مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية

**اسم المقال:** دور تنمية رأس المال الاجتماعي في الترويج لخدمات المكتبات العامة دراسة ميدانية في المكتبات العامة التابعة لمديرية الثقافة في محافظة اللاذقية
**اسم الكاتب:** د. سامر قاسم
**رابط ثابت:** https://political-encyclopedia.org/index.php/library/4715
**تاريخ الاسترداد:** 2026/11/03 17:08 +03

الموسوعة السياسيّة هي مبادرة أكاديمية غير هادفة للربح، تساعد الباحثين والطلاب على الوصول واستخدام وبناء مجموعات أوسع من المحتوى العلمي العربي في مجال علم السياسة واستخدامها في الأرشيف الرقمي الموثوق به لإغناء المحتوى العربي على الإنترنت.
لمزيد من المعلومات حول الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political، يرجى التواصل على info@political-encyclopedia.org

استخدامكم لأرشيف مكتبة الموسوعة السياسيّة – Encyclopedia Political يعني موافقتك على شروط وأحكام الاستخدام المتاحة على الموقع https://political-encyclopedia.org/terms-of-use

تم الحصول على هذا المقال من موقع مجلة جامعة تشرين – سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية – ورفده في مكتبة الموسوعة السياسيّة مستوفياً شروط حقوق الملكية الفكريّة ومتطلبات رخصة المشاع الإبداعي التي ينضوي المقال تحتها.

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (4) 2015
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (37) No. (4) 2015

# دور تنمية رأس المال الاجتماعي في الترويج لخدمات المكتبات العامة
# دراسة ميدانية في المكتبات العامة التابعة لمديرية الثقافة في محافظة اللاذقية

**الدكتور سامر قاسم***

**(تاريخ الإيداع 27 / 7 / 2015. قُبِل للنشر في 23 / 8 / 2015)**

## □ ملخّص □

يهدف البحث إلى دراسة العلاقة بين تنمية رأس المال الاجتماعي المتمثل بـ: التزام العاملين بأخلاقيات العمل، وبناء الثقة، وتنمية شبكات العلاقات الاجتماعية، واستثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمة المجتمع، وبين الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين. اعتمد البحث المنهج الوصفي، وشمل مجتمع البحث جميع العاملين في المكتبات التابعة لمديرية الثقافة في محافظة اللاذقية، والبالغ عددهم تقريباً ( 154) عاملاً. ونظراً لصغر حجم مجتمع البحث تمّ استخدام طريقة الحصر الشامل، حيث تمّ توزيع (154) استبانة على العاملين، أعيد منها (141)، وبنسبة استجابة بلغت (91.56%). وتوصل البحث إلى النتائج الآتية:

*يوجد علاقة طردية وقوية ذات دلالة إحصائية بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ (66.3%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها التزام العاملين بقيم وأخلاقيات العمل.

*يوجد علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة إحصائية بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ (57.2%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها بناء الثقة وتوطيد العلاقة مع مجتمع المكتبة.

*يوجد علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة إحصائية بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ (52.3%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية.

*يوجد علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة إحصائية بين تنمية استثمار إمكانات المكتبة العامة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ (49.1%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها تنمية استثمار إمكانات المكتبة العامة لتحسين خدمات المجتمع.

**الكلمات مفتاحية:** الترويج، المكتبات العامة، رأس المال الاجتماعي.

* **أستاذ مساعد _ إدارة الأعمال _ كلية الاقتصاد _، جامعة تشرين _ اللاذقية_ سورية.**

مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (37) العدد (4) 2015
Tishreen University Journal for Research and Scientific Studies -Economic and Legal Sciences Series Vol. (37) No. (4) 2015

# The role of social capital development in the promotion of public A field study of the Directorate of Culture in the province of Lattakia public libraries

**Dr. Samer Kasem***

**(Received 27 / 7 / 2015. Accepted 23 / 8 / 2015)**

## □ ABSTRACT □

The research aims to study the relationship between social capital development of: a commitment of workers to the work value and ethic and trust building, and the development of networks of social relations, and investment potential of the library to improve the service of society, and the promotion of the activities of public libraries between public beneficiaries.

Descriptive methodology has been adopted to include all staff who are working at Directorate of Culture in Latakia province libraries, amounting to almost (154) employees, due to the small size of the research population. Comprehensive survey has been used, it was distributed to (154) workers, a (141) questionnaires were found suitable for analysis, and the response rate was (91.56%). The research found the following results:

*There is positive and significant relationship between workers commitment to workers values and ethic and the promotion of public libraries between user, where (66.3%) of the developments in the promotion of the activities of public libraries between audience beneficiaries changes interpreted by employees to the values and work ethic commitment.

*There is positive and significant relationship between confidence and strengthen the relationship between the public library community and the promotion of activities between the public beneficiaries building, where (57.2%) of the developments in the promotion of the activities of public libraries between audience beneficiaries changes interpreted build confidence and strengthen the relationship with the library community.

*There is positive and significant relationship between the network of social relations in public libraries development and promotion of activities between the public beneficiaries relationship, where that (52.3%) of the developments in the promotion of the activities of public libraries between audience beneficiaries changes interpret the development of the network of social relations.

*There is positive and significant relationship between the investment public library potential development to improve community services and the promotion of activities between the public beneficiaries, where that (49.1%) of the developments in the promotion of the activities of public libraries between audience beneficiaries changes interpreted Investment Public Library potential for improving community services development.

**Keywords:** Promotion, Public Libraries, Social Capital.

***Associate Professor - Department of Business Administration - Faculty of Economics - Tishreen University- Lattakia - Syria.**

## مقدمة:

تؤدي المكتبات العامة وظيفةً هامةً في المجتمع من خلال دورها في تثقيف فئات المجتمع، ودعم أساليب التعليم مدى الحياة، فضلاً عن دورها في توفير إمكانية الوصول إلى المعلومات والترفيه، والمساهمة في بناء مجتمعات متحضرة ومتماسكة. إلا أنّ هذه المؤسسات شأنها شأن أي مؤسسة معلومات أخرى عليها مواكبة التغيرات التي تحدث في المجتمع، كما تقع عليها أيضاً مسؤولية النهوض بالواقع الاجتماعي وبما يتماشى مع خطط التنمية في الدولة، خاصةً مع ظهور العديد من النظريات والمفاهيم التي تعكس جوانب فعالية خدمات المؤسسات المقدمة للمجتمع، ومن ضمن هذه المفاهيم هو تطبيق مبادئ رأس المال الاجتماعي، والذي يعبر عن العلاقات التي تنشأ بين أفراد المجتمع والتي تؤدي إلى مستويات أعلى من الثقة وقدرة أكبر للأفراد على العمل معاً للنهوض بالواقع الاجتماعي. وقد برز مفهوم رأس المال الاجتماعي على المستوى الدولي كأحد العوامل الهامة التي تعكس تطور المجتمع وتفاعله الإيجابي مع الدولة من خلال مؤسساتها المختلفة، ومن ضمنها المكتبات العامة التي تعدها الدولة وسيلة مهمة تمكن أفراد المجتمع من تغيير طرق تفكيرهم لتكون أكثر إيجابية، فضلاً عن أهميتها في غرس مبادئ الشعور بالمواطنة، وبهذا يرتبط هذا المفهوم بالمجتمعات الأكثر تماسكاً وصحية، لذا تظهر الحاجة الفعلية لتنمية رأس المال الاجتماعي من قبل المكتبات العامة باعتباره أحد الركائز المهمة التي تسهم في تطورها، الأمر الذي يسهم في الترويج لنشاطات المكتبة واستقطاب أكبر عدد ممكن من المستفيدين.

يقوم العاملون في المكتبات العامة في تنمية رأس المال الاجتماعي للمكتبة من خلال قيامها بعدد من النشاطات والخدمات الإرشادية والتوجيهية التي هي بمثابة نشاطات ترويجية ضمن تعاملهم مع المستفيدين، وتتمثل هذه النشاطات بالآتي:

1- العمل على توجيه المستفيدين الذين يلتقون في المكتبة، وممارسة تأثير إيجابي على سلوكهم من خلال التفاعل المستمر معهم أثناء تواجدهم للمطالعة في قاعات المكتبة.

