

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی:

فرا تحلیل مقالات بین‌المللی

محمدکریم بیات*، علیرضا اسفندیاری مقدم**، حامد علیپوری حافظی***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۷/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۲/۰۱

چکیده

هدف از این پژوهش شناسایی انواع رسانه‌های اجتماعی و کاربرد آن‌ها در کتابخانه‌های دانشگاهی است، که پژوهشگران در پژوهش‌های خود به آن پرداخته‌اند، بدین معنی که پژوهشگران در پژوهش‌های خود بیشترین کاربرد رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌ها کدام رسانه معرفی کرده و این رسانه‌ها چه کاربردهایی در کتابخانه‌های دانشگاهی داشته‌اند. روش این پژوهش از نظر هدف از جمله پژوهش‌های کاربردی و از نظر شیوه گردآوری داده‌ها در زمره پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) با رویکرد اسنادی است که با تحلیل پژوهش‌های پیشین به بررسی کاربرد انواع رسانه‌ها در کتابخانه پرداخته

* دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی از دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ایران. (نویسنده مسئول)

mkbayat@gmail.com

** دکترای تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی؛ معاون پژوهش و فناوری دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان.

ali.isfandyari@gmail.com

*** دانشجوی دکتری تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه شیراز. h_alipour2956@yahoo.com

می‌شود. جامعه آماری این پژوهش شامل پژوهش‌هایی است که به کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی پرداخته‌اند. بررسی پژوهش‌ها نشان داد که کاربردهای گوناگون رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی بسیار متنوع است و بیشتر کاربردهایی که می‌توان از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی انتظار داشت، در مقالات بررسی شده و به آن‌ها اشاره شده است. رسانه‌های اجتماعی گوناگون در فعالیت‌های روزمره کتابخانه‌های دانشگاهی نقش داشته‌اند. مروری جامع بر کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی وضعیت کنونی این پدیده در کتابخانه‌های دانشگاهی را به تصویر می‌کشد.

واژه‌های کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، کتابخانه‌های دانشگاهی، تحلیل

محتوا، کاربرد

مقدمه و بیان مسئله

یکی از بحث‌های جدید که در اکثر مراکز علمی و یا غیرعلمی، امروزه باعث تحولاتی در ارتباطات بین افراد و یا حتی سازمان‌ها و یا نهادهای مختلف شده است، رسانه‌های اجتماعی و یا شبکه‌های اجتماعی است. رسانه‌های اجتماعی ابزارهای مبتنی بر اینترنت و وب ۲,۰ هستند که برای به اشتراک‌گذاری، بحث و تبادل اطلاعات و تعامل میان افراد از آن‌ها استفاده می‌شود. نخستین بار، تیم اورلی^۱ اصطلاح رسانه‌های اجتماعی را به کار برد و آن را نسل دوم وب جهان‌گستر نامید (Mahmmod, Richardson Jr, 2011).

در پی ظهور پدیده‌ای همچون فناوری وب ۲، کتابخانه‌ها هم در جهت به اشتراک‌گذاری منابع و هم رسیدن به اهداف خود که همان ارائه بهترین خدمات در کوتاه‌ترین زمان به کاربران است، با این پدیده همسو شدند و استفاده از فناوری وب ۲ را در کتابخانه بر خود لازم و ضروری می‌دانند. امروزه کتابخانه‌ها نیز برآنند که آخرین

1. Tim O'Reilly

فن‌آوری‌ها و روندها را برای جذابیت خدمات‌شان و کاربرپسند بودن کتابخانه‌های‌شان بکار ببرند و دیگر مفهوم کتابخانه از یک مکان فیزیکی که برای دریافت اطلاعات باید به‌طور حضوری به کتابخانه مراجعه می‌شد به یک فضای مجازی اجتماعی تغییر کرده است و دسترسی به آن از طریق ارتباط و همکاری در دانش موجود امکان‌پذیر است (Ezeani, 2012) و همواره در استفاده از فن‌آوری‌های جدید و تجهیزات پیشرفته در ارائه خدمات و ایجاد فضایی بهتر و راحت‌تر برای تحقیق و پژوهش پیشرو بوده و هستند. از زمانی که وب پدید آمد، کتابخانه‌ها و متخصصان علم اطلاعات برای آینده کتابخانه‌ها تحولات و اصلاحاتی انجام داده‌اند (Scale, 2008). در این خصوص پژوهش‌های زیادی نیز صورت گرفته است و هرکدام سعی داشته‌اند که به‌نوعی کاربرد، میزان کاربرد و انواع رسانه‌های اجتماعی که در کتابخانه‌ها مورداستفاده قرار می‌گیرند را شناسایی نمایند. بیشتر این پژوهش‌ها به موضوع گسترش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و دید مثبت به آن و به‌تبع آن به گسترش خدمات کتابخانه‌ها و تعامل دوطرفه بین کاربران و کتابخانه‌ها اشاره داشته‌اند. در این پژوهش نیز سعی بر این است که با مرور نوشته‌های در این مورد و تجزیه و تحلیل آن‌ها، دریابیم که چه کاربردهایی از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی و در پژوهش‌ها مستند شده است و کدام‌یک از رسانه‌های اجتماعی بیشتر کاربرد داشته‌اند.

