

توظيف المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق خدماتها المعلوماتية. دراسة تحليلية.

Using the principal public libraries of social media to market their information services. Analytical study.

د. نورالدين دحمان

جامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة (الجزائر)، noureddine.dahmane@univ-saida.dz

تاريخ النشر: 2022/07/31

تاريخ القبول: 2022/07/03

تاريخ الاستلام: 2022/06/07

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة كيف تُوظف المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية مواقع التواصل الاجتماعي في تسويق خدماتها المعلوماتية، والتواصل مع قرائها في الفضاء العمومي الافتراضي، ومدى استثمار الخدمات المكتبية ذلك من قبل أخصائي المعلومات في البيئة الرقمية، وكذلك التعرف على جمهور القراء عن قرب ومعرفة اهتماماته واتجاهاته في مجال القراءة والمطالعة، وللتعرف على ذلك تم الاعتماد على أداة تحليل المحتوى لصفحات افتراضية رسمية لعينة من المكتبات الرئيسية في موقع الفيسبوك. توصلت الدراسة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبحت محور اهتمام المكتبات لما تتميز به من خصائص وما تتيحه من خدمات، خصوصا ما تعلق بالتفاعلية والجماهيرية، كاستراتيجية فعالة في تسويق خدماتها المكتبية وخبرات أخصائنها، وكفضاء ناجعا للتواصل مع القارئ من خلال تقديم خدمات نوعية وراقية في مستوى تطلعاته وإخراجه من الاغتراب الثقافي المعاش. كلمات مفتاحية: المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية، مواقع التواصل الاجتماعي، التسويق، الخدمات المعلوماتية.

Abstract: The study aims to find out how principal libraries of public reading use social media sites to market their information services, and the extent to which office services are invested by a digital information specialist as well as familiarizing the readership with its reading and reading interests and trends, To identify this, the content analysis tool was used for a sample of Facebook's main libraries' official virtual pages.

The study found that social media sites have become the focus of the libraries' attention for their characteristics and services, especially those related to interaction and the mass, as an effective strategy in marketing their office services and the expertise of their specialists, and as an effective space to communicate with the reader by providing quality and high-quality services in the level of his aspirations and emergence from living cultural alienation.

Keywords: major libraries for public reading, social networking sites, marketing, information services.

1. مقدمة :

تعتبر المكتبة فضاء مركزيا رئيسا للحياة الفكرية والثقافية في مجتمع ما، وهي الأكثر تميزا وإشاعا، وذلك من خلال مساهمتها في تنمية الفرد والمجتمع فكريا ثقافيا وحضاريا، ويطلق عليها كذلك جامعات الشعوب كونها متاحة لكل أفراد المجتمع دون تمييز، وتمتد خدماتها للجميع وتهدف لتوفير المعرفة للجميع، من أجل بناء شخصية مُتعلمة ومُثقفة وواعية بالمسؤولية المنوطة بها في تطور المجتمع ورقية.

فالمكتبة تعتبر جسرا رابطا بين الأجيال المتعاقبة في مختلف الحضارات، فهي المؤسسة الحافظة للتراث الإنساني المادي وغير المادي، تقدمه لكل شرائح المجتمع، وبالمجان كخدمة عمومية ثقافية غايتها الأسى النوعية والثقافية من أجل بناء مجتمعات تسودها الديمقراطية والحرية والعدالة الاجتماعية. إن التطور في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال المبني على التقنية والرقمنة أحدث تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومة، والتحول من الاتصال ذو الاتجاه الواحد والمحتوى الموجه المتجانس إلى التفاعلية ذات الاتجاهين والمحتوى المتعدد. وفي مقدمة ذلك مواقع التواصل الاجتماعي التي أتاحت فضاء عموميا افتراضيا مبني على التفاعلية والتشاركية. لذلك تسعى المكتبات لاستثمار هذا الفضاء من خلال المميزات المتاحة بهدف عرض خدماتها المعلوماتية والتواصل مع القراء لتحفيز المقروئية لديهم، وعليه بادر القائمون بالاتصال في مختلف المكتبات الجزائرية بمسيرة هذه المستجدات التقنية الاتصالية واستحداث صفحات افتراضية في مواقع التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها الفيسبوك ثم اليوتيوب وتويتر وغيرها.

