

توظيف المكتبات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة

اسم الباحث: ليلى وهاب خضير

المرتبة العلمية: مدرس مساعد

مكان العمل: وزارة التربية/ اعدادية الكرخ للبنات

البريد الالكتروني: laylawahhab78@gmail.com

Local libraries use social networking sites to market reading

Researcher name: Layla Wahhab Khudair

Academic rank: Assistant Lecturer

Workplace: Ministry of Education/Al-Karkh Preparatory School for Girls

Email: laylawahhab78@gmail.com

تاريخ قبول البحث: 2025 / 3 / 24

تاريخ إرسال البحث: 2025 / 2 / 15

الملخص

يسعى البحث الحالي الى توظيف المكتبات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة. ومن اجل تحقيق اهداف البحث الحالي فقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي المسحي من خلال عينة من رواد المكتبات المحلية في بغداد بلغت (150) فرد، ومن اجل جمع البيانات والمعلومات اللازمة فقد تم تصميم استبانة لقياس واقع المكتبات المحلية في توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة وقد تم التحقق من صدق وثبات الاستبانة وبعد تطبيقها على عينة البحث الحالي توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

1. تعاني المكتبات المحلية في بغداد من اهمال واضح في امكانياتها المادية وسوء في الخدمات المقدمة الى رواد المكتبات.
2. يجب اختيار العاملين في المكتبات المحلية العامة على اسس ومعايير محددة تتعلق بالسمات الشخصية والنفسية للتعامل مع رواد المكتبات.
3. لا بد ان يكون الموظف في المكتبات المحلية على درجة عالية من البحث العلمي بحيث يمكن ان يقدم الخدمة الى طلبة الدراسات العليا والمهتمين بالقراءة والمطالعة.
4. ان توظيف مواقع التواصل الاجتماعي يعود بالنفع على رواد المكتبات المحلية من خلال التعريف بموقع المكتبة وطبيعة الخدمات المقدمة فضلا عن توفير نسخ رقمية للرواد البعيدين عن المكتبة.
5. هنالك اشكاليات ادارية وقانونية تتعلق بمدى القدرة على الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للمكتبات المحلية والمطالعة.

الكلمات المفتاحية: المكتبات العامة، المحلية، التسويق، التواصل الاجتماعي، المستفيدين

Summary

The current research seeks to use local libraries to use social networking sites to market reading. In order to achieve the objectives of the current research, the researcher relied on the descriptive survey method through a sample of local library patrons in Baghdad amounting to (150) individuals. In order to collect the necessary data and information, a questionnaire was designed to measure the reality of local libraries in employing social networking sites in marketing reading. The validity and reliability of the questionnaire was verified, and after applying it to the current research sample, the study reached the following results:

1. Local libraries in Baghdad suffer from clear neglect in their financial capabilities and poor services provided to library patrons.
2. Workers in local public libraries must be selected on specific basis and criteria related to personal and psychological characteristics for dealing with library patrons.
3. The employee in the local libraries must have a high degree of scientific research so that he can provide the service to postgraduate students and those interested in reading.
4. Using social networking sites benefits local library patrons by introducing the library's location and the nature of the services provided, as well as providing digital copies to patrons far from the library.
5. There are administrative and legal problems related to the extent of the ability to benefit from social networking sites in marketing and reading for local libraries.

Keywords: public libraries, local, marketing, social communication, beneficiaries

المقدمة

يهدف البحث الى التعرف على كيفية توظيف المكتبات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق والقراءة من خلال تطور المكتبات العامة في العقدين الاخيرين من القرن العشرين بحيث اصبحت مراكز للمعلومات داخل المجتمع مما جعلها من أهم المؤسسات الثقافية والتعليمية في المجتمع والتي تعكس تاريخ الشعوب وحضاراتها ومواريتها الثقافية وانجازاتها على مر العصور في مختلف مجالات المعرفة.

وقد تضمن البحث اربع مباحث حيث تضمن المبحث الاول منهجية البحث والدراسات السابقة عن طريق مشكلة البحث من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التسويق وجذب القراء لها فضلا عن عرض أكانيات المكتبة التكنولوجية من خلال توفير نسخ رقمية من الكتب والمؤلفات المهمة وكذلك اهمية الدراسة لما لها دور حضاري واجتماعي للمكتبات المحلية العامة كما تضمن البحث حدود مكانية تضمنت المكتبات المحلية العامة في بغداد اما الحدود الزمانية تضمنت العام الدراسي 2023-2024 والحدود البشرية التي تضمنت رواد المكتبات المحلية العامة في بغداد .

أما المبحث الثاني تضمن مفهوم المكتبة العامة ونشأتها والمهام التي تقدمها واهدافها وخصائصها والعوامل التي ادت الى تطور المكتبات العامة. ومواقع التواصل الاجتماعي من خلال مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي ونشأتها واهميتها وانواع الوسائل التواصل الاجتماعي وخصائصها. أما المبحث الثالث تضمن إجراءات البحث من خلال استخدام المنهج الوصفي المسحي منهج للبحث أما المبحث الرابع تضمن نتائج البحث والاستنتاجات والتوصيات التي توصل اليها البحث.

المبحث الاول: منهجية البحث والدراسات السابقة**المطلب الاول: منهجية البحث****مشكلة البحث**

تعد المكتبات المحلية ثروة ثقافية وحضارية مهمة ولها دور حيوي في تربية النشأ على القراءة والمطالعة، وتتسم محافظة بغداد بعدد لا بأس به من المكتبات المحلية، فلكل منطقة هنالك مكتبة او اثنتين محلية لها وظيفة تثقيفية وحضارية مهمة. والذي يطلع على واقع هذه المكتبات يجد ان بعضها بدأ بالتسويق لموقع المكتبة وطبيعة الكتب التي تحتويها من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من اجل التسويق وجذب القراء لها فضلا عن عرض امكانيات المكتبة التكنولوجية من خلال توفير نسخ رقمية من الكتب والمؤلفات المهمة، وسنحاول من خلال هذه الدراسة بيان واقع المكتبات المحلية ومدى قدرتها على التسويق وجذب القراء من خلال توظيف مواقع التواصل الاجتماعي المتعددة.

اهمية البحث**تلخص اهمية البحث الحالي بالجوانب التالية:**

1. اهمية الدور الثقافي والحضاري والاجتماعي للمكتبات المحلية العامة كونها عنصر حضاري مهم وحيوي في تثقيف النشأة وتربيته على المطالعة والقراءة.
2. الدور الحيوي والفاعل لمواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للثقافة والمكتبات خصوصا مع ندرة الدراسات السابقة التي تناولت توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمكتبات المحلية.
3. اهمية تشخيص واقع المكتبات المحلية العامة في بغداد حيث ان الملاحظ لهذه المكتبات يجد انها تعاني من اهمال من قبل القراء وعدم معرفتهم بامكانياتها المادية فضلا عن معرفة موقع المكتبة ومواعيد عملها.
4. امكانية الخروج بمجموعة من التوصيات الى الجهات المختصة من اجل تطوير الواقع المكتبي في المحافظة.

اهداف البحث

تهدف الدراسة الحالية الى بيان مدى توظيف المكتبات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة.