2- التزام العاملين بقيم وأخلاقيات العمل من خلال تمتعهم بالصفات الحميدة والأخلاق الفاضلة كونهم يستقبلون جمهور مختلف الطباع.

3- قيام العاملين في المكتبة بمساعدة بعض فئات المستفيدين من المكتبة تقنياً، مثل فتح بريد إلكتروني لهم، أو ملئ نماذج عن طريق الانترنت.

4- إقامة العاملين في المكتبة للعديد من العلاقات مع منظمات المجتمع المدني، وذلك لغرض إقامة شراكات فعّالة لخدمة المجتمع واستقطاب أكبر عدد ممكن من المستفيدين من خدمات المكتبة.

5- قيام العاملين في المكتبة بالاتصال بشخصيات عامة لغرض إقامة ندوات أو حوارات بشكل شبه دوري وتوجيه الدعوات للمهتمين من مرتادي المكتبة لها.

انطلاقاً من ذلك، يحاول الباحث التعرف على العلاقة بين تنمية رأس المال الاجتماعي المتمثل بـ: التزام العاملين بقيم وأخلاقيات العمل، وبناء الثقة، وتنمية شبكات العلاقات الاجتماعية، واستثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمة المجتمع، وبين الترويج لنشاطات المكتبات العامة.

**مشكلة البحث:**

حتى تؤدي المكتبات العامة دورها العلمي والثقافي والاجتماعي على أتم وجه من خلال تقديمها للخدمات المكتبية، وخدمات التوجيه والإرشاد التي تميزها كنوع مهم من مؤسسات المعلومات، والذي يخدم شريحة واسعة من أفراد المجتمع، تحتاج هذه المكتبات إلى أن يتمتع العاملون فيها – سواءً كانوا من المتخصصين بعلم المعلومات والمكتبات، أم من المتخصصين في مجال التقنيات أو أي تخصص آخر – بمستوى فكري وثقافي عالي، فضلاً عن معرفة متعمقة بأهداف المكتبة والمجتمع المحلي الذي تخدمه، بما يسهم في استقطاب أكبر عدد من المستفيدين المتوقعين إلى المكتبة. لذلك وانطلاقاً من الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث في بعض المكتبات العامة التابعة لمديرية الثقافة في محافظة اللاذقية لاحظ أنّ المؤهلات التي يمتلكها العاملون في المكتبة يغيب عنها التخصص في مجال المكتبات والحاسبات والتي تحتاجها المكتبة لغرض النهوض بخدماتها، وتنمية رأس المال الاجتماعي المتمثل ببناء الثقة مع المستفيدين، وتنمية شبكة من العلاقات الاجتماعية، واستثمار إمكانات المكتبة، الأمر الذي يضعف من دورها في المجتمع، فضلاً عن تكوين صورة سلبية في أذهان المستفيدين بسبب القصور الواضح في أساليب الترويج والدعاية لنشاطات المكتبة. وانطلاقاً من هنا، فإن مشكلة البحث ستركز بشكل أساسي على معالجة جوانب القصور التي تعاني منها المكتبات محل البحث، وتنمية وتفعيل دور رأس المال الاجتماعي في الترويج لخدمات المكتبات وذلك من خلال الإجابة على التساؤل الرئيس الآتي:

ما دور تنمية رأس المال الاجتماعي في المكتبات العامة في الترويج لنشاطاتها المختلفة بين جمهور المستفيدين؟

## أهمية البحث وأهدافه:

تتمثل أهمية البحث من خلال أهمية مفهوم رأس المال الاجتماعي، وأثره في التنمية الاجتماعية، فضلاً عن دوره في توسيع دور المكتبات العامة في النهوض بالمجتمع من خلال العلاقات الاجتماعية وبناء الثقة والحد من العزلة الاجتماعية التي تواجهها بعض فئات المجتمع، وتوفير مكان إيجابي لهم مما يسهم في الترويج لنشاطاتها المختلفة بين جمهور المستفيدين. كما يمكن أن تسهم هذه الدراسة في جذب انتباه العاملين في المكتبات العامة لأبرز النشاطات التي يمكن أن تسهم في بناء رأس المال الاجتماعي لغرض العمل على تطوير هذه النشاطات، كما يمكن أن تكون أداة مهمة في الكشف عن العلاقة بين تنمية رأس المال الاجتماعي في المكتبات والترويج لنشاطاتها وتأثير كل منهما بالآخر، بما يسهم في أن يكون دليلاً يمكن أن تستعين به إدارات المكتبات العامة لغرض دعم هذا الجانب في عملها.

كما يهدف البحث إلى دراسة العلاقة بين تنمية رأس المال الاجتماعي المتمثل بـ: التزام العاملين بأخلاقيات العمل، وبناء الثقة، وتنمية شبكات العلاقات الاجتماعية، واستثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمة المجتمع، وبين الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين.

*** فرضيات البحث:**

**الفرضية الرئيسة للبحث:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تنمية رأس المال الاجتماعي في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

ويتفرع عن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية الآتية:

1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بناء الثقة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

3- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

4- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استثمار إمكانات المكتبة العامة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

## منهجية البحث:

**1- الجانب النظري:** اعتمد الباحث المنهج الوصفي لوضع الإطار النظري للبحث بالاعتماد على الكتب والدوريات والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالبحث.

**2- الجانب الميداني:** وفيه اعتمد الباحث على المسح الشامل للمجتمع من خلال تصميم استبانه لجمع البيانات الأولية عن مفردات عينة البحث، ومن ثم اختبار فرضيات البحث باستخدام الانحدار البسيط.

*** أداة البحث:**

لتحقيق أغراض البحث وبعد الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية التي تتعلق بموضوع هذه البحث، قام الباحث بتصميم أداة البحث (الاستبانة). وقد اشتملت الأداة على محورين أساسيين:

**المحور الأول:** تنمية رأس المال الاجتماعي في المكتبات العامة، ويتضمن: التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبة العامة، بناء الثقة وتوطيد العلاقة مع مجتمع المكتبة، تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبة العامة، استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع.

المحور الثاني: الترويج لنشاطات المكتبة بين جمهور المستفيدين.

وتمّ توزيع الدرجات على عبارات الاستبانة وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي، وذلك بإعطاء الدرجة / 5/ للإجابة بدرجة كبيرة جداً، والدرجة /4/ للإجابة بدرجة كبيرة، والدرجة /3/ للإجابة بدرجة متوسطة، والدرجة /2/ للإجابة بدرجة منخفضة، والدرجة /1/ للإجابة بدرجة منخفضة جداً، كذلك تمّ استخدام حزمة البرامج SPSS.20 للتحليل الإحصائي. كما تمّ إخضاع هذه الاستبانة لاختبار الموثوقية من الناحية العلمية والإحصائية للتأكد من مدى صلاحيتها، حيث تمّ عرضها على مجموعة من الأكاديميين لأخذ ملاحظتهم، وقد أجريت التعديلات اللازمة، كما تمّ اختبار ثبات أداة البحث باستخدام معادلة ألفا كرونباخ، حيث بلغ معامل الثبات الكلي (0.887)، وبلغ معامل الثبات للمحور الأول (0.901)، وبلغ معامل الثبات لمجالاته الفرعية ( 0.866، 0.874، 0.854، 0.901)؛ وبلغ معامل الثبات للمحور الثاني (0.891)، مما يدل على صلاحية أداة الدراسة وتمتعها بخاصيتي الصدق والثبات.

*** مجتمع البحث وعينته:**

يشمل مجتمع البحث كافة المكتبات التابعة لمديرية الثقافة في محافظة اللاذقية، والتي يبلغ عدد العاملين فيها (154) عاملاً، ونظراً لصغر حجم مجتمع البحث تمّ استخدام طريقة الحصر الشامل، حيث تمّ توزيع الاستبانة على جميع العاملين فيها والبالغ عددها (154) استبانة، وأعيد منها (141)، وبنسبة استجابة بلغت (91.56%). وبلغ عدد حملة الإجازة في المكتبات ضمن المجتمع المدروس (33) عاملاً وعاملة.