ادبیات نظری

مقدمه

کتابخانه‌ها همواره بزرگ‌ترین فراهم‌کنندگان منابع علمی و تسهیل‌کنندگان دسترسی به این منابع بوده و هستند. و پویایی خود را با حرکت از الواح گلی به سمت کارت‌های فهرست‌نویسی و سپس به سمت دیجیتال نمودن حفظ نموده و مهم‌ترین نقش را در تهیه اطلاعات به‌عنوان یک کالای اجتماعی، بازی کرده‌اند، علاوه بر این نقش سنتی،

امروزه کتابداران از پذیرندگان فن‌آوری‌های جدید بخصوص شبکه‌های اجتماعی به منظور ارتباط با کاربران هستند. گرچه کتابخانه‌ها همیشه با اطلاعات و با افراد در ارتباط هستند، اما رسانه‌های اجتماعی امروزه نقش مهمی را در بازاریابی اطلاعات برای کاربران کتابخانه و در نشان دادن کتابخانه به عنوان قطب بزرگ اجتماعی بازی می‌کنند (Fernandez, 2009). با گسترش استفاده همگانی از شبکه جهانی وب و رشد فزاینده امکانات تعاملی آن برای به اشتراک‌گذاری اطلاعات و نیز تازه‌ها و رخدادهای، گرایش متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی به این قلمرو نیز افزایش یافته است. فعالیت‌های متخصصان و حرفه‌مندان در فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به سبب ویژگی‌ها، جذابیت‌ها و تأثیرگذاری این فضا در جامعه علمی و حرفه‌ای در حال گسترش است (فتاحی، ۱۳۹۳: ۴۱۲). مطالعات در سطح بین‌المللی نیز نتایج مثبتی را در مورد استفاده گسترده کتابخانه‌ها از رسانه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات و محصولاتشان و نیز محبوبیت ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در میان نسل جدید کاربران را نشان می‌دهند (احمدخان، بهاتی، ۲۰۱۲).

رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی را می‌توان به عنوان کاربردهای گروهی ابزار آنلاین و فن‌آوری‌هایی تعریف کرد که مشارکت، محاوره، آزاداندیشی، ایجاد و اجتماعی شدن را در گروهی از کاربران، تشویق و میسر می‌سازند (Panahi, Watson, Partreij, 2012). اصطلاح رسانه‌های اجتماعی کاربردهایی از ابزارهای نرم‌افزاری آنلاین هستند که شامل سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، مای اسپیس، و تویتر، همچنین سایت‌های اشتراک رسانه‌ای، ریسرچ‌گیت، آکادمیا، لینکداین، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، و... است (Milton, 2014).

1. Podcasts

واژه نامه آکسفورد برای پادکست این تعریف را ارائه داده است: (برنامه‌ای رادیویی یا مشابه که دیجیتالی ضبط شده و جهت دانلود کردن برای دستگاه‌های شخصی پخش صدا در اینترنت گذاشته می‌شود).

زانگ^۱ و گراتزل^۲ (۲۰۱۰) با استناد به بلک شو و نازارو^۳ اظهار داشته‌اند از آنجایی که تعریف رسمی از رسانه‌های اجتماعی وجود ندارد، رسانه‌های اجتماعی اغلب به فعالیت‌هایی که در ارتباط با ادغام فن‌آوری، تعامل اجتماعی و ساختار متون، تصاویر، فیلم‌ها و صدا هستند، اشاره دارد (روجرز^۴، ۲۰۰۹) و اصطلاح گسترده‌ای است که وب‌سایت‌های زیادی را پوشش می‌دهد که برای تعامل با آن‌ها کافی است قادر به بازیابی لینک آن وب‌سایت‌ها باشیم (Fiander, 2012; Alonge, 2012). می‌توان به طور کلی فهمید که رسانه‌های اجتماعی کاربردهای مبتنی بر اینترنت هستند که محتوای تولیدشده- مصرف‌کننده را انتقال و اثر رسانه‌ای مصرف‌کنندگان را که متناسب با تجارب آنان، ایجاد، بایگانی و در محیط آنلاین، برای دسترسی آسان توسط دیگر مصرف‌کنندگان، به اشتراک گذاشته می‌شود را شامل می‌شوند. محتوای تولیدشده توسط این رسانه‌های اجتماعی شامل منابع متنوع پدید آمده از اطلاعات آنلاین است که توسط مصرف‌کنندگان به نیت آموزش و یادگیری درباره خدمات، محصولات، برندها و مسائل دیگر، ایجاد، ابداع و استفاده شده است. اساس این کارکردها و کاربردها فن‌آورانه بوده و مبتنی بر وب ۲,۰ ساخته شده‌اند که اجازه ایجاد و تغییر در محتوا را به کاربران می‌دهند.

