إستراتيجيات تسويق المستودع الرقمي المؤسسي بجامعة المنصورة : دراسة حالة

**د.سامح زينهم عبد الجواد**

**أستاذ على المعلومات المساعد - كلية الآداب – جامعة بنها**

1. **مقدمة**

**من السهل بناء وتطوير المستودع الرقمي ولكن الجزء الأصعب يتمثل في تسكينه بالمحتوى المستهدف واستجداء المحتوى من أعضاء هيئة التدريس وإقناعهم بإيداع مقالاتهم وأبحاثهم فيه ، حيث تنطوي هذه المرحلة على العديد من المشكلات المتصلة بتغير أنماط النشر ومواجهة قضايا حقوق الطبع وتخوفات الأكاديميين المختلفة من نمط النشر في المستودعات الرقمية ، وقد واجهت العديد من المؤسسات هذه المرحلة من خلال قيامها بحملة دفاع وتسويق للمستودع الرقمي ، ويهدف هذا البحث إلى التعرف على إستراتيجيات وأنشطة التسويق المختلفة المستخدمة بواسطة جامعة المنصورة بهدف تعريف أعضاء هيئة التدريس بمستودعها الرقمي للأبحاث الأكاديمية ، ولإقناع أعضاء هيئة التدريس بالمشاركة بمخرجاتهم الفكرية المختلفة من أجل تسكين هذا المستودع بالمحتوى الرقمي المطلوب.**

2. الإطار المنهجي للدراسة

**2/1.مشكلة الدراسة**

**النقاط التالية توضح مشكلة الدراسة الأساسية :-**

1. **منذ تطوير المستودع الرقمي المؤسسي بجامعة المنصورة فأن عدد الأبحاث ذات النص الكامل التي تم إيداعها في المستودع حوالي 1077 بحثاً بنسبة 2.64% من إجمالي أبحاث أعضاء هيئة التدريس بالجامعة ، وهذه النسبة تعتبر ضئيلة للغاية ، وهذا ما دفع الباحث إلى معرفة أسباب هذه المشاركة الضعيفة وما إذا كانت ناتجة من عدم توافر خطة تسويق ودفاع قوية عن الإتاحة الحرة والحفظ الذاتي في المستودعات الرقمية بجامعة المنصورة([[1]](#footnote-1)).**
2. **مشروع المستودع الرقمي يختلف عن أي مشروع تكنولوجي آخر تقوم به المكتبات الجامعية مثل البوابات والمكتبات الرقمية ، حيث عند الانتهاء من هذه المشروعات تهتم المكتبات بتسويقها لضمان استخدامها بواسطة المستخدمين ، ولكن عدم أو قله استخدامها قد لا يفشل المشروع بالكامل ، ولكن مشروع المستودع الرقمي يتطلب إشراك أعضاء هيئة التدريس في المشروع نفسه من خلال مشاركتهم بمخرجاتهم الفكرية ، بالإضافة إلى استخدامه أيضاً للوصول إلى أبحاث الأكاديميين الآخرين ، وعدم استجابة أعضاء هيئة التدريس سيؤدى إلى فشل المشروع بشكل حتمي.**
3. **نجاح أو فشل أي مستودع رقمي في النهاية يعتمد بالأساس على حجم المحتويات التي يحتويها ومدى استخدامه بواسطة المجتمع المستهدف ، وبدون المحتوى المناسب سيقل الاستخدام وستقل قيمة المستودع الرقمي بالتبعية ، وهذا سيؤدى في النهاية إلى عدم إقناع أعضاء هيئة التدريس بالمشاركة في المستودع.**
4. **ارتبطت المكتبات حديثاً بالعديد من المشروعات الناتجة من التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والكثير من الخبرات المطلوبة لنجاح هذه المشروعات غير متوفرة في العديد من المكتبات الجامعية ، ومثل هذه الأبحاث والدراسات تساهم في تدريب أمناء المكتبات والمتخصصين على إدارتها.**
5. **تسويق المستودع الرقمي لا يتطلب خبرة متصلة بأنشطة التسويق فقط ولكنها تتطلب خبرات متصلة بحقوق الطبع والملكية الفكرية ، والبيئة الأكاديمية ، وطبيعة الاتصال العلمي ، واحتياجات ومتطلبات أعضاء هيئة التدريس ، والاختلافات بين المجالات والأقسام العلمية ، وعلاقة الباحثين بالناشرين وغيرها من القضايا ، وكل هذه القضايا التي يبرزها البحث قد تكون بعيدة عن أنشطة المكتبات التقليدية.**
6. **ضمان تسكين المستودع الرقمي بالمخرجات الفكرية لأعضاء هيئة التدريس بجامعة المنصورة لا يعود بالنفع على مجتمع الجامعة الداخلي ولكنه يفيد جميع المهتمين حول العالم نظراُ لأن الهدف من هذه المستودعات أن تكون مفتوحة الإتاحة للجميع.**
7. **نجاح المستودعات الرقمية المطورة داخل المؤسسات الأكاديمية العربية قد يساهم في النهاية إلى تغير نظام الاتصال العلمي ، وقد يؤدى إلى إعادة تشكيل العلاقة بين المكتبات والناشرين التجاريين ، وتجعلها تتفاوض مع الناشرين التجاريين بشكل أكثر حزماً لتقليل تكلفة الاشتراك في الدوريات ، نظراً لتوافر الأبحاث الأكاديمية في نظام نشر آخر متاح بالمجان.**
8. **ارتبط أعضاء هيئة التدريس في الجامعات منذ فترة طويلة بالدوريات العلمية لنشر أبحاثهم ، وإقناع هؤلاء لاستخدام نظام جديد لنشر الأبحاث الأكاديمية خلال المستودعات الرقمية كنظام بديل أو موازى للدوريات العلمية أمر يتطلب جهد كبير ومستمر.**

