خدمة «الوصول المفتوح+»: إيصال البحث إلى جمهور خارج الأوساط الأكاديمية

سكوت تايلور



الملخص:

يعرض هذا المقال، وهو دراسة حالة من مكتبة جامعة مانشستر، الخطوات الاستكشافية التي اتخذتها المكتبة لإيصال مخرجات البحث المتاحة بالوصول المفتوح إلى جمهور غير أكاديمي، انطلاقًا من أن كثيرًا من الأبحاث يبقى عسير الفهم على غير المتخصصين وإن أُتيح مجانًا. ويصف المقال خدمة «الوصول المفتوح+» التي أُضيفت إلى بوابة الوصول المفتوح على أساس الاشتراك الاختياري، وتشمل تقرير «مجتمعات الاهتمام» المعتمد على بيانات (Altmetric)، وأداة لكشف المصطلحات المتخصصة في الملخصات، وسلاسل تغريدات بلغة مبسطة على تويتر. ويناقش مقاييس النجاح والنتائج الأولية، ومنها نسب الاشتراك حسب نوع الإيداع والكلية، وارتفاع درجات الاهتمام للأوراق المروّج لها، مع ملاحظة أن معظم التفاعل ظل من داخل المجال الأكاديمي. ويختتم باقتراح خطوات لاحقة، منها الملخصات المرئية ومنصات تواصل أخرى وأتمتة مسارات العمل.

الكلمات المفتاحية: الاتصال العلمي، الوصول المفتوح، وسائل التواصل الاجتماعي، المقاييس البديلة، التفاعل مع الجمهور

المشهد:

يسهم مؤلفو جامعة مانشستر في نحو 7,000 ورقة محكّمة في الدوريات والمؤتمرات كل عام. ويعني التوسع الأخير في اشتراطات الوصول المفتوح (mandates) الصادرة عن الجهات الممولة والمؤسسات [1] أن معظم هذه المخرجات، كما هو الحال في كثير من الجامعات البريطانية الأخرى [2]، صار الآن متاحًا مجانًا لكل من يرغب في قراءته.

وقد رسّخت مكتبة جامعة مانشستر (UML) دورًا مركزيًا في تيسير هذا التوسع في الوصول المفتوح من خلال خدمتها «بوابة الوصول المفتوح» (OA Gateway) [3]، التي يستخدم فيها المؤلفون واجهة بسيطة لإيداع المخطوطات المقبولة من المؤلف أو طلب دفع رسوم الوصول المفتوح الذهبي. ويعفيهم ذلك إلى حد كبير من

مسارات العمل الشاقة اللازمة لضمان امتثال كل ورقة لمجموعة السياسات الدائمة التغير [4]. وبفضل الإقبال الواسع على هذه الخدمة الوسيطة، صارت المكتبة تعالج الآن بصورة منهجية معظم المخرجات العلمية للجامعة، إلى حد أن هذه المخرجات أصبحت «مجموعة خاصة» أخرى من المحتوى الفريد الذي يتطلب الرعاية والنشر [5].

ولكن هل يكفي نقل المجموعة من وراء جدار الاشتراك المدفوع لتحقيق المنفعة العامة؟ فلوكالات تمويل البحث، بما لذلك من آثار إيجابية وسلبية، دور أساسي في تشكيل السلوك على مستوى المؤسسة، لكن قلة منها تشترط على المؤلفين ضمان وصف أعمالهم بطريقة تجعلها مفهومة لجمهور غير متخصص [6]. ونتيجة لذلك، تظل هذه المجموعة، على الرغم من إتاحتها للقراءة مجانًا، عسيرة الفهم إلى حد كبير خارج المجال.

ويمكن لفرق تسويق البحث أن تربط من يجرون البحث بمن قد يستفيدون من نتائجه. غير أن ميزانيات التسويق تُنفق بحكمة وبما يتوافق مع المجالات التي تقرر المؤسسة أنها الأكثر فائدة من الناحية الاستراتيجية. فجامعة مانشستر، على سبيل المثال، تروّج لأبحاثها التي تعالج التحديات العالمية تحت علامة «منارات البحث» (Research beacons) [7]. ويدعم ذلك شبكة مخصصة من مختصي الاتصال التسويقي الذين يديرون حملات تستند إلى الأنشطة البحثية للجامعة في مجالات السرطان، والطاقة، والمواد المتقدمة، وأوجه عدم المساواة العالمية، والتقنية الحيوية الصناعية.

