

Research Article

The Impact of Social Networking on Improving Information and Attracting Public Library Contacts from the Viewpoint of Librarians¹

Fariba Mardnai

PhD. Student of information science, Information and knowledge management,
Faculty of human science, Science and research branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran
(Corresponding Author). hasti.pf@gmail.com

Elmira Janavi

Assistant Professor, Policy Evaluation and STI Monitoring Department, National Research Institute
for Science Policy (NRISP), Tehran, Iran. janavi@nrisp.ac.ir

Abstract

Objective: The purpose of this study is to investigate the effect of social networks in improving the information status and attracting audiences of public libraries in Tehran from the perspective of librarians

Methodology: It is a descriptive and analytical survey. The statistical population is the librarians of public libraries in Tehran. Research data were collected using a researcher-made questionnaire. The validity of the instrument was assessed with the help of 10 educated and professional students and 5 experts in the field. The reliability of the instrument was calculated using Cronbach's alpha coefficient. Finally, the collected data were entered and coded in SPSS software. The K2 test and Friedman test were used to analyse the data.

Results: While the survey data was collected at the time Telegram filtering began, however, a significant number of librarian responses indicate that this network is used more than any other social network. It actually shows the extent of social media penetration in everyday life, and although it is costly to bypass filtering, it has not stopped being used. According to the survey and the results, the Telegram Social Network is the most used among the target audience of the libraries studied, followed by the second level of the Instagram Social Network and the audiences are interested to follow the possible pages of the library on Instagram. The survey shows that Soroush social network has the least use among library audiences.

-
1. **The present study is taken from:** Master Thesis, Information Science and Knowledge, Public Libraries Studies, Student: Fariba Mardani, Entitled: **The Impact of the Presence of Social Networks on Improving the Information and Attraction of Public Libraries**, Supervisor: Najmeh Salemi, Advisor: Elmira Janavi, Presented in the Science and Research Branch, Islamic Azad University in 1397.

Received: 2020/05/19 ; **Accepted:** 2020/11/15

****Copyright © the authors**

It seems that due to the filtering of the telegram and the emergence of Soroush social network with a similar context, the telegram still can attract audiences. The plausible point in these responses is that none of the librarians stated that the library does not require the use of social networks.

Conclusion: According to these librarians, the use of social networks is effective in improving information and attracting audiences to public libraries, and it is better to use these networks to increase efficiency and provide better and more appropriate services. In this regard, librarians are interested in receiving training in this regard. Therefore, upgrading the necessary infrastructure for the use of social networks should be considered by decision-makers and policymakers of public libraries and with efficient policies and targeted planning, can gradually institutionalize the position of public libraries in the heart of society. It is also suggested that to create a competitive environment among public libraries, the use of cyberspace and attracting audiences to use library resources, and increasing the reading rate in the community should be considered in evaluating the performance of public libraries.

Keywords: Public libraries, Social networks, Librarian, Tehran.

تأثیر شبکه‌های اجتماعی در بهبود وضعیت اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبین کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از دید کتابداران^۱

فریبا مردانی

دانشجوی دکتری، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
hasti.pf@gmail.com (نویسنده مسئول)

المیرا جنوی

استادیار، گروه ارزیابی سیاست‌ها و پایش علم، فناوری و نوآوری، مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، تهران، ایران.
janavi@nrisp.ac.ir

چکیده

هدف: هدف این پژوهش بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی در بهبود وضعیت اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبین کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از دیدگاه کتابداران است.

روش‌شناسی: روش پژوهش حاضر پیمایشی از نوع توصیفی و تحلیلی بوده و جامعه آماری نیز کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران هستند. داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته گردآوری شده است. بررسی روایی ابزار با کمک ۱۰ دانش‌آموخته و حرفه‌مند و ۵ متخصص خبره رشته انجام شد. پایایی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ محاسبه گردید. در نهایت داده‌های گردآوری شده در نرم‌افزار SPSS کدگذاری و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون K2 و آزمون فریدمن استفاده شده است.

یافته‌ها: تلگرام بیشترین کاربرد را بین مخاطبان کتابخانه‌های مورد مطالعه داشته و پس از آن اینستاگرام قرار دارد. سروش کم‌ترین میزان استفاده را دارد. به نظر می‌رسد با توجه به فیلترینگ تلگرام و ظهور شبکه اجتماعی سروش با بستری مشابه تلگرام، باز هم این شبکه توانسته مخاطبان را به سمت خود جذب نماید. نکته قابل تأملی که در این پاسخ‌ها وجود دارد این است که هیچ یک از کتابداران اعلام نکرده‌اند که کتابخانه نیازی به استفاده از شبکه‌های اجتماعی ندارد. کتابداران به استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات کتابخانه‌ای تمایل دارند و به نظر می‌رسد که کتابخانه‌ها و کتابداران علاقه‌مند به کارگیری این نوع فناوری در ارائه خدمات کتابخانه‌ای و ارتباط با مراجعان هستند.

۱. پژوهش حاضر برگرفته از: پایان‌نامه کارشناسی ارشد، رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی، گرایش مطالعات کتابخانه‌های عمومی، دانشجو: فریبا مردانی، با عنوان: **تأثیر حضور شبکه‌های اجتماعی در بهبود وضعیت اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبین کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از دید کتابداران**، استاد راهنما: استاد راهنما: نجمه سالمی، استاد مشاور: المیرا جنوی، ارائه شده در واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی در سال ۱۳۹۷ است.

نتیجه‌گیری: از دیدگاه کتابداران، استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بهبود اطلاع‌رسانی و جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی موثر بوده و بهتر است برای افزایش کارایی و ارائه‌ی خدمات بهتر و مناسب‌تر از این شبکه‌ها نیز بهره ببرند، در این راستا، کتابداران علاقه‌مند به دریافت آموزش در این رابطه هستند. بنابراین، ارتقاء زیرساخت‌های لازم برای بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی بایستی مدنظر تصمیم‌سازان و سیاست‌گذاران کتابخانه‌های عمومی قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: کتابخانه‌های عمومی، شبکه‌های اجتماعی، کاربران کتابخانه، کتابداران، تهران.

۱. مقدمه

با رشد تولیدات اطلاعاتی و نیاز کتابخانه‌ها به همگام شدن بیشتر با نیازهای کاربران و پاسخ‌گویی به موقع و مناسب به آنها، ضروری است تا کتابخانه‌ها با آخرین تحولات و پیشرفت‌های فناوری همگام شده و همواره خدمات‌شان را روزآمد سازند. آنچه مسلم است اینکه مخاطب امروزی مخاطبی منفعل نبوده، بلکه مخاطبی فعال و فراتر از آن، مخاطبی هوشمند است. برای چنین مخاطبانی استفاده از ابزارهای رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی یک‌سویه‌ای چون وبسایت‌های کتابخانه‌ها دیگر کارساز نبوده و کتابخانه‌ها بایستی درصدد استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های تعاملی برآیند. یکی از ابزارهایی که بتواند این نیازها را پوشش دهد، شبکه‌های اجتماعی است. امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از ابزارهای مهم در جهت شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی به شمار می‌آیند. خرد جمعی به جریان سیال و پویای قوه تفکر و ذهن کاربران حاضر در چنین محیط‌هایی اطلاق می‌شود که به‌مثابه یک پردازشگر عظیم، اطلاعات را پردازش و پایش می‌کنند و نیروی تفکر و ذهن کاربران شبکه‌های اجتماعی به مدد تعاملات اجتماعی در فضایی مجازی با هم ترکیب و همراه شده و نیرویی عظیم با قدرت پردازشی بالا به وجود می‌آورد.

ضرورت به‌کارگیری چنین ابزارهایی به دلیل داشتن ویژگی‌هایی مانند چند رسانه‌ای بودن همزمان، برقراری تعامل بین کاربران و کتابخانه، ارتباط سریع‌تر کاربران با کتابخانه و بالعکس و دسترسی سریع کاربران به اطلاعات مورد نیاز بدون محدودیت مکان و زمان در کتابخانه‌ها برای ارائه خدمات بهتر و مطلوب‌تر، بیش از پیش احساس می‌شود (قاضی‌زاده و جهان‌شاهی، ۱۳۹۷، ص ۱۵۱). کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توانند کاربران بالقوه و بالفعل را شناسایی کنند و گروه‌ها و اجتماعات یا مشتریان آنلاین در حوزه‌های مختلف تشکیل دهند. به نظر می‌رسد که از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توان مشتریان کتابخانه را افزایش داد، زیرا بسیاری از مشتریان کتابخانه عضو رسانه‌های اجتماعی مشهور بوده و آنان به دلیل جذابیت‌های ظاهری و محتوایی، رسانه‌های اجتماعی را ترجیح می‌دهند. به همین دلیل کتابخانه‌ها نیز از طریق این رسانه‌ها می‌توانند مشتریان بالقوه و بالفعل را با اطلاع‌رسانی درباره محصولات و خدمات‌شان افزایش دهند. مسئولان کتابخانه‌ها همواره منتظر هستند مشتریان به‌سوی کتابخانه‌ها بیایند. چنین نگرشی باعث می‌شود آن‌ها منفعل بودن را به جای فعال بودن برگزینند. در حالی که کتابخانه به لحاظ فیزیکی محدود به مکان نیست، بلکه مشتریان کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌صورت شبانه‌روزی از محصولات و خدمات کتابخانه استفاده کنند (جلیل‌پور و عزیزخانی،

۱۳۹۴، ص ۳۶).

کتابخانه‌ها می‌توانند با استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ارتباط موثری با کاربران خود داشته باشند. قبلاً محدودیت‌هایی که در کتابخانه‌های سنتی بود، مانند عدم ارائه به موقع منابع جدید و نبود تعاملات همزمان بین کاربران و کتابداران، باعث استفاده نکردن از اطلاعات و کم شدن ارزش آن می‌شد. امروزه کتابخانه‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی باید یک هدف خاص را دنبال کنند تا اعضاء و کاربران خود را در جهت هدف‌ها و موضوعات خاص تشویق به تعامل کنند. شبکه‌های اجتماعی، جانشینی برای روابط در دنیای واقعی به منظور تعامل و ارائه اطلاعات در بین افراد حتی کتابخانه‌ها شده‌اند (ولی‌زاده، شریف آبادی و دولانی، ۱۳۹۶، ص ۲۴).

شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان یک گزینه برتر برای مراکز اطلاع‌رسانی در جهت تایید منابع با کیفیت و برتر به کار گرفته شوند و فرصتی را برای کتابداران پدید می‌آورند تا با کاربران‌شان در تعامل باشند و آن‌ها را در فضای اجتماعی که متشکل از کاربران‌شان است، قرار می‌دهد. این شبکه‌ها می‌توانند به طور موثری برای توسعه و ارتقای کتابخانه‌ها مورد استفاده قرار گیرند. در اولین مرحله، کتابداران می‌توانند اطلاعات دست اول در مورد کاربران‌شان را از طریق تعامل با آنها به دست آورند، در مرحله بعد می‌توانند از رفتار کاربران آگاهی پیدا کرده، سپس مطابق با نیازهای آنان خدماتی را طراحی نمایند. شبکه‌های اجتماعی به کتابداران کمک می‌کنند تا اطلاعات را با کاربران و محققان به ساده‌ترین روش ممکن، از طریق محیط کتابخانه دیجیتال، به اشتراک بگذارند (زبید و قلی‌زاده، ۱۳۹۴).

با توجه به پیشرفت فناوری‌های جدید مانند تلفن همراه، رایانه، اینترنت و گسترش استفاده از این فناوری‌ها توسط تمام اقشار جامعه، و اهمیت شبکه‌ای اجتماعی در ارتباطات تعاملی بین کتابخانه‌ها و کاربران این نیاز احساس می‌شود که کتابخانه‌ها نیز که مجموعه‌ای از منابع اطلاعاتی هستند، به منظور دسترسی و بهره‌وری این منابع و ارائه‌ی آن‌ها به مخاطبان می‌توانند با به‌کارگیری روش‌های جدید از جمله استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارائه‌ی خدمات خود علاوه بر ایجاد روشی جدید و آسان برای استفاده خدمات کتابخانه‌ای، ارتباط جدیدی با مخاطبان علاقه‌مند خود ایجاد کنند. چرا که در دنیای پر رقابت کنونی و شتاب تولید و انتقال اطلاعات در دنیای وب، چنانچه کتابخانه‌ها نتوانند در ارائه خدمات به کاربران، خود را با این تغییرات و تحولات جهانی منطبق سازند، مرگ کتابخانه‌ها حتمی خواهد بود و کتابخانه‌ها بخصوص کتابخانه‌های عمومی نمی‌توانند رسالت خود را که همانا فرهنگ‌سازی در تمام ابعاد جامعه و ارتقاء جایگاه مطالعه در

زندگی افراد و ارائه اطلاعات علمی در مقابل انتشار شبه علم در فضای مجازی است، به جای آوردن. بی‌شک شبکه‌های اجتماعی نقش مهم و تأثیرگذاری را به عنوان یک رسانه ارتباطی که امروزه در بین مردم رایج و پر کاربرد است، ایفا می‌کنند. با توجه به اینکه در این شبکه‌ها افراد و مخاطبان بسیاری در ارتباط هستند و اطلاعات بسیاری دریافت، ارسال و به اشتراک گذاشته می‌شود و با توجه به قابلیت‌های بسیاری که این شبکه‌ها در نشر اطلاعات دارند، این سوال در ذهن متبادر می‌شود که جایگاه این شبکه‌ها در ارائه خدمات کتابخانه‌ها، اطلاع‌رسانی بهتر و جذب مخاطب چگونه بوده و میزان شناخت و استفاده‌ی کتابخانه‌های عمومی با این قابلیت‌ها چقدر است؟

در این راستا نقش کتابداران و میزان انعطاف‌پذیری و یا مقاومت ایشان در مواجهه با این تغییر جهانی نیز بسیار حائز اهمیت است، به طوری که هدف این پژوهش در وهله اول بررسی نگرش کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران نسبت به بکارگیری شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها بوده و در وهله دوم به این موضوع می‌پردازد که این شبکه‌ها تا چه میزان بر جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی موثرند. برای تبیین این اهداف پژوهش حاضر بر آن است تا به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

- ۱) کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران چه نگرشی نسبت به شبکه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبان به کتابخانه دارند؟
- ۲) از دیدگاه کتابداران، نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری چگونه است؟
- ۳) آیا شبکه‌های اجتماعی از نظر کتابداران بستر مناسبی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید هستند؟
- ۴) از دیدگاه کتابداران آیا تبلیغ و معرفی منابع در شبکه‌های اجتماعی کتابخانه موجب افزایش درخواست آن از جانب کاربران می‌شود؟
- ۵) از نظر کتابداران، مخاطبان بیشتر چه محتواهایی را در شبکه‌های اجتماعی کتابخانه دنبال می‌کنند؟
- ۶) از نظر کتابداران، مخاطبان کتابخانه بیشتر از کدام شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟

۲. پیشینه‌ی پژوهش

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که چه پژوهش‌هایی در داخل و خارج از کشور انجام

شده است که در ادامه پژوهش‌هایی که بیشترین قرابت را با موضوع پژوهش حاضر دارند، ارائه می‌شود.

سعادت نسب، تاج‌الدینی و سلیمانی‌نژاد (۱۳۹۵) در پژوهشی نشان دادند که در حال حاضر کاربران کتابخانه‌های عمومی شهر کرمان شبکه‌های اجتماعی را برای اشتراک دانش، تجارب، ایده‌ها، انجام فعالیت‌های گروهی، سرگرمی و پر کردن اوقات فراغت مورد استفاده قرار می‌دهند. از نظر میرزایی، رحیمی و مرادی (۱۳۹۵) با توجه به اهمیت نقش شبکه‌های اجتماعی در معرفی، برقراری ارتباط، همکاری بین پژوهشگران و تبادل اطلاعات، باید برای آموزش در مورد قابلیت‌های این شبکه‌ها و افزایش بهره‌وری موثر آنها تلاش کرد.

یاری (۱۳۹۵) در پژوهشی نشان داد که با توجه به گستردگی و تنوع دامنه ارائه‌ی خدمات کتابخانه‌های عمومی به اقشار جامعه و ناهمگونی مخاطبان این کتابخانه‌ها نسبت به دیگر کتابخانه‌ها، رسانه‌های اجتماعی، کاربردهای بیشتر و متنوع‌تری در کتابخانه‌های عمومی دارند. به زعم دادگران، خرازی آذر و دبلشکی (۱۳۹۶) عضویت در صفحات مربوط به کتاب در اینستاگرام نیز باعث گرایش کاربران به کتاب‌خوانی شده و این دو مسأله رابطه معناداری با هم دارند.

بات و کومار^۱ (۲۰۱۲)، نیز در پژوهشی نشان دادند که بیشتر دانشجویان به استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی توسط کتابخانه‌ها علاقه‌مند بوده و انتظار دارند که به خاطر این شبکه‌ها خدمات کتابخانه‌ای بهتری دریافت کنند.

چن، کایواچو و ایکسو^۲ (۲۰۱۲)، هم نشان دادند که بین چهار نوع تعاملات، اشتراک دانش بیشترین حجم واکنش‌های کاربر را در شبکه‌های اجتماعی دارد. علاوه بر اینها، یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به‌صورت کارآمد در دسترس نسل جوان کارشناسان علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی قرار گیرد، زیرا ابزاری کارآمد در فعالیت‌های کتابداری هستند. محبوب‌ترین و پر بازدیدترین سایت‌ها نیز عبارتند از فیس‌بوک، گوگل پلاس، توئیتر و فیلکر. ارتباط فعال بین سرویس‌های کتابخانه‌ای و کاربران، امکان جدیدی را خلق کرده و ارزش قائل شدن برای ابزار شبکه‌های اجتماعی به دیده شدن بهتر علوم کتابداری در محیط دیجیتال کمک شایانی

1. Bhatt & Kumar

2. Chen, Chu & Xu

می‌کند (خان و انصاری^۱، ۲۰۱۴).

چوئی و جو^۲ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با موضوع «درک کتابخانه‌های عمومی، چالش‌ها، محرک‌ها و برداشت نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازیابی» نشان دادند که کتابخانه‌های عمومی، رسانه‌های اجتماعی را به عنوان ابزاری مهم برای بازیابی کتابخانه‌ای درک کرده‌اند و این بررسی از سه منظر چالش‌ها، محرک‌ها و ادراکات صورت گرفته است.

یاورسکا، پریونو و سیرو^۳ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «کتابخانه‌ها در شبکه‌های اجتماعی» نشان دادند که استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها به ارتقاء اطلاعات و خدمات کتابخانه‌ای به منظور توسعه و انتشار روابط حرفه‌ای و ایجاد بسترهای اطلاعاتی کمک می‌کند و باعث تقویت تصویر کتابخانه در جامعه به عنوان یک نهاد اطلاعاتی مدرن می‌شود.

با اینکه در پژوهش‌های انجام شده، سعی بر توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی و کاربرد آن‌ها در کتابخانه‌ها بوده، اما این نکته قابل تأمل است که در هیچ یک از این پژوهش‌ها به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در جذب مخاطب به طور خاص پرداخته نشده و همچنین در هیچ یک از این پژوهش‌ها تأثیر این شبکه‌ها در کتابخانه‌های عمومی مورد بررسی قرار نگرفته و این خلاء احساس می‌شود، زیرا با توجه به اینکه این شبکه‌ها همه‌گیر شده و در تمام زندگی مردم تأثیر گذاشته است و با توجه به اینکه گام‌های بسیاری به سمت تحول دیجیتال برداشته شده، نقش این شبکه‌های اجتماعی در توسعه فرهنگ مطالعه، جذب عموم مردم به کتابخانه‌ها، ارائه خدمات مفیدتر کتابخانه‌ها و حتی نوع نیاز مخاطبان بسیار تأثیرگذار است.

پژوهش حاضر بر آن است که تأثیر حضور این شبکه‌ها در خدمات کتابخانه‌ای و اطلاع‌رسانی و جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی را مورد ارزیابی قرار دهد تا براساس نتایج برنامه‌ریزی درست و مناسبی برای استفاده و به‌کارگیری این شبکه‌ها در خدمات کتابخانه‌ای و سهولت استفاده از کتابخانه‌ها برای مخاطبان انجام شود.

۳. روش‌شناسی پژوهش

روش این پژوهش پیمایشی و از نظر هدف کاربردی است. ابزار پژوهش پرسشنامه محقق

1. Khan & Ansari

2. Choi & Joo

3. Yavorska, Prihunov & Syerov

ساخته است که روایی آن با کمک ۱۰ دانش‌آموخته و حرفه‌مند و ۵ متخصص خبره رشته ارزیابی شد. پایایی پژوهش نیز از روش محاسبه ضریب آلفا کرونباخ بررسی گردید (۰/۷۴) و برای تحلیل داده‌ها از آزمون K2 و فریدمن استفاده شد. جامعه آماری شامل ۳۶۰ کتابدار کتابخانه‌های عمومی شاغل در نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و کتابخانه‌های سازمان فرهنگی هنری شهرداری شهر تهران است. کتابخانه‌های زیر نظر نهاد کتابخانه‌های عمومی و سازمان فرهنگی هنری شهرداری شهر تهران به این دلیل انتخاب شده‌اند که مجموعه گسترده‌ای از کتابخانه‌های عمومی کشور را شامل می‌شوند و هدف پژوهش در کتابخانه‌های عمومی بوده است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی در هر کتابخانه‌ی عمومی مورد نظر بوده و خط مشی و استانداردهای متنوع این دو نوع کتابخانه مد نظر این پژوهش نبوده است. نمونه‌گیری با استفاده از جدول نمونه‌گیری مورگان انجام شد و ۱۸۸ پرسشنامه به صورت تصادفی بین کتابداران توزیع و از این تعداد ۱۸۴ کتابدار پرسشنامه را تکمیل و تحویل دادند.

۴. یافته‌های پژوهش

پرسش ۱: کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر تهران چه نگرشی نسبت به شبکه‌های اجتماعی در

اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبان به کتابخانه دارند؟

جدول ۱- توزیع فراوانی و نتایج آزمون مجذور کا در زمینه وضعیت درخواست کاربران برای ایجاد امکان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران

گزینه‌ها	ویژگی‌های آماری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تراکمی	فراوانی مورد انتظار	مجذور کا (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
بلی	۸۸	۴۷/۸	۶۲/۹	۶۲/۹	۷۰	۷۰	۹/۲۶	۱	۰/۰۰۲
خیر	۵۵	۲۸/۳	۳۷/۱	۱۰۰	۷۰	۷۰			
بدون پاسخ	۴۴	۲۳/۹							
جمع کل	۱۸۴	۱۰۰	۱۰۰						

بیش از نیمی از کتابداران، یعنی ۶۲/۹ درصد (۸۸ نفر) بیان کردند که از سوی کاربران درخواست ایجاد امکان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را داشته‌اند و این در حالی است که ۳۷/۱ درصد (۵۵ نفر) نظری برخلاف آن را ابراز داشته و گفته بودند درخواستی از سوی کاربران برای ایجاد امکان استفاده از شبکه‌های اجتماعی نداشته‌اند. در این میان چهل و چهار نفر از کتابداران

سؤال مذکور را بدون پاسخ گذاشته بودند. بنابراین، می‌توان گفت که کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران به‌صورت معناداری اظهار داشته‌اند که کاربران‌شان درخواست ایجاد امکان استفاده از شبکه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های‌شان داشته‌اند.

جدول ۲- توزیع فراوانی و نتایج آزمون مجذور کا در زمینه وضعیت امکان‌پذیری جذب مخاطب از طریق شبکه‌های اجتماعی

گزینه‌ها	ویژگی‌های آماری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تراکمی	فراوانی مورد انتظار	مجذور کا (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
بلی	۱۷۳	۹۴	۹۴/۵	۹۴/۵	۹۱/۵		۱۴۵/۱۹	۱	۰/۰۰۰
خیر	۱۰	۵/۴	۵/۵	۱۰۰	۹۱/۹				
بدون پاسخ	۱	۰/۵							
جمع کل	۱۸۴	۱۰۰	۱۰۰						

اکثر کتابداران یعنی ۹۴/۵ درصد (۱۷۳ نفر) اظهار داشته‌اند که شبکه‌های اجتماعی در مقایسه با سایر روش‌های سنتی در کتابخانه موجب جذب مخاطبان می‌شود. با این وجود ۵/۵ درصد (۱۰ نفر) آنها گزارش داده بودند که شبکه‌های اجتماعی نسبت به دیگر روش‌های سنتی سبب جذب مخاطب نمی‌شود. بر این اساس می‌توان چنین عنوان نمود که کتابداران مورد مطالعه در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران به‌صورت معناداری بیان کرده‌اند که شبکه‌های اجتماعی نسبت به سایر روش‌های سنتی در کتابخانه موجب جذب مخاطبان می‌شوند.

جدول ۳- توزیع فراوانی و نتایج آزمون مجذور کا در زمینه وضعیت افزایش تعداد کاربران در مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی

گزینه‌ها	ویژگی‌های آماری	فراوانی	درصد فراوانی	درصد معتبر	درصد تراکمی	فراوانی مورد انتظار	مجذور کا (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
بلی	۸۴	۴۵/۷	۸۲/۴	۸۲/۴	۵۱		۴۲/۷۱	۱	۰/۰۰۰
خیر	۱۸	۹/۸	۱۷/۶	۱۰۰	۵۱				
بدون پاسخ	۸۲	۴۴/۶							
جمع کل	۱۸۴	۱۰۰	۱۰۰						

از نتایج چنین استنتاج می‌شود که در حدود ۸۲/۴ درصد (۸۴ نفر) کتابداران اعتقاد داشته‌اند که در مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بر تعداد کاربران آنها افزوده شده است. با این وجود،

۱۷/۶ درصد (۱۸ نفر) آنها نشان دادند که در مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی تعداد کاربران‌شان تغییری نداشته است. می‌توان نتیجه گرفت که کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران به صورت معناداری اظهار داشته‌اند که در مدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر تعداد کاربران‌شان اضافه شده است.

پرسش ۲: از دیدگاه کتابداران نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری چگونه

است؟

جدول ۴- توزیع فراوانی و نتایج آزمون مجذور کا
در زمینه مشارکت کتابداران در یک گروه تخصصی مرتبط با رشته

ویژگی‌های آماری / گزینه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تراکمی	فراوانی مورد انتظار	مجذور کا (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
بلی	۱۴۲	۷۷/۲	۷۷/۲	۹۲	۵۴/۳۵	۱	۰/۰۰۰
خیر	۴۲	۲۲/۸	۱۰۰	۹۲			
جمع کل	۱۸۴	۱۰۰					

اکثر کتابداران یعنی ۷۷/۲ درصد (۱۴۲ نفر) در یک گروه تخصصی مرتبط با رشته‌شان عضو هستند و این در حالی است که ۲۲/۸ درصد (۴۲ نفر) کتابداران در هیچ گروه تخصصی مرتبط با رشته خود عضویت ندارند.

جدول ۵- پاسخ کتابداران به سؤالات مربوط به میزان نقش شبکه‌های اجتماعی
در زمینه توسعه علمی کتابداری

عنوان	ویژگی‌های آماری / گزینه‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
نیاز به وجود شبکه‌های اجتماعی برای توسعه علمی در کار	فراوانی	۳	۸	۱۶	۶۳	۹۴	۴/۲۹	۰/۹۲
	درصد فراوانی	۱/۶	۴/۳	۸/۷	۳۴/۲	۵۱/۱		
فراهم شدن همکاری‌های تخصصی بین کتابداران با استفاده از شبکه‌های اجتماعی	فراوانی	۲	۶	۱۱	۶۸	۹۷	۴/۳۷	۰/۸۳
	درصد فراوانی	۱/۱	۳/۳	۶	۳۷	۵۲/۷		

فراوانی، درصد و میانگین‌های پاسخ کتابداران به سؤالات مربوط به میزان نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری بیانگر آن است که میانگین مربوط به سؤال ۲۰ با ۴/۳۷ که در آن کتابداران گزارش داده بودند، استفاده از شبکه‌های اجتماعی همکاری‌های تخصصی بین کتابداران را تا حد بسیار زیادی فراهم می‌کند، نسبت به میانگین دیگر سؤال این بخش یعنی، سؤال ۱۸ با عدد ۴/۲۹ تا حدودی بیشتر بوده است.

جدول ۶- نتایج آزمون t تک متغیری برای بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداران

ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطا
میزان نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری	۸/۶۶	۱/۵۷	۱۸۴	۶	۲/۶۶	۲۲/۹	۱۸۳	۰/۰۰۰

به دلیل آنکه میزان نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری از دیدگاه کتابداران در پرسش‌نامه متشکل از ۲ سؤال در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای از ۱ تا ۵ بوده است، لذا دامنه نمرات آن بین ۲ الی ۱۰، با میانگین فرضی ۶ است. می‌توان چنین اظهار نمود که میزان نقش شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری از دیدگاه کتابداران به صورت معناداری بالاتر از حد متوسط بوده و کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران بر این باور بوده‌اند که شبکه‌های اجتماعی در زمینه توسعه علمی کتابداری تا حد زیادی (۷۲ درصد) نقش دارند.

پرسش ۳: به نظر کتابداران شبکه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید

هستند؟

جدول ۷- پاسخ کتابداران به سؤالات مربوط به میزان فراهم بودن بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش

عنوان		گزینه‌ها		خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	خیلی زیاد	میانگین	انحراف معیار
منتشر کردن اطلاعات در میان مخاطبان به‌صورت غیرحضوری	فراوانی	۷	۱۲	۲۹	۷۵	۶۱	۳/۹۳	۱/۰۵		
	درصد فراوانی	۳/۸	۶/۵	۱۵/۸	۴۰/۸	۳۳/۲				
مناسب بودن ابزار شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش	فراوانی	۰	۳	۲۳	۷۳	۸۵	۴/۳	۰/۷۵		
	درصد فراوانی	۰	۱/۶	۱۲/۵	۳۹/۷	۴۶/۲				

فراوانی، درصد و میانگین‌های پاسخ کتابداران به سؤالات مربوط به میزان فراهم بودن بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید، حکایت از آن دارد که سؤال ۲۳ با میانگین ۴/۳ که در آن کتابداران اظهار داشته‌اند شبکه‌های اجتماعی تا حد بسیار زیادی ابزاری مناسب برای اشتراک دانش هستند، نسبت به دیگر سؤال مطرح شده در این بخش، یعنی سؤال ۲۱ با میانگین ۳/۹۳ بالاتر است. با توجه به نتایج حاصل می‌توان چنین عنوان نمود که کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر

تهران گزارش دادند که تا حد زیادی بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید فراهم است.

جدول ۸- نتایج آزمون t تک متغیری برای بررسی میزان فراهم بودن بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش

ویژگی‌های آماری / متغیر	میانگین	انحراف معیار	تعداد	میانگین فرضی	تفاضل میانگین‌ها	t	درجه آزادی	احتمال خطا
میزان فراهم بودن بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید	۸/۲۳	۱/۴۹	۱۸۴	۶	۲/۲۳	۲۰/۳۲	۱۸۳	۰/۰۰۰

از آنجا که میزان فراهم بودن بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید از دیدگاه کتابداران در پرسشنامه پژوهش حاوی ۲ سؤال در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای از ۱ تا ۵ بوده است، از این‌رو دامنه نمرات آن بین ۲ الی ۱۰ با میانگین فرضی ۶ است. آزمون t تک متغیری نیز در این زمینه نشان داد که بین این دو میانگین تفاوت معناداری در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱ وجود دارد ($t_{183} = 20/32, P < 0/01$). بنابراین، چنین نتیجه گرفته می‌شود که میزان فراهم بودن بستر مناسب در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید از دیدگاه کتابداران به صورت معناداری از حد متوسط بیشتر بوده و کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران نشان دادند که در شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش و اطلاعات مفید تا حد زیادی (۶۹ درصد) بستر مناسب فراهم است.

پرسش ۴: از دیدگاه کتابداران آیا تبلیغ و معرفی منابع در شبکه‌های اجتماعی کتابخانه موجب افزایش درخواست آن از جانب کاربران می‌شود؟

جدول ۹- توزیع فراوانی و نتایج آزمون مجذور کا در زمینه افزایش درخواست کاربران برای منابع تبلیغ شده

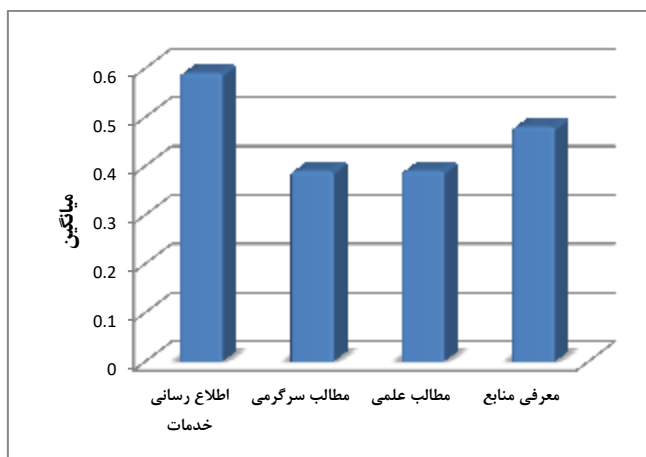
گزینه‌ها	فراوانی	درصد فراوانی	درصد تراکمی	فراوانی مورد انتظار	مجذور کا (χ^2)	درجه آزادی	سطح معناداری
بلی	۱۶۲	۸۸	۹۴/۲	۸۶	۱۳۴/۳۳	۱	۰/۰۰۰
خیر	۱۰	۵/۴	۱۰۰	۸۶			
کل	۱۸۴	۱۰۰	۱۰۰				

در حدود ۹۴/۲ درصد (۱۶۲ نفر) کتابداران معتقد هستند که تبلیغ و معرفی منابع در

شبکه‌های اجتماعی کتابخانه موجب افزایش درخواست آن از سوی کاربران شده و تنها ۵/۸ درصد (۱۰ نفر) کتابداران نظری برخلاف آن را اظهار داشته‌اند. در این میان دوازده نفر از کتابداران به سؤال مورد نظر پاسخ نداده بودند. در هر حال یافته‌های استخراج شده از آزمون مجذور کای در این مورد نشان داد که مقدار مجذور کای حاصله ($\chi^2 = 134/33$) از مقدار مجذور کای جدول ($\chi^2 = 6/63$) با درجه آزادی ۱ در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱، بزرگ‌تر است.

پرسش ۵: از نظر کتابداران مخاطبان بیشتر چه محتواهایی را در شبکه‌های اجتماعی کتابخانه دنبال

می‌کنند؟

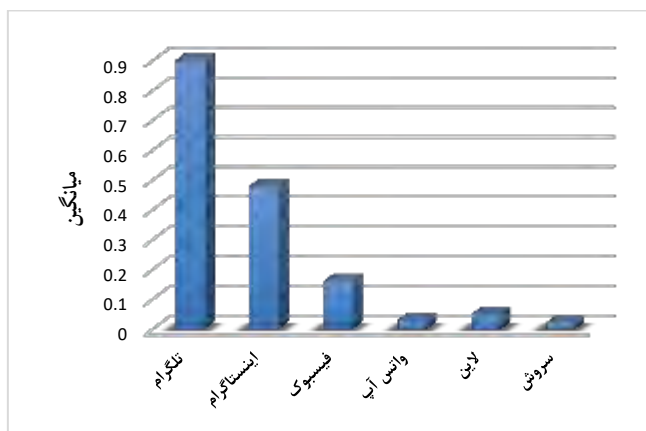


نمودار ۱- محتوای مورد پسند کاربران در شبکه‌های اجتماعی

از میان چهار محتوای مورد پسند کاربران در شبکه‌های اجتماعی، میانگین محتوای اطلاع‌رسانی خدمات ($\chi^2 = 0/59$) در مقایسه با میانگین سایر محتوای مورد پسند مطرح شده، بیشتر است. سایر نتایج حکایت از آن بوده که در مجموع بین میانگین رتبه محتوای مورد پسند کاربران در شبکه‌های اجتماعی تفاوت‌هایی وجود داشته، به‌صورتی که میانگین رتبه محتوای اطلاع‌رسانی خدمات ($\chi^2_j = 2/76$) نسبت به میانگین رتبه دیگر محتواهای ذکر شده در این زمینه بیشتر می‌باشد. این در حالی است که نتایج آزمون فریدمن در این مورد بیانگر آن بود که مقدار بدست آمده ($\chi^2_r = 23/06$) از مقدار آزمون مجذور کای جدول ($\chi^2 = 11/34$) با درجه آزادی ۳ در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱ بزرگ‌تر است. از این‌رو می‌توان نتیجه گرفت که بین محتواهای مورد پسند کاربران در شبکه‌های اجتماعی تفاوت معناداری وجود دارد. کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران بر این باور بوده‌اند که

کاربران در شبکه‌های اجتماعی محتوی اطلاع‌رسانی خدمات را در مقایسه با سایر محتواهای عنوان شده بیشتر می‌پسندند.

پرسش ۶: از نظر کتابداران، مخاطبان کتابخانه بیشتر از کدام شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟



نمودار ۲- داده‌های توصیفی و نتایج آزمون فریدمن جهت مقایسه شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران

از میان شش شبکه اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران، میانگین شبکه اجتماعی تلگرام ($x^2 = 0.78$) به صورت بارزی بیش از سایر شبکه‌ها بوده و کم‌ترین میانگین نیز با ($x^2 = 0.02$) به شبکه اجتماعی واتس‌آپ تعلق داشته است. از نکات جالب توجه آنکه در کتابخانه‌های یاد شده دو شبکه اجتماعی فیسبک و لین مورد استفاده قرار نگرفته‌اند. سایر یافته‌های نمودار ۲ حاکی از آن است که بین میانگین رتبه شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده تفاوت وجود دارد، به طوری که میانگین رتبه شبکه اجتماعی تلگرام ($x^2_j = 3/34$) در مقایسه با میانگین رتبه دیگر شبکه‌های اجتماعی ذکر شده بیشتر است. علاوه بر آن، نتایج حاصل از آزمون فریدمن در این زمینه نشان داد که مقدار کسب شده ($x^2_j = 66/34$) از مقدار آزمون مجذور کای جدول ($x^2 = 11/34$) با درجه آزادی ۳ در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱، بزرگ‌تر است. با توجه به این امر می‌توان چنین اظهار نمود که بین شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه‌ها تفاوت معناداری وجود دارد. کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران که در آن‌ها شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌شود، از تلگرام نسبت به دیگر شبکه‌های اجتماعی بیشتر استفاده می‌کنند.

جدول ۹- داده‌های توصیفی و نتایج آزمون فریدمن
برای مقایسه شبکه‌های اجتماعی مورد استقبال کاربران

رتبه‌های اجتماعی	ویژگی‌های آماری	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	کم‌ترین نمره	بیشترین نمره	میانگین رتبه‌ها	تعداد	χ^2	درجه آزادی	سطح معناداری
۱	اینستاگرام	۰/۴۸	۰/۵	۰/۰۴	۰	۱	۴/۱۱	۱۸۴	۵۳۳/۳۷	۵	۰/۰۰۰
۲	تلگرام	۰/۹	۰/۳	۰/۰۲	۰	۱	۵/۳۹				
۳	سروش	۰/۰۲	۰/۱۵	۰/۰۱	۰	۱	۲/۷۴				
۴	فیسبوک	۰/۱۶	۰/۳۷	۰/۰۳	۰	۱	۳/۱۷				
۵	لاین	۰/۰۵	۰/۲۲	۰/۰۲	۰	۱	۲/۸۳				
۶	واتس آپ	۰/۰۳	۰/۱۶	۰/۰۱	۰	۱	۲/۷۶				

از میان شش شبکه اجتماعی مورد استقبال کاربران، شبکه اجتماعی تلگرام، میانگین بالاتری را ($x^2 = 0/9$) در مقایسه با سایر شبکه‌های اجتماعی دارد و این در حالی است که کم‌ترین میانگین مربوط به شبکه اجتماعی سروش ($x^2 = 0/02$) است. دیگر یافته‌های جدول فوق حکایت از آن دارد که میانگین رتبه شبکه‌های اجتماعی مورد استقبال کاربران از یکدیگر متفاوت بوده، به‌طوری که میانگین رتبه شبکه اجتماعی تلگرام ($x^2_j = 5/39$) نسبت به میانگین رتبه سایر شبکه‌های اجتماعی ذکر شده به‌صورت آشکاری بیشتر بوده است. همچنین یافته‌های بدست آمده از آزمون فریدمن نیز بیانگر آن بوده که مقدار محاسبه شده ($x^2_f = 533/37$) از مقدار آزمون مجذور کای بحرانی ($x^2 = 15/09$) با درجه آزادی ۵ در سطح خطای کم‌تر از ۰/۰۱، بزرگ‌تر است، از این‌رو می‌توان نتیجه گرفت که مابین شبکه‌های اجتماعی مورد استقبال کاربران تفاوت معناداری وجود داشته است. با توجه به نتایج می‌توان گفت که کتابداران در کتابخانه‌های وابسته به نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان شهرداری شهر تهران معتقدند که کاربران آنها از شبکه اجتماعی تلگرام در مقایسه با سایر شبکه‌های اجتماعی عنوان شده بیشتر استقبال می‌کنند.

۵. نتیجه‌گیری

در این پژوهش سعی شد که نظرات کتابداران درباره برخی از موارد استفاده شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی بررسی شود. برای این منظور پرسشنامه‌ای طراحی و در مرحله اول در اختیار چند نفر از دانش‌آموختگان و حرفه‌مندان رشته قرار گرفت تا روایی آن بررسی شود. پس از تایید روایی، در مرحله دوم در اختیار ۵ خبره رشته قرار داده شد و پس از بررسی و اعمال ویرایش و بررسی پایایی با ضریب آلفای کرونباخ در اختیار کتابداران کتابخانه‌های عمومی زیر نظر نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و سازمان فرهنگی - هنری شهرداری تهران قرار گرفت.

نتایج این پژوهش نشان داد که به نظر اکثر کتابداران شهر تهران، حضور شبکه‌های اجتماعی برای بهبود اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبان به کتابخانه مفید بوده و ایشان خود از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌نمایند. به نظر ایشان اگر از شبکه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه‌ای استفاده شود، چه در مورد جستجو، تمديد و... و چه در موارد اطلاع‌رسانی از قبیل معرفی منابع، مشاهیر، مکان‌های دیدنی و... برای ارائه بهتر خدمات کتابخانه مفیدتر خواهد بود. با توجه به اینکه داده‌های پژوهش همزمان با شروع فیلترینگ تلگرام جمع‌آوری شده است، با این وجود تعداد قابل توجهی از پاسخ‌های کتابداران نشان می‌دهد که این شبکه بیش از سایر شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده است. این قضیه در واقع بیانگر میزان نفوذ شبکه‌های اجتماعی در زندگی روزمره بوده و اگرچه عبور از فیلترینگ برای افراد هزینه‌بر است، با این وجود استفاده از این شبکه اجتماعی متوقف نشده است.

همچنین طبق یافته‌ها، کتابداران اعتقاد دارند مخاطبانشان بیشتر محتواهای اطلاع‌رسانی را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. معرفی منابع، مطالب سرگرمی و علمی نیز از محتواهای مورد علاقه مخاطبان است. با توجه به بررسی صورت گرفته و نتایج به دست آمده، شبکه اجتماعی تلگرام بیشترین کاربرد را بین مخاطبان کتابخانه‌های مورد مطالعه داشته است و پس از آن در سطح دوم شبکه اجتماعی اینستاگرام قرار دارد و مخاطبان علاقه‌مند هستند تا صفحات احتمالی کتابخانه را در اینستاگرام دنبال نمایند. بررسی حاضر نشان می‌دهد شبکه اجتماعی سروش کم‌ترین میزان استفاده را میان مخاطبان کتابخانه دارد. به نظر می‌رسد با توجه به فیلترینگ تلگرام و ظهور شبکه اجتماعی سروش با بستری مشابه تلگرام، باز هم این شبکه نتوانسته مخاطبان را به سمت خود جذب نماید. نکته قابل تأملی که در این پاسخ‌ها وجود دارد این است که هیچ یک از کتابداران اعلام نکرده‌اند که کتابخانه نیازی به استفاده و به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی ندارد. به نظر می‌رسد کتابداران برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات کتابخانه‌ای تمایل دارند و به نظر می‌رسد که کتابخانه‌ها و کتابداران علاقه‌مند به کارگیری این نوع فناوری یعنی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای و ارتباط با مراجعان هستند. تحول دیجیتال از جمله زیرمجموعه‌های بحث تحول سازمانی محسوب می‌شود. این بحث در کتابخانه‌ها نیز قابل طرح و به‌کارگیری است، یعنی اگر کتابخانه‌ها بخواهند در عرصه جدید فعالیت‌های تأثیرگذاری داشته باشند، نیازمند این هستند که خدمات خود را با فناوری‌های جدید مطابق نموده و از این قابلیت‌ها در جهت گسترش و بهبود کیفیت خدمات خود استفاده نمایند. ویژگی مشترک این عصر

(تحول دیجیتال) با هدف کتابخانه‌ها، توجه ویژه به مخاطبان و نیازهای آنها است. در این بین یکی از این فناوری‌های جدید که قابل به‌کارگیری برای ارائه خدمات کتابخانه‌ها هم می‌تواند باشد، استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای ارتباط با مخاطبان، اطلاع‌رسانی به آن‌ها و دریافت نظرات و نیازهای آن‌ها است. اغلب افراد، روزانه زمان زیادی را در این شبکه‌ها می‌گذرانند و کتابخانه‌ها می‌توانند از طریق این شبکه‌ها با مخاطبان خود ارتباط برقرار نمایند.

همانطور که بات و کومار (۲۰۱۲) نیز اشاره کرده‌اند، با توجه به استقبال گسترده کاربران اینترنتی، خصوصاً قشر جوان و نوجوان از شبکه‌های اجتماعی مجازی، بررسی کاربردهای این شبکه‌ها برای اتخاذ تصمیمات صحیح و برنامه‌ریزی دقیق ضروری است.

یکی از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن مطالب مورد پسند کاربران با یکدیگر است. موضوع به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها در شبکه‌های اجتماعی، از اهمیتی بسیاری برخوردار می‌باشد، به‌طوری که می‌توان گفت بدون آن، شبکه اجتماعی معنا نخواهد داشت.

برخلاف سایر رسانه‌ها، همانطور که چن و همکاران (۲۰۱۲) نیز اشاره کرده‌اند، این شبکه‌ها باعث ایجاد همکاری‌های مشترک می‌شود، ویژگی تعاملی بودن نیز دارند، به طوری که کاربران می‌توانند محتوای دلخواه خود را در آن‌ها به اشتراک گذاشته و با هم تبادل نظر داشته باشند.

یکی از شاخصه‌های مهم شبکه‌های اجتماعی مجازی، پدیدار شدن خرد جمعی است. نیروی تفکر و ذهن کاربران شبکه اجتماعی، به مدد تعاملات اجتماعی اینترنتی و بهره‌گیری از ابزارهای اینترنتی با یکدیگر ترکیب و همراه می‌شوند و به پردازش مطالب می‌پردازند.

در کتابخانه‌ها و به‌ویژه کتابخانه‌های عمومی که بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین مخاطبان را دارند، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند ابزاری قدرتمند برای فرهنگ‌سازی و آموزش به حساب آیند. کتابداران با ارتقای سطح دانش و افزایش اطلاعات خود در زمینه ارائه بهتر خدمات کتابخانه‌ای در عصر جدید و در صورتی که به دنبال راه‌های جدیدی برای ارتباط با مخاطبان خود و ارائه بهتر، سریع‌تر و آسان‌تر خدمات کتابخانه به مخاطبان باشند، متوجه خواهند شد که برای بقای کتابخانه‌ها ناچار هستند با پیشرفت تکنولوژی همراه شده و به جای سکون یا مقابله با آن‌ها، هم‌راستا با فناوری حرکت نمایند.

در پژوهش‌های پیشین، بیشتر به بررسی یکی از انواع شبکه‌های اجتماعی یا یکی از کاربردهای این نوع شبکه‌ها، آن هم در محیطی به جز کتابخانه پرداخته شده است، نتایج پژوهش حاضر با

نتایج پژوهش‌های سعادت نسب، تاج‌الدینی و سلیمانی‌نژاد (۱۳۹۵) که مربوط به اشتراک دانش است از یک‌سو و میرزایی، رحیمی و مرادی (۱۳۹۵) که مربوط به جنبه تبادل علمی است از سوی دیگر، هم‌راستا است، با این تفاوت که در پژوهش حاضر به تعداد بیشتری از جنبه‌ها و کاربردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرداخته شده است.

همچنین نتایج این پژوهش در رابطه با افزایش کتاب‌خوانی و مطالعه، با پژوهش قاضی‌زاده و جهان‌شاهی (۱۳۹۷) هم‌راستا است. با اینکه در پژوهش‌های انجام شده، سعی بر توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی و کاربرد آن‌ها در کتابخانه‌ها شده، اما این نکته نیز قابل تأمل است که در هیچ یک از این پژوهش‌ها، به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در جذب مخاطب به‌طور خاص پرداخته نشده و همچنین در هیچ یک از این پژوهش‌ها تأثیر این شبکه‌ها در کتابخانه‌های عمومی مورد بررسی قرار نگرفته و این خلاء در پژوهش‌ها احساس می‌شود، زیرا با توجه به اینکه این شبکه‌ها همه‌گیر شده و در تمام زندگی مردم تأثیر گذاشته است و با توجه به اینکه گام‌های بسیاری به سمت تحول دیجیتال برداشته شده، نقش این شبکه‌های اجتماعی در توسعه فرهنگ مطالعه، جذب عموم مردم به کتابخانه‌ها، ارائه‌ی خدمات مفیدتر کتابخانه‌ها و حتی نوع نیاز مخاطبان بسیار تاثیرگذار است.

شبکه‌های اجتماعی یکی از فناوری‌های همه‌گیر در دنیای کنونی هستند که بسیار کاربرپسند و مورد توجه عموم قرار گرفته‌اند. شاید عوامل بسیاری باعث این همه‌گیر شدن باشد که از آن جمله می‌توان به سهولت استفاده، ارزان بودن، در دسترس بودن و تعاملی بودن این شبکه‌ها اشاره کرد.

بحث کلی شبکه‌های اجتماعی بسیار مرتبط با سواد رسانه‌ای است، یعنی اگر مخاطبان و کاربران این شبکه‌ها توان تحلیل و ارزیابی محتوای شبکه‌ها را داشته باشند، برعکس آنچه که فیلترینگ این شبکه‌ها به دنبال آن است می‌توان از قدرت و امتیازات آن در آگاه‌سازی جامعه و ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه استفاده کرد. اگر بتوانیم به جای در نظر گرفتن معایب این شبکه‌ها، از مزایا و قابلیت‌های آنها در پیشبرد اهداف کتابخانه‌ها که همان ارائه‌ی خدمات به تمام اقشار جامعه بدون هیچ محدودیتی است، بهره ببریم و از این قابلیت‌ها در جهت گسترش ارائه‌ی خدمات کتابخانه به عموم جامعه استفاده کنیم، گام ارزشمندی برخواهیم برداشت.

۶. پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده، حضور کتابخانه‌ها در شبکه‌های مجازی و ایجاد کاربری در

آن‌ها برای ارائه‌ی خدمات و استفاده از قابلیت‌های این نوع شبکه‌ها، تأثیر مثبتی در روند کار و خدمات رسانی آنها دارد و در صورتی که کتابداران در زمینه استفاده از نرم‌افزارها و برنامه‌ها و کارکردهای این شبکه‌های مجازی آموزش ببینند، می‌توانند علاوه بر اینکه مخاطبین را به سمت کتابخانه‌ها هدایت کنند، راه‌های جدید و پرکاربردی نیز برای اطلاع‌رسانی و سایر خدمات کتابخانه‌ای داشته باشند.

بر این اساس پیشنهاد می‌شود، سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان در حوزه کتابخانه‌های عمومی بیش از پیش بر اهمیت شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی تعاملی در تحقق مسئولیت اجتماعی کتابخانه‌ها تأکید کرده و زیرساخت‌های لازم در سطوح کلان، میانی و خرد، اعم از نیروی انسانی توانمند و فعال، منابع مالی و بسترهای فناورانه و... را فراهم سازند و با سیاست‌گذاری‌های کارآمد و برنامه‌ریزی‌های هدفمند، بتوانند به تدریج جایگاه کتابخانه‌های عمومی را در بطن جامعه نهادینه کنند.

همچنین پیشنهاد می‌شود به منظور ایجاد فضای رقابتی در بین کتابخانه‌های عمومی، استفاده از فضای مجازی و جذب مخاطبان در استفاده از منابع کتابخانه‌ها و افزایش نرخ مطالعه در جامعه، در ارزیابی عملکرد کتابخانه‌های عمومی مدنظر واقع شود.

پیشنهاد می‌شود کتابخانه‌های عمومی نیز در راستای پیشرفت فناوری، از این فناوری همه‌گیر که مورد استفاده عمومی مردم است، در ارائه‌ی خدمات خود استفاده نموده و از قابلیت‌های آن از جمله به اشتراک‌گذاری دانش، ارتباط‌گیری با سایر کتابداران، ارتباط‌گیری با مخاطبان و... برای گسترش فعالیت‌ها و سیر به عصر دیجیتال استفاده نمایند. همچنین پیشنهاد می‌شود از این شبکه‌ها به منظور ترویج علم و اشاعه‌ی یافته‌های علمی به زبان عموم استفاده شود. بدین منظور می‌توان از ابزارهای مختلف ترویج علم همچون برگزاری نشست‌های آنلاین، استفاده از کلیپ و فیلم‌های مستند، کاریکاتور، تورهای مجازی و... استفاده کرد.

منابع

۱. جلیل‌پور، پ.؛ عزیزخانی، ر. (۱۳۹۴). بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی: مزایا و چالش‌ها. کتاب مهر، ۱۷-۱: ۲۶-۴۳.
۲. دادگران، م.؛ خرازی آذر، ز.؛ دیلشکی، ف. (۱۳۹۶). نقش شبکه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی (مطالعه موردی: دنبال‌کنندگان صفحه کتابدونی در شبکه اجتماعی اینستاگرام). راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۲۲(۶): ۱۰۹-۱۲۸.
۳. زبیدی، ر.؛ قلی‌زاده، ا. (۱۳۹۴). شبکه‌های اجتماعی و نقش آن در آینده کتابخانه‌های عمومی. در: رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی: مجموعه مقالات هشتمین همایش سراسری اتحایه انجمن‌های علمی - دانشجویی علم اطلاعات و دانش‌شناسی (ادکا): ۴۵۳ - ۴۶۶.
۴. سعادت نسب، ر.؛ تاج‌الدینی، ا.؛ سلیمانی‌نژاد، ع. (۱۳۹۵). آیا کاربران کتابخانه‌های عمومی از شبکه‌های اجتماعی برای اشتراک دانش استفاده می‌کنند؟ یک مطالعه کیفی. علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۴(۲): ۸۱-۱۰۲.
۵. قاضی‌زاده، ح.؛ جهانشاهی، ز. (۱۳۹۷). بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران کتابخانه‌های عمومی مطالعه موردی: کتابخانه‌های عمومی شهرستان تنکابن. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۹۲(۲۴): ۱۴۹-۱۶۷.
۶. میرزایی، م.؛ رحیمی، ص.؛ مرادی، م. (۱۳۹۵). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبدلات علمی مطالعه موردی: دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۷۳(۱۹): ۱۰۸-۱۳۰.
۷. ولی‌زاده، ب.؛ رضائی شریف آبادی، س.؛ دولانی، ع. (۱۳۹۶). بررسی نقش شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در توسعه خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: مدیران و کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم). کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۷۷(۲۰): ۱۱-۲۱.
۸. یاری، ش. (۱۳۹۵). رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی: شناخت کاربردها و موانع و مشکلات استفاده. تعامل انسان و اطلاعات، ۳(۱): ۷۹-۹۵.
9. Bhatt, K. & Kumar, A. (2012). Student opinion on the use of social networking tools by libraries. *The Electronic Library*.
<https://doi.org/10.1108/EL-09-2012-0110>.
10. Chen, D.Y.T., Chu, S.K.W. & Xu, S.Q. (2012). How do libraries use social networking sites to interact with users. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1): 1-10.
11. Choi, N. & Joo, S. (2018). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Journal of library Hi Tech*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
<https://doi.org/10.1108/LHT-11-2017-0237>
12. Khan, A M. & Ansari, A. (2014). Role of social networks in library and information services in India: a case study of efficiency and effectiveness. *Library Hi Tech News*, 31(5): 11-13.
<https://doi.org/10.1108/LHTN-04-2014-0027>.

13. Yavorska, T., Prihunov, O. & Syerov, Y. (2019). **Libraries in social Networks: Opportunities and presentation.** Available at: <http://ceur-ws.org/Vol-2392/paper18.pdf>.

References

1. Bhatt, K. & Kumar, A. (2012). Student opinion on the use of social networking tools by libraries. *The Electronic Library*. <https://doi.org/10.1108/EL-09-2012-0110>.
2. Chen, D.Y.T., Chu, S.K.W. & Xu, S.Q. (2012). How do libraries use social networking sites to interact with users. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1): 1-10.
3. Choi, N. & Joo, S. (2018). Understanding public libraries' challenges, motivators, and perceptions toward the use of social media for marketing. *Journal of library Hi Tech*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/LHT-11-2017-0237>
4. Dadgaran, M., Kharazi Azar, Z. & Debleshki, F. (2017). The role of social networks on the promotion of reading culture (the case study of followers of the Ketabdoni page in instagram social network Instagram). *Socio-cultural strategy*, 22(6): 109-128. [In Persian]
5. Ghazizadeh, H. & Jahanshahi, Z. (2018). Utilization of social networks by public library users in the city of Tonekabon. *Information Research and Public Libraries*, 92(24):149-167. [In Persian]
6. Jalilpour, P. & Azizkhani, R. (2015). Marketing on Libraries via Social Media: Benefits and Challenges. *Book of Mehr*, 17-18: 26-43. [In Persian]
7. Khan, A M. & Ansari, A. (2014). Role of social networks in library and information services in India: a case study of efficiency and effectiveness. *Library Hi Tech News*, 31(5): 11-13. <https://doi.org/10.1108/LHTN-04-2014-0027>.
8. Mirzaei, M., Rahimi, S. & Moradi, M. (2016). A Survey on the Roll of Social Networks on Scientific Exchanges (Case study: Master's). *Library and Information Science*, 73(19): 108-130. [In Persian]
9. Saadat Nasab, R., Taj al-Dini, U. & Soleimani-Nejad, A. (2016). Explain how to use social networks for knowledge sharing by users of public libraries: A qualitative study. *Information Management Science and Technology*, 4(2): 81-102. [In Persian]
10. Valizadeh, B., Rezaei Sharifabadi, S. & Doulani, A. (2017). The Role of Telegram Mobile Social Network in Developing in the academic library services (Case Study: Managers and Librarians of the Central Library of Universities of the Ministry of Science, research and technology). *Library and Information Science*, 77(20): 21-51. [In Persian]
11. Yari, Sh. (2016). Social Media in Public Libraries: Recognition of Applications, obstacles, and Problems of Use. *Human-Information Interaction*, 3(1): 79-95. [In Persian]
12. Yavorska, T., Prihunov, O. & Syerov, Y. (2019). **Libraries in social Networks: Opportunities and presentation.** Available at: <http://ceur-ws.org/Vol-2392/paper18.pdf>.

13. Zeybod, R.& Gholizadeh, A. (2015). **Social networks and their role in the future of public libraries**. In: Social Media in Information Centers: Proceedings of the Eighth National Conference of the Union of Scientific-Student Associations of Information Science and Knowledge (ADCA): 453-466. [In Persian]

استناد به این مقاله

DOI: 10.22091/stim.2020.5546.1395

مردانی، فریبا؛ جنوی، المیرا (۱۴۰۰). تأثیر شبکه‌های اجتماعی در بهبود وضعیت اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبین کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از دید کتابداران. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۷(۱): ۵۳-۷۶.