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها

مطابق با گروه‌های سنی مختلف رسانه‌های اجتماعی نیز به منظورها و مقاصد گسترده و متنوعی بکار می‌رود (Kim, Sin and Tsai, 2014). کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه و مراکز اطلاع‌رسانی را محققان در سه فاز یا مرحله بررسی نموده‌اند: مرحله اول زمانی که محققان در مورد نوع ابزارهای رسانه‌های اجتماعی مورد

-
1. Xiang
 2. Gretzel
 3. Blackshaw & Nazzaro
 4. Rogers

استفاده در کتابخانه‌ها گزارش داده‌اند؛ مرحله دوم که معروف هم شده است چگونگی استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها است؛ و آخرین مرحله زمانی است که محققان تمرکز خود را بر روی مسائل و چالش‌های استفاده از این ابزارها در کتابخانه آغاز کردند (Zohoriyan & Foladi, 2014). یکی از کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی بحث آموزش است، در دهه گذشته کتابداران با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به آموزش و یادگیری نیز پرداخته‌اند، که این آموزش به سه موضوع می‌پردازد: آموزش در زمینه همکاری‌های آنلاین، آموزش در زمینه تعاون و اشتراک‌گذاری منابع و سومین مورد در زمینه عملیاتی کردن نیازها است (Stoeckel & Sinkinson, 2013). شریر^۱ در زمینه کاربردهای رسانه‌های اجتماعی، کاربرد آن‌ها را در کتابداری دیجیتال و کتابخانه دیجیتال بررسی نموده و بیان داشته است که با استفاده از رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کتابخانه‌های دیجیتال می‌توانند به‌عنوان تسهیل‌کننده ارتباطات و مذاکرات باشند، وی در ادامه برای موفقیت کتابداران دیجیتال پنج اصل کلی را در استفاده از رسانه‌های اجتماعی یادآور شده است که عبارتند از: گوش دادن (شنیدن)، مشارکت کردن، شفاف بودن، سیاست داشتن، و داشتن راهبرد (استراتژی) (Schrier, 2011). در کل می‌توان گفت که کاربرد رسانه‌های اجتماعی در وهله اول ایجاد ارتباط بین کاربران و کتابخانه‌ها است و در مرحله بعد، از طریق این رسانه‌ها می‌توان خدمات کتابخانه‌ها را ارتقاء داد.

پیشینه پژوهش

به نظر می‌رسد مطالعه در حوزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها با ایجاد وب ۲،۰ در کتابخانه‌ها آغاز گردید و مطالعات زیادی در این زمینه از همان زمان انجام شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

1. Schrier

فیلیپس^۱ (۲۰۱۱) در تحقیق خود با عنوان "استفاده کتابخانه دانشگاهی از فیس‌بوک: ایجاد روابط با دانشجویان" که باهدف میزان کاربرد فیس‌بوک در کتابخانه‌های دانشگاهی و به روش توصیفی انجام داده است، با تجزیه و تحلیل داده‌ها نتیجه گرفته است که فیس‌بوک محیط پویایی برای کتابخانه‌های دانشگاهی به‌منظور ایجاد روابط با دانشجویان ارائه می‌دهد و کتابخانه با همکاری دانشگاه، با پیام‌رسانی از طریق فیس‌بوک برای تعامل و ایجاد رابطه دوستانه با دانشجویان تلاش می‌کند و دانشجویان را در استفاده از فیس‌بوک جهت سودمندی خدمات کتابخانه تشویق می‌نماید.

محمود و ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱) در پژوهش خود با عنوان "پذیرش وب ۲٫۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی ایالات متحده: بررسی وب‌سایت‌های کتابخانه ARL" که باهدف شناسایی ابزارهای مبتنی بر وب ۲٫۰ و با روش اکتشافی و تهیه چک‌لیست انجام گرفته است به این نتایج دست‌یافت که اکثر کتابخانه‌های دانشگاهی در ایالات متحده ابزارهای مختلف وب ۲٫۰ را پذیرفته و از آنها برای بالا بردن کیفیت خدمات خود استفاده می‌کنند و در کل تصویر خوش‌بینانه‌ای از کتابخانه‌های دانشگاهی نسبت به استفاده از فن‌آوری‌های جدید ارائه نموده‌اند. احمدخان و روبینا (۲۰۱۲) در پژوهشی با عنوان "استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی: مطالعه موردی پاکستان" که باهدف تعیین میزان کاربرد و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی و به روش پیمایشی انجام دادند دریافتند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها اجتناب‌ناپذیر است و جهت ارائه خدمات و بازاریابی برای کتابخانه از روش‌های سنتی بیشتر کاربرد دارند و کاربرد آنها نیز نزدیک‌تر شدن بیشتر به کاربران و ارتباط با آنان و به اشتراک‌گذاری اطلاعات از طریق رسانه‌های اجتماعی از قبیل فیس‌بوک، RSS، وبلاگ‌ها، پیام‌های

1. Phillips

فوری و ... بوده است. دیگر این که کتابخانه‌ها با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به نوعی از کاربران، خدمات، منابع، رویدادها و ارتباطات حمایت می‌نمایند.