وتعمل فرق العلاقات الإعلامية مع المؤلفين لإعداد ملخصات للأبحاث مصممة لجذب الصحفيين، لكن الأكاديميين الأكثر رسوخًا هم في الغالب من يميلون إلى التواصل مع زملائهم في العلاقات الإعلامية [8]. وأشارت مراجعة لموقع (EurekAlert) إلى أن ما لا يزيد على 3% من أوراق جامعة مانشستر يُذكر في بيان صحفي كل عام، ولن يحظى إلا جزء ضئيل منها باهتمام وسائل الإعلام الجماهيرية [9].

ويترك ذلك عددًا كبيرًا من الأبحاث الأقل بروزًا التي لا تستفيد من أي دعم من الجامعة ولا تصل إلى النطاق الكامل من الجماهير المحتملة. وعلى الرغم من أن مكتبة جامعة مانشستر طوّرت خدمات شاملة عبر دورة حياة البحث، فإن إيصال هذه المجموعة الخاصة عن قصد إلى جماهير من خارج الجامعة ظل فئة خدمات غير متطورة بما يكفي. فهل يمكن أن يكون هذا تطورًا منطقيًا لمفهوم لوركان ديمبسي (Lorcan Dempsey) عن نموذج «من الداخل إلى الخارج» (inside-out)، الذي تُتاح فيه المواد المؤسسية لجماهير خارجية بطرق جديدة؟ [10]

التحديات:

ينطوي تحقيق مشاركة ذات معنى في هذا الجزء من سلسلة الاتصال العلمي على تحديات؛ وينبع معظم هذه التحديات من سجلنا المحدود في التعامل الفكري مع محتويات المجموعة إلى درجة تمكننا من استهداف جماهير خارجية عن قصد.

ففي السنوات الأخيرة، انطوى دور مكتبة جامعة مانشستر في إدارة مخرجات البحث في الجامعة بالضرورة على ضمان الامتثال لاشتراطات الوصول المفتوح الصادرة عن الجهات الممولة والحفاظ على جودة عالية للبيانات الوصفية؛ وتطورت خدمات الاكتشاف (discovery) لدينا مع تركيز مؤسسي وتوجه نحو احتياجات الجماهير العلمية الداخلية.

وإذا أردنا أن نستثمر على المدى الطويل في هذه الفئة من الخدمات، فسنحتاج إلى مزيج من الكفاءات المهنية التي لا تُطلب عادة في أدوار الاتصال العلمي القائمة في المكتبات [11]. وسنحتاج أيضًا إلى إقامة شراكات جديدة مع الوحدات الكثيرة في الجامعة التي تيسّر بالفعل التفاعل بين الباحثين والجماهير الخارجية.

والأهم من ذلك أن الأمر سيتطلب إقناع نسبة أكبر من الباحثين بإشراكنا في هذا الجزء من مسار عملهم، إن كان هذا الجزء موجودًا أصلًا في مسار عملهم. فقد كشف استطلاع حديث في العلوم الاجتماعية عن أسباب كثيرة تمنع الباحثين من مشاركة أبحاثهم ومناقشتها على الإنترنت [12]. كما أن التوقعات من الأكاديميين بضمان أن تكون مخرجات أبحاثهم مفهومة لجماهير أوسع ليست محددة بالوضوح الذي تتسم به مجالات أخرى من دورة حياة البحث.

الفرصة:

إدراكًا للدور المحتمل الذي يمكن أن تؤديه مكتبة جامعة مانشستر في توسيع أثر الجامعة، رأينا فرصة لتطوير بوابة الوصول المفتوح بما يتيح لنا أن نشارك بصورة منهجية أوصافًا بلغة إنجليزية مبسطة لأوراق الوصول المفتوح عبر حساب مخصص على تويتر. ورأينا أيضًا فرصة لجعل أدواتنا التحليلية التجارية تؤدي دورًا أكبر في تحديد المجتمعات الشبكية التي تتشكل حول التخصصات الأكاديمية وفي الوصول إليها.