وعليه تهدف هذه الدراسة للبحث في كيفية توظيف المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية في الجزائر لمواقع التواصل الاجتماعي في التسويق والترويج لخدماتها المعلوماتية وفي التواصل مع قرائها وتحقيق رغباتهم واحتياجاتهم المتعلقة بالقراءة والمطالعة.

ولتحقيق ذلك تم الاعتماد على أداة تحليل مضمون لتحليل محتوى الصفحات الرسمية الافتراضية للمكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية في مواقع التواصل الاجتماعي والتعرف عن طبيعة المنشورات التي تُقدم للقارئ وكيفية عرضها، والتجاوب مع تفاعل المستخدم المتابع، ومعرفة هل أثرت هذه الاستخدامات على مقروئية الجمهور المتلقي. وأمام هذا نصيغ السؤال الجوهرى لهذا البحث وفق الشكل التالي:

كيف وظفت المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية مواقع التواصل الاجتماعي في التسويق لخدماتها المعلوماتية؟

فرضيات الدراسة:

- توظيف مواقع التواصل الاجتماعي من قبل المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية أثر إيجابا على تواصل المكتبات مع قرائها وتسويق خدماتها المعلوماتية.
- كلما زاد الاستخدام والتوظيف للمواقع الاجتماعية من قبل المكتبات من خلال النشر والتحديث والإجابة على أسئلة القراء زادت المقروئية وزاد اهتمام المتلقي.
- الاستخدام الجيد للمواقع التواصل الاجتماعي من خلال استمرارية النشر والتحديث يحقق تفاعلية وتشاركية القارئ المستخدم.

2. مواقع التواصل الاجتماعي:

1.2 مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي:

هي مواقع الكترونية اجتماعية على الانترنت وتعتبر الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد والجماعات التواصل فيما بينهم عبر هذا الفضاء الافتراضي. وتعرف كذلك على أنها مجموعة من الأفراد، والمنظمات أو الكيانات التي تحافظ على العلاقات الاجتماعية وعلى أساس الصداقة والعمل التعاوني وتبادل المعلومات". (دحمان، 2020، ص75).

عرّفها الباحث الأمريكي Boyd باحث أول في ميكروسوفت وأستاذ في جامعة نيويورك على أنها: "خدمات قائمة على الويب، تتيح للأفراد بناء وإنشاء شخصية عامة أو شبه عامة ضمن نظام محدد، ويمكنهم وضع قائمة لمن يرغبون في مشاركتهم الاتصال ورؤية قوائمهم أيضا للذين يتصلون بهم، وتختلف تسمية هذه الاتصالات من موقع لآخر". (دحمان، 2020، ص99).

2.2 خصائص وسمات مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز شبكات التواصل الاجتماعي بخصائص ساهمت في تميزها وانتشارها عبر العالم، وجعلتها الأكثر استخداما واطلاعا لدى الجمهور الواسع، حيث تستقطب ملايين المستخدمين بمختلف اللغات والثقافات، وفي جميع المجالات خصوصا الثقافية ومنها نذكر:

- **التفاعلية والتشاركية:** تعتبر من أبرز سمات شبكات التواصل الاجتماعي، حيث أصبح المستخدم بإمكانه إثراء منشوراته عبر صفحته الشخصية من خلال التعليقات والإعجاب بها من طرف أصدقائه عبر مختلف الشبكات الاجتماعية، كما بمقدور المستخدم مشاهدة ردود الآخرين، ومدى تفاعلهم، والرد عليهم مباشرة. (هتيمي، 2014، ص 85).
- **التواصل والإعلام:** للشبكات الاجتماعية دور اتصالي تواصل أكثر من الدور الإعلامي، لذا من الصواب إطلاق تسمية إعلام بديل أو إعلام تشاركي على شبكات التواصل الاجتماعي أو إعلام بالوسائط الجديدة أكثر منه إعلام جديد، كون أن العملية الإعلامية لم تتغير، بل أن التغير حدث فقط في الوسيلة وليس في العملية ككل، لذا يمكن تسميته إعلاما تشاركيا، أو إعلام بديل وليس جديدا. (يوسفي، 2017، ص 297).
- **السرعة والديناميكية:** توفر مواقع التواصل الاجتماعي نقل الخبر بسرعة فائقة وأنية مع إمكانية التفاعل معه والتعليق عليه، بالإضافة إلى تبادل الرسائل والأفكار والآراء، ومن ثم نقل النقاش "الافتراضي" إلى "نقاش الواقعي"، كما ألغت الحواجز الزمانية والمكانية والجغرافية، وجعلت الفضاء الإلكتروني فضاء مشتركا للحوار رغم اختلاف. (بدري، 2017، ص 40)
- **التنوع في المحتوى والتعدد في الاستخدامات:** حيث يستخدمها الطالب للتعلم، والعالم لبث علمه وتعليم الناس، والكاتب للتواصل مع القراء، كما أصبح بالإمكان كل من يريد النشر والمشاركة عن طريق وسائل الإعلام الإلكتروني وفي مقدمتها شبكات التواصل الاجتماعي أن يقوم بذلك دون إشكال يذكر سواء تعلق بضيق المساحة أو بغيره، إضافة إلى الاستفادة من الروابط المتشعبة والمواقع المتنوعة المدرجة على صفحات أو حسابات هذه الشبكات. (شقرة، 2014، ص 57).
- **سهولة الاستخدام:** فالشبكات الاجتماعية تستخدم بالإضافة للحروف وبساطة اللغة، الرموز والصور التي تسهل للمستخدم التفاعل. فكل لحظة تمر على هذا العالم إلا ويتم فيها خلق فكرة إبداعية جديدة، المنافسة على أوجها ولم تعد المنافسة المعايير قائمة على ذلك الزخم الكبير المتعلق بالحجم والألوان أو غيرها، بل أصبحت الوظائف الجديدة الذكية السهلة والمتنوعة هي المعيار، ببساطة هي لغة المعيار. (بن بلعباس، 2014، ص 67).

- **التوفير والاقتصادية:** إذ تعد اقتصادية في الجهد والوقت والمال، في ظل مجانية الاشتراك والتسجيل، دون احتكار جماعة أو شخص ما عليها. (بن ورقلة، 2013، ص203)
 - **القدرة على جذب الجماهير الواسعة:** استخدام شبكات التواصل الاجتماعي في جميع أنحاء العالم يوضح مدى قدرتها على جذب الجماهير الواسعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فعدد مستخدمي الفيسبوك وصل إلى 2.27 مليار وفق إحصائيات جانفي 2019. أما اليوتيوب يصل عدد مستخدميه 1.9 مليار مستخدم. (Hatem, 2011, p2012)
 - **الكونية والعالمية:** حيث تلغى الحواجز الجغرافية والمكانية، وتتخطى فيها الحدود السياسية، إذ يمكن للمستخدم التواصل مع أي شخص وفي أي مكان فمن العالم بطريقة سلسة وبسيطة. (بن ورقلة، 2013، ص203)
- 3.2. الخدمات المتاحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي: إضافة الخدمات الشخصية المعروفة بإنشاء الحساب نذكر خدمات أخرى:**
- **الأحداث: Events** هي خاصية تسمح بتحديد زمن بداية ونهاية المناسبة أو الحدث، مع إمكانية تحديد من يحضر ومن لا يحضر الحدث، وتكمن أهميتها في العدد الكبير الذي يتم دعوته لهذه الأحداث والمناسبات. (عساسي، 2015، ص78).
 - **تقنية البث الحي:** هي خاصية الفيديو مباشرة **En direct**، حيث يمكن تسجيل لقطات مباشرة، كما هناك خاصية تسمح للمستخدم بتحميل الفيديوهات الخاصة به، ونشرها على الموقع كرسالة مرئية بالصورة والصوت.
 - **الإشعارات Notifications:** تستخدم للحفاظ على بقاء المستخدم على اتصال بآخر التحديثات على المنشورات التي قام بالتعليق عليها سابقا. (دحمان، 2020، ص111)
 - **خدمة الإعلان Marketplace:** وهي خدمة تسمح بالإعلان عن أي منتج سواء للبيع أو الشراء، أو إعلانات تتعلق بوظائف عمل، أو الإعلان عن تظاهرات أو ندوات، وغيرها من الأمور التي يمكن الإعلان عنها عبر هذه الخدمة.