چن، چو و زو (۲۰۱۲) در پژوهش خود با عنوان "چگونه کتابخانه‌ها از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی برای تعامل با کاربران استفاده می‌کنند" که آن را به روش توصیفی و باهدف نقش رسانه‌های اجتماعی در تعامل با کاربران انجام داده‌اند به این نتایج رسیدند که با توجه به تفاوت کتابخانه‌ها، کاربرد سایت‌های شبکه‌های اجتماعی نیز مختلف هستند بنابراین استفاده‌های مختلفی نیز در کتابخانه‌های مختلف از این ابزارها می‌شود و به تبع آن تعاملات نیز در بین کاربران فرق دارد و نتیجه دیگر آنان این بوده است که استفاده از این ابزار بستگی به علاقه کاربران نیز دارد.

کولینز و کوئن هاس^۱ (۲۰۱۲) در پژوهش خود با عنوان "رسانه‌های اجتماعی و کتابخانه‌های دانشگاهی: روندهای جاری و چالش‌های آینده" که باهدف شناسایی برخی از موانع و چالش‌های موجود در مسیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی و به روش توصیفی انجام گرفته، که تمرکز آنان بیشتر بر چهار رسانه اجتماعی فیس‌بوک، توییتر، یوتیوب و فلیکر بوده است به این نتایج دست یافتند که کتابخانه‌ها در سطوح مختلفی از فعالیت‌ها و تعاملاتشان از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند به همین دلیل در برخی موارد با محدودیت‌هایی مانند قطعی در اینترنت یا اینترنت بیسیم، مشکل امنیت، هزینه و فرصت‌های آموزشی و نبود علاقه و مهارت کارکنان در زمینه ارائه خدمات از طریق رسانه‌های اجتماعی روبرو هستند.

گاردویس^۲ و دیگران (۲۰۱۲) در پژوهش خود با عنوان "انجام خدمات وب ۲,۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی، پزشکی و تحقیقاتی: یک بررسی هدف‌دار" در یک بررسی مروری از نوشته‌های در مورد رسانه‌های اجتماعی یا وب ۲,۰ و باهدف تعیین میزان کاربرد هرکدام از ابزارهای وب ۲,۰ دریافتند که کتابخانه‌های مذکور به‌طور

1. Collins and Quan-Haase
2. Gardois

فعالانه کار و استفاده از خدمات وب ۲,۰ را برای کاربران نهایی خود تجربه کرده‌اند و داده‌های میزان فراوانی کاربرد برخی از این ابزارها مانند کنفرانس‌ها، چت کردن، پیام از راه دور، ویکی‌ها و ... با هم سنجیده شد که معلوم شد بیشترین کاربرد در بخش خدمات کتابخانه‌ها بوده و اکثر این خدمات نیز به زبان انگلیسی صورت گرفته است.

گاروفالو^۱ (۲۰۱۳) "در فصل سوم کتاب خود با عنوان ساختن اجتماعات: مطالعه موردی کتابخانه‌های دانشگاهی و رسانه‌های اجتماعی شبکه‌ای" پس از مطالعه ۹ کتابخانه در کانادا و امریکا و تجزیه و تحلیل تجارب مشترک آن‌ها به این نتایج رسیده است که اکثر این کتابخانه‌ها از چهار سال پیش کار با رسانه‌های اجتماعی را شروع کرده بودند اما سه تا از این کتابخانه‌ها پیشگام بقیه بودند و از شش یا هفت سال پیش شروع به استفاده از رسانه‌های اجتماعی نموده بودند. و امروزه در همه این کتابخانه‌ها شبکه‌های اجتماعی آنلاین بسط کافی پیدا نموده است. دیگر این که برای کار با رسانه‌های اجتماعی به مهارت‌های پایه سواد رایانه‌ای نیاز است نه مهارت‌های مربوط به فن‌آوری، که برای این کار هم در یکی از کتابخانه‌ها، برخی کارگاه‌های آموزشی را دایر کرده بودند و نکته دیگر این که برای استفاده بهتر از رسانه‌های اجتماعی لازم است به نظر مخاطبان، به جذابیت، به راهنمایی‌ها، به ترکیب رسانه‌های اجتماعی، به سرمایه‌گذاری روی کارکنان مدیریت کتابخانه و ... توجه شود.

دالوبا و ماکس ول^۲ (۲۰۱۳) در تحقیق خود با عنوان "تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر استفاده از کتابخانه دانشگاهی توسط دانشجویان کارشناسی در سه موسسه: مطالعه موردی دانشگاه ایالت کوچی، آنیاکوب" که به روش توصیفی و پیمایشی انجام شده است به این موارد اشاره دارد که اولاً استادان مرد و زن هر دو موافق بودند که رسانه‌های اجتماعی بر استفاده از کتابخانه‌ها توسط دانشجویان کارشناسی مؤثر است، ثانیاً، تفاوت معنی‌داری بین میانگین نرخ استادان مرد و زن بر تأثیر رسانه‌های اجتماعی

-
1. Garofalo
 2. Daluba and Maxwell

در استفاده از کتابخانه‌های دانشگاهی توسط دانشجویان کارشناسی دانشگاه ایالتی کوجی، آنیاکوبا وجود نداشت و با توجه به تحلیل داده‌ها مشخص شده که رسانه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی بر روی استفاده از کتابخانه‌های دانشگاهی توسط دانشجویان دارد. و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهای خوب یادگیری عمل می‌کنند و نبود آن‌ها ضرر زیادی برای فرایند تدریس و معلمان و دانشجویان خواهد داشت.