*** الدراسات السابقة:**

1- هدفت دراسة (Hillenbrand, Candy, 2005) إلى التعريف بدور المكتبات العامة كمطور لرأس المال الاجتماعي من خلال التسليط على هذا الدور في عينة من عشرة مكتبات عامة في استراليا توزعت في كل من (سيدني، ونيو ساوث، والضواحي)، وتفترض الدراسة أنّ المكتبات العامة بدأت فعلاً في بناء رأس المال الاجتماعي، كما سلطت الضوء على مجموعة مناقشات حول تعريف وطبيعة وأساليب بناء رأس المال الاجتماعي، وكذلك الغرض منه. وقد توصلت الدراسة إلى أنّ المكتبات العامة تلعب دوراً أساسياً في بناء وتطوير رأس المال الاجتماعي من خلال تحليل آراء المستفيدين الذين يعدون معظم المكتبات عينة الدراسة أماكن آمنة مع مستويات عالية من الثقة للتعامل معها والذي يعد العامل الأساس في تنمية وتطوير رأس المال الاجتماعي، فضلاً عن تقديرهم لدور المكتبة في تعزيز التفاعل الاجتماعي.

2- وعرضت دراسة ( Audunson, R, Varheim, A., Aabo, S& Holm, E.D, 2007) إمكانيات المكتبات العامة في بناء رأس المال الاجتماعي في مجتمع متعدد الثقافات، وتناولت الدراسة تقديماً لمفهوم رأس المال الاجتماعي، ومناقشة دور المكتبات العامة في تعزيزه، فضلاً عن إبراز النهجين الأساسيين في إنشاءه، وهما كلاً من النهج الاجتماعي المعتمد على الأعمال التطوعية والتفاعل غير الرسمي بين الأفراد والمؤسسات، والنهج المؤسسي لبناء رأس المال الاجتماعي من خلال دور المؤسسات الرسمية في تطبيق السياسات العامة، وتنفيذ البرامج الاجتماعية الشاملة. تضمن الجانب الميداني من الدراسة إجراء دراسة استقصائية ضمت ( 750) مستفيد تمّ اختيارهم اعتماداً على التباين الطبقي في مستوى التعليم وتباين كل من الخلفيات الثقافية، والمستوى الاجتماعي، واختيرت العينة من ثلاث ضواحي لعاصمة ولاية شمال النرويج، وكان الهدف من الدراسة الاستقصائية هذه هو قياس رأس المال الاجتماعي عن طريق قياس درجة الثقة للناس بالمكتبة العامة من خلال الأنشطة التي تقوم بها في المجتمع، والمبادرات الرامية إلى دعم احتياجات أفراد المجتمع. وقد توصلت الدراسة إلى أنّ ارتفاع نسبة بناء المكتبات العامة لرأس المال الاجتماعي متأتي من كيفية إنشائها للثقة مع المستفيدين، والتي تكون عادة نتيجة للتعامل بالمساواة معهم من خلال الخدمات التي تقدمها لأفراد المجتمع دون استثناء، وهي مفتوحة للجميع، كما أنها تؤمن أماكن اجتماع ولقاءات غير رسمية فعالة للمستفيدين.

3- وهدفت دراسة (Catherine A. Johnson, 2010) إلى إلقاء الضوء على محتوى التفاعلات الاجتماعية بين العاملين في المكتبة ومستفيديها، حيث أجريت الدراسة في ثلاثة مكتبات في مدن الغرب الأوسط الأمريكي، وتكونت عينة الدراسة من (15) مكتبي، وتوصلت النتائج إلى أنّ المكتبات العامة يمكن أن تسهم في تكوين رأس المال الاجتماعي من خلال العلاقات، والتفاعلات التي تحدث بينها وبين المجتمع الذي تخدمه، ومن أبرز الوسائل التي تستخدم في بناء وتنمية رأس المال الاجتماعي هو بناء الثقة بين المستفيدين من المكتبة والعاملين فيها، وتوفير الدعم الاجتماعي للمستفيدين والحد من بعض أنواع العزلة الاجتماعية التي تواجهها بعض الأقليات العرقية والفئات المهمشة اجتماعياً، مما يساعد المستفيدين على اكتساب مهارات اجتماعية وثقافية، وتوفير مكان ايجابي لجميع سكان المدينة.

4- وهدفت دراسة (متعب وكاظم، 2012) إلى كشف دور رأس المال الاجتماعي في نقل المعرفة، حيث تمّ تشخيص نقاط القوة والضعف في العلاقات الارتباطية، وعلاقات الأثر بين المتغير المستقل (رأس المال الاجتماعي)، وأبعاده والمتغيرات الفرعية لهذه الأبعاد، والمتغير المتعمد (نقل المعرفة)، وعناصره والمتغيرات الفرعية التي يحتويها. تمثل مجتمع الدراسة بجميع المدرسين والمدرسات في جامعة القادسية، والبالغ عددهم ( 926) مدرساً موزعين على

إحدى عشر كلية، وتمّ تحديد حجم العينة بـ ( 232) مفردة والتي تمثل ( 25%) من مجتمع الدراسة الكلي. استخدم الباحث الأسلوب الوصفي في الجانب النظري، والتحليل الإحصائي بالاعتماد على برنامج SPSS في الجانب التطبيقي وطورت لهذا الغرض استمارة استبانة مختبرة ومحكمة. وتوصلت الدراسة إلى أهمية رأس المال الاجتماعي في الجامعة، ولما له من دور كبير في نقل المعرفة بين الهيئات التدريسية، وأنّ علاقات الارتباط بين رأس المال الاجتماعي ونقل المعرفة كانت ايجابية ومعنوية، وكان للبعد الإدراكي (تباعد المعرفة) الدور الأكبر في نقل المعرفة ، وهذا يدل على امتلاك الهيئات التدريسية لمعرفة متشابهة، كما خرجت الدراسة بجملة من التوصيات والمقترحات منها: تحفيز الهيئات التدريسية في بعض الكليات على المشاركة في المؤتمرات والندوات والدورات، وتفعيل الاتصالات الحديثة في تحسين العلاقات بين الهيئات التدريسية مثل الاتصال عن طريق البريد الالكتروني، وكذلك الاتصال المباشر لأنهما أكثر حيوية من الاتصال بالهاتف النقال.

5- وهدفت دراسة (العبادي، 2014) إلى تسليط الضوء وبشكل أساسي على تشخيص واقع تأثير رأس المال البشري في رأس المال الاجتماعي والذي بدوره يسهم في توجيه القيادات الإدارية في جامعة الكوفة في تلمس مواطن الضعف والقوة في أدائها بما يتعلق بمتغيرات البحث. إذ يحاول الربط بين مكونات رأس المال البشري، ورأس المال الاجتماعي، ولتحقيق أهداف البحث في ضوء ما جاء به من أفكار ومعطيات نظرية، تمّ بناء نموذج يوضح العلاقة بين الأبعاد الأساسية لرأس المال البشري (المعرفة، القدرة، المهارة)، ورأس المال الاجتماعي ومكوناته (العلاقات، المعرفة، الهيكل)، واعتمد في البحث مقاييس عالمية في قياس متغيرات نموذج البحث في ضوء فرضياته، وجمعت البيانات من عينة من الكليات في جامعة الكوفة شملت ( 317) شخص من ملاك الهيئة التدريسية في ( 19) كلية، وبعد استخراج نتائج البحث تمّ التوصل إلى عدد من الاستنتاجات كان من أهمها: يوجد إدراك واضح نحو الأبعاد الأساسية لرأس المال البشري من وجهة نظر المدرسين، والمتمثلة بميل أفراد العينة نحو الاهتمام بالدرجة الأولى بتوسع حالة الوعي المعرفي من خلال الاهتمام بقراءة كل ما هو جديد من أبحاث علمية ودوريات منشورة لغرض زيادة المعرفة، ومن ثم الاهتمام بقدراتهم الشخصية والعمل على تطويرها، وبعد ذلك الاهتمام بالمهارات التي يمتلكونها لغرض تسخيرها لخدمة الجامعة وكلياتها.