**2/2. أهداف الدراسة**

**النقاط التالية تلقى الضوء على أهداف الدراسة :-**

1. **التعرف على مفهوم وأهمية حملة الدفاع عن الإتاحة الحرة والمستودعات الرقمية المؤسساتية في المؤسسات الأكاديمية.**
2. **التعرف على إستراتيجيات وأنشطة تسويق المستودعات الرقمية المستخدمة بواسطة الجامعات العالمية.**
3. **التعرف على الأهم الإستراتيجيات المستخدمة بالمؤسسات الأكاديمية لإقناع أعضاء هيئة التدريس بإيداع أبحاثهم العلمية بالمستودعات الرقمية.**
4. **التعرف على أهم التحديات التي واجهت المؤسسات الأكاديمية عند إقناع أعضاء هيئة التدريس بها بإيداع مخرجاتهم الفكرية في المستودع لتسكينه بالمحتوى المستهدف.**
5. **التعرف على أهم تخوفات أعضاء هيئة التدريس من النشر في المستودعات الرقمية.**
6. **التعرف على أهداف بناء وتطوير المستودع الرقمي المؤسسي بجامعة المنصورة.**
7. **التعرف على أنشطة التسويق المستخدمة بجامعة المنصورة للتعريف بأهمية وأهداف مستودعها الرقمي للأبحاث الأكاديمية.**
8. **التعرف على الإستراتيجيات المستخدمة بواسطة جامعة المنصورة لإقناع أعضاء هيئة التدريس بإيداع مخرجاتهم الفكرية في المستودع الرقمي.**
9. **التعرف على أهم التحديات التي واجهت جامعة المنصورة عند إقناع أعضاء هيئة التدريس بإيداع مخرجاتهم الفكرية في المستودع الرقمي ، وعلى الخطوات التي اتخذتها للتغلب على هذه التحديات.**
10. **تقديم توصيات تساهم في زيادة تفعيل أنشطة التسويق والترويج المستخدمة بجامعة المنصورة لنشر ثقافة الإتاحة الحرة والحفظ الذاتي في المستودعات الرقمية المؤسساتية ، وتقديم اقتراحات ببعض الإستراتيجيات الهامة لمواجهة تحديات تسكين المستودع الرقمي بالمحتوى المستهدف ، ومواجهة تخوفات أعضاء هيئة التدريس بالجامعة نحو الإيداع في المستودع الرقمي.**

**2/4. أهمية الدراسة**

1. **لم يصل الباحث إلى أي دراسة عربية حول موضوع تسكين وتسويق المستودعات الرقمية في المؤسسات الأكاديمية.**
2. **هناك بعض الدراسات القليلة عن المستودع الرقمي لجامعة المنصورة دون التطرق تماماً لموضوع إستراتيجيات التسويق.**
3. **تعد مرحلة تسكين المستودعات الرقمية بالمحتوى المطلوب من أهم وأصعب المراحل التي قد تواجها المؤسسات الأكاديمية وخاصة لأنها مرتبطة بمعتقدات وأراء واتجاهات أعضاء هيئة التدريس بالجامعات باختلاف توجهاتهم وتخصصاتهم العلمية.**
4. **توضح الدراسة أهمية مرحلة تسويق المستودعات الرقمية وكيفية إدارتها بشكل علمي اعتمادا على تجارب الجامعات العالمية.**
5. **قائمة المراجعة التي أعدها الباحث كأداة لجمع المعلومات بالدراسة يمكن أن تساعد الجامعات الأخرى التي ترغب في تسويق مستودعها الرقمي.**
6. **تنبه الدراسة العديد من المؤسسات الأكاديمية التي ترغب في بناء مستودعات رقمية بالتحديات التي قد تواجها عند تسكين المستودع بالمحتوى المطلوب.**
7. **توضح الدراسة العديد من الإستراتيجيات التي يمكن أن تستخدمها المؤسسات الجامعية بهدف مواجهة تحديات دمج المستودع في البيئة الأكاديمية.**
8. **تثير الدراسة الكثير من القضايا والتساؤلات التي يتخوف منها أعضاء هيئة التدريس عند التعامل مع المستودعات الرقمية وتكشف لهم العديد من الحقائق حول طبيعة وأهمية وفوائد النشر في المستودعات الرقمية سواء له أو لمؤسسته.**

**2/5. حدود الدراسة**

1. **الحدود الموضوعية : يركز البحث فقط على إستراتيجيات تسويق المستودع الرقمي المؤسسي لجامعة المنصورة بهدف التعريف بخدماته وإقناع أعضاء هيئة التدريس بتسكينه بالمحتوى المستهدف ، وبالتالي لا يتطرق البحث إلى عمليات التطوير والبناء أو سياسات إدارة المحتوى والإيداع وحقوق الطبع والملكية الفكرية وغيرها من السياسات التي لا تدخل ضمن موضوع التسويق والترويج والدفاع عن المستودع الرقمي.**
2. **الحدود المكانية : يطبق البحث على المستودع الرقمي المؤسسي لأبحاث أعضاء هيئة التدريس لجامعة المنصورة بجمهورية مصر العربية من خلال نظام الفارابي لضمان الجودة والاعتماد ، والذي يصب بدوره في نظام المستقبل لإدارة المكتبات المطبق بواسطة المجلس الأعلى للجامعات.**
3. **الحدود الزمنية : يحاول البحث التعرف على إستراتيجيات التسويق المستخدمة بجامعة المنصورة منذ انطلاقه وحتى فترة إعداد البحث عام 2014م.**