زی و استونسون^۱ (۲۰۱۴) با انجام تحقیقی با عنوان "کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دیجیتال" که باهدف تعیین میزان کاربرد رسانه‌های اجتماعی صورت گرفته است، دریافتند که ویژگی‌های کاربردی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دیجیتال شامل: انواع، فعالیت مکانی، تکرار به روز رسانی، تعاملات و نقش رسانه‌های اجتماعی است که این ویژگی‌ها از یک طرف به پژوهشگران و محققان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی کمک می‌کند و از طرف دیگر برخی مشکلات را هم در کار با رسانه‌های اجتماعی نمایان می‌نماید که عبارت‌اند از فقدان استانداردهای مناسب، عدم تعامل دوطرفه بین کتابداران دیجیتال و کاربران و نبود توابع آموزشی.

ظهوریان-فولادی و آبریزاه، آ. (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان "کتابداران دانشگاهی و تصوراتشان از رسانه‌های اجتماعی: داستانی از انگیزه‌ها و موانع" که باهدف تعیین سودمند بودن یا نبودن رسانه‌های اجتماعی انجام دادند، نتیجه گرفتند که کتابداران مالزی بر سودمندی استفاده از رسانه‌های اجتماعی تأکید دارند و برداشت مثبتی از بودن رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌هایشان دارند و همچنین کتابداران معتقد بودند که استفاده از رسانه‌های اجتماعی نه‌تنها برای ارتباط با کاربران مفید است بلکه امکاناتی را هم برای تعامل کتابداران با یکدیگر در جاهای مختلف و با ایجاد گروهی از کتابداران فراهم کرده است. همچنین در مورد انگیزه‌های پذیرش رسانه‌های اجتماعی یک چارچوبی در شش اصل (ضلع) ساختاری به نام‌های: هم‌زمان بودن، نیازهای

1. Xie and Stevenson

اطلاعاتی، گروه‌ها، محاورات، ارتباطات و آگاهی‌رسانی جاری، به دست آمد. موانعی که در نتایج این پژوهش شناسایی شد عبارت بودند از: موانع جریان کاری، موانع فن‌آوری، موانع سازمانی و موانع شخصی. و در نهایت نتیجه کلی این پژوهش را نبود یک چارچوب خوب و عملی برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی ذکر کرده‌اند.

کریمی و دیگران (۲۰۱۴) در تحقیقی با عنوان "به‌کارگیری نظریه سودمندی و رضایت در مقایسه انگیزه استفاده دانشجویان آموزش عالی از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی: تجاربی از ایران، مالزی، انگلستان و آفریقای جنوبی" که با روش پیمایشی و باهدف میزان سودمندی رسانه‌های اجتماعی انجام دادند، نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل داده‌های آن‌ها حاکی از آن است که چشم‌انداز کاربرد و رضایت از رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان گسترش‌یافته و همچنین تفاوت استفاده از رسانه‌های اجتماعی بین دانشجویان کشورهای مختلف به تفاوت‌های فرهنگی آن‌ها بستگی دارد.

نتایج پژوهش وان ویسبرگ^۱ و دیگران (۲۰۱۴) با عنوان "آیا متخصصان به‌عنوان تسهیل‌کنندگان اجرای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه هستند؟ یک رویکرد به شبکه اجتماعی" که به روش توصیفی انجام‌گرفته است حاکی از آن است که در کتابخانه‌های مربوطه ارتباط کمی با رسانه‌های اجتماعی وجود داشت و متخصصان رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی را هم در حمایت و هم در محدود کردن اطلاعات در اجرای رسانه‌های اجتماعی بازی می‌کنند و به همین دلیل اطلاعات در مورد رسانه‌های اجتماعی در اختیار گروهی از کاربرانی است که در مورد رسانه‌های اجتماعی متخصص بوده و در این زمینه پیشرفت‌هایی داشته‌اند. یی^۲ (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان "درک کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی استرالیا از تأثیر کاربرد ابزار وب ۲,۰ در بازاریابی خدمات و منابع" که باهدف تعیین کاربرد و میزان تأثیر ابزارهای وب ۲,۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی و با روش پیمایشی انجام داد به این نتایج دست‌یافته است که

1. Van wynsberghe
2. Yi

کتابداران از تأثیر استفاده از ابزارهای وب ۲,۰ برداشت‌های متفاوتی دارند و این هم به علت متغیرهایی مانند سن و جنس، سطح تحصیلات، موقعیت شغلی، کارگاه‌های آموزشی و تعداد کارکنان کتابخانه است که در برداشت‌ها تأثیر گذاشته است و نتیجه دیگر این بود که تعداد سال‌های کاری کتابخانه، واحدها یا بخش‌های کتابخانه و تحصیلات معمولی کتابداران، تفاوتی در تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی ندارد.

پالمر^۱ (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان "توصیف استفاده از رسانه‌های اجتماعی کتابخانه دانشگاهی: مطالعه موردی توییتر و فیس‌بوک از استرالیا" به این نتایج دست‌یافت که ارزش بالقوه رسانه‌های اجتماعی برای کتابخانه‌های دانشگاهی نسبتاً به رسمیت شناخته شده است و طیف وسیعی از مطالعات موردی استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های دانشگاهی نشان داده‌اند. استفاده از توییتر و فیس‌بوک به‌طور هدفمند برای تعامل بین کاربران و کتابخانه صورت می‌گیرد و در توییتر سه دسته کاربر با کتابخانه در تعامل هستند: آن‌هایی که تعامل و ارتباط قوی دارند، دسته دوم آن‌هایی که ارتباط ضعیف دارند و دسته سوم آن‌هایی که به‌طور غیرمستقیم از طریق توییتر با کتابخانه در ارتباطند که این ارتباطات را با یک نمودار تصویری نمایش داده است.

با توجه به مطالعات محققان در این حوزه می‌توان دریافت که بیشتر آنان توجه خاصی به مسئله ارتباط و تعامل با کاربران را در پژوهش‌های خود داشته‌اند و سعی کرده‌اند که به‌نوعی کاربرد رسانه‌های اجتماعی را جهت تسهیل در ارتباط کتابخانه با کاربران خود نشان دهند و از سوی دیگر نیز با توجه به این ارتباط، به ارائه خدمات بیشتر و ارتقای تعاملات علمی توجه نمایند. از مسائل دیگری که در اکثر پژوهش‌ها به آن پرداخته شده است نوع رسانه‌ای است که در کتابخانه‌ها کاربرد بیشتری داشته و تا حد زیادی به رسانه‌هایی اشاره شده است که عام‌تر و شناخته‌شده‌تر و یا به‌عبارت‌دیگر

1. Palmer

کاربرپسندتر از بقیه رسانه‌ها می‌باشند مانند: فیس‌بوک، توئیتر و... . این پژوهش نیز در ادامه پژوهش‌های صورت گرفته سعی دارد علاوه بر جنبه‌های ذکرشده، به مسائل و جنبه‌های دیگری که ممکن است در استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی وجود داشته باشد، بپردازد.

اهداف فرعی پژوهش

۱. شناسایی رسانه‌های اجتماعی که بیشترین کاربرد را در کتابخانه‌های دانشگاهی دارند.
۲. مشخص نمودن کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی

سؤالات پژوهش

- ۱- کدامیک از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی با اقبال بیشتری روبرو بوده است؟
- ۲- رسانه‌های اجتماعی چه کاربردهایی در کتابخانه‌های دانشگاهی داشته‌اند؟

روش پژوهش

این پژوهش با روش کتابخانه‌ای و مرور و تحلیل متون مربوط و با رویکرد بررسی و تجزیه و تحلیل مقالات مربوطه در راستای " کاربرد و نوع رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی " انجام شد. برای انجام این پژوهش، با استفاده از کلیدواژه‌های "رسانه‌های اجتماعی"، "شبکه‌های اجتماعی" و "وب ۲,۰" و "کتابخانه‌های دانشگاهی" جستجویی در سایت‌های علمی و پایگاه‌های اطلاعاتی قابل دسترس انجام شد. به دلیل این که بحث رسانه‌های اجتماعی به‌طور کلی در این پژوهش مطرح بود از جستجوی کلیدواژه‌هایی که به یک رسانه خاص مرتبط باشد استفاده نشد و بازه زمانی نیز با توجه به ورود این رسانه‌ها و شروع تحقیقات در این حوزه از ابتدای سال ۲۰۰۷

تا آخر سال ۲۰۱۴ در نظر گرفته شده است. دلیل انتخاب این محدوده زمانی، جدید بودن مسئله کاربرد و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و احتمال این که در سال‌های پیش از این کمتر در این زمینه مقاله‌ای نوشته شده باشد، بود. برای یافتن مقالات سعی شد که کلیدواژه‌های اصلی در فیلد "عنوان" مقالات جستجو شود که مرتبط با پژوهش و در مسیر پژوهش قرار گیرند. در مورد انتخاب پایگاه‌های اطلاعاتی نیز باید متذکر شد که به علت محدودیت دسترسی به پایگاه‌های علمی مختلف، تنها از چهار پایگاه اطلاعاتی ساینس دایرکت، امرالد، سیج و اسکالر گوگل استفاده شده است و معیار انتخاب این پایگاه‌ها قابل دسترس بودن آن‌ها بود. پس جامعه آماری این پژوهش شامل آن دسته از تولیدات علمی است که در زمینه رسانه‌های اجتماعی، کاربرد و انواع آن را در کتابخانه‌های دانشگاهی مورد بحث قرار داده‌اند. در جدول یک به تفکیک پایگاه‌ها و تعداد مقالات یافت شده آن‌ها در محدوده سال‌های ذکر شده ارائه شده است:

جدول ۱- تعداد مقالات جستجو شده در پایگاه‌های منتخب، ۲۰۰۷-۲۰۱۴

نوع پایگاه	۲۰۰۷	۲۰۰۸	۲۰۰۹	۲۰۱۰	۲۰۱۱	۲۰۱۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴	جمع
ساینس دایرکت (ScienceDirect)	۰	۰	۲	۰	۲	۰	۰	۵	۹
امرالد (Emerald)	۱	۲	۰	۲	۵	۶	۲	۷	۲۵
سیج (Sage)	۱	۱	۰	۰	۲	۱	۱	۳	۹
گوگل و اسکالر گوگل (Scholar Google)	۱	۳	۵	۲	۳	۱۰	۸	۷	۳۹
جمع	۳	۶	۷	۴	۱۲	۱۷	۱۱	۲۲	۸۲

یافته‌ها

یافته‌ها بر اساس سؤالات پژوهش در ادامه آورده شده است:

سؤال اول: شناسایی رسانه‌های اجتماعی مورداستفاده در کتابخانه‌ها

همان‌طور که در جدول ۲ و پژوهش‌های مورد بررسی شده نیز نشان داده است به نظر می‌رسد مهم‌ترین و اولین بخش در استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها شناسایی نوع رسانه اجتماعی باشد. ظهوریان-فولادی و آبریزاه (۲۰۱۳)، فیلیپس (۲۰۱۱) و احمدخان و بهاتی (۲۰۱۲) در پژوهش‌های خود هدف اصلی خود را به همین موضوع اختصاص داده‌اند و دریافته‌اند که با شناسایی این رسانه‌ها می‌توان به گسترش و توسعه استفاده از آن‌ها و ارائه خدمات بیشتر رسید. پژوهشگرانی هم موضوع رسانه‌ها را کلی‌تر در نظر گرفته و هدف خود را بر شناسایی فناوری‌ها و ابزار وب ۲٫۰ در کتابخانه‌ها متمرکز نموده‌اند. افرادی مانند وردوفا (۲۰۱۲)، محمود و ریچاردسون جی آر (۲۰۱۱)، یی (۲۰۱۴) و تاراد و سینگ (۲۰۱۴) با پرداختن به این موضوع، استفاده از این ابزار را برای بازاریابی و ارائه خدمات کتابخانه مؤثر و مفید دانسته‌اند. ممکن است در برخی از کتابخانه‌های دانشگاهی از یک نوع رسانه‌های اجتماعی استفاده شود به همین دلیل تعدادی از پژوهشگران نیز یک یا دو نوع از رسانه‌های اجتماعی را در پژوهش خود مورد مطالعه قرار داده‌اند. ساچز و اکل (۲۰۱۱)، آهارونی (۲۰۱۲) به بررسی فیس‌بوک و مؤثر بودن آن در ارتباط با کاربران اشاره نمودند و این رسانه اجتماعی را به علت عام بودن و معروفیتش برای کتابخانه مفید ارزیابی نموده‌اند و یا بوسکیو، لایف و اسکارل (۲۰۱۲) کاربرد رسانه اجتماعی توییتر را در کتابخانه‌ها مورد مطالعه قرار دادند و آن را به عنوان ابزاری برای پیام‌رسانی و ایجاد ارتباط با کاربران مفید دانسته‌اند.

جدول ۲- پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه انواع رسانه‌های اجتماعی و کاربردهای آن‌ها در کتابخانه‌های دانشگاهی

به تفکیک نویسندگان، هدف، جامعه، روش و یافته‌های کلیدی

نویسندگان (سال انتشار)	هدف	جامعه/محیط پژوهش	روش / شیوه گردآوری داده‌ها	یافته‌های کلیدی
لاین (۲۰۰۸)	به دست آوردن تصور کلی از کاربردهای فناوری‌های وب ۲،۰ و ویژگی‌های آن در کتابخانه‌های دانشگاهی استرالیا	۳۲ کتابخانه دانشگاهی (۲۶ کتابخانه از استرالیا و ۶ کتابخانه از نیوزلند)	کمی / توصیفی، تهیه چک‌لیست، پرسشنامه	- توسعه فن‌آوری‌های وب ۲،۰ در حداقل دوسوم از کتابخانه‌های استرالیا - بالا بودن ویژگی‌های RSS و کاربردهای آن
ظهوریان- فولادی و آبریزه (۲۰۱۳)	بررسی رسانه‌های اجتماعی به‌کاربرده شده در کتابخانه‌های دانشگاهی مالزی و همچنین شناسایی موانع استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان کتابداران دانشگاهی	۲۲ کتابدار از سه دانشگاه پژوهش محور	کمی / توصیفی، پرسشنامه	- گسترش حداقل چهار نوع رسانه اجتماعی: بلاگ‌ها، سایت‌های اشتراک چندرسانه‌ای، بوک مارکینگ اجتماعی و سایت‌های شبکه‌های اجتماعی - پذیرش ابزار اصلی وب ۲،۰ از جانب کتابخانه‌ها مانند: بلاگ، فیس‌بوک، Delicious، یوتیوب و تویتر - افزایش انگیزه کتابداران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات کتابخانه
فیلیپس (۲۰۱۱)	کشف یا شناسایی مفهوم شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک به‌عنوان پایه‌ای برای ارتباط بین کتابخانه و دانشجویان	۱۷ صفحه فیس‌بوک در کتابخانه‌های دانشگاهی لیون	کمی / کیفی، تحلیل محتوا	- فیس‌بوک به‌عنوان ابزار اصلی برای بازاریابی خدمات کتابخانه - ارائه خدمات در کتابخانه‌های دانشگاهی و ارتباط دانشجویان با کتابخانه