**من خلال استطلاع الدراسات السابقة، يمكن القول أنّ الدراسة الحالية تتميز بأنها تناولت مفهوم رأس المال الاجتماعي في المكتبات من خلال دور العاملين في تنميته، وأثر ذلك في الترويج لنشاطات المكتبة، يضاف إلى ذلك قلة الدراسات المحلية التي تناولت هذا المفهوم في المكتبات العامة.**

*** الإطار النظري للبحث:**

**أولاً: مفهوم رأس المال الاجتماعي:**

يعد رأس المال الاجتماعي ( Social Capital) أحد أبرز مكونات رأس المال الجوهري للمنظمات، والذي لا يقل أهمية عن رأس المال الفكري ( Ideals Capital)، ورأس المال التنظيمي ( Organizational Capital)، ورأس المال الزبائني (Customer Capital). ولقد أخذ نطاقه كمفهوم سلوكي، يتسع ليشمل شبكات الارتباطات الاجتماعية المبنية على الثقة المتبادلة والتفاعل الاجتماعي (العنزي وصالح، 2009، ص368). ويؤكد كل من ( Jones & Taylor, 2012, p61) أنّ استخدام مصطلح "رأس المال الاجتماعي" تمّ لأول مرة في عام (1916) من قبل المصلح الأمريكي المدرّس في المدرسة الأمريكية الأستاذ ( L.J. Hanifan)، واكتسب استخداماً واسعاً عندما اعتمده المنظر الحضري (Jane Jacobs, 1965).

يهتم رأس المال الاجتماعي بوجهة نظر سوسيولوجية للعمل البشري، حيث يعدُّ الأفراد بوصفهم أشخاص فاعلين يتم تشكيلهم بفعل عوامل مجتمعية، وتلقى اهتماماً متزايداً في الفكر الإداري وتمّ دراسته في مستويات متعددة، بما في ذلك المستويات الفردية والتنظيمية والاجتماعية (Dakhli & Dirk, 2004, p109).

ويشير (Nahapiet & Ghoshal, 1998) بأنّ مصطلح رأس المال الاجتماعي قد ظهر في دراسات المجتمع ليوضح أهمية بقاء وعمل شبكات العلاقات الشخصية في ترسيخ الثقة وتفعيل التعاون وزيادة الأداء الجماعي في المجتمعات، ويوضح أنّ الاستخدام المبكر لهذا المصطلح جاء ليوضح العلاقات بين الظواهر الاجتماعية.

كما يمكن استعراض مفهوم رأس المال الاجتماعي بأنه أقرب إلى رأس المال المالي لأنه يمكن أن يتولد في المستقبل، ويستخدم لشراء الأشياء مثل الدعم الاجتماعي أو المساعدة، ويمكن أن يتولد رأس المال الاجتماعي من خلال شعور مشترك بهوية تبادل الامتيازات (أو الشعور بالانتماء والتضامن) وقواعد التعاون التي تحفز على الشعور بالالتزام بمساعدة الآخرين ( Gachter et al., 2012, p510).

يعرّف رأس المال الاجتماعي بأنه: "أحد الأصول التي يتم إنتاجها عندما يتفاعل الأفراد فيما بينهم، ويخلقون علاقات الثقة والتفاهم المشترك (Kiptot &Franzel, 2014, p232).

ويصفه (Nisbet, 2007, p528) بأنه: "الشبكات والمعايير المشتركة والقيم والتفاهمات التي تسهل التعاون داخل أو بين الجماعات".

في حين عرفه (Prasad et al., 2012, p12) بأنه: "يشير إلى المؤسسات، والعلاقات والمعايير التي تشكل نوعية وكمية التفاعلات الاجتماعية".

ويشير (Lock, 2008, p38) إلى أنّ تطور مفهوم رأس المال الاجتماعي يقع بشكل مركزي في رابطة علم الاجتماع والاقتصاد، حيث ينظر علماء الاجتماع إلى رأس المال الاجتماعي كوسيلة لتعزيز الشواغل الاجتماعية في نواحي الاقتصاد والأعمال، وكذلك اعتمد الاقتصاديون على رأس المال الاجتماعي كآلية لشرح وتفسير العوامل غير الاقتصادية التي تفسر أوجه القصور العملي للنظرية الاقتصادية الكلاسيكية الجديدة.

ويرى الباحث أنّ مفهوم رأس المال الاجتماعي يركز على العلاقات الاجتماعية التي لها فوائد على الإنتاجية الاقتصادية، حيث ينطوي هذا المفهوم على جانبين هامين هما: رأس المال، والجانب الاجتماعي. فرأس المال يشير إلى أن رأس المال الاجتماعي يتكون من خلال التراكم عبر فترات طويلة من الزمن، ومن هنا فمن الصعب تخيل أن يكون رأس المال الاجتماعي بصورة وقتية أو سريعة لخدمة موقف أو حالة عرضية، ويشير الجانب الاجتماعي إلى حقيقة بديهية مؤداها أنّ رأس المال الاجتماعي لا يكوّن فرداً بذاته، كما هو الحال في رأس المال المادي أو البشري، وإنما يتكون في إطار جماعة اجتماعية يرتضي الأفراد الانضمام لها من أجل استثمار ما توفره العضوية في هذه الجماعة من مزايا ورصيد اجتماعي.

لقد اكتسب مفهوم رأس المال الاجتماعي على نحو متزايد اهتمام كبير بين الأكاديميين في مختلف المجالات، وتمّ استخدامه في مختلف التخصصات مثل علم الاجتماع والأنثروبولوجيا والعلوم السياسية، والاقتصاد، والدراسات التنظيمية (Jerabek, 2011, p 40).

ومن وجهة نظر (Cohen & Prusak, 2001, p10) حيثما يكون رأس المال الاجتماعي موجوداً فإنه يخلق العوائد الاقتصادية التي أبرزها ما يأتي:

1- مشاركة أفضل للمعرفة المنسوبة إلى مستويات عالية من الثقة الراسخة وشبكات العمل الفاعلة والأطر والأهداف المشتركة.

2- تكلفة أقل للصفقات التي تتحقق من المستوى العالي للثقة وروح التعاون سواءً كان داخل المنظمة، أو بين المنظمة وزبائنها وشركائها، لذلك فإنّ المنظمات التي تتصف بكونها تمتلك شبكات عمل نشيطة وفاعلة ومخزون عميق من الثقة وحسن واضح بهوية المنظمة، فإنها تحصل على نجاح كبير في مجال إنجاز العمل، مقارنةً بتلك المنظمات التي تتصف بكونها إلى حد ما مجزأة.

3- معدلات دوران أقل تقلباً، وهذا بدوره يقلل من تكاليف التغير وتدريب العاملين واستخدامهم والمحافظة على المعرفة التنظيمية القيّمة لديهم.

4- اتخاذ قرارات مستقرة متأتية من الفهم المشترك للموضوع.

**ثانياً: أهمية رأس المال الاجتماعي:**

تتمثل أهمية رأس الاجتماعي في دعمه لمختلف جوانب حاجات المجتمع، حيث يمكن أن يسهم رأس المال الاجتماعي في المجالات الآتية (زيبيري، 2012، ص13):

**1- المجالات التعليمية:** حيث يمكن لرأس المال الاجتماعي المساهمة في دعم التعليم الرسمي، والمساهمة في القضاء على الأمية، فضلاً عن أهميته في تنمية اتجاهات التعليم المستمر لدى الأفراد.

**2- المجالات الاجتماعية:** تعمل عناصر رأس المال بمجموعها على تقديم شبكة ضمان لأفراد المجتمع من خلال نشاطاتها في تقليل معدلات الفقر، ومحاربة البطالة عن طريق تنفيذه أو مساهماته في المشاريع الصغيرة والمتوسطة لمساعدة هذه الشريحة، بما يساهم في تحقيق التكافل الاجتماعي، وتحسين مستوى المعيشة، وخفض معدلات الجريمة، هذا إلى جانب دوره المهم في إدماج الأقليات والجماعات العرقية في المجتمع، وإتاحة الفرصة لهم للعيش برفاهية أسوة بباقي أفراد المجتمع.

**3- المجالات البيئية:** يساهم رأس المال الاجتماعي المتمثل بالجمعيات الأهلية، والنقابات العمالية والمهنية ومنظمات المجتمع المدني وغيرها في أنشطة حماية البيئة، كالمشاركة في برامج حماية البيئة من كافة أشكال التلوث.

**4- المجالات الصحية:** يسهم رأس المال الاجتماعي في هذا المجال في نشاطات نشر الوعي الصحي، وتقديم الخدمات المالية للمستشفيات، والمساهمة في بناء المركز الصحية، وتقديم الخدمات لبعض الفئات الخاصة كالمعاقين والمكفوفين، هذا إلى جانب مساهمة عناصر رأس المال بخدمة المجتمع في الأوقات التي تسودها حالات الطوارئ كانتشار الأوبئة.

**5- المجالات الاقتصادية:** إنّ وجود رأس مال اجتماعي فعّال في أي دولة يسهم بارتفاع الناتج المحلي الإجمالي، حيث تساعد العلاقات الاجتماعية الايجابية المكونة لرأس المال الاجتماعي على تقليل تكلفة المعاملات والمشاريع، فتزيد نسب الاستثمارات، لانخفاض القواعد الروتينية التي تعوق الدخول إلى السوق، مما يسهم في زيادة المنافسة المحلية، وارتفاع مستوى الابتكار والإبداع في استثمار الموارد.

**6- المجالات السياسية:** يسهم رأس المال الاجتماعي في الحياة السياسية والمدنية من خلال:

أ- إنه يساهم في خلق علاقة قوية بين الدولة والمجتمع تسمح بخلق قنوات مؤسسية لمناقشة الأهداف والسياسات التنموية.

ب- تحقيق الاستقرار في المجتمع، حيث أنّ رأس المال الاجتماعي هو مقياس لدرجة التماسك الاجتماعي، وبالتالي مقياس للاستقرار، وهذا ما نجده في علاقات الثقة بين الأطراف المختلفة في المؤسسة، أو الجماعة المحلية أو المجتمع بشكل عام.

ج- دوره في ترسيخ الديمقراطية ودعم المجتمع المدني الذي ارتبط ظهوره ونهضته كنتيجة نهائية لنشاطات رأس المال الاجتماعي، وتظهر آثار هذا العامل في مشاركة الأفراد في المنظمات والجمعيات التي مع زيادتها في المجتمع تزداد قدرة أفراد المجتمع على التعاون لأجل المصلحة العامة.

**ثالثاً: خصائص وسمات رأس المال الاجتماعي:**

يمكن بيان أبرز الخصائص التي تميز بها رأس المال الاجتماعي عن غيره من أشكال رؤوس الأموال المساهمة في تنمية المجتمع من خلال (نجم، 2008، ص174):

1- إنّ رأس المال الاجتماعي ليس كينونة واحدة أو تكوين بسيط، وإنما تكوين مركب من كينونات، وتكوينات مختلفة مما يجعله يتسم بنوع من التعقيد لكونه يرتبط بقضايا تتعلق بطبيعة الإنسان، كالثقة، والالتزام، والميول للتواصل مع الآخر من خلال شبكات العلاقات الاجتماعية.

2- خلافاً للأشكال التقليدية، فإنّ رأس المال الاجتماعي يمثل رصيد ينشأ جراء تفاعل الأفراد مع بعضهم البعض أو على نطاق المؤسسات، وهو لا يتكون نتيجة معرفة علمية أو مهارة فنية، ولهذا يتسم بأنه غير ملموس مقارنةً مع رأس المال المادي، وهذه الصفة تجعله صعب القياس، إلا أنه يتماثل مع الأشكال الأخرى من رأس المال في إمكانية استثماره للحصول على منافع وعوائد مستقبلية.

3- إنّ رأس المال الاجتماعي يماثل استخدام المعرفة التي لا تستهلك بالاستخدام، وإنما تنمو وتنتج أكثر بالاستخدام المكثف الفعّال.

4- إنه رأس مال أقرب إلى الإيثار والغرض الأعلى الذي يتعلق بالمجتمع والجماعة منه إلى الكينونة الفردية، والغرض الذاتي الأدنى.

5- إن رأس المال الاجتماعي في كثير من الأحيان ينتج بشكل عفوي، أو يأتي نتيجة ثانوية للتقاليد وغيرها من العوامل التي تقع خارج سيطرة الحكومة، لذا يجب توجيهها إيجابياً لصالح المجتمع.

**رابعاً: الترويج في المكتبات العامة وأدواتها في تنمية رأس المال الاجتماعي:**

تؤدي المكتبات العامة وظيفة هامة في المجتمع من خلال دورها في تثقيف فئات المجتمع، ودعم أساليب التعليم مدى الحياة، فضلاً عن دورها في توفير إمكانية الوصول إلى المعلومات والترفيه، والمساهمة في بناء مجتمعات متحضرة ومتماسكة. تعرّف المكتبة العامة بأنه تلك المؤسسة الثقافية والاجتماعية التي تجمع مصادر المعلومات المختلفة وتحافظ عليها وتيسرها للاستخدام من قبل الجمهور (دياب، 2007، ص58).

تعد المكتبات العامة ذات تماس مباشر مع أفراد المجتمع، حيث يمكن أن تؤدي دورها في مجال خدمة مجتمع المعلومات، وتقع عليها مسؤولية تغيير سياساتها وخدماتها المقدمة لأفراد المجتمع من خلال (عبد الحميد، 2006، ص110):

1- على المكتبات العامة أن تستفيد من قوة تكنولوجيا المعلومات فيما تقدمه من خدمات عامة تساهم في الارتقاء بمستوى المستفيدين منها.

2- تطوير شراكات فاعلة مع مؤسسات المعلومات الأخرى لمسايرة عالم المعلومات سريع التطور لتضييق الفجوة المعرفية مع العالم.

3- العمل على تغيير فلسفة تقديم الخدمات للجمهور المستفيد من المكتبة عن طريق توصيل المستفيدين لمصادر المعلومات دون وسيط من خلال إنشاء مكتبات افتراضية، وهذه الفكرة توفر بدائل لزيارة المكتبة في حالة عدم قدرة الأشخاص على موائمة أوقات عملهم مع أوقات فتح المكتبة، وبهذا يمكن للأشخاص الحصول على المعلومات المطلوبة في الوقت المناسب لهم.

4- توسيع نطاق الخدمات التكنولوجية التي يمكن أن تقدمها المكتبة لمستفيديها بما في ذلك قضايا التدريب على استخدام المعلومات الالكترونية أو التعامل مع تكنولوجيا الحواسيب والشبكات.

5- إعادة النظر في صورة المكتبة العامة الموجودة في أذهان المستفيدين، فالمكتبات في حاجة إلى إثبات وجودها في عالم المعلومات، حيث الخدمات والاحتياجات في تغيير وتطور مستمر.

والترويج في المكتبات هو مجموعة من الجهود المبذولة من قبل مقدم الخدمات لجذب انتباه المستفيد أو المستهلك وتعريفه بالخدمة وإقناعه بها، ويهدف إلى ما يلي (آل مراد والملا، 2009)

1- إعلام المستفيد عن الخدمات التي تقدمها المكتبة من حيث أسمائها، ومميزاتها، وخصائصها، وكيفية استخدامها، وأماكن توافرها.

2- إقناع المستفيد بالاستجابة للخدمات المقدمة في المكتبة واستخدامها.

3- تذكير المستفيد بخدمات المعلومات المتاحة في المكتبة حتى يظل يستخدمها.

4- تعزيز الرضا النفسي والوظيفي بالخدمة لدى المستفيد بعد استخدامه لها، بحيث يشعر بالفخر بالحصول عليها، الأمر الذي يحقق ولاءه وتحدثه عنها للغير بشكل إيجابي.

ولتحقيق الأهداف الترويجية لخدمات المعلومات، فإنه ينبغي خلق المزيج الترويجي الملائم لتحقيق تلك الأهداف، ويمثل المزيج الترويجي خليطاً من القنوات المختلفة التي تستخدم لإيصال الرسالة للمستفيد، ويتضمن المزيج الترويجي الأدوات الآتية (الطائي، 2001):

**1- الإعلان:** يمثل نموذجاً مدفوع الأجر لترويج الأفكار والسلع والخدمات من خلال وسائل متعددة من بينها الصحف والمجلات.

**2- التسويق المباشر:** يتم من خلال استخدام البريد أو الهاتف أو أي أداة للاتصال غير الشخصي، أو محاولة الوصول على استجابة من قبل مستخدمين متوقعين أو محددين، وتعد الصور أو الوريقات التي تدرج بداخل الصحف والمجلات من بين أساليب التسويق المباشر.

**3- ترويج أو تنشيط المبيعات:** يمثل حافزاً قصير المدى لتشجيع المستفيدين على استخدام تجربة خدمة معينة، ومن ذلك إتاحة استخدام المستفيدين لقواعد البيانات لفترة أطول من المحددة أو تخفيض رسوم خدمة معينة.

**4- الدعاية والعلاقات العامة:** تمثل برامج مصممة لتحسين صورة المكتبة أو خدماتها، وذلك من خلال إصدار نشرات إخبارية مهنية داخلية، أو بكتابة مقالات عن خدمات المكتبة أو عن طريق المعارض.

5- **البيع الشخصي:** هو تفاعل وجهاً لوجه مع شخص أو أكثر من المستخدمين المتوقعين، وذلك بغرض إقناعهم باستخدام الخدمة.

**6- الرعاية:** تتم بالدعم المالي أو الخارجي للأحداث أو الأشخاص، وغالباً ما تكون المكتبات والهيئات الأكاديمية من الجهات المتلقية للرعاية.

وهناك مجموعة من الأدوات التي تستخدمها المكتبات العامة لتنمية رأس المال الاجتماعي، وتتمثل بـ:

**1- العمل التطوعي:** نتيجة لتعدد الآثار الإيجابية المترتبة على تمكين رأس المال الاجتماعي من المشاركة الفعّالة في المجتمع، وتعدد مجالات المشاركة برز وبشكل خاص الاتجاه الإقليمي والدولي نحو تشجيع العمل التطوعي من قبل عناصر رأس المال الاجتماعي، وتزايد دوره الخاص في ظل الأزمات المالية والاجتماعية التي تتعرض لها الدول، وقد برز في هذا المجال شكلين من أشكال العمل التطوعي، وهي (صادق، 2004، ص5):

أ- العمل التطوعي الفردي: وهو عمل أو سلوك اجتماعي يمارسه الفرد من تلقاء نفسه، ولا يريد منه أي مردود مادي، ويقوم هذا النوع على اعتبارات أخلاقية، أو اجتماعية، أو إنسانية، أو دينية.

ب- العمل التطوعي المؤسسي: وهو النوع الذي تعتمده عناصر رأس المال الاجتماعي في تنمية المجتمعات لكونه أكثر تقدماً من العمل التطوعي الفردي، وأكثر تنظيمياً، وأكثر تأثيراً.

**2- أخلاقيات المكتتبين:**إنّ الهدف من وجود مبادئ أخلاقيات مهنة أخصائي المكتبات والمعلومات، إنما تهدف إلى وجود أطر تبين لأخصائي المكتبات والمعلومات لمسؤولياتهم تجاه المهنة والمجتمع والآخرين، وأخلاقيات المكتتبين العاملين في مؤسسات المعلومات على اختلاف أنواعها تحكمها ثلاث اتجاهات هي: التكوين الشخصي والذاتي للفرد، والبيئة التي ينتمي إليها، والتشريعات المهنية، وتقسم هذه المبادئ على أربعة أنواع هي كالآتي (عبد الهادي، 2008، ص30):

**النوع الأول: مبادئ تتعلق باحترام النظام وطاعة الرؤساء، وتشمل:**

1- تقبل المتابعة والنقد الذاتي، والتقويم بروح متسامحة.

2- الطاعة في الانضمام إلى أي فريق عمل يراه الرئيس مناسباً.

3- احترام الأنظمة والقوانين التي يصدرها المدير لصالح العمل.

4- الولاء والانتماء ويقظة الضمير تجاه مسؤوليات العمل.

**النوع الثاني: مبادئ تتعلق بالتعامل مع زملاء العمل، وتشمل:**

1- التعامل مع الزملاء بناءً على أسس أخلاقية قائمة على الاحترام والمودة وتجنب غيبتهم أو التجريح بهم.

2- تقديم النصح لمن يحتاج النصيحة مع زملاء العمل الأقل خبرة مع الاعتراف بفضل أصحاب الفضل.

3- التزام المنطقية عند مناقشة أي قضية، والتزام المثالية في مجريات الحوار والبعد عن التحيز.

4- قبول مبدأ المنافسة الشريفة التي تبتعد عن التحاسد والتباغض.

**النوع الثالث: مبادئ تتعلق بالتعامل مع المستفيدين، وتشمل:**

1- التحلي بالصبر خاصةً بالنسبة للعاملين في مواجهة الجمهور مع احتمال وتقدير موقف المستفيد في استعجاله للنتائج.

2- الصدق والأمانة لتحقيق التقدم المهني، وضمان استفادة جمهور المكتبة من عملهم وإسهاماتهم في تقديم الخدمات.

3- التواضع وعدم التعالي، وهذا العامل مطلوب في التعامل مع المستفيدين مع وجود الرغبة الدائمة في تقديم الخدمات للمستفيدين على أتم وجه.

4- الإحساس باحتياجات المستفيدين وتكريس الموظف عمله في تلبية احتياجاتهم.

5- حسن الإصغاء للمستفيدين ليتمكنوا من التعبير عن احتياجاتهم البحثية والمعلوماتية.

6- الرد على استفسارات المستفيدين بأساليب مكتملة وواضحة وسهلة الفهم.

**النوع الرابع: تحقيق الامتياز المهني، ويشمل هذا العامل ما يلي:**

1- احترام التخصص والمهنة، فلا يجعل العوامل الاجتماعية السلبية أو ذات العلاقة ببيئة العمل تؤثر على أخلاقة في تأدية عمله.

2- إتقان العمل والمحافظة على المستوى الجيد في أدائه في جميع مرافق المؤسسة المعلوماتية.

3- الحرص على تطوير الذات، واكتساب الخبرة ليكون واسع الاطلاع والثقافة والإلمام بأهم التطورات التي جدت في مجال التخصص.

4- المبادرة إلى تطوير مهنة المكتبات بدراسة ومناقشة الأنظمة والتشريعات والخدمات التي أثبتت عدم جدواها من خلال العمل ورفع ذلك للمعنيين بالتطوير والتغيير.

5- حماية الخصوصية وتوصيل المعلومات دون تصريحات أو مضايقات أثناء استخدام البريد الالكتروني.

6- حماية الملكية الفكرية ومنع التوزيع غير المرخص للمواد المسجلة والمحافظة على حقوق التأليف والنشر.

**3- العلاقات العامة:** يعد عامل العلاقات العامة حلقة الوصل بين المكتبات ومراكز المعلومات والمجتمع الذي يحيط بها، فجميع مؤسسات المعلومات تقوم بتقديم خدماتها لأفراد المجتمع، لذا لا بد أن تقييم علاقة عامة مع أولئك الأفراد تهدف فيها إلى إعلامهم بخدماتها، وتستأنس بآرائهم في تقييم هذه الخدمات، وما لم تكن إدارة العلاقات العامة في هذه المكتبات على مستوى عال من الكفاءة والخبرة والمعرفة، فلا بد أن تتأثر علاقاتها بجمهورها وأفراد المجتمع المحيط بها، كما أنّ العلاقات العامة ليست وظيفة ثانوية بالنسبة إلى المكتبات ومراكز المعلومات في الوقت الحاضر، وإنما هي على العكس من ذلك وظيفة أساسية لها يتوقف عليها تحسين نظرة المجتمع إلى المكتبات ومراكز المعلومات، وبالتالي قبولهم ودعمهم لها ورضاهم عنها، وإقبالهم على الإفادة منها ومن خدماتها، ويمكن بيان أبرز الوظائف التي يضطلع بها قسم العلاقات العامة في أي مكتبة أو مركز معلومات من خلال الآتي (عليان، 2005، ص251):

1- تحليل اتجاهات الجمهور نحو المكتبة.

2- الحفاظ على الاتصال الناجح مع وسائل الإعلام المختلفة.

3- تخطيط وتنسيق الزيارات الدراسية والجولات المكتبية لجمهور المستفيدين.

4- تحرير نشرة العاملين في المكتبة والإشراف على إصدارها.

5- حث العاملين في المكتبة على إعداد وتقديم عروض الكتب الحديثة.

6- أن يعمل كمستشار بالنسبة للمعارض التي تعدها المكتبة.

7- اقتراح أفكار جديدة لتطوير قنوات الاتصال المناسبة سواء بين العاملين في المكتبة وإداراتهم أم بين العاملين والمستفيدين.

## النتائج والمناقشة:

بناءً على نتائج تفريغ الاستبانة، نبين فيما يلي العلاقة بين تنمية رأس المال الاجتماعي المتمثل بـ: التزام العاملين بأخلاقيات العمل، وبناء الثقة، وتنمية شبكات العلاقات الاجتماعية، واستثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمة المجتمع، وبين الترويج لنشاطات المكتبات العامة بالاعتماد على الانحدار البسيط وفق الآتي:

**نتائج الفرضية الأولى:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**الجدول (1) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل والترويج لنشاطاتها**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .814 | .663 | .658 | .14437 |

**الجدول (2) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل والترويج لنشاطاتها**

**ANOVA**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | .289 | 1 | .289 | 13.881 | .000 |
| | Residual | 2.897 | 139 | .021 | | |
| | Total | 3.186 | 140 | | | |

**الجدول (3) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل والترويج لنشاطاتها**

**Coefficientsa**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.873 | .063 | | 45.925 | .000 |
| | X1 | .068 | .018 | .814 | 3.726 | .000 |

يبين الجدول رقم ( 1) أن قيمة معامل الارتباط بلغت ( 0.814) بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين ، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط موجبة وطردية بينهما، أي أنّ التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة يساهم وبشكل إيجابي في الترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، وتدل قيمة معامل التحديد على أن (66.3%) من التباين الحاصل في الترويج لنشاطات المكتبات العامة يفسرها التزام العاملين بأخلاقيات العمل، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

ويبين الجدول رقم (2) أنّ قيمة (F) المحسوبة تساوي (13.881) وهي ترتفع عن قيمتها الجدولية (3.84) عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,139). كما يبين الجدول رقم (3) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.814)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الأولى ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة

طردية وقوية ذات دلالة معنوية بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**نتائج الفرضية الثانية:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**الجدول (4) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة والترويج لنشاطاتها**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .756 | .572 | .569 | .13885 |

**الجدول (5) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة والترويج لنشاطاتها**

**ANOVA**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | .507 | 1 | .507 | 26.279 | .000 |
| | Residual | 2.680 | 139 | .019 | | |
| | Total | 3.186 | 140 | | | |

**الجدول (6) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة والترويج لنشاطاتها**

**Coefficientsa**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.896 | .042 | | 69.433 | .000 |
| | X2 | .089 | .017 | .756 | 5.126 | .000 |

يبين الجدول رقم ( 4) أن قيمة معامل الارتباط بلغت ( 0.756) بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين ، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط مقبولة وطردية بينهما، أي أنّ بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة يساهم وبشكل إيجابي في الترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، وتدل قيمة معامل التحديد على أن ( 57.2%) من التباين الحاصل في الترويج لنشاطات المكتبات العامة يفسرها بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذا دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

ويبين الجدول رقم (5) أنّ قيمة (F) المحسوبة تساوي (26.279) وهي ترتفع عن قيمتها (3.84) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,139). كما يبين الجدول رقم (3) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.756)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الثانية ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة معنوية بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**نتائج الفرضية الثالثة:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**الجدول (7) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات والترويج لنشاطاتها**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .723 | .523 | .520 | .14139 |

يبين الجدول رقم ( 7) أن قيمة معامل الارتباط بلغت ( 0.723) بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين ، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط مقبولة وطردية بينهما، أي أنّ تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتباتيساهم وبشكل إيجابي في الترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، وتدل قيمة معامل التحديد على أن (52.3%) من التباين الحاصل في الترويج لنشاطات المكتبات العامة يفسرها تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذا دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

**الجدول (8) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات والترويج لنشاطاتها**

**ANOVA**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | .408 | 1 | .408 | 20.396 | .000 |
| | Residual | 2.779 | 139 | .020 | | |
| | Total | 3.186 | 140 | | | |

**الجدول (9) نتائج اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات والترويج لنشاطاتها**

**Coefficientsa**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.916 | .043 | | 68.256 | .000 |
| | X3 | .071 | .016 | .723 | 4.516 | .000 |

ويبين الجدول رقم (8) أنّ قيمة (F) المحسوبة تساوي (20.396) وهي ترتفع عن قيمتها (3.84) الجدولية عند مستوى دلالة (0.05) ودرجات حرية (1,139). كما يبين الجدول رقم (9) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.723)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة معنوية بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**نتائج الفرضية الرابعة:** لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استثمار إمكانات المكتبة العامة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

**الجدول (10) معاملا الارتباط والتحديد للعلاقة بين استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .701 | .491 | .488 | .13891 |

**الجدول (11) اختبار معنوية نموذج الانحدار للعلاقة بين استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها**

**ANOVA**

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Regression | .504 | 1 | .504 | 26.138 | .000 |
| | Residual | 2.682 | 139 | .019 | | |
| | Total | 3.186 | 140 | | | |

**الجدول (12) اختبار معنوية معاملات الانحدار للعلاقة بين استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها**

**Coefficientsa**

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 2.865 | .048 | | 59.921 | .000 |
| | X4 | .084 | .016 | .701 | 5.113 | .000 |

يبين الجدول رقم (10) أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.701) بين استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين ، وهي تدل على أن هناك علاقة ارتباط مقبولة وطردية بينهما، أي أنّ استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع يساهم وبشكل إيجابي في الترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، وتدل قيمة معامل التحديد على أن ( 49.1%) من التباين الحاصل في الترويج لنشاطات المكتبات العامة يفسرها استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع ، مما يدل على أن هناك أثراً هاماً ذو دلالة معنوية للمتغير المستقل في المتغير التابع.

ويبين الجدول رقم (11) أنّ قيمة (F) المحسوبة تساوي (26.138) وهي ترتفع عن قيمتها ( 3.84) الجدولية عند مستوى دلالة ( 0.05) ودرجات حرية ( 1,139). كما يبين الجدول رقم ( 12) أن قيمة معامل *Beta* تساوي (0.701)، وبما أنها معنوية $P = 0.000 < \alpha = 0.05$ فإننا نرفض الفرضية الرابعة ونقبل الفرضية البديلة، ونقر بوجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة معنوية بين استثمار إمكانات المكتبة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين.

## الاستنتاجات والتوصيات:

### الاستنتاجات:

1- تبين وجود علاقة طردية وقوية ذات دلالة إحصائية بين التزام العاملين بأخلاقيات العمل في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ ( 66.3%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها التزام العاملين بأخلاقيات العمل، حيث يتمتع العاملون بمستوى مقبول

من أخلاقيات العمل المكتبي والتي تسهم في استقطاب المستفيدين من خلال التعامل المريح معهم، وإسهامهم فيما يقدمون من نشاطات تعكس رغبة المكتبة في التواصل مع المجتمع.

2- تبين وجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة إحصائية بين بناء الثقة وتوطيد العلاقة بين مجتمع المكتبة العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ ( 57.3%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها بناء الثقة وتوطيد العلاقة مع مجتمع المكتبة، حيث يظهر العاملون عناية مقبولة للمستفيدين الذين يحتاجون المساعدة، إلى جانب الشفافية والتواصل الودي معهم، وإظهارهم لمستوى كفاءاتهم وخبراتهم التي تجعلهم محط ثقة من قبل المستفيدين.

3- تبين وجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة إحصائية بين تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية في المكتبات العامة والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ ( 52.3%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها تنمية شبكة العلاقات الاجتماعية، حيث يدرك العاملون أهمية العلاقات العامة في دعم أعمال المكتبة والتواصل مع جمهور المستفيدين.

4- تبين وجود علاقة طردية ومقبولة ذات دلالة إحصائية بين تنمية استثمار إمكانات المكتبة العامة لتحسين خدمات المجتمع والترويج لنشاطاتها بين جمهور المستفيدين، حيث أنّ ( 49.1%) من التغيرات الحاصلة في الترويج لنشاطات المكتبات العامة بين جمهور المستفيدين يفسرها تنمية استثمار إمكانات المكتبة العامة لتحسين خدمات المجتمع، حيث تبادر المكتبة إلى الإعلان عن برامج ترفيهية وخدمية لشرائح المجتمع، وتعمل من خلال ذلك على توسيع قاعدة المستفيدين من خلال استثمار مواردها لتحقيق هذا الهدف.

**التوصيات:**

1- التأكيد على زيادة اهتمام المكتبات العامة بتنمية رأس المال الاجتماعي لما له من دور في الترويج لنشاط المكتبات، وذلك من خلال الاهتمام بتنمية شبكة العلاقات المجتمعية، والالتزام بأخلاقيات العمل، واستثمار إمكانات المكتبة بشكل مناسب، وبناء الثقة وتحقيق الشفافية مع جمهور المستفيدين.

2- إقامة الدورات لتأهيل وتدريب العاملين في المكتبات العامة، وذلك لتطوير الجوانب الفنية والإدارية والمهارية والتسويقية.

3- ضرورة اهتمام المكتبات العامة بالترويج لخدمات المعلومات التي تقدمها لاستقطاب أكبر قدر ممكن من المستفيدين، والحصول على الدعم المالي المناسب من الإدارات العليا.

4- ضرورة أن تستخدم المكتبات العامة في التسويق لخدماتها قاعدة معلومات تتضمن بيانات عن المستفيدين وسماتهم وعناوينهم وتخصصاتهم، حيث تتولى المكتبة توجيه رسائلها الترويجية لفئات المستفيدين عبر مركز تقني معلوماتي يتولى بدوره توجيه كل رسالة إلى الفئات المطلوب توجيهها إليهم.

**المراجع:**

**المراجع العربية:**

1- المراد، نبال يونس محمد؛ حسن، محمد محمود الملا، *دور عناصر المزيج الترويجي في تسويق خدمة المعلومات للمستفيدين: دراسة استطلاعية لآراء عينة من المستفيدين من خدمة المعلومات في المكتبة العامة المركزية في جامعة الموصل*، مجلة تنمية الرافدين، العدد94، مجلد2009،31، 35-53.

2- الطائي، فيصل علوان، *المزيج التسويقي لخدمات المعلومات: نحو إستراتيجية لتطبيق المفاهيم التسويقية الحديثة في المكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات* ، مجلة المكتبات والمعلومات العربية، السنة 21، العدد 1، 2001، 71-103.

3- العبادي، هاشم فوزي، *دراسة العلاقة بين رأس المال البشري ورأس المال الاجتماعي: بحث استطلاعي لآراء عينة من التدريسيين في جامعة الكوفة* ، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، المجلد الثامن، العدد 31، 2014.

4- العنزي، سعد علي؛ صالح أحمد علي، *إدارة رأس المال الفكري في منظمات الأعمال*، دار اليازوري للتوزيع والنشر، عمان، الأردن، 2009، 368.

5- جودة، محفوظ، *التحليل الإحصائي المتقدم باستخدام SPSS*، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2008.

6- دياب، مفتاح محمد، *قضايا معلوماتية: اتجاهات حديثة في دراسة المعلومات* ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007، 58

7- زيبيري، رمضان، *مسؤولية رأس المال الاجتماعي تجاه تحقيق تنمية بشرية مستدامة* ، بحث مقدم إلى كلية الحقوق السياسية، جامعة الدكتور الطاهر مولاي – سعيدة، الجزائر، 2012، 13.

8- صادق، أمير محمد، *دور أخصائي المكتبات في تنمية الوعي الثقافي للمجتمع من خلال المكتبات العامة* ، ورقة عمل مقدمة إلى مؤتمر الاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات المنعقد في الإسكندرية، 2004، 5.

9- عبد الحميد، فادي، *المرجع في علم المكتبات*، دار المشرق الثقافي، عمان، الأردن، 2006، 110

10- عبد الهادي، محمد فتحي، *علم المكتبات والمعلومات المعاصر: مجتمع المعلومات بين النظرية والتطبيق*، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الثانية، 2008، 28.

11- عليان، ربحي مصطفى؛ الطوباسي، عدنان محمود، *الاتصال والعلاقات العامة* ، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005، 251.

12- متعب، حامد كاظم؛ كاظم، اياد كاظم، *دور رأس المال الاجتماعي في نقل المعرفة: دراسة تحليلية لآراء عينة من الهيئات التدريسية في جامعة القادسية* ، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 14، العدد 1، 2012.

13- نجم، عبود نجم، *إدارة المعرفة: المفاهيم والاستراتيجيات* والعمليات، دار الوراق، الطبعة الثانية، 2008، 174.

**المراجع الأجنبية:**

14- Audunson, R, Vàrheim, A., Aabø, S& Holm, E. D "*Public libraries, social capital and low intensive meeting places*" proceedings of sixth international conference on conception of library and information science – featuring the future , published in : information research,Vol.12, No.4, OCT, 2007.

15- Cohen, D. and Prusak, L. "*How to invest in social capital*", Harvard Business Review, Vol. 79 No. 5, 2001, 10.

16- Dakhli, Mourad & Dirk DE Clercq, "*Human capital, social capital, and innovation: a multicounty study*", Entrepreneurship &Regional Development, 16, March, 109.

17- Gachter, Martin & Savage, Davd & Torgler, Benno, "*The relationship between stress, strain and social capital*", Policing: An International Journal of Police Strategies & Management, Vol. 34 Iss: 3, 2012, 510.

18- Jerabek, Hynek, "*Social Capital Theory Towards a Methodological Foundation*", VS Verlag fur Sozialwissenschaften, Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH 2011, 40.

19- Jones, Tim & Taylor, Shirley, "*Service loyalty: accounting for social capital*", Journal of Services Marketing, Vol. 26 Iss: 1, 2012, 61.

20- Kiptot, Evelyne & Franzel, Steven, "*Voluntarism as an investment in human, social and financial capital: evidence from a farmer-to-farmer extension program in Kenya*", Agric Hum Values, 2014, 242.

21- Lock, Lee, Laurence, "*Corporate Social Capital and Firm Performance in the Global Information Technology Services Sector*", dissertation submitted inpartial fulfillment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy, The University of Sydney, 2008, 37.

22- Nisbet, Peter, "*Human capital vs social capital Employment security and self-employment in the UK construction industry*", International Journal of Social Economics, Vol. 34 No. 8, 2007, 528.

23- Prasad, Sameer & Tata, Jasmine & Guo, Xuguang, "*Sustaining small businesses in the United States in times of recession: Role of supply networks and social capital*", Journal of Advances in Management Research, Vol. 9 Iss: 1, 2012, 12.

24-Catherine A. Johnson "*Do public libraries contribute to social capital ? : A preliminary investigation into the relationship*" library & information science research, Vol.32, ISSUE2, APRIL, 2010.

25-Hillenbrand, Candy "*public libraries as developers of social capital*" Australian public libraries and information services. Vol.18, No.1, MAR, 2005.

26-Nahapiet, J. and Ghoshal, S., "*Social capital, intellectual capital and the organizational advantage*", Academy of Management Review, Vol. 23 No. 2, 1998, 66-242.