- خدمة Vidéo sur Watch: وهي مقاطع فيديو حصرية يقدمها الفيسبوك لمستخدميه، وهي الفيديوهات الأكثر مشاهدة ورواجا لدى مستخدمي الأنترنت، وهي خدمة ينافس موقع الفيسبوك القنوات الموجودة عبر موقع اليوتيوب.

3. المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية:

- 1.3 تعريفها: هي مؤسسة عمومية ذات طابع إداري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تقوم بتوفير الكتب لترقية المطالعة وتشجيعها. (بوعفان، 2021، ص 61)

2.3. مهامها:

- وضع مختلف الأرصدة الوثائقية والخدمات المرتبطة بالمطالعة العمومية وجميع الخدمات الملحقة الأخرى تحت تصرف القارئ.
- تخصيص فضاء للقراءة والمطالعة يتماشى واحتياجات الطفل.
- إتاحة فضاءات للدراسات وتحضير الامتحانات.
- تسهيل تطور الكفاءات القاعدية لاستعمال الإعلام والإعلام الآلي.
- توفير الوسائل التي تسمح للأشخاص المعاقين بالوصول للمطالعة العمومية.
- تنظيم أنشطة ثقافية حول الكتاب. (م ت رقم 12-234، 2012)

الإطار التطبيقي للدارسة:

تم اختيار 09 صفحات رسمية لمكتبات المطالعة العمومية عبر موقع الفيسبوك، وتم اختيارها بطريقة قصدية، ومن مبررات الاختيار أنها الأكثر فعالية من خلال النشر والتحيين ونشاط والتفاعلية. تم اختيار فترة الدراسة الممتدة من 31 ماي إلى 05 جوان 2022 وهي فترة تشهد مناسبتين مهمتين بالنسبة للمكتبة ونشاطاتها وهما اليوم العالمي للطفولة واليوم الوطني للكتاب والمكتبة.

توظيف المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق خدماتها المعلوماتية.
دراسة تحليلية

الجدول 1: الصفحات الرسمية محل الدراسة في موقع الفيسبوك

اسم الصفحة	تاريخ الإنشاء	عدد المتابعين	تاريخ آخر منشور
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الوادي	2014/11/26	7288	2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية أدرار	2012/11/22	15.973	2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الشلف	2014/04/19	16.649	2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية تلمسان	2012/07/28	8360	2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية "آسيا جبار" لولاية تيبازة	2014/03/10 2021/01/07	3644 2159	2020/12/13 2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الجزائر	2021/11/07	821	2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية باتنة "محمد حمودة بن ساعي"	2015/12/14	12.232	2022/06/05
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية قسنطينة	2015/04/27	11.513	2022/06/05

المصدر: من إعداد الباحث.

من الجدول السابق يظهر لنا أن كل المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية لك صفحة رسمية في موقع الفيسبوك، وتفاوتت فيما بينها في عدد المتابعين لكل صفحة، وهذا يرجع إلى مدى نشاط الصفحة من نشر وتحيين وتشاركية وتفاعلية مع المتلقي القارئ أو المتتبع للصفحة.
ف نجد صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الشلف الأكثر متابعة بـ 16.649 متابع، بينما الأقل هي صفحة ولاية الجزائر بـ 821 متابع فقط ويظهر سبب ذلك من خلال سنة إنشائها التي

كانت في 2021/11/07. كما نلاحظ من الجدول عدم استمرارية الصفحة من النشر وتوقفها، وبعدها يتم إنشاء صفحة أخرى وحال ذلك صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية تيبازة كما يظهر ذلك جليا في الجدول رقم 01، وهذا ما يؤثر على استمرارية المتابعة من طرف القارئ، وعدم جدية المؤسسة في تسيير صفحاتها للتواصل وعرض الخدمات المعلوماتية.

الجدول 2: التطبيقات والروابط الموظفة في الصفحات محل الدراسة:

اسم الصفحة	تطبيقات الاتصال المدرجة	الروابط الموظفة
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الوادي	الماسنجر، الهاتف، الإيميل	-
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية أدرار	الماسنجر، الهاتف، الإيميل	اليوتيوب، أنستغرام، تويتر
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الشلف	الماسنجر، الهاتف، الإيميل	-
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية تلمسان	الماسنجر، الهاتف، الإيميل النقل، واتساب، فايبر، سكايب	الموقع الإلكتروني
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية "آسيا جبار" لولاية تيبازة	الإيميل، الماسنجر	الموقع الإلكتروني
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الجزائر	الإيميل، الماسنجر	-
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية باتنة "محمد حمودة بن ساعي"	الهاتف، الإيميل	-
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية قسنطينة	الماسنجر	-

المصدر: من إعداد الباحث.

