**كلية الآداب**

**قسم المكتبات والمعلومات**

العلاقات العامة والدعوة المكتبية فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية فى جمهورية مصر العربية

" دراسة ميدانية "

**بحث مقدم لنيل درجة الماجستير فى الآداب- قسم المكتبات والمعلومات**

إعــــــــداد

دعـــاء جــابر جـــلال محـمود

**معـيدة بقسم المكتبات والمعلومــات بكلية الآداب – جامعة بنها**

**إشـــــراف**

أ.د/ غــــادة عبد المنعــم موســى

**أستاذ علم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة الإسكندرية**

**ووكيل كلية الآداب لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة**

**إشــراف مشارك**

د/ شـــرين الســيد عــبده

**مدرس المكتبات والمعلومات كلية الآداب- جامعة بنها**

2016م

[www.benha-Univ.edu.eg](http://www.benha-Univ.edu.eg)

**بسم الله الرحمن الرحيم**

**" قالوا سبحانك لا علم لنا**

**الإ ما علمتنا إنك**

**أنت العليم الحكيم"**

**صدق الله العظيم**

**سورة البقرة : الآية (32)**

**إهــــداء**

**إلى نهرى العطاء و مكمن الدفء.. أبى و أمى**

**أمد الله بقاءهما وجزاهما عنى خير الجزاء**

**إلى ذاتى ورفيق دربى..زوجى الحبيب**

**جزاه الله عنى خير الجزاء، وأعاننى الله على بره وطاعته**

**وإلى زهرة فؤادى و قرة عينى.. أولادى.. عماد و عمر**

**أعاننى الله على حسن تربيتهم**

**شكر وتقدير**

بسم الله الرحمن الرحيم الحمد لله رب العالمين نحمده على نعمائه ونشكره على فضله وعطائه، فالحمد لله الذى هدانا لهذا وما كنا نهتدى لولا أن هدانا الله، والصلاة والسلام على المبعوث رحمة للعالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، أما بعد..

قال تعالى **" لئن شكرتم لأزيدنكم"** فلله الحمد والشكر على ما أنعم به على من عون على إتمام هذه الرسالة فله الحمد كما ينبغى لجلال وجهه وعظيم سلطانه.

وإنه لمن دواعى العرفان بالفضل أن أتوجه بأسمى آيات الشكر والتقدير إلى أستاذتى الجليلة

الأستاذة الدكتورة / غادة عبد المنعم موسى

**أستاذ المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة الإسكندرية** لما غمرتنى به من علم وخلق، فهى أستاذة جليلة، أستاذة أجيال نهلوا من علمها وتعلموا من شخصيتها وإنسانيتها فجزاها الله عنى خيراً كثيراً.

كما أتوجه بالشكر و التقدير إلى أستاذتى الفاضلة

الدكتورة / شرين السيد عبده

**مدرس المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة بنها**

لقبولها مهمة المشاركة فى الإشراف على هذه الرسالة، والتى أمدتنى بكثير من التوجيهات والنصائح والعون فلسيادتها منى كل الشكر والتقدير.

كما يشرفنى أن أتقدم بخالص الشكر وعظيم التقدير إلى السادة الأساتذة العلماء أعضاء لجنة الحكم والمناقشة

الأستاذ الدكتور/ أسامة حامد على

**أستاذ** **ورئيس قسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة بنها**

والأستاذة الدكتورة/ ميساء محروس أحمد

**أستاذ المكتبات والمعلومات المساعد بكلية الآداب-جامعة الإسكندرية**

على تفضل سيادتهما مشكورين بقبول مناقشة هذه الرسالة على النحو الذى تشرف به، فجزاهما الله كل الخير.

وعرفاناً بالجميل أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى

الدكتورة/ أمل عبد الفتاح، و الدكتورة/ نهى بشير

**بقسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة بنها**

لدعمهم الدائم للباحثة طوال إعداد هذا العمل فلهما منى كل الحب والتقدير.

ولا يفوتنى أن أتقدم بالشكر وعظيم التقدير إلى

أساتذتى وزملائى

**بقسم المكتبات والمعلومات بكلية الآداب- جامعة بنها**

كما يسعدنى ويشرفنى أن أرفع أسمى آيات الشكر والتقدير والعرفان إلى أناس هم منى بمنزلة الروح من الجسد لا أستطيع أن أوفيهم حقهم لعظيم ما حملونى به من جميل لا طاقة لى برده .

إلى **" زوجى الحبيب"** ورفيق دربى فهو نعم الشريك فى الحياة، وأتوجه إليه بالشكر الجزيل على دعمه الدائم ومساعدته لى فى إتمام هذا العمل، حيث كان خير عون لى طيلة فترة البحث، فجزاه الله عنى خير الجزاء.

كما أتقدم بالشكر إلى أحباب قلبى .. " **أولادى**" فهما النور الذى وضعه الله فى طريقى وأدين لهم بالكثير حيث قصرت فى حقهم طيلة إعداد هذا العمل.

ولا تسعنى الكلمات للإعتراف بفضل القلب الحنون ونهرى العطاء وملاذ الراحة والأمان **"أمى وأبى"** الحبيبين بارك الله فيهما وأثابهما عنى خيرالجزاء.

فلولا فضلهما ودعائهما لى لما تكنت من إعداد هذه الرسالة، فمهما أسردت من كلمات الشكر لن أوفيهما حقهما، أطال الله عمرهما وجزاهم عنى خيرالجزاء.