**2/6.منهج الدراسة**

**الجانب العملي من الدراسة اعتمد على منهج دراسة الحالة الذي يساعد على التعمق في ظاهرة البحث والدراسة ، والأداة المستخدمة في التعرف على إستراتيجيات تسويق المستودع الرقمي بجامعة المنصورة هي قائمة مراجعة تشتمل على بعض الخطوات والإستراتيجيات والطرق التي تم إتباعها خلال مرحلة تسويق المستودعات الرقمية بالعديد من الجامعات العالمية ، والتي تم تجميعها بالطرق التالية :-**

1. **العديد من الدراسات والمقالات والأبحاث والأدلة التي تناولت عملية تسويق المستودعات الرقمية بالجامعات ومن أهمها :-**
	1. **دليل تطوير الإتاحة الحرة من خلال مستودعك الرقمي ([[2]](#footnote-2)) .**
	2. **دليل تسكين المستودعات الرقمية لخدمة احتياجات الجامعة ([[3]](#footnote-3)).**
	3. **دليل المستودعات الأوربية المنشور بواسطة اتحاد البحث الأوربي Digital Repositories Infrastructure Vision for European Research- DRIVER([[4]](#footnote-4)).**
	4. **دليل دمج المستودعات الرقمية في جامعة لندن ([[5]](#footnote-5)).**
	5. **دليل إستراتيجيات استجداء المحتوى ([[6]](#footnote-6)).**
	6. **دليل المستودعات الرقمية لإتحاد المصادر الأكاديمية والنشر الأكاديمي- SPARC Scholarly Publishing & Academic Resources Coalition ([[7]](#footnote-7))**
	7. **دليل تطوير المستودعات الرقمية المعد بواسطة لجنة التعلم عن سمنارات المستودعات الرقمية المؤسساتية The Learning About Digital Institutional Repositories Seminars (LEADIRS) التي تضم خبراء من المملكة المتحدة فى تطوير المستودعات الرقمية ([[8]](#footnote-8)).**
	8. **اتجاهات لتسويق المستودعات الرقمية في الحرم الجامعي ([[9]](#footnote-9)).**
2. **تحليل العديد من مشروعات الجامعات العالمية والتي وضعت خططتها المتعلقة بتسكين مستودعاتها على الخط المباشر ومن أهمها : مستودع جامعة كنجستون ، مستودع جامعة تكساس ، مستودع جامعة يوتاه ، مستودع جامعة ستانفورد ، مستودع جامعة موناش ، مستودع جامعة بريتون Brighton ، مستودع جامعة فيكتوريا ، مستودع جامعة ولاية لوا Iowa ، مستودع جامعة ميتشجن Michigan ، مستودع جامعة بنسلفانيا ، ومستودع جامعة اسيكس ، ومستودع جامعة ماريلاند، ، ومستودع جامعة براون Brown .**
3. **وقد استطاع الباحث من خلال هذه المصادر تجميع عدد كبير من الخطوات والخطط والإستراتيجيات المتصلة بتسويق المستودع الرقمي ، وأهم التحديات التي تم مواجهتها أثناء تسكين المستودعات ، وكيفية مواجهة هذه التحديات.**
4. **وقد صاغ الباحث العناصر بقائمة المراجعة بطريقة سهلة ومبسطة بحيث يسهل الإجابة عليها بواسطة الاختيار بين خيارين وهما ( نعم – لا ) ، وتم توزيع عناصر قائمة المراجعة على المحاور الأساسية التالية :-**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| م | محاور قائمة المراجعة | عدد العناصر |
| 1 | المحور الأول : التخطيط العام لمرحلة تسويق المستودع الرقمي بجامعة المنصورة | 19 |
| 2 | المحور الثاني : تحديات إقناع أعضاء هيئة التدريس بإيداع مخرجاتهم الفكرية في المستودع الرقمي بجامعة المنصورة | 10 |
| 3 | المحور الثالث : أنشطة تسويق المستودع الرقمي بجامعة المنصورة | 10 |

**شكل (1) محاور قائمة المراجعة**

1. **وقد استطاع الباحث الإجابة على الأسئلة المطروحة بقائمة المراجعة عن طريق الآتي :-**
2. **الإجابات التي تلقاها الباحث من قبل المسئولين تقنياً عن مشروع المستودع الرقمي بجامعة المنصورة في مركز تقنيات الاتصالات والمعلومات ، ومع أمناء المكتبات المسئولين عن المستودع من الناحية المكتبية خلال المقابلات الشخصية التي تمت معهم ، والتي تم خلالها الإجابة على كافة عناصر قائمة المراجعة.**
3. **كما استفاد الباحث من الموقع الإلكتروني لجامعة المنصور والذي يوضح معلومات أبعد عن مشروع المستودع الرقمي.**
4. **بعض مصادر الإنترنت المنشورة عن مستودع جامعة المنصورة.**

**2/7.الدراسات السابقة**

**2/7/1. الدراسات العربية**

**بالرغم أن هناك دراسات كثيرة تتناول موضوع المستودعات الرقمية المؤسساتية سواء عربية أو أجنبية ، إلا أن هناك ندرة في الدراسات العربية التي تتناول موضوع تسويق المستودعات الرقمية في البيئة الأكاديمية وتحديات تسكينها بالمخرجات الفكرية لأعضاء هيئة التدريس ، وبالتالي الدراسات العربية التالية تتناول موضوع الدراسة بشكل غير مباشر من خلال تناولها لمفاهيم التسويق أو المستودعات الرقمية بشكل عام :-**