من الجدول رقم 02 تبرز التطبيقات الرقمية المستخدمة في الصفحات الرسمية للمكتبات محل الدراسة، حيث نلاحظ أن المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية تلمسان تدرج في صفحتها أغلب تطبيقات الاتصال الرقمي: الماسنجر، الواتساب، الفاير، وسكايب والإيميل، إضافة إلى أرقام الهاتف الثابت والمحمول، مع وجود رابط نحو الموقع الإلكتروني للمكتبة، وبنفس الشكل تتيح المكتبة الرئيسية

للمطالعة العمومية لولاية أدرار الماسنجر والإيميل، أما الروابط فنجد روابط نحو حسابات المكتبة في اليوتيوب، أنستغرام وتويتر، والموقع الإلكتروني لها.
أما المكتبات الأخرى المتبقية فتقتصر وسائل الاتصال الرقمية التي تتيحها للقارئ المتابع لها على الهاتف والماسنجر والإيميل، والبعض منها تقتصر فقط على الماسنجر فقط.

الجدول 3: عدد منشورات صفحات المكتبات في موقع الفيسبوك خلال فترة الدراسة:

اسم الصفحة	عدد المنشورات	عدد الإعجاب	عدد التعليقات	المشاركة
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	18	161	21	23
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	21	891	161	30
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	24	601	55	85
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	57	1357	122	60
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	14	399	49	29
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	13	79	15	11
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	36	439	35	38
المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية	22	811	110	61

المصدر: من إعداد الباحث.

من خلال هذا الجدول حاولنا أن نقف على عدد المنشورات التي عرضت في الصفحة من قبل كل مكتبة خلال الفترة الممتدة من 31 ماي 2022 إلى 05 جوان 2022 وهي فترة مميزة لكل مكتبة خصوصا انها تشمل اليوم العالمي للطفولة واليوم الوطني للكتاب والمكتبة والاحتفال السنوي بـ " القراءة في احتفال".
والجدول يبرز الاختلاف الموجود بين المكتبات محل الدراسة.

- فمكتبة ولاية تلمسان خلال فترة الدراسة أعطت أهمية كبرى للحدث، ونشرت 57 منشورا، تفاعل معه 1357 رمز ايموجي، و49 تعليقا، و60 مشاركة، وهي المكتبة الأكثر نشاطا مقارنة بمفردات عينة الدراسة، كما نوعت في طبيعة المنشور، فوظفت الصورة رفقة النص، وكذا الفيديو مرفوق بنص، وفيديو بدون نص، إضافة إلى تقنية البث المباشر التي غطت نشاطات قراءة في احتفال.
- تنوع في المحتوى مضامين مكتبة ولاية تلمسان من ورشات (الرسم، المعماري الصغير، الروبوت، الخط العربي، اشغال يدوية، حروف ارقام، قرائية....)، إلى عرض قراءة في كتاب (البؤساء، الحكواتي، عرض سير....)، زيارات (مستشفى، المتحف، مناطق الظل.....)، ألعاب مختلفة، بينما مكتبة ولاية باتنة اعتمدت بشكل كبير على خاصية المشاركة (25 منشور عبارة عن مشاركة) مع مضامين صفحات أخرى كمديرية الثقافة الولائية ومحافظة مهرجان قراءة في احتفال، وهذا المشاركة تقلل من اهتمام المتلقي كونها ليس مصدر المنشور وانما هي مشاركة فقط. أما مكتبة ولاية أدرار رغم الحركية والنشاط إلا أن مضامين ركزت بشكل ملفت للدروس الخصوصية لطلبة البكالوريا (13 منشور من مجموع 21 منشور) وهذا خلال فترة شهدت اليوم العالمي للطفولة، والنشاط الوطني قراءة في احتفال والتي خصصت له منشورين فقط.