واخترنا تويتر لأنه فعّال في نشر المعلومات، وقد تبنّاه مجتمع البحث على نطاق واسع؛ بل إن التغريدات تتجاوز 91% من مجمل أنشطة وسائل التواصل الاجتماعي التي ترصدها المقاييس البديلة (altmetrics) [13]. ومن خلال إنتاج صيغ أبسط لنتائج البحث، أملنا أن تزداد فرص انتشار التغريدات إلى ما وراء الشبكات الأكاديمية المباشرة التي تتشكل حول تخصص ما. ومن الشبكات المجاورة المرجحة طيف أكثر تنوعًا من الجهات المهتمة من قطاع الأعمال، وصنع السياسات على مستوى المدينة أو الإقليم أو الدولة، والشركاء الثقافيين، وقطاع الرعاية الصحية، والوكالات الدولية، والمجتمع المحلي، ووسائل الإعلام، والتعليم الوطني، والجمهور العام.

ولم نرد أن يبدو حسابنا الجديد على تويتر كأنه روبوت (bot) يضخ الأوراق المتاحة في مستودعنا. فقد وجد تحليل للتغريدات التي تشير إلى أوراق منشورة في دوريات طب الأسنان أن 77% من التغريدات كانت آلية الطابع [14]. وأردنا أن ينقل الحساب حقيقة أن من يديره أناس حقيقيون؛ وأردنا أيضًا أن تكون نبرة تغريداتنا مختلفة عن الأسلوب الترويجي الذي تعتمده العلاقات الإعلامية حين يكون الهدف تعزيز سمعة المؤسسة.

وكان هدفنا أن نُري المؤلفين فوائد استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لمشاركة المخرجات المفتوحة للبحث. ومع ذلك، لم نرد أن ندعو إلى تويتر دون تفكير في جميع الظروف، إذ تؤثر عوامل متنوعة في انخراط الأكاديميين في وسائل التواصل الاجتماعي من عدمه [15]، وتختلف طبيعة التفاعل مع الجمهور (public engagement) باختلاف التخصصات الأكاديمية [16]. ولذلك، كان أي تطوير للخدمة سيقوم على أساس الاشتراك الاختياري (opt-in).

الوصول المفتوح+ (Open Access+):

تحسين بوابة الوصول المفتوح:

تتلقى بوابة الوصول المفتوح أكثر من 2,000 إيداع سنويًا، ولذلك تتيح لنا نقطة تواصل قيّمة للوصول إلى المؤلفين بمزيد من خدمات المكتبة. وفي عام 2017، أضفنا خانة اختيار تتيح للمؤلفين الإشارة إلى أن ورقتهم قد تثير اهتمام وسائل الإعلام وينبغي النظر في إصدار بيان صحفي عنها. وحين يؤشر المؤلف هذه الخانة، نرسل تفاصيل الورقة إلى المسؤول الصحفي المختص في الكلية.

ومنحنا الاستقبال الإيجابي لميزة البيان الصحفي الثقة لإضافة خانة اختيار ثانية تتيح للمؤلفين الاشتراك في تلقي المساعدة على زيادة إبراز ورقتهم، وفي أن تروّج المكتبة للورقة عبر قنواتها على وسائل التواصل الاجتماعي: وهي خدمة حملت اسم «الوصول المفتوح+» (Open Access+ - OA+). وحين يشترك المؤلف في خدمة الوصول المفتوح+، تمر ورقته عبر مسارّي عمل متزامنين: مسار عملنا الراسخ للامتثال لمتطلبات الوصول المفتوح، ومسار عمل جديد للوصول المفتوح+.

تقرير «مجتمعات الاهتمام»:

يتضمن الجزء الأول من مسار عمل الوصول المفتوح+ إعداد تقرير «مجتمعات الاهتمام» (Communities of Attention)، الذي يسرد حسابات تويتر الأكثر إشارة إلى أوراق الدورية التي ستظهر فيها الورقة.

ولإعداد هذا التقرير، الذي يدين في تسميته لأعمال رودريغو كوستاس (Rodrigo Costas) وزملائه [17]، يستعلم برنامج نصي مخصص من واجهة برمجة التطبيقات (API) الخاصة بـ(Altmetric) عن جميع بيانات التفاعل والاهتمام لأحدث 1,000 ورقة في الدورية، ثم ينظّم النتائج في جدول بيانات. وإذا كان نطاق الدورية عامًا جدًا، يُستخدم نهج بديل تُستخدم فيه أحدث 1,000 ورقة من الموضوع (Topic) أو العنقود الموضوعي (Topic Cluster) الأكثر صلة في (SciVal) [18]. وتُستبعد برمجيًا حسابات الروبوتات المدرجة في قائمة حظر، ويُنقل التقرير إلى مجلد ليكون جاهزًا للإرسال إلى المؤلف أو المؤلفين. وتُقدَّم أيضًا مذكرة إرشادية تشجع المؤلفين على النظر فيما إذا كان من المفيد التفاعل مع أي من الحسابات الواردة في التقرير حسب الاقتضاء.