حدود البحث

يتحدد البحث الحالي بالحدود التالية:

1. الحد المكاني: المكتبات المحلية العامة في محافظة بغداد
2. الحد الزمني: العام الدراسي 2023-2024
3. الحد البشري: رواد المكتبات المحلية العامة في بغداد

المحور الثاني: الدراسات السابقة

دراسة (صباح محمد الياسري، 2015): اثر شبكات الاتصال المحلية وتكنولوجيا المعلومات في ادارة وتبادل المعلومات في قواعد بيانات المكتبات العامة

"بسبب التطور الحاصل بالعلوم والمعرفة سهل تبادل ونقل المعلومات بالاونة الاخيرة والتي اصبحت من الركائز الاساسية لتطور المجتمعات والتي لايمكن الاستغناء عنها من اجل اللحاق بركب الجامعات المتطورة في دفع عجلة التقدم وتحقيق النظرة الايجابية والتنمية الشاملة في كل المجالات ولايخفى عن الجميع مدى التطور السريع والهائل في كم المعلومات وسرعة تداولها فضلا عن ذلك اصبح الجميع بحالة تنافسية في استخدام التكنولوجيا الحديثة والمتطورة وهذا نابع من المتابعة السريعة والدقيقة للتطورات واكتساب المعارف الحديثة في المعلومات الهائلة. لذلك فلا بد من وجود اساليب للسيطرة على هذا الكم الهائل من المعلومات وكيفية الوصول للمعلومة المطلوبة ومما لاشك فيه ان اساس تطور وتقدم صناعة او حرفة او غير ذلك يعتمد في بنائه وتطوره على الكم المتوفر من المعلومات في هذا المجال او الصناعة وفي ضوء هذه التطورات يأتي دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل وتأهيل دور المعلومات في ظل هذه التطورات واتاحتها بشكل يسير واكثر تطورا من الارشفة الورقية وايضا اكثر امانا للمعلومات المطلوبة للمداولة او الاطلاع واكثر توفيرا للحيز المكاني وهذه التكنولوجيا لها اشكال مختلفة ومنها قواعد البيانات والتي هي موضوع دراستنا. وتستعرض هذه الدراسة الدور الذي تؤديه قواعد البيانات في المكتبات العامة كمصدر من مصادر

المعلومات التي تتيح كم هائل من البيانات والمعلومات والمعارف في حيز مكاني صغير ومؤمن من التلّف والبحث بواسطة الحاسب الالكتروني وذلك بتحليل مدى أهمية قواعد البيانات في إتاحة المعلومات للمستخدمين ومدى إستخدامها في المكتبة العامة للمعهد التقني في الناصرية. ويأتي هدف البحث ضمن هذا الاتجاه من خلال محاولة القيام بدراسة تجريبية مقارنة لمعرفة اثر شبكات الاتصال المحلية وتكنولوجيا المعلومات في ادارة وتبادل المعلومات في المكتبات العامة. واشتملت الدراسة على تصميم برنامج لقواعد البيانات يتضمن اقسام الكتب وتخصصاتها وعدد المستخدمين منها خلال ثلاثة اشهر واجراء الاحصائيات العامة المطلوبة عليها ومن ثم تم القيام بتصميم شبكة اتصالات محلية تربط اقسام المعهد التقني في الناصرية مع المكتبة العامة الموجودة داخل الحرم الجامعي التابع للمعهد نفسه واعدت مستلزمات البحث حيث تم استخدام شبكة الاتصال المحلية من المنتسبين وفي كل قسم من اقسام المعهد لغرض فتح قاعدة البيانات وتحميل المواد العلمية وغيرها وكذلك الكتب والبحوث دون العودة الى مبنى المكتبة واستعارة الكتب المطلوبة وتم استخدام البرنامج السابق لقواعد البيانات لحساب عدد المستخدمين من شبكة الاتصالات المحلية بوجود قواعد البيانات واستخرجت الخصائص السايكومترية كالصدق والثبات باستخدام عدد من الوسائل الاحصائية المناسبة وتوصل البحث الى تفوق المجموعة التي استخدمت شبكات الاتصال المحلية على المجموعة التي استخدمت الاستعارة المباشرة للكتب من المكتبة. واوصي باستخدام طريقة شبكات الاتصال المحلية لتطوير وتبادل المعرفة في المؤسسات الجامعية لتحقيق الجودة والاعتماد الاكاديمي في هذه المؤسسات".

دراسة (نيران عبد الرزاق علي، أسماء نوري سعيد، 2020): المكتبات العامة في محافظة بغداد: دراسة تطويرية

"يهدف البحث الى التعرف على واقع المكتبات العامة في محافظة بغداد منذ عام 2003م والبالغ عددها (18) مكتبة من حيث البنية والموقع والمساحة والعاملين والمجموعة والخدمات والأنشطة والتحديات التي تواجهها، والوقوف على الممارسات السلبية والإيجابية في تنفيذ اجراءاتها وخدماتها ومدى توفر شبكة الأنترنت فيها ومواكبتها للتطورات التكنولوجية. لقد تم الوقوف على المعوقات التي تعاني منها المكتبات العامة وتم رسم استراتيجية لتطويرها وتحويلها الى مراكز ثقافية واجتماعية ذات نشاطات ثقافية متنوعة لغرض النهوض بواقعها ومعالجة ركودها والعزوف عن ارتيادها والإفادة من محتوياتها وخدماتها. تضمن

البحث تقديم استراتيجية تطويرية للمكتبات العامة من حيث المبنى والمجموعة والقوى العاملة فيها وأثاثها، وأجهزة الحواسيب فيها، استخدمت أداة المقابلة مع أمناء المكتبات العامة لجمع البيانات حول واقعها، وأهم النتائج التي خرج بها البحث هي: 1. أغلبية المكتبات العامة في بغداد تعاني من تجاوزات على بنائاتها من قبل دوائر حكومية أخرى كالمجالس البلدية ودوائرها والنواحي والقائمات وغيرها. 2. ضعف خدمات المعلومات في جميع مكتبات بغداد العامة نتيجة ضعف تزويدها بالحواسيب الحديثة والمتطورة وبالمواد السمعية والبصرية فضلا عن عدم تزويدها بخطوط لشبكة الأنترنت من قبل الجهات المشرفة عليها. وقد أوصى البحث بالآتي: 1. ضرورة إصدار تشريعات جديدة للمكتبات العامة من قبل الجهات المسؤولة عنها وأهمية المحافظة على أبنيتها من التجاوزات التي تعرضت لها منذ عام 2003 ولحد الآن. 2. توفير خدمات الإنترنت وشبكات الإتصال مع العالم الخارجي من أجل مواكبة التطورات التكنولوجية وتوفير خدمات المعلومات للمستفيدين عامة وللباحثين والمتخصصين بصورة خاصة".

المبحث الثاني: ادبيات البحث

المطلب الاول: المكتبات المحلية

اولا: نشأة المكتبات المحلية العامة:

وجدت المكتبات العامة في حضارات العالم القديم منذ نشأة الحضارات الاولى، اذ وجدت المكتبات في قصور ومعابد ومساجد (مصر والعراق) وكان العرب المسلمون في العصر العباسي والعصر الاموي بالأندلس لهم شأن في خدمة هذه المكتبات التي كانت تحفظ بها وثائقهم، فأسس الخلفاء والولاة في المدن الكبرى مكتبات من هذا النوع مثل دار الحكمة في بغداد، ودار العلم بالقاهرة، وخزائن سيف الدولة في حلب وغيرها، وكان التنظيم العلمي لهذه المكتبات معروف وموجود عند العرب والمسلمين منذ قرون عديدة وكانت مناهجه واساليبه قد تطورت مع الزمن بما يتناسب مع الحاجة اليه (مصطفى، 2006، الصفحات 11-13).

تطورت المكتبات العامة في خلال العقدين الاخيرين من القرن العشرين بحيث اصبحت مراكز للمعلومات داخل المجتمع، مما جعلها من اهم المؤسسات الثقافية والتعليمية في المجتمع وهي تعكس تاريخ الشعوب وحضاراتها وموروثاتها الثقافية وانجازاتها على مر العصور في مختلف مجالات المعرفة.

وفي المفهوم القديم كان دور المكتبة العامة يقتصر على تزويد القارئ بالكتب والدوريات من اجل القراءة وقضاء اوقات الفراغ، ولكن دورها الجديد قد تعدى ذلك إلى ما هو أهم حيث ساعدت المكتبة العامة في تنمية المجتمع وتطورها وساهمت في حفظ التراث، وساعدت المكتبة العامة على تحقيق مفهوم التعلم الذاتي وكذلك التعليم المستمر، وحيث اصبحت المكتبة العامة هي الاساس في تكوين الشخصية العلمية (سيد حسب الله، 1995م، صفحة 132). وتعتبر المكتبة العامة جامعة الشعب في التعلم الذاتي والمستمر، بحيث تقدم خدماتها لجميع الاعمار والمستويات الثقافية وتتنوع الخدمات المكتبية بمختلف انواعها وثقافتها وخصائصها الاجتماعية. وتخدم المكتبات العامة كل الفئات المجتمع من المثقفين والعمال والمزارعين وطلبة المدارس والباحثين والاطفال والشيوخ وكبار السن، والمكتبة العامة هي الاساس في خدمة المجتمع الذي توجد فيها المكتبة لذا يجب تنسيقها وتهيئتها بالمعايير المناسبة.

1-تعريف المكتبات العامة:

يعرف مجيل لازم المكتبة العامة بانها (مؤسسة ثقافية تعليمية اجتماعية تعمل على حفظ التراث الانساني والحضاري وتنظم وتسهل مهمة تقديم الخدمات لمختلف شرائح المجتمع ومستوياتهم التعليمية والثقافية، كما انها تمثل مظهرا حضاريا وديمقراطيا باعتبارها مؤسسة عامة تقدم خدماتها مجانا لعموم المستفيدين دون تمييز بين دين او جنس او وظيفة معينة، مما يعطيها الاولوية في التصنيف والتوعية الجماهيرية، وخدماتها للباحثين، والتثقيف الذاتي لجميع المواطنين لفرصة مواصلة التعليم ومتابعة التطورات في العلم والمعرفة) (مسلم، 2000، صفحة 11).

وعرفها فهمي مصطفى المكتبة العلامة بانها (المؤسسة الوحيدة التي تقدم خدماتها الثقافية لجميع افراد المجتمع، وهي المؤسسة التي تستطيع الاتصال بالعديد من مؤسسات البحث العلمية والاجتماعية والتربوية في المجتمع) (مصطفى، 2006، صفحة 15).

وفي تعريف لهاني محمد انها (جامعات شعبية تعطي العلم لالحر لكل من يقصدها فهي تخدم كل فئات الشعب من عمال وفلاحين وتجار، واطباء، ومهندسين وعلماء، واطفال وشباب... الخ، اي انها تخدم كل ابناء الشعب على اختلاف اعمارهم ومهنتهم وميولهم ورغباتهم وثقافتهم) (محمد، 2014، صفحة 29).

وعرفت وثيقة معايير الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس المكتبات العامة بانها هي: (مؤسسات ثقافية وفكرية وتثقيفية تنشأ وتمول من الدولة وذلك من الميزانية العامة، تعمل على الحفاظ على التراث الثقافي والانساني والفكري ليكون في خدمة القراء والمواطنين وهي بذلك مؤسسة ثقافية شعبية ديمقراطية تنشأها الدولة او السلطات المحلية، وتزودها بكافة الاوعية التي تعين على كسب المعرفة والتثقيف الذاتي الحر، والاحاطة بالمعلومات الجارية المتعلقة بالمجتمع وما يجري في العالم من احداث وتطورات وتقديم كل ذلك لكافة المواطنين دون مقابل، وبغض النظر عن الجنس او اللون او الدين او المعتقدات او السن او النوع او المستوى المهني والعلمي، فهي مؤسسة ديمقراطية تسعى إلى اناة الطريق امام الشعب وتثقيفه بانواع الثقافات المختلفة والخبرات المتنوعة وخلق المواطن المستنير القادر على خدمة نفسه وخدمة المجتمع الذي يعيش فيه. وبعبارة اخرى ان المكتبة العلامة هي مؤسسة ثقافية، تربية، اجتماعية يؤمها المواطنون جميعا على اختلاف اعمارهم واجناسهم وثقافتهم للقراءة والبحث والاطلاع، وكذلك الاستفادة من الخدمات التي تؤديها كالاغارة الخارجية، وخدمة المراجع، والمشاركة في عقد الندوات والمحاضرات والبرامج التعليمية والثقافية بوصفها مؤسسة لتعليم الكبار ومركز للثقافة) (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، 2016م).

وترى الباحثة من خلال التعريفات السابقة إلى ان المكتبات العامة وسيلة لاكتساب المعرفة والمعلومات الاكاديمية والثقافية والاجتماعية، التي تنمي المهارات والفكرية والثقافية والفكرية السياسية، وهي مؤسسة تربية هامة في تنمية افراد المجتمع ثقافيا ونشر الوعي الثقافي بين الشعوب.

2- مهام المكتبات العامة:

وجدت المكتبة العامة لتكون صرحا للتعليم والثقافة والبحث وتهيئة جيل مثقف واع وقادر على تحمل مسؤولياته من خلال الاهداف القومية والاجتماعية والسياسية العامة التي ينبغي على المكتبات النهوض بها والعمل على تحقيقها من خلال حفظ التراث الثقافي والانساني والحضاري، ليكون في خدمة المواطنين وتسهم في تعليم انفسهم ومتابعة تطورات المعرفة ورفع مستوى ذاتهم وتنمية قدراتهم على الابداع وتنمية المهارات وشغل اوقات الفراغ والارتقاء بمستوى المستفيدين، ولتحقيق تلك المهام لابد للمكتبات العامة ان تأخذ دورها في المجتمع وتوفر الاحتياجات الاساسية للمكتبات العامة ورفع مستوى التعليم.

هنالك مهام سامية للمكتبة العامة للارتقاء بمستوى الافراد الفكري والثقافي وتتمثل في الآتي:

1. تقديم الخدمات المكتبية والمعلوماتية لجميع شرائح المجتمع من خلال توفير مصادر المعلومات المختلفة، وتوفير البرامج التعليمية والثقافية ونشر الخدمة المكتبة على نطاق واسع في المدن والارياف (حسن، 1985، الصفحات 31-33).
2. رفع المستوى الوظيفي للافراد وتنمية المهارات.
3. تشجيع المستفيدين وحثهم على متابعة الاشعاع الفكري من خلال ارتياد المكتبة العامة.
4. المساهمة في استثمار اوقات الفراغ بالمطالعة وتنمية الهوايات المختلفة والنشاطات الموجهة المفيدة.
5. تعزيز الروابط الاجتماعية بين ابناء المجتمع من خلال اقامة الندوات والمحاضرات وعرض الافلام.
6. رفع المستوى السياسي للافراد.
7. حفظ تراث المجتمع من خلال الاحتفاظ بالسجلات الوثائق والادلة والاحصائيات المختلفة.
8. المساهمة في حل بعض المشكلات الاجتماعية والصحية كالامية (الاهتمام بتعليم الكبار).
9. تحديد معايير اختيار مصادر المعلومات واشكالها ومصادر تزويد... الخ (حسن، 1985، الصفحات 31-33).
10. المكتبة العامة مركز للحصول على المعلومات الصحيحة يستمد منها الاهالي الاخبار الحقيقية عما يدور حولهم من احداث على جميع المستويات المحلية والوطنية والعالمية.
11. تساعد المكتبات العامة في تنمية المجتمع والحس الفني والابداع وذلك من خلال اقامة المعارض التي تتعلق بها وعرض النشاطات الفنية الاخرى. ولا يقاس نجاح المكتبة العامة فقط بما تمتلك من اوعية معلومات وانما يقاس نجاحها بتلبية رغبات المستفيدين منها. وايضا تعتبر المكتبة العامة مؤهلة وقادرة على اقامة علاقات طيبة مع مختلف اطراف المجتمع المحلي وهو اساس النجاح للمكتبة العامة، ولا بد للمكتبة العامة ان تتبع سياسية الارفف المفتوحة لتكون سهلة تسمح للجمهور والرواد ان يصلوا مباشرة إلى الارفف والكتب واختيار اوعية المعلومات بسهولة دون الرجوع للموظف.

واضح ان مهام المكتبة هو التثقيف والتعليم والتربية لجيل قادر على تحمل المسؤولية في المستقبل، ايضا تقوم المكتبة من خلال مهامها على احياء التراث وابرار قيمته في المجتمع. بالاضافة إلى المهامات العديدة التي تقوم بها المكتبة العامة في المجتمع، فهناك العديد من الوظائف الاخرى تقوم بها، من اهمها ما يلي (سيد حسب الله، 1995م، صفحة 132):

1. نقل التراث من الاجيال السابقة إلى الاجيال الحاضرة، فالاجيال السابقة قامت بتجميع تراثها وثقافتها الفكرية والثقافية والحضارية المتعددة في سجلات مكتوبة، وكل مجتمع بشري يريد ان يحتفظ بصلة ماضيه وتاريخه يحتم عليه ان ينقل تراث الماضي إلى الاجيال الناشئة والمكتبات العامة تقوم بهذه المهمة.

2. عرض المشكلات الاجتماعية والثقافية واتاحة الفرصة لفئات المجتمع المختلفة من خلال الندوات والمحاضرات التي تقوم بها المكتبة العامة حتى يستطيع هؤلاء ان يعيشوا هذه المشكلات وان يساهموا في وضع حلول لها.

3. اتاحة الفرصة لكل فرد من افراد المجتمع سواء أكان تلميذا ام مدرسا ام باحثا ام عالما. وبالإضافة إلى هذه الوظائف تقوم المكتبة العامة بتصنيف المواد وتتبعها وتدرجها من السهل إلى الصعب، وتعمل ايضا لتوحيد ميول الفئات المختلفة في المجتمع إلى تثاقفي الذاتي، وتعمل المكتبات العامة على التمتع بأوقات فراغ المجتمع والشعور بالسعادة، ينظر إلى المكتبة العامة باعتبارها مؤسسة تثقيفية هامة بالاضافة إلى المعرفة المتراكمة في حل من حقول المعرفة البشرية من القيم والمعتقدات والمفاهيم والمعايير التي توارثها جيل من جيل مع بعض التعديلات المبتكرة غير تاريخ المجتمع (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، 2016م، صفحة 21).

3-اهداف المكتبات العامة:

للمكتبة العامة مكانتها الاجتماعية في المجتمع، وبيان الحاجة المتزايدة لها وكيف تكون ذات فائدة على الفرد لهذا تسعى المكتبات العامة إلى تحقيق عدد من الاهداف الآتية:

1. التثقيف: حيث توفر المواد وتقديم الخدمات التي تكفل للمستفيدين تنمية التذوق الفني والجمالي، فضلا عن التكيف مع المجتمع الذي يعيش فيه.

2. **الاعلام:** حيث تمد المستفيد بالمعلومات الدقيقة، خاصة عن الاحداث الجارية ذات الاهتمام العام ليكون المستفيد على وعي ثقافي بما يجري حوله من احداث على المستويات المحلية والقومية والعالمية.
 3. **التعليم:** حيث تشجع على التعليم الذاتي للكبار والصغار، حيث توفر مواد القراءة المناسبة لهم وامدادهم بالوسائل التي تساعدهم على تقديم المستويات التعليمية كلها.
 4. **الترويج:** تسهم في تشجيع الاستثمار الايجابي لاقوات الفراغ مما يعود بالنفع على الفرد والمجتمع.
 5. تربية النشئ على القراءة والاطلاع والمعرفة وغرس سلوكيات حسنة واخلاق فاضلة فيه (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، 2016م، صفحة 21).
 6. تحقيق النمو المعرفي بين افراد المجتمع.
 7. ربط المستفيدين بالمكتبات العامة.
- من خلال الاهداف اصبحت المكتبات العامة عنصرا اساسيا في المجتمع لايمكن الاستغناء عنه، حيث اصبحت المكتبة العامة تمد المجتمع بمعلومات اساسية وتساعده على تقديم خدمات افضل تقوم في تنمية المنطقة.
- ومن اجل تحقيق هذه الاهداف لابد للمكتبات العامة ان تتوفر فيها الشروط التالية (محمد محمد الهادي، 1983، الصفحات 15-16):

1. ان تخدم جمهور المستفيدين دون تمييز وتقدم خدماتها مجانا.
2. تنشأ وفقا لقانون خاص.
3. توفير مقر مناسب لها.
4. توفير الجهاز الفني والاداري للموظفين للاشراف على المكتبة.
5. فتح المكتبة للمستفيدين في فترات مختلفة، عند اكتمال اوعية معلوماتها إلى (5000) وعاء.
6. ان تعبر مقتنياتها للاطلاع الخارجي لتعم فائدتها.

4-خصائص المكتبة العامة:

هنالك خصائص للمكتبات العامة تساعد على تقديمها وخدمة مجتمعها وهي:

1. تمتاز بفتح ابوابها امام الرواد من القراء والمتقنين كبارا وصغارا دون وضع اي حدود للتمييز بينهم.

2. تركز على جميع انواع المعرفة البشرية ونقلها واهتمامها بالعلوم والمعارف.
3. تقديم جميع مصادر المعلومات دون مقابل مادي للافراد نظرا لكونها ليست ربحية (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، 2016م) (الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، 2016م).

5-عوامل تطور المكتبات العامة:

المكتبة العامة هي المؤسسات الاجتماعية والثقافية في المجتمع ولها وظيفة هامة واساسية في بناء وتنمية المجتمع والفرد بصفة خاصة، اذ انها تعمل على انسجام الفرد في الاطار الثقافي العام وهذا الانسجام يؤدي لحسن قيامه بنشاطاته المختلفة في المجتمع، ويعتبر انتشار وظهور المكتبات العامة ساعد على نشر التعليم وتثقيف الشباب والاطفال فهي المؤسسة القائمة على بناء الانسان. وهناك اسباب ساعدت على ظهور وتطور المكتبات العامة اهم هذه العوامل:

1. غزارة التراث الثقافي نتيجة لتغير الانسان وازدياد وسائل المعرفة من كتب وغيرها من المواد المكتبية، اصبح من الصعب عليه ان تنقل ثقافته الغزيرة من جيل إلى جيل، الامر الذي ادى به ان يفكر الانسان في انشاء مؤسسة تؤدي مهمة نقل التراث، فوجدت المكتبة العامة لتكون حلقة الوصول في نقل التراث الثقافي (حسن، 1985، الصفحات 31-33).

2. تنوع التراث فكما تقدم الانسان في طريق الحضارة اتسعت بيئته، وكثرت مشكلاته، وكثر انتاجه الفكري، وتشعبت مجالاته، وصعب نقل التراث لجيل الجديد، وبرزت ضرورة المكتبة العامة لنقل التراث لجيل الجديد، وبرزت ضرورة المكتبة العامة لنقل التراث وتدريبه، لذا ينظر المجتمع للمكتبات العامة باعتبارها مؤسسة تثقيفية مهمة، لها وظيفتها المبدئية في دعم الثقافة التي تحتويها، الاضافة إلى المعرفة البشرية من قيم ومعتقدات والمفاهيم التي توارثها جيل عن جيل، واخيرا فان المكتبات الامة هي مؤسسة الثقافية والتعليمية والترفيهية التي تخدم المجتمع الذي توجد فيه، لذا اصبحت المكتبة العامة مركزا للثقافة واثراء المعارف الانسانية.

ثانيا: انواع المكتبات العامة:

تتعدد انواع مصادر المعلومات واشكالها اذ لا تقتصر على الكتب المطبوعة فقط بل تتجاوز لتضم الدوريات والرسومات الهندسية والاطالس والخرائط ومخطوطات القديمة وكما تعد المصادر غير المطبوعة

ايضا من مصادرها وكما يمكن وصف المكتبة بانها مكان مخصص لتجميع مصادر المعلومات وتقديمها للمجتمع من خلال خدمات تقدمها المكتبات العامة.

انواع المكتبات كثير نذكر منها:

1. **المكتبة الوطنية** (خليفة شعبان، 1993م، الصفحات 65-68): وهي مكتبات تؤسسها الدولة وتتبع قاعدة الايداع القانوني في جمع للتراث الفكري الوطني.

2. **مكتبة الأطفال**: تهتم هذه المكتبة بالطفل وتنمية قدراته وغرس حب القراءة لدى الأطفال وتوفر مصادر وأوعية معلومات.

3. **المكتبة الفرعية**: ويعتبر هذا النوع من المكتبات حلقة وصل بين افراد المجتمع والمكتبات العامة حيث توفر الخدمات الثقافية للباحثين الذين تحول بينهم وبين المكتبات الكبرى بعض العوائق.

4. **المكتبة المتنقلة**: وظهرت فكرة المكتبات المتنقلة كوسيلة لتوسيع نطاق الثقافة وايصال المعلومات ومصادرها إلى ابعد نقطة حول العالم. وتعد هذه المكتبات تطورا للمكتبات التقليدية ويستخدم هذا النوع لتقديم الخدمات المكتبة والمعلوماتية للمناطق الخالية من المكتبات العامة.

المطلب الثاني: مواقع التواصل الاجتماعي

اولا: نشأة وسائل التواصل الاجتماعي:

(بعد اختراع شبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) في منتصف التسعينات من القرن العشرين، بدأت أولى شبكات التواصل الاجتماعي في الظهور بشكلها الحديث، مثل (Classmastreetrees.com) عام (1995م)، وهو عبارة عن موقع اجتماعي للتواصل بين زملاء الدراسة، وكان غرضه مساعدة الأصدقاء والزملاء الذين جمعتهم الدراسة في مراحل معينة من الحياة، وفرقت بينهم ظروف الحياة العملية في أماكن متباعدة، وقد لبي هذا الموقع رغبة هؤلاء الأصدقاء و. للتواصل مع الزملاء إلكترونياً، والعضوية في هذا الموقع مجانية) (هبة، السليمان، وهبة، 2009، ص34).

ثم ظهر موقع (Six Degrees.com) عام 1997م، والذي أتاح فرصة وضع الملفات الشخصية للمستخدمين على مواقع التواصل الاجتماعي، مع توفير إمكانية التعليق على الأخبار الموجودة على هذه المواقع وتبادل الرسائل مع المشتركين الآخرين. يعتبر موقع (Six Degrees.com) رائد مواقع التواصل

الاجتماعي، وقد فتح موقع (My Space.com) آفاقا واسعة لهذا النوع من المواقع، حيث حقق نجاحا ملحوظا منذ إنشائه عام 2003م، و وبعد ذلك استمر ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن العلامة المميزة كانت ظهور موقع (Face Book.com). والتي تمكن مستخدميها من تبادل المعلومات فيما بينهم وتتيح الفرصة للأصدقاء للوصول إلى ملفاتهم الشخصية (عوض، 2011، ص 43) وفي السنوات الاخيرة اصبحت وسائل التواصل الاجتماعي تستخدم لأغراض تجارية نظرا لقوة وتفاعل المستهلكين مع اعلانات مواقع التواصل الاجتماعي، حيث يتم نفاذ الكمية للمنتج المعلن عنه في دقائق قليلة من وقت الاعلان، وتكون عائدات مبيعات المنتج كبيرة وخيالية تفوق سعر الاعلان المنخفض، وهذا ما يدفع التجار والشركات إلى التوجه إلى الاعانات الالكترونية، فهي تحظى بخصائص ومميزات افضل من الاعلان التقليدي. فانتشار شبكات الانترنت بشكل كبير بين المستهلكين جعل التسوق امر في غاية السهولة والمتعة، حيث تتيح اعلانات وسائل التواصل الاجتماعي التعرف على كل ما يخص المنتج دون الحاجة لذهاب إلى السوق، وفي دقائق قليلة يتم الشراء، ولا يستغرق وقت طويلة حتى يصل المنتج إلى ايدي المستهلك، وبذلك أصبح الاقبال كبير من قبل التجار والمستهلكين على التسويق والتسوق من خلال وسائل التواصل الاجتماعي.

1- مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

وقد عرفها البعض: هي شبكة تحتوي على مجموعة من الأفراد لديهم نفس الميول والرغبة والاهتمامات لتكوين بعض الصداقات من خلال استخدام وسائل التواصل الاجتماعي (مزيد بهاء، 2012، ص 36). وعرفه آخرون: هو مقهى اجتماعي يجتمع فيه بعض الأفراد لتبادل المعلومات والأخبار فيما بينهم. ورغم أن هناك فرقا بين المقهى الحقيقي والمقهى التكنولوجي، وهو أنه يمكنك حمل هذا المقهى التكنولوجي أينما كنت وفي أي وقت (علي رحومة، 2007، ص 75)

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف وسائل التواصل الاجتماعي بانها: مواقع افتراضية تمثل الواقع ويتم فيها انشاء حسابات ومعارف حتى يتم التواصل وتبادل الخبرات والثقافات من خلال تبادل الصور او مقاطع الفيديو وقد تستخدم لأغراض تجارية كالتسويق والاعلان.

2- اهمية وسائل التواصل الاجتماعي:

ان مواقع التواصل الاجتماعي عبر الانترنت من احدث منتجات تكنولوجيا الاتصالات واكثرها شعبية، ورغم ان هذه المواقع انشئت في الاساس للتواصل الاجتماعي بين الافراد، فان استخدامها امتد ليشمل النشاط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي والتعليمي من خلال تداول المعلومات الخاصة بالاحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية والتعليمية وغيرها، وكذلك الدعوة إلى المظاهرات او حضور الندوات (Awad, 2011, p. 34).

وبشكل خاص تساهم وسائل التواصل الاجتماعي في تحقيق ما يلي:

- من الناحية الشخصية:

1. فوسائل التواصل الاجتماعي جعلت التواصل مباشر مع المستهلك، واصبح يشارك ويبدئ رأيه في المنتج.
2. خلقت وسائل التواصل الاجتماعي وعياً، بحيث يكون المستهلك على دراية ومعرفة بالمنتج من خلال مقارنة بانواع السلع الاخرى واختيار افضلها.
3. ساعدت وسائل الاجتماعي المستهلكين في توفير الوقت والجهد من اجل الوصول إلى المنتج.
4. تساعد وسائل التواصل الاجتماعي مشاركة خبرات المستهلكين بينهم البعض، وتمكن من مساعدة بعضهم في اعطاء بعض النصائح المتعلقة بالمنتج.
5. تمكن وسائل التواصل الاجتماعي من التواصل مباشرة مع الشركات والعكس صحيح حيث يكون للمستهلك امر في غاية السهولة.

- من الناحية الاقتصادية:

1. انخفاض تكاليف الاعلانات في وسائل التواصل الاجتماعي مقارنة بوسائل الاعلان الاخرى.
2. قلة التكاليف التي تساهم في اخراج اعلان ذو جودة عالية.
3. بيع عدد كبير من المنتجات وبأسعار مرتفعة وفي وقت قياسي.

3- انواع وسائل التواصل الاجتماعي:

نظرا لانتشار عدد كبير من الشبكات الخاصة المتعلقة بمواقع التواصل الاجتماعي، فمن الصعب على اي باحث حصرها وتحديدتها بشكل واضح وصريح، ولكن يمكن الاشارة هنا في هذا البحث الى اهم واشهر مواقع التواصل الاجتماعي وهي كما يلي (رضا البيومي، 2019: 34)

1. الفيسبوك: تعد من اهم واشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث تسمح للأفراد من خلال صفتهم الحقيقية او الاعتبارية مثل المؤسسات والشركات بفتح صفحات خاصة او عامة للتواصل والاعلان والاعلام بهيتهم .

2. تويتر: احد شبكات التواصل الاجتماعي تهتم بشكل خاص وواضح بارسال التغريدات القصيرة التي لها الاثر الكبير في الاحداث المجتمعية التي تشهدها الساحة الاقتصادية والسياسية وهي مخصصة لنشر فقط (140) حرف فقط لكل تغريدة .

3. سناب شات: هو تطبيق مخصص لانشاء صفحات شخصية لمشاركة الصور ومقاطع الفيديو بين المستخدمين من اجل التواصل وتبادل الخبرات، ولكن في الآونة الاخيرة اصبح المؤثرين الذين يمتلكون عدد كبير من المتابعين يستخدمونه لاغراض تجارية حيث يقومون باعلانات يومية في جميع احتياجات المستهلكين. وتم استخدام تطبيق سناب شات نموذجا في دراستنا الحالية نظرا لشعبية هذا التطبيق بين افراد المجتمع السعودي.

4- خصائص شبكات التواصل الاجتماعي:

يمكن اجمال ابرز خصائص مواقع التواصل الاجتماعي بما يلي (مرسي ومشري، 2012 صفحة 21)

1. التلقائية: ان مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بشكل عام بالعفوية والتلقائية فهي مواقع غير رسمية يمكن لمستخدميها التواصل والتعبير عن معتقداتهم وافكارهم الخاصة، فضلا عن كونها مواقع تفتقد بشكل عام الى القيود والقيم الانضباطية .

2. التفاعل والمشاركة: ان التفاعل الافتراضي هو من اهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للفرد النشر والتعليق والمشاركة على ما ينشر في جميع المجالات .

3. الانفتاح: يمثل المحتوى الذي يرسله المستخدمون غالبية المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، وهذا يزيد من الرغبة لدى الأعضاء لمزيد من التواصل والتفاعل والمشاركة لأنهم هم الذين

يقومون بعملية إنتاج المنتج المحتوى، على عكس الوسائط التقليدية التي يلعب فيها الشخص دور المتلقي أو المستهلك للمحتوى).

4. الانفتاح: ان مواقع التواصل الاجتماعي تتسم بالانفتاح والحرية في النشر مع بعض القيود المحددة التي تقييد النشر فيما يتعلق بالجنس او السياسة .

5- مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتسويق الالكتروني:

(يُعرف التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي على أنه استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات والويكي وأي أدوات مشاركة أخرى على الإنترنت بغرض التسويق أو البيع أو العلاقات العامة أو خدمة العملاء. وتتيح هذه الأدوات للعملاء التفاعل مع الشركات التجارية بدلاً من أن تكون مجرد هدف وحيد من هذه الشركات، كما أنها تتيح للمؤسسات القدرة على فتح قنوات اتصال مع هؤلاء العملاء والتواصل معهم بطريقة تفاعلية، مما يعني أن هذه الأخيرة هي أداة لتحليل وتحديد سلوك العملاء من خلال البحث عن رغباتهم والعمل على تلبيتها، بالإضافة إلى إتاحة الفرصة لهم للتعبير عن آرائهم وتعليقاتهم واستخدامها في إجراء تعديلات على المنتج أو تطوير منتجات جديدة. ويتحقق ذلك من خلال إقامة علاقات مع العملاء، حيث أنهم الركيزة الأساسية والأساس لوجود عملية الإنتاج. (جواهره، علي، 2020) فمن اسباب نجاح وروج المنتج بين اوساط المجتمع، الاخذ بعين الاعتبار اراء وتعليقات المستهلكين، فوسائل التواصل الاجتماعي سهلت الوصول إلى الشريحة المستهلكة وسهلت من معرفة آرائهم بشأن المنتج وبالتالي، يتم التجاوب وتلبية رغبات المستهلكين مثل تخفيض الاسعار واضافت المزيد من العروض والخصومات (جواهره و اوشن، 2020، صفحة 65).

المبحث الثالث: اجراءات البحث

منهج البحث

وظفت الباحثة المنهج الوصفي المسحي منهجا للبحث الحالي كونه منهج مناسب لاجراءات واهداف البحث التي نسعى الى الوصول اليها.

مجتمع البحث

تكون مجتمع الدراسة من جميع رواد المكتبات المحلية العامة العاملة في محافظة بغداد للعام 2023-2024.

عينة البحث

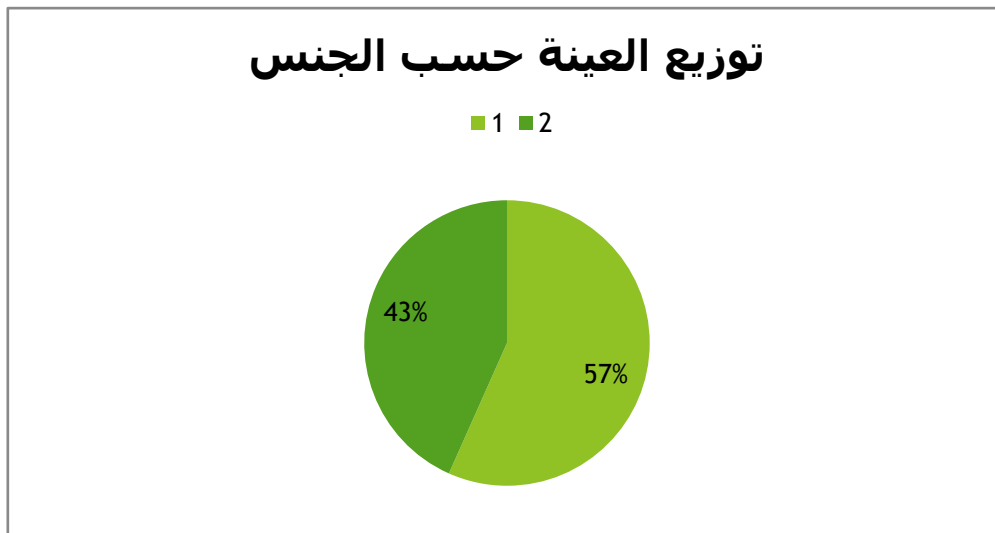
تكونت عينة الدراسة من (150) فرد من رواد المكتبات المحلية في بغداد وتم اعتماد تقدير حجم العينة المناسب في الدراسات المسحية كما مبين في الجدول.

وفيما يلي المتغيرات الديمغرافية لعينة البحث كما موضحة في الجدول التالي:

1- المتغيرات الديمغرافية حسب الجنس

جدول (1) المتغيرات الديمغرافية حسب الجنس:

المتغيرات	N	%
نوع الجنس		
ذكر	85	57%
انثى	65	43%
المجموع	150	100%

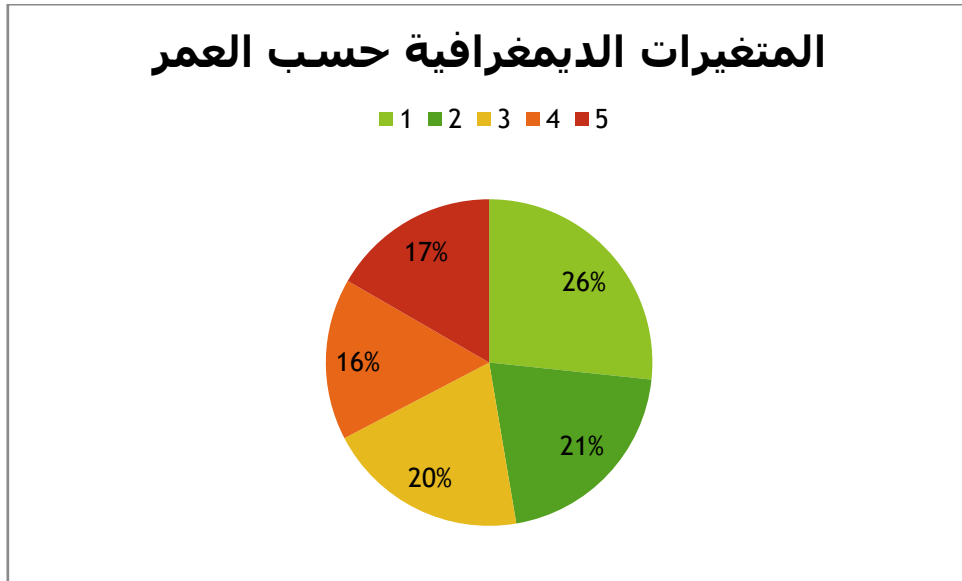


شكل (1) توزيع العينة حسب الجنس

-2 المتغيرات الديمغرافية للعينة حسب العمر

جدول (2) المتغيرات الديمغرافية حسب العمر:

المتغيرات	N	%
العمر		
31 فأقل	40	27%
39-31	31	21%
49-40	30	20%
59-50	24	16%
60 فأكثر	25	16%
المجموع	150	100%

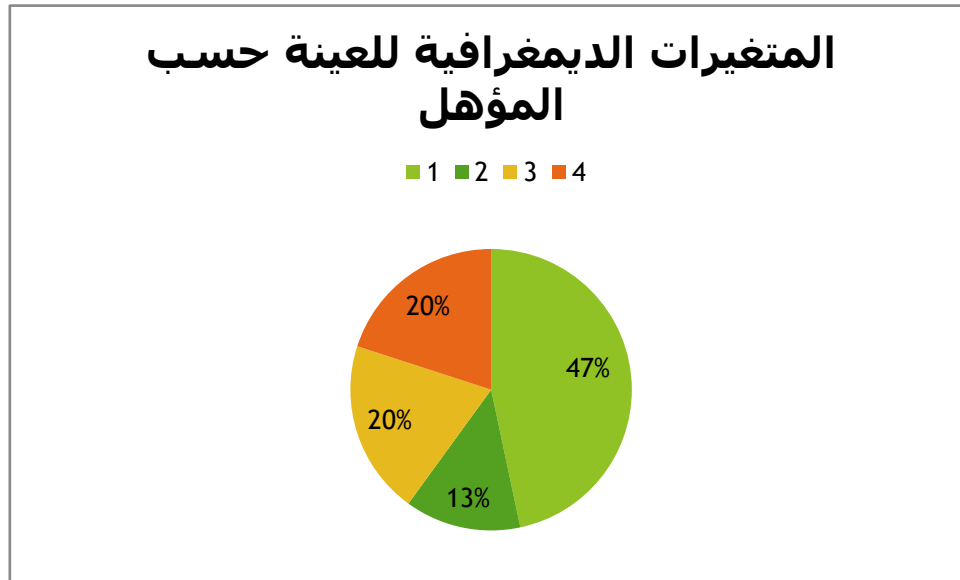


شكل (2) المتغيرات الديمغرافية حسب العمر

-3 حسب المؤهل العلمي

جدول (3) المتغيرات الديمغرافية حسب المؤهل العلمي:

المتغيرات	N	%
المؤهل		
بكالوريوس	70	47%
دبلوم عالي	20	13%
ماجستير	30	20%
دكتورة	30	20%
المجموع	150	100%



شكل (3) المتغيرات الديمغرافية للعينة حسب المؤهل العلمي

اداة البحث (الاستبانة)

إن دقة البيانات التي تم الحصول عليها من خلال البحث تعتمد على دقة الأداة المستخدمة للحصول على هذه البيانات، وبما أن هدف البحث هو (توظيف المكتبات المحلية على مواقع التواصل الاجتماعي

- في تسويق القراءة)، فقد وجد الباحث أن أفضل أداة هي الاستبيان، ويتكون الاستبيان من ثلاثة مجالات: لكل حقل مجموعة من العناصر التي تقيسه. قامت الباحثة ببناء الاستبانة وفق الخطوات التالية:
- 1- مراجعة الدراسات السابقة
 - 2- كتابة استبيان مفتوح .
 - 3- إعداد الاستبيان بصورته الأولية
 - 4- عرض الاستبيان على مجموعة من الخبراء والمحكمين بهدف استخراج الصدقات الافتراضية
 - 5- صياغة الاستبيان بصورته النهائية.

اختبارات الصدق والثبات

1. صدق الاستبيان

وللتحقق من هذه الصدق قامت الباحثة بعرض الاستبيان المغلق على مجموعة من الخبراء والمحكمين لإبداء آرائهم حول مدى صدق الاستبيان بشكله الظاهري. واعتمد الباحث معيار (80%) من الخبراء كمعيار لبقاء أو سقوط فقرة، وبناء على ذلك لم يتم إسقاط أي فقرة.

2. موثوقية الاستبيان

استخرجت الباحثة نوعين من الثبات للاستبانة:

1- طريقة التطبيق وإعادة التطبيق، حيث قامت الباحثة بتطبيق المقياس، وبعد مرور أسبوعين أعادت تطبيقه. واستخدمت الباحثة معامل ارتباط بيرسون بين زمنين التطبيق ووجدت الباحثة أن معامل الثبات بلغ (0.82).

2- طريقة ألفا كرونباخ: لاستخراج الثبات تم تطبيق معادلة كرونباخ على درجات أفراد العينة، وكانت قيمة معامل الثبات (0.81). وهذا مؤشر آخر على دقة وموثوقية الاستبيان.

أساليب إحصائية

استخدم الباحث الأساليب الإحصائية التالية:

1. التكرارات

2. الوزن النسبي

3. معامل ارتباط بيرسون

4. معادلة ألفا كرونباخ

المبحث الرابع: نتائج البحث والاستنتاجات والتوصيات**عرض النتائج**

من اجل تحقيق هدف البحث الحالي وهو ((توظيف المكتبات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة))، تم احتساب تكرارات اجابات العينة على كل فقرة من فقرات المقياس، ثم الاعتماد على معادلة الوسط المرجح والوزن المئوي وذلك من اجل التعرف على الفقرات المتحققة من غيرها في كل مجال من مجالات الاستبيان الثلاثة، وقد اعط الباحث البديل (متحققة الى حد كبير) ثلاث درجات، أما البديل الثاني (متحققة الى حد ما) درجتين، والبديل الثالث (غير متحققة) درجة واحدة، وبما ان متوسط الاستبيان هو (2) فقد عد هذا الوسط معيار لمدى تحقق الفقرات من عدمها، فالفقرة التي تحقق وسط مرجح اعلى (2) هي فقرة متحققة. وقد رتب الباحث فقرات الاستبانة حسب وسطها المرجح، وذلك ضمن المجالات الثلاثة لها ثم اعيد ترتيبها بشكل تنازلي من اعلى وسط مرجح الى ادنى وسط مرجح.

اولاً: الخصائص المميزة للعاملين في المكتبات المحلية

رتبت فقرات المجال بشكل تنازلي من اعلى وسط مرجح الى ادنى وسط مرجح كما في الجدول التالي:

جدول (4)**الوسط المرجح والوزن المئوي**

الترتيب	الى أي مدى ترى ان هذه الخصائص يجب ان تتحقق في العاملين في المكتبات العامة من حيث	الوسط المرجح	الوزن المئوي
1	يتم اختيار العاملين في المكتبات المحلية العامة بناء على قوة الشخصية واتزانها	2.45	81%
2	الصبر في التعامل مع الآخرين	2.42	80%
3	سرعة التصرف في المواقف المختلفة	2.33	77%

توظيف المكتبات المحلية لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة

4	المعرفة الجيدة بالبحث العلمي	2.21	73%
5	التعاون الجيد مع اساتذة الجامعات والمتخصصين في مجال البحث العلمي	2.11	70%
المجال ككل		2.304	76%

ويتضح من خلال الجدول السابق أن المجال متحقق الى حد كبير، حيث حصلت على الفقرات على وسط مرجح فوق (2) قد كان الوسط المرجح الكلي للمجال.

ثانيا: الدور الذي يجب ان تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق القراءة رتبت فقرات المجال حسب الوسط المرجح والوزن المئوي وكانت كما يلي:

جدول (5)

الوسط المرجح والوزن المئوي للفقرات

الترتيب	الى أي مدى ترى الدور الذي يجب ان تقوم به مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للقراءة متحقق بما يلي:	الوسط المرجح	الوزن المئوي
1	تعريف مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي بالمكتبة وخدماتها	2.68	89%
2	التواصل الفوري والمستمر مع رواد المكتبة	2.58	86%
3	توظيف كافة الامكانيات الاعلامية لتعريف بأهمية القراءة	2.53	84%
4	مساعدة الباحثين البعيدين عن المكتبة على توفير المصادر الرقمية	2.49	83%
5	تحسين واقع القراءة والمكتبات بشكل مستمر	2.44	81%
للمجال ككل		2.39	79%

ويتضح من خلال الجدول ان الفقرات متحققة الى حد ما لدى افراد العينة، حيث حصلت جميع الفقرات على وسط مرجح فوق (2) بوسط مرجح كلي للمجال (2.39).

ثالثاً: المعوقات التي تواجه توظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للمكتبات المحلية رتبت فقرات المجال تنازلياً من اعلى وسط مرجح الى ادنى وسط مرجح كما في الجدول التالي:

جدول (6)

الوسط المرجح والوزن المئوي للفقرات

الترتيب	الى أي مدى ترى في المعوقات التالية مؤثرة في عمل المكتبات المحلية التي تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق:	الوسط المرجح	الوزن المئوي
1	قلت اهتمام الجهات ذات العلاقة بمواقع التواصل الاجتماعي للترويج للمكتبات	2.64	%88
2	ضعف الامكانيات والصلاحيات الممنوحة للعاملين في المكتبات للترويج للمكتبات عبر مواقع التواصل الاجتماعي	2.60	%86
3	اختصار أنشطة المكتبات المحلية على الأنشطة التقليدية دون اللجوء الى الاعلام الرقمي الحديث	2.57	%85
4	قلت المهارات المتوفرة للعاملين في المكتبات في استخدام وتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق لخدمات المكتبات المحلية	2.50	%83
5	عدم وضوح اهداف ورؤية المكتبات المحلية	2.47	%82
المجال ككل		2.40	%80

ويتضح من خلال الجدول السابق ان جميع الفقرات متحققة في المجال الذي حصل على وسط مرجح (2.40) بوزن مئوي قدرة (80%).

ثانياً: الاستنتاجات

1. تعاني المكتبات المحلية في بغداد من اهمال واضح في امكانياتها المادية وسوء في الخدمات المقدمة الى رواد المكتبات.

2. يجب اختيار العاملين في المكتبات المحلية العامة على اسس ومعايير محددة تتعلق بالسمات الشخصية والنفسية للتعامل مع رواد المكتبات.
3. لابد ان يكون الموظف في المكتبات المحلية على درجة عالية من البحث العلمي بحيث يمكن ان يقدم الخدمة الى طلبة الدراسات العليا والمهتمين بالقراءة والمطالعة.
4. ان توظيف مواقع التواصل الاجتماعي يعود بالنفع على رواد المكتبات المحلية من خلال التعريف بموقع المكتبة وطبيعة الخدمات المقدمة فضلا عن توفير نسخ رقمية للرواد البعيدين عن المكتبة.
5. هنالك اشكاليات ادارية وقانونية تتعلق بمدى القدرة على الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق للمكتبات المحلية والمطالعة.

ثالثا: التوصيات

3. ضرورة تطوير مهارات العاملين في المكتبات المحلية العاملة فيما يتعلق بالترويج عبر مواقع التواصل الاجتماعي.
4. لابد من وضع قوانين ولوائح لاختيار العاملين في المكتبات العامة تعتمد على الشهادة ومستوى الثقافة كي يستطيع الموظف تقديم الخدمات المكتبة الى رواد المكتبة.
5. توفير الامكانيات التقنية والتكنولوجية اللازمة من اجل توفير نسخ رقمية لخدمات المكتبات المحلية.
6. توجيه الباحثين الى مزيد من البحث والدراسة المتعلقة بتطوير الواقع الخاص بالمكتبات المحلية في بغداد.

المصادر

- 1- الهيئة السودانية للمواصفات والمقاييس، معايير المكتبات العامة والتوثيق والارشافة في السودان. (18 12, 2016م). ورش عمل.
- 2- خليفة شعبان. تاريخ المكتبات. القاهرة: المكتبة الاكاديمية، 1993 .
- 3- رضا البيومي. مواجهة نشر الشائعات عبر شبكات التواصل الاجتماعي في الفقه الاسلامي والقانون الوضعي. جامعة طنطا. 2019.
- 4- سعيد احمد حسن. المكتبة العامة والوعي الثقافي (المجلد 1). بيروت: مؤسسة الرسالة. 1985.
- 5- سعيد احمد حسن. المكتبة العامة والوعي الثقافي (المجلد 1). بيروت: مؤسسة الرسالة. 1985.
- 6- سيد حسب الله. تخصص المكتبات والمعلومات مدخل منهجي. الرياض: دار المريخ. 1995.
- 7- علي رحومة. الانترنت والمنظومة التكنو- اجتماعية، موجز دراسات الوحدة العربية. بيروت. 2007.
- 8- فهمي مصطفى. المكتبة العامة والتنمية الثقافية: للاستخدام التكنولوجي واساليب التطوير (المجلد 1). القاهرة: دار الفكر العربي 2006.
- 9- مزيد بهاء. . لمجتمعات الافتراضية الواقعية، كتاب الوجوه نموذجاً. جامعة الامارات العربية المتحدة. 2012.
- 10- مجيل لازم مسلم. المكتبات العامة: الاهداف والادارة العلمية للخدمات المكتبية والمعلومات (المجلد 1). عمان، الاردن: مؤسسة الورق. 2000.
- 11- محمد محمد الهادي. الادارة العلمية للمكتبات ومراكز التوثيق والمعلومات (المجلد 1). القاهرة: الدار المصرية اللبنانية. 1983.
- 12- مرسي مشري. شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية نظرة في الوظائف. مجلة المستقبل العربي (395) كانون الثاني 2012.
- 13- هاني محمد. المكتبات العامة: انواعها واهدافها (المجلد 1). دسوقي ، مصر: دار العلم. 2014.
- 14- هبة، امينة السليمان، و خليفة هبة . لشبكات الاجتماعية وتأثيرها على الاخصائي والمكتبة. مصر: مؤتمر الثالث عشر حول المكتبة والمجتمع. 2009.

15-ياسمين جواهره، و جميلة اوشن. دور المؤثرين في التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي، دراسة استكشافية لعينة من متابعين صفحة اميرة ريا على انستقرام. الجزائر: جامعة البويرة.2020.