6. خاتمة:

أصبحت مواقع التواصل الاجتماعي فضاءات مهمة جدا للمكتبات للتواصل مع قرائها وعرض خدماتها وتسويقها، لذا سارعت كل المكتبات لإنشاء صفحات رسمية لها عبر موقع الفيسبوك وتويتر وأنستغرام واليوتيوب وغيرها، إلا أن المكتبات الجزائرية تركز بشكل كبير على موقع الفيسبوك في استخداماتها المعلوماتية وعرض نشاطاتها، وهذا راجع لعدد المستخدمين لهذه الموقع في الجزائر الذي تعدى 23 مليون مستخدم حسب إحصائيات 2019.

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- أغلب المكتبات في الجزائر لها صفحة في موقع الفيسبوك، وعينة الدراسة كلها تملك صفحة في هذا الموقع، بينما كل مكتبة لها طريقة في استثمار ما تتيحه هذه الشبكات من خدمات تقنية واتصالية.

- المكتبات التي تهتم بصفحتها الرسمية من حيث النشر والتحديث والتشاركية والتفاعلية استطاعت رفع عدد المتابعين لها، بينما نجد مكتبة ولاية تيبازة التي تم إنشاؤها في 2014 توقفت في 2020، وتم استحداث صفحة أخرى في 2021 وبالتالي فقدت تلك الاستمرارية وذلك عدد من المتابعين لها، وبدأت العمل من جديد، نفس الأمر ينطبق على صفحة مكتبة ولاية الجزائر.
- أغلب المكتبات محل الدراسة تتيح التواصل مع جماهيرها المتابعة لصفحتها عبر الماسنجر أو الايميل وأحيانا الهاتف، بينما نجد مكتبة ولاية أدرار إضافة إلى الوسائل المذكورة تدرج في صفحتها روابط نحو صفحاتها في تويتر واليوتيوب وأنستغرام وكذا الموقع الإلكتروني، في حين مكتبة ولاية تلمسان إضافة إلى الوسائل السابقة تدرج تطبيقات الاتصال الرقعي الواتساب، الفايبر، وسكايب والرابط الخاص بالموقع الإلكتروني.
- كل المنشورات كانت باللغة العربية، ولم نشهد أي منشور في المكتبات الثمانية محل الدراسة منشورات بلغات أخرى خصوصا الإنجليزية.
- هناك نمطية في طبيعة المنشورات، حيث أغلبها كانت عبارة عن نص مرفق بصور، أو عبارة عن فيديو البث المباشر الذي يتيح الفيسبوك.
- عدم اتقان تقنية البث المباشر عند بعض الصفحات، حيث يتم نقل الحدث بشكل تقني بحت، دون إدراج رسائل لسانية تشرح طبيعة النشاط وأهداف، وأحيانا في بعض الفيديوهات المباشرة لا تراعى الإضاءة ولا وزاوية الالقاط المناسبة.
- غياب كلي للرسوم البيانية والمضامين الإحصائية التي تُسوق لنشاطات المكتبة وخدماتها المعلوماتية واقتصار المنشورات على الأخبار بشكل كبير جدا.
- عدم التركيز على الشخصيات الثقافية البارزة من كتاب وروائيين في التسويق لخدمة معلوماتية أو التأثير والاقناع في الجمهور القارئ.
- عدم وجود خطة واضحة للنشر والتحديث والتفاعلية مع الجمهور المتلقي للمنشورات، ويظهر ذلك في عدد المنشورات، فهناك صفحات تنشر دون مراعاة لطبيعة المنشور المقدم، وتعرض بث مباشر لنشاط ما في 10 منشورات أو أكثر.