**وإليكم جميعا˝ قطرات من فيض عطائكم**

**قائمة المحتويات**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| الموضــــــــــــــوع | | الصفحة | | |
| الفصــل التمهيدى  مقدمة الرسالة | | | |
| **0/0 تمهيد** | | **3** | | |
| **0/1 مشكلة الدراسة** | | **5** | | |
| **0/2 أهمية الدراســة** | | **5** | | |
| **0/3 أهداف الدراسة** | | **6** | | |
| **0/4 تســــاؤلات الدراسة** | | **6** | | |
| **0/5 تحديد مجتمع الدراسة و العينة** | | **7** | | |
| **0/5/1 تحديد مجتمع الدراسة** | | **7** | | |
| **0/5/2 أختيار عينة الدراسة** | | **8** | | |
| **0/6 حــــدود الدراســــــة** | | **10** | | |
| **0/7 منهج الدراســــة وأدواتها** | | **10** | | |
| **0/7/1 منهـج الدراســــة** | | **10** | | |
| **0/7/2 أدوات جمع البيانــات** | | **11** | | |
| **0/8 مصطلحـــات الدراسة** | | **13** | | |
| **0/9 الدراســــــات السابقــة** | | **15** | | |
| **0/9/1 الدراســــات العربية** | | **16** | | |
| **0/9/2 الدراســـات الأجنبية** | | **21** | | |
| **0/10 البنية العامــــة للدراسة** | | **24** | | |
| الفصل الأول  العلاقات العامة فى المكتبات : مدخل نظرى | | | |
| **1/0 تمهيد** | **29** | | | |
| **1/1 مفهوم العلاقات العامة** | **32** | | | |
| **1/1/1 مفهوم العلاقات العامة لغوياً** | **32** | | | |
| **1/1/2 مفهوم العلاقات العامة إصطلاحياً** | **32** | | | |
| **1/1/2/1 تعريف المعهد البريطاني للعلاقات العامة** | **33** | | | |
| **1/1/2/2 تعريف وزارة الإعلام الفرنسية** | **34** | | | |
| **1/2 العلاقات العامة والأنشطة الإتصالية الأخرى** | **35** | | | |
| **1/2/1 الإعــــلام** | **35** | | | |
| **1/2/2 الإعـــلان** | **36** | | | |
| **1/2/3 الدعـــاية** | **37** | | | |
| **1/2/4 الترويــج** | **38** | | | |
| **1/2/5 التسويق** | **39** | | | |
| **1/3 نشأة العلاقات العامة وتطورها** | **41** | | | |
| **1/4 وظــــائف العلاقات العامة** | **45** | | | |
| **1/5 أهـــداف العلاقات العامة** | **47** | | | |
| **1/6 أهمية العلاقات العامة في المكتبات** | **49** | | | |
| **1/7 الأسس التي تعتمد عليها العلاقات العامة** | **50** | | | |
| **1/8 جمهــــور العلاقـــات العامــــة** | **52** | | | |
| **1/9 وسائل وأساليب العلاقات العامة** | **54** | | | |
| **1/9/1 أهداف الإتصال في العلاقات العامة** | **55** | | | |
| **1/9/2 خصائص الإتصال** | **55** | | | |
| **1/9/3 وسائل وأساليب الإتصال في العلاقات العامة** | **59** | | | |
| **1/9/3/1 الوسائل الإتصالية المكتوبة** | **61** | | | |
| **1/9/3/1/1 مجلة المنشأة** | **61** | | | |
| **1/9/3/1/2 النشــــرات** | **62** | | | |
| **1/9/3/1/3 الكتيبـــــات** | **63** | | | |
| **1/9/3/1/4 التقارير السنوية والدورية** | **63** | | | |
| **1/9/3/1/5 الصحف** | **64** | | | |
| **1/9/3/1/6 المجلات / الدوريات** | **65** | | | |
| **1/9/3/1/7 مجلة الحائط** | **66** | | | |
| **1/9/3/1/8 البريد المباشر** | **67** | | | |
| **1/9/3/2 الوسائل الإتصالية الشفوية المباشرة** | **68** | | | |
| **1/9/3/2/1 المناقشات** | **68** | | | |
| **1/9/3/2/2 الخُطب** | **69** | | | |
| **1/9/3/2/3 المؤتمرات** | **70** | | | |
| **1/9/3/2/4 المناظرات** | **71** | | | |
| **1/9/3/2/5 الأجتماعات** | **71** | | | |
| **1/9/3/3 وسائل إتصالية غير مباشرة** | **72** | | | |
| **1/9/3/3/1 الإعلان في التليفزيون** | **72** | | | |
| **1/9/3/3/2 الإعلان في الراديو** | **74** | | | |
| **1/9/3/3/3 الملصقات** | **75** | | | |
| **1/9/3/3/4 اللوحة الإعلانية** | **76** | | | |
| **1/9/3/3/5 المعارض** | **77** | | | |
| **1/9/3/4 وسائل إتصالية إلكترونية** | **78** | | | |
| **1/9/3/4/1 التليفون** | **78** | | | |
| **1/9/3/4/2 الإتصال الرقمي** | **79** | | | |
| **1/10 تخطيط العلاقات العامة فى المكتبات** | **82** | | | |
| **1/10/1 مفهــــوم التخطيط** | **83** | | | |
| **1/10/2 أهــــداف التخطيط** | **84** | | | |
| **1/10/3 أهميــــــة التخطيط** | **85** | | | |
| **1/10/4 مقومات التخطيط** | **86** | | | |
| **1/10/5 متطلبات التخطيط** | **86** | | | |
| **1/10/6 مزايـــــــــــا التخطيط** | **87** | | | |
| **1/10/7 خطوات عملية التخطيط** | **88** | | | |
| **1/10/7/1 تحليل الموقف** | **88** | | | |
| **1/10/7/2 تحديد الأهداف** | **89** | | | |
| **1/10/7/3 تحديد الجمهور** | **90** | | | |
| **1/10/7/4 تحديد الميزانية** | **90** | | | |
| **1/10/7/5 تحديد سبل وقنوات الإتصال المناسبة** | **91** | | | |
| **1/10/7/6 تقويم الخطة** | **92** | | | |
| **1/10/7/6/1 أهداف التقويم** | **93** | | | |
| **1/10/7/6/2 أهمية التقويم** | **93** | | | |
| **1/11 الخلاصة** | **94** | | | |
| الفصل الثانى  مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية | | | |
| **2/0 تمهيد** | **97** | | | |
| **2/1 المقومات المادية** | **100** | | | |
| **2/1/1 الموقع والمبنى** | **101** | | | |
| **2/2 الأحتياطــــات الأمنية** | **108** | | | |
| **2/3 الميزانية والموارد المالية** | **110** | | | |
| **2/4 المقومـــات البشرية** | **113** | | | |
| **2/4/1 العاملون والموارد البشرية** | **113** | | | |
| **2/4/2جمهـــور المستفيدين** | **117** | | | |
| **2/5 الخدمــــات المكتبية** | **119** | | | |
| **2/5/1 الأطــلاع الداخلـي** | **120** | | | |
| **2/5/2 الإعـارة الخارجية** | **121** | | | |
| **2/5/3 خدمة الإحاطة الجارية** | **125** | | | |
| **2/5/4 خدمة التصــوير** | **126** | | | |
| **2/5/5 خدمــة الترجمــة** | **126** | | | |
| **2/5/6 خدمــات مرجعية** | **127** | | | |
| **2/6 العلاقـــات العامـــة** | **128** | | | |
| **2/6/1 أهــــداف العـلاقات العامـــة** | **129** | | | |
| **2/6/2 أنشطــة العـلاقـــات العامــة** | **130** | | | |
| **2/6/3 خطــة العلاقـــات العامـــة** | **132** | | | |
| **2/7 الخلاصـــة** | **133** | | | |
| الفصـل الثالث  مدى تأثيرالخدمات المكتبية فى التردد على مكتبات  المراكز الثقافية الأجنبية | | | |
| **3/0 تمهـيد** | **137** | | | |
| **3/1 معدل التردد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | **137** | | | |
| **3/1/1 تأثير النوع على معــدل التردد** | **140** | | | |
| **3/1/2 تأثير مواعيد فتح المكتبة على إستخدام المكتبة** | **141** | | | |
| **3/1/3 تأثير الوظيفة على معدل التردد** | **142** | | | |
| **3/1/4 تأثير المكتبة نفسها على معدل التردد** | **144** | | | |
| **3/1/5 تــأثير الجنسية علــى معــدل التردد** | **147** | | | |
| **3/2 طـــرق إعـلام المستفيدين بالمكتبة** | **148** | | | |
| **3/3 أغــراض التردد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | **150** | | | |
| **3/4 المـــواد المكتبية** | **154** | | | |
| **3/4/1 الموضوعـــات التي يبحث عنها المترددين** | **154** | | | |
| **3/4/2 أشكـــال مصــادر المعلومـــات** | **156** | | | |
| **3/5 الخدمــــات المكتبية** | **158** | | | |
| **3/5/1 إستعارة المـــــواد المكتبية** | **165** | | | |
| **3/5/2 طـــرق توصيل الخدمـــات** | **167** | | | |
| **3/6 الخلاصــــة** | **170** | | | |
| الفصل الرابع  واقــع وأســـاليب العلاقــات العامــة والدعــوة المكتبية فــي مكتبات المراكــــز الثقافـية الأجنبـية | | | |
| **4/0 تمهيد** | | **174** | | |
| **4/1 العلاقات العامة والدعوة المكتبية** | | **174** | | |
| **4/2 أشكــــال الدعوة المكتبية** | | **176** | | |
| **4/3 وسائل العلاقــــات العامة** | | **181** | | |
| **4/3/1 الإتصــــال الشخصــي** | | **181** | | |
| **4/3/2 المؤتمــرات والندوات** | | **183** | | |
| **4/3/3 مطبوعـــات المكتبــة** | | **187** | | |
| **4/3/4 المعـــارض المكتبية** | | **189** | | |
| **4/3/5 مجلــة الحائـــــــــط** | | **193** | | |
| **4/3/6 المواقع الإلكترونية** | | **194** | | |
| **4/4 مشكـــلات المستفيدين** | | **198** | | |
| **4/5 الخلاصـــــة** | | **208** | | |
| خاتمة الدراســـة | | | |
| **أولاً: نتائج الدراســـة** | | **210** | | |
| **ثانياً: توصيات الدراسة** | | **215** | | |
| **قائمة المصادر والمراجع** | | **217** | | |
| ملاحــق الدراســة | | | 218 |
| الملحق الأول**: الإستبيان** | | | |
| الملحق الثانى**: قائمة المراجعة** | | | |
| الملحق الثالث**: السادة المحكمين** | | | |
| الملحق الرابع**: التصريحات التى تم الحصول عليها لتطبيق الإستبيان داخل مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | | | |
| الملحق الخامس: **بعض الصور من داخل مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | | | |

**قائمة الجداول**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| رقم الجدول | أسم الجدول | الصفحة |
| 1 | **الوحــــدات الموجــــودة فى مكتبات المراكـــــز الثقافيـــــة الأجنبية** | 105 |
| 2 | **أعداد العاملين ومؤهلاتهم فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 114 |
| 3 | **نوع العاملين فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 115 |
| 4 | **الخدمات التى تقدمها مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 120 |
| 5 | **نظام الإعارة في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 122 |
| 6 | **معدل تردد الأفراد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 138 |
| 7 | **العلاقة بين النوع ومعدل التردد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 140 |
| 8 | **مدى ملائمة مواعيد فتح المكتبة** | 141 |
| 9 | **العلاقة بين وظيفة المتردد ومعدل التردد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 142 |
| 10 | **تأثير المكتبة ذاتها على معدل التردد عليها** | 144 |
| 11 | **جنسية المترددين على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 147 |
| 12 | **مدى العلم بوجود مكتبة المركز الثقافي الأجنبي** | 148 |
| 13 | **أغــــراض تردد المستفيدين على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 151 |
| 14 | **الموضوعــــات التي يبحث عنها المترددين في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 154 |
| 15 | **أشكال مصادر المعلومات التي يتعامل معها المترددين على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 157 |
| 16 | **الخدمــــات المكتبية التي تقدمها مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية ومدى الأستفادة منها** | 159 |
| 17 | **متوسط قيم أختيارات المستفيدين من الخدمات المكتبية فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 163 |
| 18 | **المــــواد المرُاد إستعارتها من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 165 |
| 19 | **مدى أستفادة المترددين على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية من خدمة الإستعارة** | 167 |
| 20 | **الطرق المستخدمة فى توصيل الخدمات إلى المستفيدين من المكتبات الأجنبية** | 169 |
| 21 | **مجهودات المكتبات الأجنبية في الترويج عن نفسها وعن خدماتها** | 177 |
| 22 | **مدى قدرة مجهودات المكتبة في الإعلان عن نفسها** | 179 |
| 23 | **جوانب إستخدام الإتصال الشخصي في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 182 |
| 24 | **مدى حضور المستفيدين من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية للمؤتمرات والندوات** | 184 |
| 25 | **مدى حضور المستفيدين للمؤتمرات والندوات بأستبعاد من يأتي لأول مرة** | 186 |
| 26 | **مدى تعامل المترددين على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية مع مطبوعات المكتبة** | 187 |
| 27 | **مدى تردد المستفيدين على المعارض المكتبية** | 189 |
| 28 | **مدى تردد المستفيدين على المعارض المكتبية بأستبعاد من يأتي لأول مرة** | 190 |
| 29 | **وجهة نظر رواد المكتبات الأجنبية في المعارض المكتبية** | 191 |
| 30 | **معـــدل إستخـــــدام مجلة الحـــائط** | 193 |
| 31 | **مدى علم المستفيدين من المكتبات الأجنبية بوجود مواقع إلكترونية خاصة بالمكتبة** | 195 |
| 32 | **مدى إستفـــــادة رواد المكتبات الأجنبية من مواقعها الإلكترونية** | 197 |
| 33 | **مشكــــــــلات المستفيدين من مكتبات المراكــــــز الثقافية الأجنبية** | 200 |

**قائمة الأشكال**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| رقم الشكل | أســـم الشكل | الصفحة |
| 1 | **عناصر عملية الإتصال فى العلاقات العامة** | 56 |
| 2 | **صفات الرسالة الجيدة** | 58 |
| 3 | **نـــــوع العاملين فى مكتبات المراكــــز الثقافية الأجنبية** | 115 |
| 4 | **أعداد العاملين ومؤهلاتهم فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 116 |
| 5 | **المواد المسموح بإعارتها فى مكتبات المراكــز الثقافية الأجنبية** | 123 |
| 6 | **معــــدل تردد الأفـــــراد على مكتبات المراكــز الثقافية الأجنبية** | 139 |
| 7 | **العلاقة بين النوع ومعدل التردد على المكتبات الأجنبية** | 140 |
| 8 | **مــــدى ملائمة مــــواعيد فتح المكتبة بالنسبة للمترددين** | 141 |
| 9 | **العلاقة بين وظيفة المترددين ومدى ملائمة مواعيد فتح المكتبة** | 143 |
| 10 | **جنسية المترددين علــــى مكتبات المراكــــز الثقافيــة الأجنبية** | 147 |
| 11 | **وسائل ساعدت فى التعرف على مكتبة المركز الثقافى الأجنبى** | 149 |
| 12 | **الموضوعات التى يبحث عنها المترددين فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 155 |
| 13 | **أشكال مصادر المعلومات التى يتعامل معها المترددين على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 158 |
| 14 | **الخدمات المكتبية التي تـقدمها مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية ومدى الأستفادة منها** | 161 |
| 15 | **مدى الأستفادة من خدمة الإستعارة فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 168 |
| 16 | **آراء المترددين عن قدرة مجهودات المكتبات الأجنبية فى الإعلان عن نفسه** | 180 |
| 17 | **جوانب إستخدام الإتصال الشخصى فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 183 |
| 18 | **مدى حضور المستفيدين للمؤتمـــرات والندوات فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 186 |
| 19 | **مدى تعامل المترددين مع مطبوعات المكتبات الأجنبية** | 188 |
| 20 | **مـــدى تردد المستفيدين لمعــــارض المقتنيات المكتبية** | 190 |
| 21 | **وجهة نظر رواد المكتبات الأجنبية فى المعارض المكتبية** | 192 |
| 22 | **معدل إستخدام المترددين لمجلة الحائط فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية** | 194 |
| 23 | **مدى علم المستفيدين بوجود مواقع إلكترونية خاصة بالمكتبة** | 196 |
| 24 | **مدى إستفادة رواد المكتبات الأجنبية من مواقعها الإلكترونية** | 198 |

**الفصل التمهيدى**

**الفصل التمهيدى**

**مقدمــة الرســــــالة**

0/0 تمهيد

0/1 مشكلة الدراسة

0/2 أهمية الدراسة

0/3 أهداف الدراسة

0/4 تساؤلات الدراسة

0/5 مجتمع الدراسة والعينة

0/6 حدود الدراسة

0/7 منهج الدراسة وأدواتها

0/8 مصطلحات الدراسة

0/9 الدراسات السابقة

0/10 البنية العامة للدراسة

**الفصل التمهيدى**

**مقدمة الدراسة**

0/0 تمهيد

لقد أصبحت المكتبات في حاجة ماسة إلى ربط العلاقة بينها وبين جمهور المستفيدين منها بعلاقات طيبة تعمل على كسب ثقة هذا الجمهور ودعمه لهذه المكتبات، وذلك من خلال معرفة آرائه وأتجاهاته وميوله، ووضع مصلحته في عين الأعتبار، فوجود مثل هذه العلاقات الطيبة بين المكتبة وجمهور المستفيدين منها يعتبر بمثابة الضمان الذي يجعل جمهور المستفيدين يتفهم لسياسة هذه المكتبة وأوضاعها وطرقها ويدعم أفكارها، وكذلك يقتنع ويقبل على الخدمات التي تقدمها هذه المكتبات، وهذه العلاقة لن تأتي إلا عن طريق العلاقات العامة التي تهدف بأستمرار إلى إقامة روابط التفاهم المتبادل بين المكتبة وجمهور المستفيدين منها.

فالعلاقات العامة هي فن الإتصال الإنساني الذي يسعى دائماً إلى إقامة علاقات متميزة بين المكتبة وجمهور مستفيديها قائمة على الثقة والأحترام والتقدير والمصلحة المتبادلة، والعلاقات العامة بشكل عام ليست موضوعاً مستحدثاً إنما يرجع تاريخها إلى تطور العلاقات البشرية منذ ظهور الإنسان البدائي الذي بدأ يبتكر العديد من وسائل الإتصال التي تمكنه من أن يتفاعل مع غيره.

أما العلاقات العامة في المكتبات بشكل خاص كذلك لم تكن مستحدثة وإنما وجدت في المكتبات القديمة حيث كانت توضع قوائم الكتب في تلك المكتبات القديمة كوسيلة لتعريف جمهور المستفيدين بأوعية المعلومات لتعريف المستفيدين بها، وكطريقة لجذبهم إليها([[1]](#footnote-1))، ولكن مثل هذه الأدوات لم تعد كافية ومؤثرة على جمهور المستفيدين في عصرنا الحالي الذي يتسم بالتطور المستمر والتعقيد، وتعدد حاجات الأشخاص وتنوع رغباتهم.

وتعتبر مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية نوع خاص ومتميز من المكتبات، سواء من ناحية الأهداف التي أنشأت من أجلها أو من حيث الجهة التي تتبعها هذه المكتبات، بالإضافة إلى أوعية المعلومات التي تقتنيها والخدمات التي تقدمها.

فكان الهدف الأساسي لهذه المكتبات السعي لنشر ثقافة الدولة التابع لها المركز الثقافي، ومنها ما هو سياسي، وكذلك التعريف بتراث وثقافة تلك الدولة، وذلك من خلال ما تقتنيه هذه المكتبات من أوعية معلومات تنوعت في أشكالها وموضوعاتها، بالإضافة إلى ما تقدمه هذه المكتبات من خدمات وأنشطة ثقافية وتعليمية([[2]](#footnote-2)1).