ملخصات غير تقنية:

وبالتوازي مع ذلك، يُمرَّر ملخص الورقة يدويًا عبر أداة طوّرها فريق في معهد إسرائيل للتقنية (Israeli Institute of Technology)، تحدد المصطلحات المتخصصة (jargon) المحتملة وتنبّه إليها بمقارنة الملخص بمدوَّنة نصية تضم أكثر من 90 مليون كلمة [19]. والغاية من هذه الأداة تنبيه المؤلفين إلى المصطلحات الواردة في ملخصهم التي قد لا يفهمها جمهور غير متخصص.

ونرسل إلى المؤلف أو المؤلفين بالبريد الإلكتروني نسخة من الملخص مع الإشارة إلى العبارات التي يُحتمل أن تكون مصطلحات متخصصة، إلى جانب تقرير «مجتمعات الاهتمام» المخصص لهم. ويقدم البريد الإلكتروني أيضًا إرشادات بشأن (Kudos) [20] و(The Conversation) [21]، وكلاهما قد يكون مفيدًا للوصول إلى جماهير أوسع بأوصاف أيسر فهمًا لنتائج البحث. ونضع أيضًا رابطًا إلى تطبيق (Simple Writer) الذي يتحدى المؤلفين أن يشرحوا أبحاثهم باستخدام الألف كلمة الأكثر شيوعًا في اللغة الإنجليزية فقط [22].

إنشاء سلسلة تغريدات:

لا تنتقل الورقة إلى المرحلة التالية من مسار العمل حتى ينبّه تطبيق برمجي داخلي إلى أنها ربما نُشرت على الإنترنت. ولتحقيق ذلك، يستعلم التطبيق يوميًا من واجهة برمجة التطبيقات الخاصة بـ(Crossref)، مستخدمًا عنوان المقال في كل تسجيلة مشتركة في الخدمة بوصفه سلسلة بحث؛ ولكل نتيجة مُعادة تتضمن معرّف (DOI) ضمن بياناتها الوصفية، يضع علامة على التسجيلة على أنها «يُحتمل أنها نُشرت». ويتيح هذا النهج تنبيه الفريق إلى نشر المقال في وقت أبكر من انتظار تكشيف الورقة في (Scopus) أو (Web of Science)، وكثيرًا ما يكون ذلك في اليوم التالي للنشر على الإنترنت. وفي كل صباح، يفرز الفريق التسجيلات «التي يُحتمل أنها نُشرت» ويمررها إلى المرحلة التالية من مسار عمل الوصول المفتوح+.

وقد أتاحت التطورات في تقنيات تعلم الآلة الآن توليد ملخصات الأوراق آليًا. وتُعد (Scholarcy) [23] رائدة في هذا النوع من التقنية، وهي تزود الفريق بملخص للورقة في صورة نقاط، وهو مثالي للإدراج في سلسلة تغريدات. وفائدة استخدام هذه الأداة أنها تتيح للفريق الحصول بكفاءة على ملخصات لأبرز ما في الأوراق على نطاق يتعذر تحقيقه بغيرها، وبطريقة يستحيل تحقيقها دون خبرة في المجال.

ثم يصوغ أحد أعضاء الفريق مسودة سلسلة تغريدات (Twitter thread) ليراجعها قائد الخدمة. وتتضمن السلسلة رابطًا إلى ورقة الوصول المفتوح، وإلى أي بيانات بحثية أساسية، وإلى المشروع، وإلى أي جهات ممولة مذكورة في الورقة. ويُستخدم نص الملخص الذي تولّده (Scholarcy) لإنتاج سرد يقدم وصفًا يسير الفهم للنتائج. وتُستخدم الصور أيضًا على امتداد السلسلة لتحقيق أقصى قدر من التفاعل. ويختم الفريق السلسلة بالإشارة (tagging) إلى أكثر حسابات تويتر صلة الواردة في تقرير «مجتمعات الاهتمام»، على افتراض أنها قد تكون مهتمة.

وبعد أن يراجع قائد الخدمة مسودة السلسلة ويجري أي تعديلات لازمة، تُنشر على حساب (@UoMOpenAccess) [24]. ثم تُثرى السلسلة بعد ذلك بأن يجمع الفريق النقاشات المثيرة للاهتمام حول الورقة ويضع روابط إليها، وكذلك ملخص (Kudos) إن وُجد.

مقاييس النجاح:

يطرح تطوير خدمات استكشافية عند تقاطع الوصول المفتوح والاتصال العلمي والمقاييس تحديات في وضع مقاييس نجاح صحيحة، ويزيد من ذلك أن معظم فوائد الأثر المجتمعي لاستخدام تويتر لا يمكن إثباتها بمقاييس كمية.

وشرعنا في إعداد تقارير تستند إلى افتراض مفاده أنه سيكون من المفيد للأقسام، بعد مقارنة ذلك ببيانات أخرى (المقارنة المتقاطعة)، أن تعرف الحجم الإجمالي للاهتمام الذي تحققه أبحاثها حين تقيّم فاعلية جهودها الجماعية في الاتصال البحثي.

وكنا واثقين من قدرتنا على إعداد تقارير تخبر كل قسم بنسبة أوراقه الواقعة ضمن أعلى 10% من حيث عدد التغريدات، لكن هدفنا كان أن نُري كل قسم كيف يقارَن رقمه بأرقام الأقسام المماثلة في كل جامعة من جامعات مجموعة راسل (Russell Group). ولتحقيق ذلك، استخدمنا (SciVal) لتحديد الأوراق التي نشرها القسم في الفترة 2014-2018، ولتحديد أوراق المقارنة في مؤسسات مجموعة راسل الأخرى باستخدام ميزة الموضوع البحثي (Research Topic) في (SciVal)؛ ثم استخدمنا (Altmetric Explorer) للحصول على معلومات عن حجم الاهتمام

الذي حظيت به الأوراق [25]. وتمكنّا بعد ذلك من حساب ما إذا كانت الورقة، مقارنة بالأوراق الأخرى في المجال الموضوعي نفسه في (SciVal)، ضمن أعلى 10% من حيث عدد التغريدات. ثم تُدرج البيانات في تقرير أوسع للمقاييس يُرسل مرتين في السنة إلى كل قسم من أقسام الجامعة البالغ عددها 31 قسمًا.

ولا نتوقع أن تؤثر خدمة الوصول المفتوح+ وحدها في موقع القسم ضمن هذه التقارير، لكن بالنسبة إلى الأقسام التي وضعت استراتيجية في هذا المجال، سيكون من المفيد استخدامها لرصد التقدم نحو الأهداف.

النتائج الأولية:

ينطوي التشكيك في الافتراضات السائدة عن دور المكتبة داخل مؤسستنا على مخاطرة، لكن لم نواجه حتى الآن أي مقاومة لإعادة صياغة دورنا للمساعدة في توسيع استخدام البحث إلى ما وراء الحدود الأكاديمية التقليدية.

وما زلنا نستكشف ما إذا كان يمكن أن تظل هذه فئة خدمات طويلة الأمد بالنسبة إلينا. ففي فترة الأشهر الثمانية التي تلت إطلاق الخدمة، اشترك 15% من المودعين في خدمة الوصول المفتوح+. وكشف تفصيل أدق أن 24% من المؤلفين الذين طلبوا دفع رسوم الوصول المفتوح الذهبي اشتركوا فيها، في حين اشترك 11% من المؤلفين الذين أودعوا مخطوطة مقبولة لتحقيق الوصول المفتوح الأخضر. وكان هذا المستوى من الانخراط متسقًا مع توقعاتنا للسنة الأولى، التي لم نخطط خلالها للقيام بأي ترويج أو توعية، إذ كانت الآثار المترتبة على الموارد قيد التقييم.

وكشف التفصيل حسب الكلية أن مؤلفي كلية العلوم الإنسانية كانوا الأكثر ميلًا إلى الاشتراك في الخدمة (26%)، وأن مؤلفي كلية العلوم والهندسة كانوا الأقل ميلًا (12%). وثمة تواز مثير للاهتمام بين هذه البيانات ونتائج تقرير حديث لمؤسسة راند أوروبا (RAND Europe)، وجد أن باحثي العلوم الإنسانية والاجتماعية وحدهم هم من ذكروا «الأثر غير الأكاديمي» و«التعاون مع شركاء غير أكاديميين» ضمن المحركات الخمسة الرئيسة للتغيير في منظومة البحث [26].

لم نتفق بعد، في هذه المرحلة المبكرة، على أي مقاييس للتفاعل تركز على كيفية تفاعل الجماهير المستهدفة مع أنشطتنا على وسائل التواصل الاجتماعي. غير أن البيانات الأولية تشير إلى أن الأوراق المروَّج لها عبر خدمة الوصول المفتوح+ تميل إلى استقطاب درجات اهتمام في المقاييس البديلة أعلى من الأوراق التي لا يُروَّج لها عبر الخدمة. فمثلًا، حققت 23% من الأوراق المشتركة في الخدمة درجة اهتمام تبلغ 21 أو أكثر، في حين لم تحقق درجات في هذا النطاق إلا 12% من الأوراق غير المشتركة.

كان هدفنا الرئيس الوصول إلى جماهير غير أكاديمية بإنتاج أوصاف للبحث يسيرة الفهم توسّع انتشارها الشبكات القائمة التي تشكلت حول تخصص ما. وعلى الرغم من تفاعلات عرضية من حسابات غير أكاديمية، تشير التجربة غير المنهجية إلى أن معظم التفاعل مع تغريداتنا يبدو صادرًا عن أكاديميين من داخل المجال. وقد يعود ذلك إلى أن الحساب لا يزال جديدًا، لكن الأرجح أن المشكلة أعمق. فقد عززت دراسة في هذا الموضوع ملاحظتنا أن مدى وصول الأوراق نادرًا ما امتد إلى ما وراء المستخدمين أنفسهم الذين يشكلون مجتمعًا وثيق الترابط حول المجال [27]. وقد تكون سمة متأصلة في شبكات تويتر أن الوصول إلى الشبكات المجاورة من داخل العزلة الأكاديمية أمر صعب جدًا، بصرف النظر عن اللغة المستخدمة.

الخطوات التالية الممكنة:

أثار تطوير خدمتنا القائمة للوصول المفتوح على هذا النحو تساؤلات كثيرة مثيرة للاهتمام عن دورنا في الاتصال العلمي الحديث وعن علاقتنا بالباحثين.

وبعد أن خطونا الخطوات الأولى في هذه الفئة من الخدمات، يمكن أن تشجعنا بعض النتائج الأولية. وبالتفكير في التحسينات الممكنة لمسارات عملنا القائمة، ربما نستطيع أن نكون أكثر إبداعًا في طريقة بناء سلاسل التغريدات [28]. ويشير البحث أيضًا إلى أن التفاعل على تويتر يتعزز باستخدام الملخصات المرئية (visual abstracts)، مقارنة بالملخصات بلغة إنجليزية مبسطة والتغريدات العادية [29]، فقد يكون هذا مجالًا جديرًا بالبحث.

وتقارير «مجتمعات الاهتمام» في شكلها الحالي بدائية إلى حد ما. وباستكشاف الشبكات المعقدة لروابط وسائل التواصل الاجتماعي بطريقة أذكى [30]، قد ننتج اقتراحات أكثر صلة بشأن الجماهير.

وبالتفكير على مستوى أوسع، فإن نظامنا لا يتضمن حاليًا إلا قدرًا ضئيلًا من المرونة، ومن غير المرجح أن يكون نهج موحد واحد فعالًا في جميع الحالات. فقنوات الاتصال بالمجتمعات متنوعة، ويأمل الباحثون في تحقيق طيف من النتائج من خلال أنشطتهم العامة في التفاعل مع الجمهور؛ فمثلًا، قد يسعى بعضهم إلى التأثير في صانعي القرار، بينما قد يرغب آخرون في استهداف جماهير أعم [31].

وقد ننظر بعد ذلك في تقديم طيف أكثر قابلية للتخصيص من الخدمات القائمة على التقنية تحت علامة «الوصول المفتوح+»، لاستهداف جماهير محددة بصورة أوضح. وبعبارة أخرى، بعد أن أدمجنا تويتر في عملياتنا، هل يمكن أن نتطلع أيضًا إلى منصات تواصل اجتماعي أخرى؟

فإنستغرام يُعتمد في تخصصات مثل جراحة الأعصاب منصةً جديدة للتواصل بين المرضى وجراحي الأعصاب [32]. وقد تكون جلسات «اسألني أي شيء» (Ask Me Anything – AMA) على (Reddit)، التي تقدم مقابلات تفاعلية بالأسئلة والأجوبة، سبيلًا آخر جديرًا بالاستكشاف، لا سيما أن دراسة حديثة للباحثين الذين شاركوا فيها أفادت بتجارب إيجابية إجمالًا [33]. وتشير دراسة حديثة أيضًا إلى أن فيسبوك ربما قُلّل من شأنه بوصفه منصة للاتصال العلمي [34].

وتستهلك خدماتنا القائمة المُدارة محليًا موارد كثيرة، والقدرة المحدودة تقيد السبل التي يمكن أن نوسّع بها نطاق خدمة الوصول المفتوح+. وأيًّا كانت الخطوة التالية، فإن أي تطورات أخرى تتوقف على قدرتنا على إدخال تحسينات كبيرة في كفاءة مسارات عملنا. و(UIPath) واحدة من عدد متزايد من أدوات برمجيات أتمتة العمليات الروبوتية (robotic process automation – RPA) التي تتيح أتمتة المهام المتكررة الكبيرة الحجم. وكان العمل الأولي لدراسة الجدوى باستخدام (UIPath) مشجعًا، وأتاح لنا أتمتة إعداد تقرير «مجتمعات الاهتمام» بالكامل تقريبًا. وإذا تمكنّا من أتمتة أجزاء أخرى من مسارات عملنا بنجاح، فإن هذه الفئة من الخدمات تتيح طيفًا مثيرًا من الإمكانات للتطوير المستقبلي.

المراجع:

1. "@UoMOpenAccess," https://twitter.com/UoMOpenAccess (accessed 10 January 2020).
2. "ROARMAP," http://roarmap.eprints.org/cgi/search/advanced (accessed 10 January 2020).

3. "University of Manchester Open Access Gateway," https://www.library.manchester.ac.uk/using-the-library/staff/research/open-research/access/gateway/ (accessed 10 January 2020).
4. "NIHR Plain English summary," https://www.journalslibrary.nihr.ac.uk/information-for-authors/plain-english-summary/ (accessed 10 January 2020).
5. "University of Manchester Research beacons," https://www.manchester.ac.uk/research/beacons/ (accessed 10 January 2020).
6. "SciVal Topic Prominence," https://www.elsevier.com/solutions/scival/releases/topic-prominence-in-science (accessed 16 January 2010).
7. "Kudos," https://www.growkudos.com/ (accessed 10 January 2020).
8. "The Conversation," http://theconversation.com/uk (accessed 10 January 2020).
9. "xkcd Simple Writer," https://xkcd.com/simplewriter/ (accessed 10 January 2020).
10. "Scholarcy," https://www.scholarcy.com/ (accessed 10 January 2020).
11. Research England, Monitoring sector progress towards compliance with funder open access policies, 2018, http://re.ukri.org/documents/2018/research-england-open-access-report-pdf/ (accessed 10 January 2020).
12. Chris Banks, "Focusing Upstream: Supporting Scholarly Communication by Academics," Insights 29, no. 1 (2016): 37–44, DOI: https://doi.org/10.1629/uksg.292 (accessed 10 January 2020).
13. Simon Bains, "The Role of the Library in Scholarly Publishing: The University of Manchester Experience." Insights 30, no. 3 (2017): 70–77, DOI: https://doi.org/10.1629/uksg.380 (accessed 10 January 2020).
14. Xuan Liang et al., "Building Buzz: (Scientists) Communicating Science in New Media Environments." Journalism & Mass Communication Quarterly 91, no. 4 (2014): 772–791, DOI: https://doi.org/10.1177/1077699014550092 (accessed 10 January 2020).
15. Julie Suleski and Motomu Ibaraki, "Scientists are talking, but mostly to each other: a quantitative analysis of research represented in mass media," Public Understanding of Science 19, no. 1 (2010): 115–125, DOI: https://doi.org/10.1177/0963662508096776 (accessed 10 January 2020).
16. Lorcan Dempsey, "Library collections in the life of the user: two directions," LIBER Quarterly 26, no. 4 (2016): 338–359, DOI: https://doi.org/10.18352/lq.10170 (accessed 10 January 2020).

17. Nancy Pontika, "Roles and jobs in the open research scholarly communications environment: analysing job descriptions to predict future trends," LIBER Quarterly 29, no. 1 (2019): 1–20, DOI: https://doi.org/10.18352/lq.10282 (accessed 10 January 2020).

18. Steffan Lemke, Isabella Peters and Athanasios Mazarakis, "'If you use social media then you are not working'" – How do social scientists perceive altmetrics and online forms of scholarly communication?" LSE Impact Blog, March 20, 2019, https://blogs.lse.ac.uk/impactofsocialsciences/2019/03/20/if-you-use-social-media-then-you-are-not-working-how-do-social-scientists-perceive-altmetrics-and-online-forms-of-scholarly-communication/ (accessed 10 January 2020).

19. Saeed-Ul Hassan et al., "Measuring social media activity of scientific literature: an exhaustive comparison of scopus and novel altmetrics big data," Scientometrics 113, no. 2 (2017): 1037–1057, DOI: https://doi.org/10.1007/s11192-017-2512-x (accessed 10 January 2020).

20. Nicolas Robinson-Garcia et al., "The unbearable emptiness of tweeting—About journal articles." PLOS ONE 12, no. 8 (2017) e0183551, DOI: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0183551 (accessed 10 January 2020).

21. George Veletsianos, Nicole Johnson and Olga Belikov, "Academics' social media use over time is associated with individual, relational, cultural and political factors," British Journal of Educational Technology 50, no. 4 (2019): 1713–1728, DOI: https://doi.org/10.1111/bjet.12788 (accessed 16 January 2020).

22. Qing Ke, Yong-Yeol Ahn and Cassidy R. Sugimoto, "A systematic identification and analysis of scientists on Twitter." PLOS ONE 12, no. 4 (2017): e0175368, DOI: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0175368 (accessed 10 January 2020).

23. Adrian Diaz-Faes, Timothy D. Bowman and Rodrigo Costas, "Towards a second generation of 'social media metrics': Characterizing Twitter communities of attention around science," PLOS ONE 14, no. 5 (2019): e0216408, DOI: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216408 (accessed 10 January 2020).

24. Tzipora Rakedzon, Timothy D. Bowman and Rodrigo Costas, "Automatic jargon identifier for scientists engaging with the public and science communication educators," PLOS ONE 12, no. 8 (2017): e0181742, DOI: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0181742 (accessed 10 January 2020).

25. University of Manchester Library, Research Metrics Reports, https://www.library.manchester.ac.uk/using-the-library/staff/research/metrics/reports/ (accessed 10 January 2020); "Measuring Research Communications," Research Metrics Matters, https://medium.com/research-metrics-matters/measuring-research-communications-35debd8b9ebb (accessed 10 January 2020).

26. Sarah Parks et al., "The changing research landscape and reflections on national research assessment in the future," Research England (2019): https://www.rand.org/pubs/research_reports/RR3200.html DOI: https://doi.org/10.7249/RR3200 (accessed 10 January 2020).

27. Juan Pablo Alperin, Charles A. Gomez and Stefanie Haustein, "Identifying diffusion patterns of research articles on Twitter: A case study of online engagement with open access articles," Public Understanding of Science 28, no. 1 (2018): 2-18, DOI: https://doi.org/10.1177/0963662518761733 (accessed 10 January 2020).

28. Twitter thread, https://twitter.com/twitemp1/status/1180604734530441216 (accessed 10 January 2020).

29. S.J. Chapman et al., "Randomized controlled trial of plain English and visual abstracts for disseminating surgical research via social media," British Journal of Surgery 106, no. 12 (2019): 1611-1616, DOI: https://doi.org/10.1002/bjs.11307 (accessed 10 January 2020).

30. Miltiadis D. Lytras, Saeed-Ul Hassan and Naif Radi Aljohani, "Linked open data of bibliometric networks: analytics research for personalized library services," Library Hi Tech 37, no. 1 (2019): 2-7, DOI: https://doi.org/10.1108/LHT-03-2019-277 (accessed 10 January 2020).

31. Kim Holmberg and Mike Thelwall, "Disciplinary differences in Twitter scholarly communication," Scientometrics 101, no. 2 (2014): 1027-1042, DOI: https://doi.org/10.1007/s11192-014-1229-3 (accessed 10 January 2020).

32. Fatih Yakar et al., "The current usage of Instagram in neurosurgery," Interdisciplinary Neurosurgery 19 (2020): 100553, DOI: https://doi.org/10.1016/j.inat.2019.100553 (accessed 10 January 2020).

33. Noriko Hara, Jessica Abbazio and Kathryn Perkins, "An emerging form of public engagement with science: Ask Me Anything (AMA) sessions on Reddit r/science," PLOS ONE 14, no. 5 (2019): e0216789, DOI: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0216789 (accessed 10 January 2020).

34. Asura Enkhbayar et al., "How much research shared on Facebook is hidden from public view? A comparison of public and private online activity around PLOS ONE papers," arXiv, https://arxiv.org/abs/1909.01476 (accessed 10 January 2020).