1. **أواز حكمت محمد علي . تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات([[10]](#footnote-10)).**
* **وهى دراسة نظرية تتناول موضوع تسويق خدمات المكتبات ومراكز المعلومات ، من حيث مفهوم وأهمية التسويق في قطاع المكتبات ، وأشكال التسويق ودراسة احتياجات المستخدمين ، وطبيعة ما يمكن تسويقه في قطاع المكتبات ، وعرض لبعض مؤسسات المعلومات التجارية التي تقوم بتسويق خدماتها للمستخدمين.**
1. **طلال ناظم . استثمار تطبيقات (الويب2 ) في مجال تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية العراقية([[11]](#footnote-11)).**
* **يهدف البحث إلى وضع تصورات عملية للأنشطة التسويقية التي يمكن تنفيذها من خلال استثمار تطبيقات الويب 2.0 من خلال تطبيق أنشطة تسويقية فعلية بالاعتماد على تلك التطبيقات، ، ولقد اختبر البحث ثلاثة من تطبيقات الويب 2.0 وهي نظم إدارة المحتوى وشبكات التواصل الاجتماعي وموقع اليوتيوب ، واثبت فعالية هذه التطبيقات في إنشاء بيئة تسويقية منخفضة التكلفة يمكن توظيفها لتحقيق أهداف المكتبات الجامعية العراقية مستقبلاً..**
1. **بله احمد بلال أحمد. تسويق خدمات المعلومات في المكتبات: تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة([[12]](#footnote-12)).**
* **الغرض من هذا البحث التعرف على تسويق خدمات المعلومات في المكتبات بالتركيز على تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة ، ومن أبرز النتائج التي توصل إليها البحث أن تطبيق التسويق في المكتبات سيؤدي إلى تحسين الخدمات وتحقيق رضا المستفيد، ، حيث انعكس تطبيق مفهوم التسويق في مكتبة جامعة السودان المفتوحة على تحسين الخدمات المكتبية وبالتالي زيادة رضا المستفيدين عن المكتبة .**
1. **فوزي عمر . المستودعات الرقمية المفتوحة كمصدر من مصادر الاقتناء بالمكتبات البحثية: دراسة تحليلية (**[[13]](#footnote-13)**)**
* **وهدفت الدراسة إلى تقييم المستودعات الرقمية مفتوحة الإتاحة على الويب ، والكشف عن مدى إفادة الباحثين المصريين منها ، وعن كيفية إفادة المكتبات البحثية المصرية منها ، فضلاً عن وضع تصور لمستودع مؤسسي جامعي مفتوح الإتاحة على الويب ، ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها : أن الجهود المبذولة نحو حركة الوصول الحر للمعلومات في الوطن العربي تتسم بالفردية والبطء الشديد ولا يدعمها مؤسسات معينة.**
1. **أحمد عبادة العربي . المستودعات الرقمية للمؤسسات الأكاديمية ودورها في العملية التعليمية والبحثية وإعداد آلية لإنشاء مستودع رقمي للجامعات العربية (**[[14]](#footnote-14)**)**
* **هدفت الدراسة إلى فحص خمسين مستودعاً وتحليلها وفقاً لترتيب مؤسسة The Cybermetrics Lab وتوزيع محتوياتها عددياً ونوعياً وزمنياً وموضوعياً وتحديد أساليب البحث والاسترجاع ، والبرمجيات المستخدمة ، والسياسات المتبعة بها ؛ وذلك لوضع آلية لإنشاء المستودعات الرقمية ؛ لتسترشد بها الجامعات العربية عند بناء مستودعاتها الرقمية .**
1. ناريمان إسماعيل متولي . الإبداع المعرفي الأكاديمي في عصر المعلوماتية بين الأرشفة الذاتية والوصول الحر للمعلومات: دراسة لاتجاهات وتطبيقات أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة ([[15]](#footnote-15))
* **هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة نحو الأرشفة الذاتية لإنتاجيتهم العلمية على مواقعهم الشخصية الرسمية أو غير الرسمية، وإتاحة إبداعهم العلمي للاطلاع الحر المجاني عبر الإنترنت دون قيود، كذلك التعرف على المعوقات والمشكلات التي تحول دون قيام الأعضاء بالأرشفة الذاتية، فضلاً عن التعرف على المعوقات التي تعترض آليات الوصول الحر للأعمال العلمية للنخبة المبدعة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة.**
1. آلاء عبد اللطيف رمضان. توظيف مفهوم تسويق خدمات المعلومات في مكتبات مراكز البحوث في الجماهيرية: دراسة وصفية للواقع وسبل تطويره ([[16]](#footnote-16)) .
* **هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق المزيج التسويقي لخدمات المعلومات (تخطيط المنتجات المكتبية ، تسعير خدمات المعلومات، توزيع خدمات المعلومات، ترويج خدمات المعلومات ) في أنشطة مكتبات مراكز البحوث في الجماهيرية وذلك من وجهتي نظر المستفيدين وأمناء المكتبات ، ومعالجة المشاكل والعقبات التي تواجه تسويق خدمات المعلومات في مكتبات مراكز البحوث في الجماهيرية من وجهتي نظر المستفيدين وأمناء المكتبات ، وتقديم عدد من المقترحات لتطوير خدمات المعلومات والنهوض بها من خلال إتباع منهج علمي يستند على مبادئ وأُسُس التسويق الحديث في مكتبات مراكز البحوث في الجماهيرية.**
1. أشرف منصور البسيوني رداد. تقنيات المعلومات بمكتبات جامعة المنصورة: دراسة ميدانية([[17]](#footnote-17)).
* **دراسة حول تطبيق تكنولوجيا المعلومات في مكتبات جامعة المنصورة ، حيث تتناول مظاهر تكنولوجيا المعلومات في مكتبات الجامعة ، من حيث واقع الحاسبات الآلية ، والنظام الآلي المطبق في المكتبات ، وقواعد البيانات المشتركة فيها المكتبات ، والإنترنت ، ومدى استخدام تكنولوجيا المعلومات ، والتدريب على تكنولوجيا المعلومات، ثم ناقشت الدراسة مجالات التعاون بين مكتبات جامعة المنصورة فيما بينها ، والمشاكل والصعوبات التي تواجهها في تطبيق التكنولوجيا ، وأخيرا الخطط المستقبلة تجاه تكنولوجيا المعلومات بجامعة المنصورة.**
1. أشرف منصور البسيوني ردادز. المستودع الرقمي لجامعة المنصورة: دراسة حالة للمستودع الرقمي بنظام المستقبل لإدارة المكتبات([[18]](#footnote-18)).
* **دراسة نظرية تستعرض أولاً مستودع الرسائل من حيث الأجهزة والبرمجيات والكفاءات البشرية، وحجم المستودع الرقمي للرسائل ، وعناصر الميتاداتا ، وكيفية البحث والتصفح في المستودع، فضلاً عن سياسة الإتاحة ، ثم يتناول البحث مستودع الأبحاث العلمية لأعضاء هيئة التدريس ، ثم ناقش في النهاية المستودع الرقمي للأبحاث العلمية بدوريات جامعة المنصورة ، مع عرض للدوريات وإنتاجيتها من المقالات عامة والمقالات ذات النص الكامل.**

**2/7/2.الدراسات الأجنبية**

1. [**Heleen Gierveld**](http://www.ariadne.ac.uk/issue49/gierveld/#author1)**. Considering a Marketing and Communications Approach for an Institutional Repository ([[19]](#footnote-19)).**
* **هذه الدراسة توضح اتجاهات تسويق المستودع الرقمي وهى تنظر إلى المستودع الرقمي على أنه منتج والذي يحتاج إلى جذب السوق ، من أجل هذا بعض أساسيات التسويق الهامة تعرض في هذه الدراسة وتترجم في محيط المستودعات الرقمية ، والهدف الأساسي للدراسة يتمثل في تشجيع مديري المستودعات الرقمية على التفكير في مصطلحات التسويق من خلال تحديد الجمهور المستهدف واحتياجاتهم في الاعتبار.**
1. **Nancy Fried . Understanding Faculty to Improve Content Recruitment for Institutional Repositories([[20]](#footnote-20)).**
* **هذه الدراسة تتناول مشاكل تبنى المستودعات في المؤسسات الأكاديمية ، وتلقى الضوء على أهم احتياجات أعضاء هيئة التدريس فيما يتعلق بنشر مخرجاتهم الفكرية ، كما تحلل ممارسات العمل لأعضاء هيئة التدريس للتعرف على احتياجاتهم ، وتعطى بعض التوصيات لتحسين المستودعات الرقمية حتى تتناسب مع هذه الاحتياجات ، كما تلقى الضوء على إشكاليات حقوق الطبع والملكية الفكرية عند الإيداع في المستودعات.**
1. **Timothy Mark and Kathleen Shearer. Institutional Repositories: A Review of Content Recruitment Strategies**
* **تقوم الدراسة بمراجعة لإستراتيجيات استجداء المحتوى لبعض المؤسسات المحلية لدعم أعضائها في تسكين مستودعاتها الرقمية ، وذلك من خلال مسح لبعض الأدب الحالي واتصال خاص مع مجهزي المستودعات الرقمية ومقابلات شخصية أيضاً ، وبناء على ذلك تم تحديد معدل من إستراتيجيات استجداء المحتوى من أعضاء هيئة التدريس مثل أنشطة الدعاية العامة وخدمات الإيداع الإجبارية ومعلومات الاستخدام وسياسات الحفظ الذاتي.**
1. **Monica J. McCormick. Filling Institutional Repositories by Serving the University’s Needs([[21]](#footnote-21))**
* **هذه الدراسة تختبر المستودعات المؤسساتية من حيث سياق انبثاقها وتوقعات وآمال مطوريها وكيفية تجهيزها ، وانتهت الدراسة أن التطوير الناجح للمستودعات المؤسساتية سوف يتطلب أكثر من تمويل مناسب وبرنامج ومعاير تقنية جيدة ، ولو المستودعات المؤسساتية تقوم بخلق إمكانيات جديدة للاتصال العلمي من خلال الجامعة لذلك فمن الضروري فهم تعقيدات هذا النظام خلال الجامعة وأبعد منها.**
1. **Stijn Hoorens, Lidia Villalba van Dijk. Embedding digital repositories in the University of London(**[[22]](#footnote-22)**)**
* **تلقى هذه الدراسة الضوء على أهم عقبات وتحديات دمج المستودعات الرقمية في البيئة الأكاديمية ، وخاصة فيما يتعلق بصعوبة عمل تغيرات داخل السياق الأكاديمي ، وتعقد وتنوع البيئة الأكاديمية ، والاحتياجات المختلفة والمتنوعة لأعضاء هيئة التدريس ، وثم تقوم الدراسة بتقديم بعض الاقتراحات والتوصيات والإستراتيجيات للتغلب على هذه العقبات.**
1. **Richard Griscom. Content Recruitment and Development: A Proactive Approach to Building an Institutional Repository**
* **اهتمت هذه الدراسة أيضاً بتوضيح بعض استراتيجيات تسويق المستودع الرقمي واستجداء المحتوى المناسب من المجتمع المستهدف ، ومن أهم الإستراتيجيات كانت فهم البيئة الأكاديمية بشكل جيد ، واتخاذ خطوات إلزامية لتسكين المحتوى ، والبدء بالأقسام التي ترغب في تسكين محتوياتها ، وتزايد الدعم كلما اندمج المستودع أكثر في مجتمع الجامعة.**
1. **Connolly, P. M. . Institutional repositories: Evaluation the reasons for non-use of cornell University** **installation of Dspace. D-Lib Magazine, vol. 13, n.3/4, (March/April 2007. ([[23]](#footnote-23))**
* **تهدف الدراسة إلى تقييم مستودع جامعة كورنيل Cornell وذلك بفحص محتوياته ومدى مشاركة أعضاء هيئة التدريس به ومقارنته بثلاثة مستودعات مؤسساتية تستخدم برنامج Dspace الذي يعتمد عليه مستودع كورنيل ، اعتمدت الدراسة على نتائج المقابلات لأعضاء هيئة التدريس في مجالات العلوم الاجتماعية والإنسانيات للتعرف على الأسباب التي أدت إلى قلة استخدام مستودع الجامعة ، وتوصل البحث إلى أن السبب الرئيسي وراء عدم استخدام المستودع يرجع إلى ضعف محتوياته ، هذا بالإضافة إلى عدم معرفة أعضاء هيئة التدريس بأساليب التعامل مع المستودعات ، إلى جانب ضعف الحماية لحق المؤلف للأعمال العلمية المدرجة بالمستودع.**
1. **Watson, Sarah . Authors’ attitudes to, and awareness and use of, a university institutional repository . - The Journal for the Serials Community . Vol. 20, N. 3(November 2007([[24]](#footnote-24)).**
* **تتناول الدراسة مدى إحاطة واتجاهات المؤلفين واستخدامهم للمستودعات الرقمية المؤسساتية ، حيث تتحقق الدراسة من اتجاهات وسلوكيات النشر لدي المؤلفين بجامعة كرانفيلد، ومخاوفهم تجاه ذلك ، ومدى وعيهم واستخدامهم للمستودعات المؤسسية كمستودع كيوإبرنت كرانفيلد QUEprints ، وتوصلت الدراسة إلى أن الكثير من المؤلفين لم يسمعوا عن هذا المستودع ولا بأهدافه ، وأنه رغم أهمية إيداع نسخة من أبحاثهم بالمستودع إلا أن العديد منهم لا يعلمون كيفية عملية الإيداع معتمدين في ذلك على المكتبة ، كما كان لديهم بعض القلق تجاه إدراج أعمالهم في المستودع ، فضلاً عن أنه عملاً إضافياً في ظل ضغوط العمل.**

3. إطار العمل النظري للدراسة

3/1. مصطلحات الدراسة

1. **الاتصال العلمي Scholarly communication : طريقة أو قناة تعبر عن طريقها المعلومات الأكاديمية من المؤلف إلى القارئ خلال تنوع من الوسطاء مثل المكتبات والناشرين([[25]](#footnote-25)).**
2. **الإتاحة الحرة Open Access : إتاحة المقالات بالمجان على الإنترنت والسماح لأي مستخدم بقراءة وتحميل ونسخ وتوزيع وطبع وبحث وربط إلى النصوص الكاملة لهذه المقالات وزحفها من أجل تكشيفها ونقلها كبيانات إلى البرامج أو استخدامها لأي غرضاً قانونياً آخر بدون أي عوائق مالية أو قانونية أو فنية غير تلك المتصلة بالحصول على إتاحة إلى الإنترنت نفسها ، والقيد الوحيد على إعادة الإنتاج والتوزيع والدور الوحيد لحق الطبع في هذا المجال يتمثل في إعطاء المؤلفين تحكماً على سلامة أعمالهم والحق في أن يتم الاعتراف والإستشهاد بهم. وهناك طريقين أساسيين لتوصيل الإتاحة الحرة إلى مقالات الأبحاث الأكاديمية وهما:- دوريات الإتاحة الحرة التي يطلق عليها ( الطريق الذهبي للإتاحة الحرة ) ، والحفظ الذاتي للأبحاث والذي يطلق عليه ( الطريق الأخضر للإتاحة الحرة ) ([[26]](#footnote-26)).**
3. **الحفظ الذاتي Self-Archiving: إيداع وثيقة رقمية في موقع ويب متاح للجمهور العام وبشكل مفضل في مستودع مسودات الأبحاث المحكمة وغير المحكمة المتوافق مع مبادرة الأرشيفات الحرة** [**OAIS**](file:///F%3A%5C%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%5C%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%5C%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%20%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%EF%BF%BD%5CSelf-Archiving%20FAQ.htm#OAI-compliance)**([[27]](#footnote-27)).**
4. **حق الطبع Copyright: مجموعة من الحقوق القانونية والتي تتصل بالعمل الأصلي بمجرد خلقه، تسمح حقوق الطبع لمالك حق الطبع بالتحكم في بعض التصرفات التي يمكن أن تتم على عمله مثل النسخ ومنع الآخرين من استخدام المواد المحمية بدون تصريح من مالك حق الطبع.**
5. **مسودات الأبحاث المحكمة وغير المحكمة** [**Eprints**](http://www.ecs.soton.ac.uk/~harnad/Hypermail/Amsci/0662.html) **: مصطلح يستخدم للإشارة إلى كلاً من المقالات المحكمة وغير المحكمة بالإضافة إلى أي مسودات هامة بينهما وتحديثات ما بعد النشر([[28]](#footnote-28)).**
6. **التحكيم Peer review : عمل المؤلف يتم تحكيمه عندما يخضع لتقييم وفحص الآخرين والذين يعدوا خبراء في المجال.**
7. **مسودة البحث بعد التحكيم post-print : هي مسودات المقالات الأكاديمية بعد التحكيم والمقبولة نهائياً للنشر ([[29]](#footnote-29)).**
8. **مسودة البحث قبل التحكيم والنشر preprint: مسودات المقالات الأكاديمية قبل التحكيم وقبل النشر ، وهى دائماً الإصدارات التي يتم تقديمها للناشر من قبل المؤلفين.**
9. **المستودع الرقمي المؤسسي Institutional repository : المستودع الرقمي الذي يتم إنشاؤه بواسطة جامعة معينة أو مؤسسة بحث أخرى ، وهو يهدف إلى تجميع وحفظ المخرجات الفكرية للمؤسسة في الشكل الرقمي (**[[30]](#footnote-30)**).**
10. **المستودع الرقمي الموضوعي Subject repository : المستودع الذي يتم إنشاؤه لتجميع وحفظ المواد في مجال موضوعي معين ، وقد يطلق على هذه المستودعات أيضاً اسم المستودعات محددة المجال.**
11. **ملحق المؤلف** [**author addenda**](http://oasisworkspace.pbwiki.com/Author%C2%A0addenda%2Band%2Blicences-to-publish) **: وثيقة يمكن أن تلحق بواسطة المؤلف باتفاق النشر لتغير بعض الحقوق فيه ، وعادة ما يتم استخدام هذا الملحق من أجل السماح للمؤلفين بالحفظ الذاتي لأعمالهم.**
12. **سياسة إيداع إلزامية Deposit mandate : سياسة مؤسساتية تتطلب من أعضاء هيئة التدريس إيداع مخرجاتهم البحثية والأكاديمية داخل مستودع إتاحة حرة مؤسسي.**
13. **رقمنة Digitization: عملية خلق نسخة رقمية من كيان مادي.**
14. **مستودع إتاحة حرة Open access repository: أرشيف على الخط المباشر يقوم فيه المودعون بإيداع أعمالهم لجعلها متاحة بالمجان في شكل رقمي.**
15. **مبادرة الأرشيفات الحرة Open Archives initiative : مبادرة لتطوير وترقية معايير التداخل والتي تهدف إلى تسهيل النشر الفعال للمحتوى ، ومن أهم انجازاتها تطوير بروتوكول مبادرة الأرشيفات الحرة لجني الميتاداتا ، والذي يمكن المستودعات من كشف الميتاداتا التي تصف محتوياتها لموفري الخدمات الذين يحصدون الميتاداتا في مستودعات ضخمة ، يهدف هذا البروتوكول بالتالي إلى كشف الأعمال المودعة في المستودعات إلى أوسع جمهور ممكن ولضمان تداخل المستودعات.**
16. **المستودع المتوافق مع مبادرة الأرشيفات الحرة OAI-compliant : المستودع الذي يكون متوافق مع مبادرة الأرشيفات الحرة يكون قابل للتداخل مع محركات البحث وأدوات الاكتشاف المتعددة ، وهذا يسهل على المستخدمين النهائيين بحث واكتشاف المواد في المستودع.**
17. **رخصة الإيداع في المستودع Repository Deposit Licence: اتفاق بين المستودع والمودع والذي يحدد الحقوق والالتزامات لكلا الطرفين فيما يتعلق بالمواد المودعة.**
18. **اتفاق المستخدم النهائي Repository Distribution (End User) Agreement: اتفاق بين المستودع والمستخدمين النهائيين والذي يمنح الحقوق المطلوبة إلى المستخدمين النهائيين للإتاحة إلى وإعادة استخدام المواد في المستودع.**
1. أشرف منصور البسيوني ردادز. المستودع الرقمي لجامعة المنصورة: دراسة حالة للمستودع الرقمي بنظام المستقبل لإدارة المكتبات.المجلة العربية للدراسات المعلوماتية. متاح فى : http://ajis.arabstudiesjournals.com [↑](#footnote-ref-1)
2. Kylie Pappalardo and Anne Fitzgerald. A Guide to Developing Open Access Through Your Digital Repository. http://www.oaklaw.qut.edu.au/node/32 [↑](#footnote-ref-2)
3. Monica McCormick. Filling Institutional Repository by Serving the University's needs. <http://www.global-info.org/index.html.en> [↑](#footnote-ref-3)
4. Kasja Weenink, Leo Waaijers. A DRIVER’s Guide to European Repositories . http:// www . bne.es/ingles/europ4.htm. [↑](#footnote-ref-4)
5. Stijn Hoorens, Lidia Villalba van Dijk. Embedding digital repositories in the University of London. www.rand.org [↑](#footnote-ref-5)
6. Timothy Mark and Kathleen Shearer . Institutional Repositories: A Review of Content Recruitment Strategies . http://www.ifla.org/IV/ifla72/index.htm [↑](#footnote-ref-6)
7. Raym Crow. Institutional Repository Checklist & Resource Guide.http:// www.arl.org/sparc. [↑](#footnote-ref-7)
8. Mary R. Barton. Creating an Institutional Repository :LEADIRS Workbook. http://www.cla.co.uk/directive/index.html [↑](#footnote-ref-8)
9. Marisa L. Ramírez and Michael D. Miller. Approaches to Marketing an Institutional Repository to Campus . http://copyrighttoolbox.surf.nl/copyrighttoolbox [↑](#footnote-ref-9)
10. أواز حكمت محمد علي .­- تسويق الخدمات المكتبية وخدمات المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات.مجلة المعلوماتية ، العدد الواحد والعشرون .متاح فى : http://www.informatics.gov.sa/articles.php?artid=535. [↑](#footnote-ref-10)
11. طلال ناظم الزهيريز .- استثمار تطبيقات الويب2 في مجال تسويق خدمات المعلومات في المكتبات الجامعية العراقية.متاح في : http://drtazzuhairi.blogspot.com/2012/04/2.html. [↑](#footnote-ref-11)
12. بله احمد بلال أحمد.- تسويق خدمات المعلومات في المكتبات: تجربة مكتبة جامعة السودان المفتوحة. متاح فى www.ifla.org/iv/ifla63. [↑](#footnote-ref-12)
13. إيمان فوزي عمر . المستودعات الرقمية المفتوحة كمصدر من مصادر الاقتناء بالمكتبات البحثية : دراسة تحليلية ؛ إشراف أسامة السيد محمود، نوال محمد عبد الله . - حلوان : جامعة حلوان - كلية الآداب - قسم المكتبات والمعلومات ، 2011. رسالة دكتوراه، 303 ص. [↑](#footnote-ref-13)
14. أحمد عبادة العربي . المستودعات الرقمية للمؤسسات الأكاديمية ودورها في العملية التعليمية والبحثية وإعداد آلية لإنشاء مستودع رقمي للجامعات العربية . ندوة التعليم الجامعي في عصر المعلوماتية “ التحديات والتطلعات . - جامعة طيبة: 30/5 إلى 1/6/2011. نشر في/ مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج18 ، ع1. ( المحرم – جمادى الآخرة 1433هـ / نوفمبر 2011- إبريل 2012م) ص149 – 194. [↑](#footnote-ref-14)
15. ناريمان إسماعيل متولي . الإبداع المعرفي الأكاديمي في عصر المعلوماتية بين الأرشفة الذاتية والوصول الحر للمعلومات: دراسة لاتجاهات وتطبيقات أعضاء هيئة التدريس بجامعة طيبة . - ندوة التعليم الجامعي في عصر المعلوماتية “ التحديات والتطلعات – جامعة طيبة : 30/5 إلى 1/6/2012. [↑](#footnote-ref-15)
16. آلاء عبد اللطيف رمضان المهله . - توظيف مفهوم تسويق خدمات المعلومات في مكتبات مراكز البحوث في الجماهيرية: دراسة وصفية للواقع وسبل تطويره (أطروحة ماجستير) . إعداد/ آلاء عبد اللطيف رمضان المهلهل إشراف/ محمد الفيتوري عبد الجليل جامعة الفاتح، كلية الآداب، قسم المكتبات والمعلومات. [↑](#footnote-ref-16)
17. أشرف منصور البسيوني رداد.- تقنيات المعلومات بمكتبات جامعة المنصورة: دراسة ميدانية. متاح فى http://www.journal.cybrarians.org [↑](#footnote-ref-17)
18. أشرف منصور البسيوني ردادز. المستودع الرقمي لجامعة المنصورة: دراسة حالة للمستودع الرقمي بنظام المستقبل لإدارة المكتبات.المجلة العربية للدراسات المعلوماتية. متاح فى http://ajis.arabstudiesjournals.com. [↑](#footnote-ref-18)
19. [**Heleen Gierveld**](http://www.ariadne.ac.uk/issue49/gierveld/#author1). Considering a Marketing and Communications Approach for an Institutional Repository.<http://dlib.org/dlib/january05/foster/01foster.html> [↑](#footnote-ref-19)
20. Nancy Fried . Understanding Faculty to Improve Content Recruitment for Institutional Repositories. http://dlib.org/dlib/january05/foster/01foster.html [↑](#footnote-ref-20)
21. Monica J. McCormick. Filling Institutional Repositories by Serving the University’s Needs. <http://www.global-info.org/index.html.en> [↑](#footnote-ref-21)
22. Stijn Hoorens, Lidia Villalba van Dijk. Embedding digital repositories in the University of London. <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/vanderkuil/> [↑](#footnote-ref-22)
23. Connolly, P. M. . Institutional repositories: Evaluation the reasons for non-use of cornell University installation of Dspace. D-Lib Magazine, vol. 13, n.3/4, March/April 2007. <http://www.dlib.org/dlib/march07/davis/03davis.html>. [↑](#footnote-ref-23)
24. Watson, Sarah . Authors’ attitudes to, and awareness and use of, a university institutional repository . - The Journal for the Serials Community . Vol. 20, N. 3(November 2007. URL: http://www.metapress.com/content/6tevef6bgdkamxbu [↑](#footnote-ref-24)
25. Bhaskar Mukherjee. Scholarly Communication: A Journey from Print to Web. <http://www.ariadne.ac.uk/issue42/harnad/> [↑](#footnote-ref-25)
26. “budapest open access initiative”, open society institute & soros foundation network,

www.soros.org/openaccess [↑](#footnote-ref-26)
27. stevan harnad, ‘the self-archiving initiative’, nature: debates. [http: //www](http://www). nature .com/nature/debates/e-access/articles/harnad.html [↑](#footnote-ref-27)
28. self-archiving faq. http://www.oaklist.qut.edu.au [↑](#footnote-ref-28)
29. Stevan Harnad, For Whom the Gate Tolls? How and Why to Free the Refereed Research Literature Online Through Author/Institution Self-Archiving, Now, Section 8. http://www.ecs.soton.ac.uk/~harnad/Tp/resolution.htm#8. [↑](#footnote-ref-29)
30. Crow, Raym. (2002). The Case for Institutional Repositories: A SPARC Position Paper. Retrieved Dec 19, 2004, from http://www.arl.org/sparc/IR/ir.html [↑](#footnote-ref-30)