وبسبب نشأة وتطور وظيفتى التسويق والعلاقات العامة عن مجالات أخرى، كالعلوم السلوكية والتجارية والإدارية، فقد كانت العلاقات العامة تقابل باللامبالاة من قبل أخصائي المكتبات، فقد أعتبرها البعض من الأنشطة التي قد تنقص من قدر أخصائي المكتبات ومراكز المعلومات، وقد يعتقد البعض الأخر أن المكتبات كمؤسسات خدمية لا تهدف للربح، ليست في حاجة للإعلان عن نفسها ودعم علاقاتها بالآخرين سواء كانوا أفراد أو هيئات أو شركات ومنظمات، لأنهم يروا أن المكتبات بطبيعتها يجب أن تكون واضحة للجميع وأن يسعى إليها فقط من يحتاج إليها، على أعتبار أن المكتبات أكثر وقاراً من وجهة نظرهم من أن تدخل إليها تقنيات العلاقات العامة والتسويق كأساليب تجارية(2).[[3]](#footnote-3)

0/1 مشكلة الدراسة

يدور موضوع الدراسة حول موضوع العلاقات العامة والدعوة المكتبية في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية، حيث تعتبر العلاقات العامة والدعوة المكتبية من العمليات التي يختلف عليها أخصائي المكتبات فيما إذا كانت تدخل ضمن العمليات الفنية أو الخدمات المكتبية أو الأنشطة الثقافية.

ولقد لوحظ أن الكثير من الأشخاص ليس لديهم خلفية عن وجود مكتبات خاصة بالمراكز الثقافية الأجنبية، فقد لوحظ أن مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية في مصر لا تسعى إلى أجتذاب القراء والمستفيدين للأستفادة من مكتباتها، كما أنها لا تقوم بالإعلان عن نفسها وعن خدماتها وأنشطتها للجمهور المتوقع أن يستفيد منها، وإنما تكون معلومة فقط لمن هم يترددوا بالفعل على مثل هذه المكتبات، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى دراسة موضوع العلاقات العامة والدعوة المكتبية في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية في مصر، للتعرف على مدى وجود برامج للعلاقات العامة في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية، ومدى فاعلية هذه البرامج حين تكون موجهة لجذب المستفيدين إلى تلك المكتبات.

بالإضافة إلى قلة الدراسات التي تتناول العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات، حيث لم يفرد لها سوى دراستين فقط، أما دون ذلك فكانت دراسات وبحوث أكاديمية تناولت العلاقات العامة في المكتبات كجزئية داخل الموضوع الأساسي.

0/2 أهمية الدراسة

تأتي أهمية هذه الدراسة من الأهمية التي تمثلها مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بما تقنيه من أوعية هامة سواء للعاملين في تلك المراكز الثقافية أو بالنسبة لجمهور المستفيدين من هذه المكتبات، بالإضافة إلى المكانة التي تحتلها هذه المراكز الثقافية وخاصة أنها تكون تابعة لسفارات الدول الأجنبية، وبالتالي يتم التعرف على ثقافة وتراث هذه الدول، و تأتي أهمية هذه المكتبات في مقابل الخدمات التي تقدمها والأنشطة التي تقام داخل هذه المراكز الثقافية سواء الثقافية أو التعليمية أو الترفيهية، ومن ثم ضرورة الإعلان عن المراكز الثقافية الأجنبية بشكل عام، وعن مكتباتها بشكل خاص، و ضرورة الإعلان عن ما بها من مقتنيات وخدمات.

0/3 أهداف الدراسة

جاءت أهداف هذه الدراسة فيما يلي :

0/3/1 دراسة ووصف العلاقات العامة في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية الموجودة في مصر

0/3/2 دراسة أشكال العلاقات العامة التي تتبعها مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية في مصر لتنشيط الإستخدام

0/3/3 التعرف على وسائل العلاقات العامة والدعوة المكتبية وأثرها في أكتساب الجمهور

0/3/4 التعرف على المميزات والعيوب الخاصة بوسائل العلاقات العامة في المكتبات

0/3/5 دراسة ومعرفة آراء جمهور المستفيدين من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية حول وسائل العلاقات العامة المستخدمة في هذه المكتبات

0/3/6 دراسة مفهوم تخطيط برامج وخطط العلاقات العامة في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية

0/4 تساؤلات الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى الإجابة على التساؤلات التالية:

0/4/1 ما مفهوم العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات؟

0/4/2 ما أهــــــــــداف العلاقـــات العامـــــة بشكل عــــــــــــام؟

0/4/3 ما العلاقة بين المصطلحات التالية: العلاقات العامة، التسويق، الدعاية، الإعلان، والترويج؟

0/4/4 ما وسائل العلاقات العامة في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية؟

0/4/5 ما البرامج الحالية التي تقوم بها المكتبات لتحقيق أهداف العلاقات العامة والدعوة المكتبية والتسويق لخدماتها، وما هي وسائل هذه البرامج؟

0/4/6 ما متطلبات ومراحل تخطيط برامج العلاقات العامة والدعوة المكتبية في مكتبات المراكز الثقافية؟

0/4/7 هل يتم وضع خطة مسبقة للعلاقات العامة في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية؟

0/5 مجتمع الدراسة والعينة

0/5/1مجتمع الدراسة:

كان الأتجاه فى بداية التفكير فى الرسالة نحو شمولها للمراكز الثقافية الأجنبية الموجوده فى جميع محافظات مصر، وبأستقراء واقع هذه المراكز لوحظ أنه يتواجد فى جمهورية مصر العربية العديد من المراكز الثقافية الأجنبية التى تمركز فى محافظتى القاهرة والإسكندرية**([[4]](#footnote-4)1)**.

حيث يوجد فى القاهرة الكبرى(16) مركز ثقافى أجنبى :

المركز الثقافى الفرنسى بمصر الجديدة

المركز الثقافى الأمريكى المركز الأكاديمى الإســـرائيلى

المركــز الثقافــــى الفرنســى بالمنيرة

المركـــز الثقافى اليابــانى مركز البحوث الأمريكى

المعهد الثقافى الألمانى-جوته المركز الثقافى الإيطالـــى

المركـــــــــــــــــــز الثقافى الأسبانـــى

المركــــــــــــز الثقافى الـــروسى المركـــــــــز الثقافــــــــى الهندى المركــــــــــــــــز الثقافــــــــــى البريطانى

المجلـــــــس الثقافــــــــى المجــــــــــــرى المركز الثقافـــــــى اليونانــــى

المركــــــز الثقافــــــــــى الصينى

المعهــــــد الهــــــــــــــــولندى الفلمنكـــــــــــــــــــــــــــــــــى

أما المراكز الموجودة فى الإسكندرية عددها(7):

* المركــــــــــــز الثقافـــى الأمريكى
* المركز الثقافى الألمانى-جوته
* المركــــــــــــــــــــز الثقافـــى الروسى
* المركــــــــــــــــــــز الثقافى الفرنسـى
* المركـــــــــــــــــــــز الثقافى الأسبانى
* المركـــــــــــــــــز الثقافـــى اليونانــى
* المجلــــس الثقافــــى البريطــانى

0/5/2 أختيار عينة الدراسة :

أعتمدت الباحثة فى هذه الدراسة على العينة العمدية من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية على أن تكون بنسبة 50% من مجتمع الدراسة، وذلك بناء على عدة معايير وأسس لأختيار المراكز الثقافية الأجنبية محل الدراسة،

وهذه المعايير كانت كالتالى:

* المراكـــــــــز التى يتوافــــــــــر بها مكتبة فى الأســـــاس
* المراكـــــــــز التى يتوافر بها وسائل الدعوة المكتبية
* علاقـــــــــة المكتبة بالمجتمــــــــع المحيط بالمركــــــــــــز

وبعد مسح جميع المراكز الثقافية فى بداية الدراسة وجد أن هناك العديد من المراكز قد تم إغلاقها نظراً للأحداث السياسية التى كانت تمر بها مصر، إلى جانب بعض المراكز التى أكتفت بإغلاق مكتبتها نظراً لضعف الإقبال عليها، كما أن بعض المراكز كانت تغير من موقعها والمبنى الخاص بها أثناء الدراسة فتم أستبعادها كالمركز الثقافى الهندى.

ولذا وقع الأختيار على المراكز الثقافية التالية لتكون محل هذه الدراسة

**المركز الثقافي الفرنسي بالقاهرة (فرع مصر الجديدة)**

**المركز الثقافي الروسي بالقاهــرة المركـز الثقافي الألماني بالقاهرة**

**المركـز الثقافي الأسباني بالقاهرة المركز الثقافي الإيطالي بالقاهرة**

**المركز الثقافي البريطاني بالقاهرة المركز الثقافي الألماني بالإسكندرية**

**المركز الثقافي الفرنسي بالإسكندرية المركز الثقافي الروسي بالإسكندرية**

**المركــز الثقافـــي اليوناني بالإسكندرية**

0/6 حـدود الدراســـة

**0/**6/1 الحدود الموضوعية:

يدور المجال الموضوعى للدراسة حول موضوع العلاقات العامة والدعوة المكتبية فى مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية

0/6/2 الحــــدود المكانية:

تناولت هذه الدراسة المراكز الثقافية الأجنبية الموجودة فى جمهورية مصر العربية، حيث تواجدت جميع هذه المراكز في القاهرة والإسكندرية

0/6/3 الحـــدود الزمنية:

يقع الإطار الزمنى لهذه الدراسة فى الفترة الزمنية من 2010 حتى عام 2015

0/7 منهج الدراسة وأدواتها

0/7/1 منهج الدراسة:

إن طبيعة الموضوع الذي تتناوله الدراسة المتعلق بالعلاقات العامة والأنشطة والخدمات الموجودة في كل مكتبة من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية الموجودة في جمهورية مصر العربية (محل الدراسة)، يلزم علينا إستخدام منهج البحث المسحي الميداني، ذلك المنهج الذي يستخدم طريقة منظمة لتحليل وتفسير وتصوير وتشخيص الوضع الراهن لمؤسسات المعلومات والمستفيدين منها وما يرتبط بها([[5]](#footnote-5)1).

ولقد مرت الدراسة بعدة مراحل رئيسية:

* مرحلة التجميع للكتابات النظرية والإطلاع على ما تم كتابته من كتب ومقالات بحيث يتم تغطية الموضوع نظرياً، إلى جانب الأطلاع على الدراسات السابقة ذات العلاقة بالدراسة.
* المسح الميدانى لمجتمع الدراسة المتمثل فى المراكز الثقافية الأجنبية الموجودة فى جمهورية مصر العربية، ومن ثم أختيار العينة التى يتم دراستها بناءً على عدد من الأعتبارات.
* قامت الباحثة بصياغة إستبيان خاص بالمستفيدين من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية ( العينة المدروسة) لتجميع البيانات اللازمة عن الدراسة.
* تجميع البيانات التى وردت من خلال الإستبيانات ووضعها فى جداول، للقيام بتحليلها والتعليق عليها.
* من خلال البحث الميدانى تم التوصل إلى مجموعة من النتائج وبناءً عليها تم أقتراح عدد من التوصيات.

0/7/2 أدوات جمع البيانات:

أعتمدت هذه الدراسة على أكثر من أداة لجمع البيانات اللازمة وهذه الأدوات هى كالتالي :

0/7/2/1 الملاحظة المباشرة:

حيث تتيح الملاحظة المباشرة فرصة لمراقبة الوضع داخل المكتبة، وكذلك المعايشة لأنشطة مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية مع الحرص على حضور بعض الندوات والمحاضرات والمعارض التي تقام داخل هذه المكتبات، هذا بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لمراقبة المستفيدين والعاملين داخل المكتبة على السواء.

0/7/2/2 المقابلة الشخصية:

سواء كانت هذه المقابلات منضبطة أو غير منضبطة مع مديري مكتبات المراكز الثقافية أو من ينوب عنهم، وكذلك مسئولي العلاقات العامة في المكتبات، بالإضافة إلى التحدث مع المستفيدين بشكل غير رسمي مما كان له الفضل في الحصول على الكثير من المعلومات التي أفادت البحث والدراسة.

0/7/2/3 الإستبيان:[[6]](#footnote-6)(1)

هو عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي توجه لمجتمع البحث تصاغ بطريقة فنية معينة تدور حول جوانب الظاهرة المدروسة وتساعد الإجابات الواردة عليها في أختبار وتحقيق الفروض التي وضعت سلفا[[7]](#footnote-7)(2)، ولقد قامت الباحثة بوضع إستبيان خاص بالمستفيدين من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية في جمهورية مصر العربية، وقد تم تحكيم الاستبيان بواسطة أساتذة علم المكتبات والمعلومات، وكذلك أساتذة العلاقات العامة والإعلام،[[8]](#footnote-8)(3) وبناء عليه تم إجراء بعض التعديلات حيث تم حذف، إضافة، وتعديل بعض الأسئلة.

ويجدر بالقول أنه قد تم الأعتماد على دراسة الماجستير الخاصة بالدكتورة جيهان محمود[[9]](#footnote-9)(4)في وضع هذا الإستبيان بنسبة 40% من أسئلة الإستبيان الخاص بالمستفيدين في هذه الدراسة.

0/7/2/4 قائمة المراجعة: [[10]](#footnote-10)(1)

أستعانت الباحثة بقائمة المراجعة كأداة لجمع البيانات، وذلك لأنها سوف تفيد في الحصول على معلومات عامة عن كل مكتبة

0/8 مصطلحــات الدراســـة

0/8/1 العلاقـات العامـة:

هي وظيفة إدارية تساعد في تحديد أهداف المنظمة وتسهل التغيير فيها، ويقوم ممارسو العلاقات العامة بالإتصال مع الجمهور الداخلي والخارجي الذين لهم صلة، وذلك لخلق تماسك بين أهداف المنظمة والتوقعات المجتمعية.[[11]](#footnote-11)(1)

0/8/2 المراكز الثقافية الأجنبية:

هى عبارة عن مراكز تهدف إلى التعريف بثقافة دولة المركز وتقدمها بصورة لائقة إلى البلد المضيف لها، وذلك من خلال مصادر المعلومات الموجودة فى مكتبة المركز الثقافى أو من خلال تقديم بعض الأنشطة والأحتفالات التى تعبر عن طقوس الدولة الأجنبية وعاداتها وتقاليدها.

0/8/3 التسويق:

هو وظيفة إدارية تشمل مجموعة من الأنشطة المتكاملة التي تسبق إنتاج السلعة أو الخدمة، والتي تبذل بعد إنتاجها، وهي علاقة تبادل تتأثر بظروف البيئة، ويهدف إلى أنتقال وتدفق السلعة أو الخدمات من مركز إنتاجها إلى المستفيدين النهائيين للوصول إلى درجة الإشباع، ولتحقيق ذلك فإن التسويق يسعى إلى تقديم المنشأة بأسلوب يعكس رغبات وحاجات السوق المستهدفة والتطوير والتقييم الدائمين للمنتج. [[12]](#footnote-12)(1)

0/8/4 خدمات المعلومات :

هي تلك الخدمات التي تقدم عادة في مكتبة متخصصة أو مركز للتوثيق، حيث تهدف إلى جذب الأنتباه إلى المعلومات المتوافرة لدى المكتبة أو المركز مثل: إعداد وتوزيع النشرات الإعلامية و المسوح الموضوعية والقوائم الببلوجرافية وغيرها مما يعتقد أنه سيلقى إهتمام المستفيدين.[[13]](#footnote-13)(2) [[14]](#footnote-14)2

0/9 الدراســـات السابقة

من خلال البحث في الإنتاج الفكري المتخصص في مجال الدراسة، تم التوصل إلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تمس الموضوع بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وتم ذلك عن طريق البحث في بعض أدوات حصر الإنتاج الفكري في مجال المكتبات والمعلومات، والتي تمثلت في الآتــــي:

* فهرس رسائل جامعة عين شمس بالمركزالتكنولوجى بجامع عين شمس.
* دليل الرسائل الجامعية التى أجازتها كلية الآداب جامعة القاهرة.[[15]](#footnote-15)(1)
* الأطروحات المسجلة بالجامعات المصرية في مجال المكتبات ودعم المعلومات.[[16]](#footnote-16)(2)
* الكشاف الزمني الخاص بالأطروحات الجامعية المسجلة في الجامعات المصرية من كليات الآداب قسم الوثائق والمكتبات في الفترة من 1998 حتى 2006[[17]](#footnote-17)(3)
* الدليل الببليوجرافى للإنتاج الفكرى العربى فى مجال المكتبات والمعلومات.[[18]](#footnote-18)(4)
* كشاف دراسات عربية فى المكتبات وعلم المعلومات فى السنوات العشر الأولى (1996-2005). [[19]](#footnote-19)(5)
* ERIC: Education Resources Information Center
* LISA: Library and Information Science Abstracts

0/9/1 الدراسات العربية:

أولاً : دراسات تتناول العلاقات العامة في المكتبات:

1. أحمد أنور عمر. الخدمة المكتبية العامة في الإقليم المصري.[[20]](#footnote-20)(**1)**

تناول الفصل الرابع في القسم الثالث منها العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات العامة بعواصم الأقاليم، ولقد شملت هذه الدراسة الدعوة المكتبية في دار الكتب القومية وفروعها.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن مكتباتنا العامة في اشد الحاجة إلى أصدقاء في كل طبقة ومن كل حرفة ومهنة، وذلك لاستغلال كل إمكانيات التجديد والابتكار عند جميع الموهوبين من بين رواد المكتبة، بالإضافة إلى الإشارة بضرورة الإعداد المنهجي المنظم لبرنامج دعوة مكتبية يحفظ للمكتبة نشاطها متكافئاً طوال العام.

1. كريمان محمد فريد صادق. العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي: دراسة وصفية تقويمية على عينة من المنشآت في قطاعي الصناعة والتأمين.[[21]](#footnote-21)(2)

ركزت هذه الدراسة على أهمية العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي، وأهداف العلاقات العامة الداخلية، وأهم المشاكل التي تواجه العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي، وكذلك أوضحت هذه الدراسة مدى وجود تداخل بين العلاقات العامة والأجهزة الأخرى.

1. مها محمود محمد ناجي. العلاقات العامة والدعوة المكتبية في بعض مكتبات القاهرة الكبرى: دراسة ميدانية.[[22]](#footnote-22)(1)

تتناول هذه الدراسة العلاقات العامة والدعوة المكتبية في بعض المكتبات المدرسية الثانوية الحكومية، وكذلك المكتبات المتخصصة والأكاديمية العامة، وتعتبر هذه الدراسة هي الوحيدة التي تناولت في موضوعها الأصلي العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات بشكل كبير، ولم تفرد لها جزء متفرع في إطار الموضوع العام ولقد توصلت هذه الدراسة إلى افتقار بعض المكتبات لكثير من التجهيزات المادية اللازمة لتسويق خدمات تلك المكتبات مما أدى إلى تقلص الكثير من الأنشطة، بالإضافة إلى سوء توزيع القوى العاملة، وقد أوصت هذه الدراسة إلى ضرورة تدريس مادة العلاقات العامة للطلاب في أقسام المكتبات والمعلومات.

1. رشا أحمد محمود رشدان. العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات المدرسية: دراسة تجريبية على عينة من المدارس بمدينة بني مزار- محافظة المنيا.([[23]](#footnote-23)1)

تأتي هذه الدراسة لتدعم تطبيق برنامج العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات المدرسية بما يسهم في التعريف بالمكتبة وأنشطتها وتلبية رغبات وميول روادها وتقديم خدمات متطورة تنشط إستخدامها بما يتناسب مع سمات هذا العصر وبما يتفق مع ظروف هذه المكتبات وإمكانياتها، ولقد أفادت الدراسة بعدم وجود فروق دالة إحصائياً بين المجموعة الضابطة والتجريبية قبل تطبيق برنامج العلاقات العامة لصالح البرنامج التجريبي الذي حقق زيادة في درجة إستخدام المكتبة وتحسن في مستوى الأداء بها وتحسين صورتها تجاه الجمهور، وتحسن في تطبيق مهارات العلاقات العامة في المكتبات.

وتوصلت الدراسة إلى إمكانية الأستفادة من البرنامج المقترح في إعداد برنامج سنوى للعلاقات العامة والدعوة المكتبية من خلال إتباع خطة موحدة عن طريق إنشاء وحدة للعلاقات العامة والدعوة المكتبية على مستوى الإدارة العامة للمكتبات من شأنها تدريب الموجهين وتأهيلهم، وعمل مسابقة تسهم في رفع أداء أخصائي المكتبات وتحفيزهم على الإبداع والابتكار في تنفيذ بنود خطة العلاقات العامة وجذب المستفيدين، ولابد من تفعيل المزيج الترويجي حيث أن النجاح في عملية الإتصال يؤدي إلى نجاح عملية الترويج والنظر في إنشاء مجلس أعلى للمكتبات يهتم برسم إستراتيجيات لتطوير ذلك المرفق الحيوي.

ثانيا˝: دراسات تتناول تسويق خدمات المعلومات:

1. محمود ذكي قطر. تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة لجمعية الرعاية المتكاملة: دراسة ميدانية.[[24]](#footnote-24)(1)

تتمثل أهداف هذه الدراسة في معرفة تأثير عناصر المزيج التسويقي على أعداد المستفيدين، حيث تهدف إلى زيادة أعداد المستفيدين من خدمات المعلومات التي تقدم لهم في المكتبات العامة التابعة لجمعية الرعاية المتكاملة، وذلك بإصدار التعديلات على هذا المنهج التسويقي، كما أنها تهدف إلى دعم الثقافة التسويقية لدى العاملين بالمكتبات.

وقد أوصت هذه الدراسة بإجراء التعديلات اللازمة في المكتبات العامة لأستقبال روادها ذوي الأحتياجات الخاصة، بالإضافة إلى تقديم مجموعة جديدة من الخدمات والأنشطة لمواكبة التطورات التكنولوجية في أختزان وإتاحة المعلومات، بالإضافة إلى مراعاة التوازن بين تقديم المعلومات التقليدية والغير تقليدية.

1. يسري زكي محمد علام. تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية: دراسة تطبيقية على بعض المكتبات الجامعية في شرق ووسط الدلتا.[[25]](#footnote-25)(1)

تتناول هذه الدراسة التسويق وعلاقته بالخدمات المكتبية وفي هذا الصدد تناول الباحث مفهوم التسويق، والتسويق لدى المتخصصون في مجال الأعمال ومجال المكتبات، بالإضافة إلى أنه تناول المفاهيم المرتبطة بالتسويق في مجال المكتبات، والتطور التاريخي للفلسفة التسويقية بشكل عام ثم في مؤسسات المكتبات ومراكز المعلومات، ثم عرضت الدراسة للتسويق في الواقع الميداني للمكتبات محل الدراسة بالإضافة إلى نماذج تسويق من المكتبات الأجنبية.

1. إيمان سيد عبدالحكيم. توظيف الإنترنت في تسويق خدمات المكتبات بمكتبات جامعة جنوب الوادي بقنا.[[26]](#footnote-26)(2)

تهدف هذه الدراسة إلى تحسين مستوى جودة الخدمات التي تقدم بالمكتبات الجامعية، بما يعود بالنفع الكبير على المستفيدين من خدمات تلك المكتبات وكشف النقاب عن أنماط الخدمات المقدمة من المكتبات الجامعية وما يعترض تلك الخدمات من معوقات، بالإضافة إلى وضع أهم المقترحات التي يمكن أن تساهم في تخفيض تلك المعوقات

وتوصلت هذه الدراسة إلى رضا العاملين بالمكتبات الجامعية السعودية عن محور القيادة للإدارة ومحور إدارة الموارد البشرية، بالإضافة إلى رضا أعضاء هيئة التدريس وطلاب الدراسات العليا عن محور مقتنيات المكتبة وملاءمتها ومحور إنسياب المعلومات ومقتنياتها.

ثالثا˝ : دراسات تتناول مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية:

1. جيهان محمود السيد. المستفيدون من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بمحافظة الإسكندرية.([[27]](#footnote-27)1)

تناولت هذه الدراسة مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية، والإفادة منها في مجتمع الإسكندرية وواقع هذه المكتبات والمقومات المادية والبشرية بها، وتنظيمها والخدمات والأنشطة التي تقدمها، وكذلك اتجاهات المستفيدين نحو إستخدام هذه المكتبات وحللت أنماط إستخدام المترددين على هذه المكتبات، وقياس معدل التردد عليها، وأغراض التردد، ومدى إشباع مجموعات هذه المكتبات لميول المستفيدين وأهتماماتهم وتأثير هذه المكتبات في المجتمع سواء كان تأثيراً إجتماعياً أو إقتصادياً أو سياسياً.

وتوصلت الدراسة إلى أنه يرجع إقبال المستفيدين على المكتبات الأجنبية إلى توفر عناصر الخدمة المكتبية الجديدة، وعدم وجود فروق جوهرية إحصائية دالة على مستوى الأتجاه نجو المكتبات الأجنبية.

1. أحمد إبراهيم محمد شاهين. مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بالقاهرة الكبرى ودورها في خدمة القارئ المصري.[[28]](#footnote-28)(2)

تهدف الدراسة إلى التعرف على واقع مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بالقاهرة الكبرى، ومقومات نجاحها في تقديم خدماتها، والدور الذي تلعبه في تلبية الاحتياجات المعلوماتية للقارئ المصري، ودورها في التأثير الثقافي عليه.