- الأهداف المتعلقة بالقائم بالاتصال في الصفحات المدروسة تقتصر على الإخبار دون التسويق للخدمات المعلوماتية باستثناء مكتبة تلمسان التي قدمت خلال تظاهرة "قراءة في احتفال" تنوع في المضامين دون تغيير في طبيعة المنشور، مما جعلت الكثير من المتفاعلين يشجعون تلك النشاطات ويثمنونها.
- الأهداف المتعلقة بال جماهير المتلقية تختلف حسب كل متفاعل، أغلبهم تفاعلوا باستخدام الرموز التعبيرية الايموجي (الاعجاب...)، بينما هناك من استفسروا عن طبيعة النشاط ومكانه وزمانه، لكن هناك بعض الصفحات لا ترد على تساؤلات قراءها.
- القيم المستقاة من مضامين المكتبات عبر صفحاتها؛ أنها تدعو إلى الدعوة إلى الابداع والابتكار من خلال القراءة والمطالعة، وعلى أساس أنهما المنطلق نحو أي تطور وتميز ثقافي واجتماعي. كما اهتمت باليوم العالمي للطفولة وسخرت كل إمكانياتها للاحتفال به من أجل بناء رجال الغد، وأبدعت بعض الصفحات في تنوع المضامين من خلال المكان والزمان والمحتوى المقدم.
- وتُوصي هذه الدراسة المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية بمايلي:
- ضرورة الاستغلال الأمثل لشبكات التواصل الاجتماعي للتواصل مع جمهور القراء وبشكل مستمر، ولا يقتصر على التظاهرات الموسمية.
- الاهتمام بالمحتوى المقدم وتنويعه وفق الجمهور المستهدف.
- المتابعة الدورية للصفحة الرسمية والرد على كل تساؤلات المتلقين، والتعرف عن كثب عن اهتماماتهم وانشغالاتهم المتعلقة بالمطالعة والقراءة.
- العمل على استثمار المواقع الاجتماعية الأخرى كأستغرام واليوتيوب وتويتر لما تقدمه من خدمات مميزة تحقق أهداف المكتبة.
- العمل على تجسيد استمرارية الثقافة من خلال النشر والتحيين والتشاركية والتفاعلية والمتابعة الدورية لمضامين الصفحات في الفضاء الافتراضي.

5. قائمة المراجع:

1. ابتسام بدري، (2017)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي وإحداث التغيير في دول الحراك العربي"، مجلة العلوم الإنسانية، بسكرة، العدد 47.

2. اممر يوسف، (2017)، التوظيف السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي وأثره على الأمن القومي الدولي"، مجلة العلوم الإنسانية، أم البواقي، العدد السابع، الجزء 2.
3. أمال عساي، (2015) اثنوجرافيا مستخدمي الفيسبوك في المجتمع الجزائري: دراسة اثنوجرافيا لعينة من مشتركين مجموعات أمازيغية بالفيسبوك، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة باتنة 1.
4. بدر الدين بن بلعباس، (2015)، شبكات التواصل الاجتماعي والهوية الثقافية عند الطلبة الجامعيين: الفيسبوك وطلبة جامعة بسكرة نموذجا، رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة.
5. حسين محمود هتيي، (2014)، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، عمان، دار أسامة للنشر.
6. رانيا بوعفان، عبد المالك السبي، (2021)، دور الفيسبوك في تقديم خدمات المعلومات عن المكتبات، دراسة ميدانية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 13، العدد 01.
7. علي خليل شقرة، (2014)، الاعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
8. نادية بن ورقلة، (2013)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تنمية الوعي السياسي والاجتماعي لدى الشباب العربي، مجلة دراسات وأبحاث، العدد 11.
9. نورالدين دحمان، (2020)، توظيف الأحزاب السياسية لشبكات التواصل الاجتماعي وأثرها على المشاركة السياسية في الجزائر، دراسة تحليلية سيميولوجية، أطروحة دكتوراه في الإعلام والاتصال، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
10. Amir Hatem Ali, (2011), the power of social media in developing nation, new tools for closing the global digital divide and beyond, Harvard human rights journal, vol24.
11. مرسوم تنفيذي رقم 234-12 مؤرخ في 3 رجب عام 1433 الموافق لـ 24 مايو سنة 2012، يحدد القانون الأساسي للمكتبات الرئيسية للمطالعة العمومي العمومية.

6. ملاحق:

ملحق رقم 01: صفحات المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية محل الدراسة في موقع الفيسبوك

1. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الوادي:



2. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الشلف:



3. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية باتنة "محمد حمودة بن ساعي" العامة لولاية الشلف:



توظيف المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق خدماتها المعلوماتية.
دراسة تحليلية

4. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية تيبازة:



5. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية تلمسان:



6. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية قسنطينة:



7. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية أدرار:



توظيف المكتبات الرئيسية للمطالعة العمومية لمواقع التواصل الاجتماعي في تسويق خدماتها المعلوماتية.
دراسة تحليلية

8. صفحة المكتبة الرئيسية للمطالعة العمومية لولاية الجزائر:

