرت المكتبات الأكاديمية بالتغيرات في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لا يزال معدل التغييرات يتسارع في هذا المجال. أدى إدخال اتجاهات تكنولوجيا المعلومات المختلفة (ICT) إلى إعادة التنظيم ، وتغيير أنماط العمل ، والطلب على مهارات جديدة ، وإعادة التدريب على الوظائف ، وإعادة تصنيف الوظائف. أدى التقدم التكنولوجي على مدى السنوات الخمس والعشرين الماضية ، مثل قاعدة البيانات الإلكترونية والخدمات عبر الإنترنت والأقراص المدمجة وإدخال الإنترنت إلى تغيير جذري في الوصول إلى المعلومات. يرى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي مفتاح نجاح تحديث خدمات المعلومات. تتعدد تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ولكنها تستخدم بشكل أساسي في تحويل السجلات المطبوعة الورقية الموجودة في عملية التخزين والاسترجاع والنشر بأكملها.

لقد أثرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كل مجال من مجالات نشاط المكتبات الأكاديمية وخاصة في شكل تطوير مجموعات المكتبات. تقدم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فرصة لتقديم خدمات المعلومات ذات القيمة المضافة والوصول إلى مجموعة واسعة من موارد المعلومات الرقمية لعملائها. علاوة على ذلك ، تستخدم المكتبات الأكاديمية أيضًا تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة لأتمتة وظائفها الأساسية ، وتنفيذ تعاون فعال وفعال بين المكتبات وشبكات مشاركة الموارد ، وتنفيذ نظم المعلومات الإدارية ، وتطوير المستودعات المؤسسية للمحتويات المحلية الرقمية ، والمكتبات الرقمية: وبدء برامج بناء القدرات القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لمستخدمي المكتبة. في بعض المكتبات الأكاديمية ، قدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات خدمة مكتبة خاصة للعملاء تُعرف باسم المكتبات المضمنة حيث يتم توفير المنتجات / المجلات عبر الإنترنت لأعضاء هيئة التدريس بشكل أساسي ، على سبيل المثال. يتم إعطاء الكلية المعنية كلمة مرور للوصول إليها. المجلات الإلكترونية الأخرى المتاحة في المكتبات الأكاديمية هي DOAJ ، (وهذا هو دليل مجلة الوصول المفتوح) ، (وهذا هو مشروع المجلة الإلكترونية الأفريقية).

أحدثت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) تغييرات وتحولات غير مسبوقة في خدمات المكتبات والمعلومات الأكاديمية ، ونظام LIS التقليدي مثل الأوباك ، وخدمات المستخدمين ، والخدمات المرجعية ، وخدمات التوعية الحالية ، وتسليم المستندات ، والإعارة بين المكتبات ، والخدمات السمعية والبصرية والعملاء يمكن توفير العلاقات بشكل أكثر كفاءة وفعالية باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لأنها توفر الوقت والمكان والفعالية من حيث التكلفة ونشر أسرع وأحدث ومشاركة المستخدمين النهائيين في عملية خدمات المكتبات والمعلومات. يتسم تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على خدمات المعلومات بالتغيرات في الشكل والمحتويات وطريقة والمحتويات وطريقة وتسليم المنتجات الإعلامية. ظهور الإنترنت كأكبر مستودع للمعلومات والمعرفة ، وتغير دور المتخصصين في علوم المكتبات والمعلومات من وسيط إلى ميسر، وأدوات جديدة لنشر المعلومات والتحول من بيئة الخدمات المادية إلى الافتراضية وانقراض بعض خدمات المعلومات التقليدية وظهور خدمات جديدة والابتكارية القائمة على الويب.

الإصدار الخامس - العدد السادس والأربعون
تاريخ الإصدار: 2 – آب – 2022م
www.ajsp.net
ISSN: 2663-5798

تلعب المكتبات ومراكز المعلومات دورًا أساسيًا في تلبية احتياجات المجتمع من المعلومات. تكنولوجيا المعلومات (IT) في المكتبات لها تأثير ملحوظ في جميع أنحاء العالم. لقد أصبحت ظاهرة منتشرة للغاية لدرجة أن جميع المكتبات الأكاديمية تقريبًا في بدأت في تطبيق تكنولوجيا المعلومات.

لقد أحدثت تكنولوجيا المعلومات أشكالًا مختلفة من المكتبات وطريقة نشر المعلومات. تتوفر الآن مكتبات مثل المكتبة الآلية والمكتبات والمكتبات الإلكترونية والمكتبات الافتراضية والمكتبات الرقمية. كل شكل من أشكال نظام المكتبات المستحث بتكنولوجيا المعلومات له ميزاته الخاصة ومتطلباته ووضع الخدمة والمشكلات المرتبطة به.

يلاحظ أن تطبيق تكنولوجيا المعلومات على خدمات المكتبة قد أدى إلى تحسين هائل وجعل المزيد من الخدمات ممكنًا. يؤكد على أهمية تكنولوجيا المعلومات لوظائف وخدمات المكتبة:

على مر السنين ، قدمت التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات للمكتبات ومراكز المعلومات طرقًا أكثر كفاءة للحصول على المعلومات وتنظيمها وتخزينها ونشرها. أصبحت تقنيات المعلومات الجديدة جزءًا لا يتجزأ من ولديها القدرة على تغيير الوضع الراهن للمكتبات وأمانة المكتبات. أصبحت أجهزة الكمبيوتر بالإضافة إلى تقنيات المعلومات الأخرى تلعب أدوارًا بارزة في إدارة المعلومات. من غير المعقول أن تعمل أي مكتبة أكاديمية بشكل فعال دون الاستخدام المناسب لتكنولوجيا المعلومات.

التعليقات أن ، التكنولوجيا الإلكترونية والكمبيوتر قد دخلت لإزالة معظم قيود الوصول إلى موارد وخدمات المعلومات واستخدامها. بدلاً من "كلمة مكتوبة" ، لدينا الآن "كلمة إلكترونية" موجودة على هيئة وحدات بايت وبايت من ذاكرة الكمبيوتر.

خلقت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة قرية عالمية بسبب ثورة المعلومات وما ترتب عليها من نظام رسائل قائم على الكمبيوتر ، وشبكات إلكترونية للوصول إلى المعلومات وخدمات المكتبات. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي ظاهرة متنامية في المجتمع. المكتبة هي مؤسسة ديناميكية ومتطورة في مجال التعليم. الاتجاه الآن هو تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، حيث مرت علوم المكتبات والمعلومات بمراحل مختلفة في تحويل وتخزين واسترجاع المعلومات والتطبيق وتقديم خدمات المكتبة. مثل التقاليد الشفوية والحروف والأشكال على الأوراق والجلود من الذي كان أمناء المكتبات هم أمناء الحفظ. يقول في قوانين المكتبات الخمسة التي تشمل جميع الأعمار أن "المكتبة كائن حي متنامي" بشكل خاص ، تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وسيلة إلكترونية لالتقاط ومعالجة وتخزين ونشر معلومات المعلومات ، وتسهل تكنولوجيا الاتصالات الوصول إلى المعلومات الإلكترونية التي لديها تصبح لا تقدر بثمن في استكمال موارد المكتبة التقليدية. تناولت العديد من الدراسات بشكل مناسب تأثير مرافق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تشغيل المكتبات ورأى المزيد الحاجة إلى استخدام مرافق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، لا سيما في مجالات إنشاء المكتبات الرقمية (سواء كانت في شكل افتراضي أو على قرص مضغوط) من أجل إتاحة الوصول إلى المعلومات أو توثيق أسرع وأسهل للمستخدمين بتكلفة أقل مما كانت عليه عند استخدام النظام اليدوي التقليدي. أحدثت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) العديد من الثورات في حياة الإنسان. تتمثل إحدى الثورات المهمة والمثيرة للإعجاب والفعالة في تعزيز سرعة ونطاق إنتاج المعلومات ومشاركتها وإعادة تدويرها. لقد غيرت المفاهيم الأساسية للملكية إلى المشاركة والحفظ في الوصول. علم المكتبات من المجالات التي تأثرت بهذه الثورة إلى حد كبير. تم تحويل علم المكتبات إلى علم المعلومات أو علم المكتبات والمعلومات (LIS). تم تحويل المكتبات إلى مراكز معلومات. تم استبدال

الأدوات والتقنيات الرسمية بالتقنيات الحديثة. أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جزءًا لا يتجزأ من المكتبات الحديثة. تحل قواعد البيانات محل الكميات الهائلة من المخزونات. أصبح تقاسم الموارد مطلبًا ضروريًا وهو أسهل من خلال التقنيات الحديثة.

كانت المهارات الأساسية المطلوبة سابقًا أيضًا من المتطلبات الأساسية الأقل. إلى جانب المعرفة القوية والعميقة لمهارات الفهرسة والتصنيف ، في الوقت الحاضر ، احتلت المعرفة بقواعد البيانات ونسخ الكتالوج والوصول إلى المصادر المتاحة عبر الإنترنت مكانًا مهمًا أيضًا. تم استبدال عناوين الموضوعات المطولة والمعقدة بالكلمات الرئيسية. كما أنها غيرت الروتين العام وأنشطة وسلوكيات المتخصصين في LIS. في ذلك الوقت ، لا يوجد مفهوم لخدمة مكتبة فعالة وكفؤة ومثيرة للإعجاب بدون مساعدات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لا شك أن الدول المتقدمة متقدمة في هذا المجال ، لكن الفجوة المعروفة بالفجوة الرقمية التي كانت بين الدول المتقدمة والدول النامية تتلاشى وتختصر بمرور الوقت.

خدمات المستخدم القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

يتبنى بعض مستخدمي المكتبات العادات الإلكترونية ، مما يؤدي إلى زيادة الاستخدام لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة بما في ذلك

أجهزة الكمبيوتر ، الإنترنت ، الويب ، إنترانت ، إكسترانت وغيرها من التقنيات. نتيجة لذلك ، يضع مستخدمو المكتبة مطالب جديدة على مكتباتهم. إنهم يتطلبون الوصول إلى أتعس المعلومات ، وموارد المعلومات المحدثة والوصول إلى مرافق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يمكنهم استخدامها في عملهم. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المكتبات يعزز رضا المستخدمين. يوفر العديد من الفوائد لمستخدمي المكتبة.

بعض الفوائد هي:

* توفير وصول سريع وسهل إلى المعلومات

* يوفر الوصول عن بُعد إلى المستخدمين

* يوفر على مدار الساعة الوصول إلى المستخدمين

* يوفر الوصول إلى معلومات غير محدودة من

مصادر مختلفة

* يوفر مرونة المعلومات ليتم استخدامها من قبل أي فرد وفقًا لمتطلباته

* يوفر مرونة متزايدة

* يسهل إعادة تنسيق البيانات والدمج بينها من مصادر مختلفة ، كما تقدم مكتبات العديد من الخدمات المستندة إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ، بما في ذلك ما يلي

* توفير وصول الويب إلى OPACS

* توصيل المستندات الإلكترونية

* موارد المعلومات المتصلة بالشبكة

* تسليم المعلومات إلى أجهزة سطح المكتب المستخدم

* التعليمات عبر الإنترنت

* الخدمات الاستشارية للقراء عبر الإنترنت

الخاتمة

قد حققت وعدها في المكتبات الأكاديمية؛ هناك عالية في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات. لقد غيرت بشكل كبير طريقة تخزين المعلومات ونشرها. لقد هدد النهج التقليدية للمكتبات الأكاديمية وخدماتها. أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أيضًا إلى السرعة على خدمات عمليات المكتبة مثل الفهرسة والتصنيف ، والاستحواذ ، ومعالجة عمليات التخزين، تختلف وسائل توليد المعلومات والتجميع والتنظيم ، بذلت محاولة لتحديد مدى استخدام تقنيات المعلومات في خدمة المكتبة. من الضروري أن نذكر أن ذلك كان يؤثر بشكل كبير على جميع مجالات حياتنا. لقد كان استخدام مثل هذه التقنيات الجديدة يؤثر بشكل عميق على أنماط استخدام المعلومات وسلوكيات مستخدمي المكتبة ، وتغيير طريقة معلومات وخدمات المكتبة بشكل كبير ، وخاصة مع الآثار الرئيسية في الأسواق البصرية الصوتية ، مجال التعليم والتدريب، الأدب البحثي ، النشر ، على. تتمثل التغييرات غير المسبوقة في استخدام المعلومات.

المصادر والمراجع:

Chisenga, M., (1999) ICT in Libraries: An Overview and General Introduction of ICT in Libraries in Africa. Paper Presented at INASPICT Workshop in Johannesburg, SouthAfrica On 21-23 July 2004.

Mosuro (2000), Potential Impact of New Information Technologies on Libraries and the Library User, Library Automation for the Information Age: Concepts, Technologies and Strategies.

Osinulu L.F., et Amusa O.I., (2010) “Information Technology, Quality Assurance and Academic Library Management”; Library Philosophy and Practice (e-journal).

De Stricker, U. (1998), "Marketing With a Capital S: Strategic Planning for Knowledge Based Services", Information Outlook, 2, 2, pp. 28-32.

Dodsworth, E. M. (1998), "Marketing Academic Libraries: A Necessary Plan", The Journal of Academic Librarianship, 24, 4, pp. 320-2.

Hagner, P. R. (2000), "Faculty Engagement and Support in the New Learning Environment", EDUCAUSE Review, Vol. 35, No. 5, pp. 27-36.

Hawkins, B. L. (2001), "Information Access in the Digital Era: Challenges and A Call for Collaboration", EDUCAUSE Review, Vol.36, No. 5, pp. 51-57.

Leverick, F., Littler, D., Bruce, M. and Wilson, D. (1998), "Using Information Technology Effectively: A Study of Marketing Installations"', Journal of Marketing Management, Vol.14, pp. 927-62.

Martell, D. (1989), "Marketing and Information Technology", European Journal of Marketing, Vol. 22, No. 9, pp. 16-24.

Rowley, J. E. (1995), "From Storekeeper to Salesman: Implementing the Marketing Concept in Libraries", Library Review, Vol. 44, No. 1, pp. 24 - 35.

Ahmad, N., & Fatima, N. (2009). “Usage of ICT products and services for research in social sciences at Aligarh Muslim University”. DESIDOC journal of Library and Information Technology, 29(2):.25-30.

Kumar, K., Singh, S. P. (2000). “From information society to knowledge society”. Journal of Library and Information Science, 25(2), 104-111.