ولتحقيق الهدف من الدراسة قام الباحث بإجراء مسح شامل للسفارات لحصر المكتبات التي تفتح أبوابها للجمهور لعام، وأسفر المسح عن وجود مكتبات تابعة لمراكز ثقافية أجنبية في أربعة عشر سفارة، وأوضحت الدراسة توافر مقومات النجاح لمكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بالقاهرة الكبرى من حيث توافر عاملين أكفاء والمبنى المناسب والموقع الجيد والميزانيات الكافية، والأثاث والتجهيزات، والمقتنيات التي تلبي احتياجات المستفيدين والمعدة إعداداً فنياً مناسباً، والخدمات التي تجذب المستفيدين.

0/9/2 الدراسات الأجنبية:

1. **A study of the Relationship Between public librarians perceptions of Organiyational Climate as Measured by the Modified and their Ability to Estimate User Needs**.(2) [[29]](#footnote-29)1

تهدف هذه الدراسة إلى قياس مدى العلاقة بين جودة تصميم المبنى وبيئة العمل داخل المكتبة، ومدى جودة الخدمات المقدمة داخل المكتبة وإقبال المستفيدين عليها.

أجريت الدراسة على ثلاثون مكتبة عامة أفترض مديروها أن هناك صلة قوية بين شكل المبنى وبيئة مناخ العمل، وطريقة معاملة الأمناء المستفيدين ومدى إدراكهم لأحتياجاتهم.

وكشفت هذه الدراسة عن أنه ليس هناك علامة بين مناخ العمل داخل المكتبات العامة وبين الخدمات المقدمة من خلال أمناء المكتبات، ومدى رضا المستفيدين من تلك الخدمات.

1. **New land, Susanna. Evalution of Puplic Relations in Function of the Puplic Library with Special Reference to Africa[[30]](#footnote-30)(1)**

تهدف الدراسة إلى التأكيد على الدور المعاصر للمكتبات العامة في المجتمعات الغربية وهو البحث والأستقصاء مع دراسة الدور الذي تقوم به المواد السمعية والبصرية في إتاحة المعلومات للمكتبات، كما قامت الدراسة بالمقارنة بين العلاقات العامة داخل المكتبات العامة في الدول الغربية وإفريقيا، وتوصلت الدراسة إلى أن مكتبات جنوب أفريقيا تفتقر إلى الوعي الكافي بأهمية العلاقات العامة ومدى تأثيرها على الخدمات المكتبية في هذه المكتبات.

1. **Lowry, Alma Kay. Faculty Marketing Anlysis of Community College Libraries and the Relationship of Marketing Activities to Utilization**.[[31]](#footnote-31)(2)

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة ما إذا كان هناك علاقة بين التسويق والأستفادة من الخدمات المكتبية فى (22) مكتبة كلية فى جامعة جورجيا، وقياس مستوى الرضا عن الخدمات التى تقدم للمستفيدين من المكتبة، وأستهدفت هذه الدراسة معرفة الطرق التسويقية التى يستخدمها أمناء المكتبات فى توصيل المعلومات عن الخدمات المكتبية للمستفيدين سواء كانوا منتسبين أو منتظمين فى الدراسة.

وتوصلت الدراسة إلى أن الأنشطة التسويقية الموجهة إلى الدارسين المنتسبين أقل من تلك الموجهة إلى الدارسين المنتظمين، وأن الدارسين المنتسبين يتعرفون على الخدمات المكتبية من خلال رؤساء الأقسام العلمية وزملاء الدراسة وأمناء المكتبات ، أما الدارسين المنتظمين فيتعرفون على الخدمات المكتبية من خلال أمناء المكتبات وزملاء الدراسة وكلتا الفئتين يتم تحديد المعلومات المكتبية لهم عن طريق أمناء المكتبات ومطبوعات المكتبة، وقد بينت الدراسة أن الدارسين المنظمين يستخدمون المكتبة أكثر من الدارسين المنتسبين وأن تكلفة الخدمة لا تؤثر على إستخدام المكتبة.

1. **Weingand, Darlene E. Preparing for New Millennium: the case study using marketing strategies.**([[32]](#footnote-32)1)

هذه الدراسة من الدراسات المتعمقة فى المجال وقد أوضحت أن المكتبات تواجه كثيراً من المتغيرات الأجتماعية والتطورات التكنولوجية، ولذلك يجب عليها أن تنمى وتتطور إستراتيجيات معينة لحل المشاكل التى تواجهها مثل إستراتيجية التسوق، ولقد ربطت هذه الدراسة بين التخطيط والتسوق وأظهرت الدراسة أنه لا فائدة من التخطيط فى المكتبات بدون مراعاة الأنشطة التسويقية وأن معدل النجاح لكل من هذه الأنظمة يرتبط بمعدل النجاح للأخر، وأوصت هذه الدراسة بضرورة تبنى الأنشطة التسويقية فى المكتبات ووضع أحتياجات المستفيد ورغباته فى مركز العمليات الإستراتيجية للمكتبة.

1. **Block, Jaytissa & Edzan, N. N. Information Marketing in Sri Lanka Academic Libraries.[[33]](#footnote-33)(2)**

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة تسويق المعلومات فى المكتبات الأكاديمية فى سريلانكا وقد تم أخذ خمسة مكتبات لإجراء الدراسة الميدانية عليها، وكانت بؤرة أهتمام الدراسة على معرفة الطريقة التى تقدم بها المكتبات خدماتها للمستفيدين الحاليين والطريقة التى تقوم بها المكتبات فى تسويق خدماتها للمستفيدين المتوقعين، وأوضحت الدراسة أن المكتبات الأكاديمية فى سريلانكا تطبق المبادئ التسويقية بصورة ضعيفة وأنها لا تعى بأهمية التسويق.

وقد أوصت هذه الدراسة بضرورة تبنى التسويق فى المكتبات الأكاديمية ويتم ذلك عن طريق تدريب العاملين فى المكتبات على المهارات التسويقية من خلال المحاضرات و ورش العمل، وضرورة دراسة المستفيدين قبل تصميم الخدمات لهم ثم تسعير خدمات المعلومات المقدمة لهم.

0/10 البنية العامة للدراسة

**تتكون الدراسة من مقدمة تضم موضوع الدراسة وأهميته وأهداف الدراسة وتساؤلاتها والمنهج المتبع فيها، ثم الدراسات السابقة ثم أربعة فصول يغطى كل منها جانباً من جوانب البحث وهي كالآتي**:

الفصل الأول

العلاقات العامة في المكتبات: مدخل نظري

حيث يتضمن المفاهيم العامة والمتخصصة للعلاقات العامة في مجال المكتبات، وعلاقتها بالأنشطة الاتصالية الأخرى، ودوافع الاهتمام بالعلاقات العامة في المكتبات، والتطور التاريخي لها، مع عرض للوسائل والأساليب الخاصة بالعلاقات العامة.

الفصل الثاني

مكتبات المراكـــز الثقافية الأجنبية

تناول هذا الفصل خلفية عامة عن كل مكتبة من المكتبات المدروسة من حيث مقوماتها المادية والبشرية، والميزانية والموارد المالية، والخدمات المقدمة فيها.

الفصل الثالث

مدى تأثير الخدمــــات المكتبية في التردد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية

عرض هذا الفصل معدل التردد على مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية، وطرق إعلام المستفيدين، بالإضافة إلى عرض المواد المكتبية والخدمات المقدمة في هذه المكتبات ومدى تأثيرها على التردد.

الفصل الرابع

واقع وأساليب العلاقات العامة والدعوة المكتبية في مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية

أشتمل على عدد من النقاط التي تمثل النشاط الذي تقوم به المكتبة للقيام بأعمال العلاقات العامة، **ومن هذه النقاط**: المؤتمرات والندوات، المطبوعات المكتبية، المعارض، مجلات الحائط، والمواقع الالكترونية، بالإضافة إلى عرض لأهم المشكلات التي يتعرض لها المستفيدين من هذه المكتبات.

وتختتم الدراسة بمجموعة من النتائج والتوصيات وملاحق الدراسة وقائمة بالمصادر العربية والأجنبية.

1. Emery,Charles D. ***Buyers and Borrowers: The Application of Consumer theory to the study of library use***.- New York: The Howorts Press, 1992.P.9 [↑](#footnote-ref-1)
2. جيهان محمود السيد. ***مكتبات المراكز الثقافية: دراسة ميدانية لواقعها وتحليل لأتجاهات المستفيدين منها***.- ط1.- الإسكندرية: دار الثقافة العلمية، 2001. ص13 [↑](#footnote-ref-2)
3. مها محمود محمد ناجي.*"****العلاقات العامة والدعوة المكتبية في بعض مكتبات القاهرة الكبرى: دراسة ميدانية*"**.- جامعة أسيوط: كلية الآداب: قسم المكتبات والوثائق والمعلومات، 2001. (ماجستير). ص6 [↑](#footnote-ref-3)
4. ***Directory of International Libraries in Egypt*** .- Cairo: Egyptian Library Association International Committe, 1998. P.115 [↑](#footnote-ref-4)
5. محمد فتحي عبد الهادى. ***البحث ومناهجه في علم المكتبات والمعلومات*** .- ط1.- القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003. ص 102 [↑](#footnote-ref-5)
6. أنظر الملحق الأول " ***الإستبيان"*** [↑](#footnote-ref-6)
7. شعبان عبدالعزيز خليفة. ***المحاورات في مناهج البحث في علم المكتبات والمعلومات***.-ط 4.- القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2004. ص138 [↑](#footnote-ref-7)
8. أنظر الملحق الثالث ***"أسماء السادة المحكمين"*** [↑](#footnote-ref-8)
9. 1. جيهان محمود السيد. ***المستفيدون من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بمحافظة الإسكندرية: دراسة ميدانية وتحليل للأتجاهات والمشكلات***.- جامعة الإسكندرية: كلية الآداب: قسم المكتبات والمعلومات، 1995. (ماجستير)

   [↑](#footnote-ref-9)
10. أنظر الملحق الثانى ***"قائمة المراجعة"*** [↑](#footnote-ref-10)
11. Aronoff,Craig and Otis Baskin. ***Public Relations: the Profession and the Pratice***.1st.ed.- Paul, Minnesota: west Publishing,1983.P.9 [↑](#footnote-ref-11)
12. شريف كامل شاهين. ***"نحو إستراتيجية لتسويق خدمات المكتبات والمعلومات فى مكتباتنا العربية***" . بحث مقدم للندوة الدولية حول تسويق علم المعلومات وعلاقته بالمجتمع والإنتاج والإعلام .- تونس: المعهد الأعلى للتسويق، 1992 [↑](#footnote-ref-12)
13. شعبان عبد العزيز خليفة***. قاموس البنهاوي الموسوعي في مصطلحات المكتبات والمعلومات***.- القاهرة : دار العربى للنشروالتوزيع، 1991 [↑](#footnote-ref-13)
14. [↑](#footnote-ref-14)
15. هاشم فرحات سيد، ناصر محمد عبد الرحمن. ***دليل الرسائل الجامعية التى أجازتها كلية الآداب- جامعة القاهرة منذ إنشائها حتى نهاية مايو 1996***/ إشراف حشمت قاسم.- القاهرة: كلية الآداب، 1996 [↑](#footnote-ref-15)
16. عبد الرحمن فراج. ***الأطروحات المسجلة بالجامعات المصرية فى مجال المكتبات والمعلومات***.-مج7، ع2(مايو 2002) [↑](#footnote-ref-16)
17. عبد الرحمن عيسى خيرى. ***كشاف زمنى بالأطروحات الجامعية المسجلة والمجازة فى الجامعات المصرية من كليات الاداب قسم الوثائق والمكتبات فى الفترة من 1998 وحتى 2006م***/إشراف سهير أحمد محفوظ.- جامعة حلوان: كلية الآداب، قسم الوثائق والمكتبات، 2007 [↑](#footnote-ref-17)
18. محمد فتحى عبد الهادى . ***الدليل الببليوجرافى للإنتاج الفكرى العربى فى مجال المكتبات والمعلومات*** .- الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، 2000 [↑](#footnote-ref-18)
19. 1. عبد الله حسين متولى. كشاف دراسات عربية فى المكتبات وعلم المعلومات فى السنوات العشر الأولى 1996-2005***.(دراسات عربية فى المكتبات وعلم المعلومات).-*** مج11 ،ع1(يناير 2006).ص223

    [↑](#footnote-ref-19)
20. أحمد أنور عمر***." الخدمة المكتبية العامة في الإقليم المصري "*** / إشراف محمد حمدي البكري.- جامعة القاهرة: كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات، 1960.(ماجستير) [↑](#footnote-ref-20)
21. كريمان محمد فريد صادق.***" العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي: دراسة وصفية تقويمية على عينة من المنشآت في قطاعي الصناعة والتأمين"/*** إشراف سمير محمد حسين.- جامعة القاهرة: كلية الإعلام، 1974.(ماجستير) [↑](#footnote-ref-21)
22. مها محمود محمد ناجي. ***"العلاقات العامة والدعوة المكتبية في بعض مكتبات القاهرة الكبرى: دراسة ميدانية"*** / إشراف شعبان عبد العزيز خليفة.- جامعة أسيوط: كلية الآداب: قسم المكتبات والمعلومات، 2001. (ماجستير) [↑](#footnote-ref-22)
23. رشا أحمد محمود رشدان. ***"العلاقات العامة والدعوة المكتبية في المكتبات المدرسية: دراسة تجريبية على عينة من المدارس بمدينة بنى مزار- محافظة المنيا"*** / إشراف شعبان عبدالعزيز خليفة.- جامعة القاهرة: كلية الأداب: قسم المكتبات والوثائق والمعلومات، 2015.(ماجستير) [↑](#footnote-ref-23)
24. محمود زكي قطر. ***"تسويق خدمات المعلومات بالمكتبات العامة لجمعية الرعاية المتكاملة: دراسة ميدانية"*** / إشراف محمود عفيفي، سهير أحمد محفوظ.- جامعة حلوان: كلية الآداب: قسم المكتبات والمعلومات، 2004.(ماجستير) [↑](#footnote-ref-24)
25. يسري زكي محمد علام. ***" تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية: دراسة تطبيقية على بعض المكتبات الجامعية في شرق ووسط الدلتا"*** / إشراف محمد فتحي عبد الهادي، حسناء محمود محجوب.- جامعة المنوفية: كلية الآداب: قسم المكتبات والمعلومات، 2005. (ماجستير) [↑](#footnote-ref-25)
26. 1. إيمان سيد عبد الحكيم. ***" توظيف الإنترنت في تسويق خدمات المكتبات بمكتبات جامعة جنوب الوادي بقنا" /*** إشراف أسامة السيد محمود، ياسر رجب علي.- جامعة جنوب الوادي: كلية الآداب: قسم الإعلام، 2008.(ماجستير)

    [↑](#footnote-ref-26)
27. جيهان محمود السيد. ***"المستفيدون من مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بمحافظة الإسكندرية: دراسة ميدانية وتحليل للأتجاهات والمشكلات"*** / إشراف محمد عبده محجوب، شوقي محمود سالم.- جامعة الإسكندرية: كلية الآداب: قسم المكتبات والمعلومات، 1995م. (ماجستير) [↑](#footnote-ref-27)
28. أحمد إبراهيم محمد شاهين. ***" مكتبات المراكز الثقافية الأجنبية بالقاهرة الكبرى ودورها في خدمة القارىء المصري"*** / إشراف شعبان عبدالعزيز خليفة، سلوى على ميلاد.- جامعة القاهرة، فرع بني سويف: كلية الأداب: قسم المكتبات والمعلومات، 2002.(ماجستير) [↑](#footnote-ref-28)
29. Stelling werf, Marjorie- Anne. ***Astudy of the relationship between public librarians perceptions of organiyational Climate as measured by the modified and their ability to estimate user needs***.-New Jercy: The State university of New Jercy, 1981 (PHD). [↑](#footnote-ref-29)
30. New land, Susanna***. Evalution of public relations in the function of the public library with Special reference to Africa***,1988 [↑](#footnote-ref-30)
31. Lowry, Alma Kay. Faculty ***Marketing Anlysis of Community College Libraries and the Relationship of Marketing Activities to Utilization***.- Florida State University, 1995. Available at < <http://www.lib.global.umi.com/disserations/fullicit/9012184> > [↑](#footnote-ref-31)
32. 1. *Weingand, Darlene E.* ***Preparing for New Millennium: the case study using marketing strategies****. Library Trends.- vol. 43, no. 3 (1995)*

    [↑](#footnote-ref-32)
33. 1. *Block, Jaytissa & Edzan, N. N.* ***Information Marketing in Sri Lanka Academic Libraries****.- Malaysian Journal of library and Information Science.- v.7, no2(December 2002)Available at* [*http://www.vnweb.hww/jumpstart.jhtml*](http://www.vnweb.hww/jumpstart.jhtml)

    [↑](#footnote-ref-33)