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۲۵

<p>وردوفا (۲۰۱۲)</p>	<p>کشف و شناسایی گسترش پذیرش انواع فن‌آوری‌های وب ۲,۰ به وسیله کتابخانه‌های برجسته افریقا همچنین گسترش استفاده از انواع فن‌آوری‌های وب ۲,۰</p>	<p>۸۲ وب‌سایت کتابخانه دانشگاه برجسته آفریقایی</p>	<p>تحلیل محتوایی وب‌سایت‌ها، مشاهده تجزیه و تحلیل اسناد به کاررفته در این زمینه</p>	<p>- در حدود نیمی از کتابخانه‌های مورد مطالعه یک یا چند کاربرد وب ۲,۰ را پذیرفته‌اند - بوک مارک از بیشترین کاربرد و تگینگ از کمترین کاربرد برخوردار بود - استفاده از وب ۲,۰ هنوز در کتابخانه‌های دانشگاهی افریقا در مراحل اولیه قرار دارد</p>
<p>محمود و ریچاردسون جی آر (۲۰۱۱)</p>	<p>شناسایی وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ARL امریکا با توجه به پذیرش فن‌آوری‌های وب ۲,۰</p>	<p>۱۰۰ وب‌سایت کتابخانه‌های دانشگاهی عضو ARL امریکا</p>	<p>کمی / توصیفی - تحلیلی، بررسی متون و تهیه چک‌لیست</p>	<p>- استفاده همه کتابخانه‌های از ابزار مختلف وب ۲,۰ مانند بلاگ‌ها، IM, RSS و ... - استفاده از این ابزار برای اشتراک اخبار، بازاریابی خدماتشان، آموزش سواد اطلاعاتی و ...</p>
<p>احمدخان و بهاتی (۲۰۱۲)</p>	<p>کشف کاربردهای مختلف رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی خدمات و منابع اطلاعاتی کتابخانه و شناسایی مشکلات مربوط به استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی خدمات کتابخانه‌ها</p>	<p>وب‌سایت‌ها، وبلاگ‌ها، کتابداران و دانشجویان رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه بهاء‌الدین زکریا در مولتان و دانشگاه اسلامی بهاء الپور پاکستان</p>	<p>کمی / کیفی، توصیفی، پیمایشی، مرور نوشته‌های پرسشنامه</p>	<p>- نگرش مثبت اکثریت پاسخ‌دهندگان به اهمیت و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در یادگیری از راه دور و اشتراک دانش - استفاده از بیشتر ابزارهای وب ۲,۰ مانند ویکی‌ها، لینک‌داین، یوتیوب و ... برای بازاریابی خدمات مختلف کتابخانه</p>
<p>پی (۲۰۱۴)</p>	<p>کشف و شناسایی چگونگی درک مؤثر</p>	<p>۴۰۰ کتابدار دانشگاهی در ۳۷</p>	<p>کمی / توصیفی، پیمایشی،</p>	<p>نقش مهم و معنی‌دار جمعیت‌شناسی، سرمایه انسانی</p>

ابزار وب ۲,۰ مورد استفاده در بازاریابی خدمات و منابع کتابخانه توسط کتابداران دانشگاه استرالیا و همچنین عوامل مؤثر ابزار بکار رفته وب ۲,۰ در ادراک کتابداران	دانشگاه استرالیا	پرسشنامه	و متغیرهای کتابخانه در پیش‌بینی کتابداران در درک ابزار مؤثر وب ۲,۰ در بازاریابی خدمات و منابع کتابخانه
تعیین مشخصه به‌کارگیری یک کتابخانه دانشگاهی از دو پلتفرم رسانه اجتماعی موردعلاقه کتابخانه‌های دانشگاهی	یک کتابخانه دانشگاهی، توئیتر و فیس‌بوک	کمی / کیفی، توصیفی و تحلیلی، مشاهده	- به رسمیت شناخته شدن ارزش بالقوه رسانه‌های اجتماعی برای کتابخانه‌های دانشگاهی - رایج‌ترین رسانه اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی توئیتر و فیس‌بوک
تعیین تأثیر رسانه‌های اجتماعی بکار برده شده در کتابخانه دانشگاهی توسط دانشجویان کارشناسی در دانشکده‌های کشاورزی و آموزش	۲۰۵۳ دانشجوی کارشناسی و ۹۰ سخنران از هر دو دانشکده	کمی / روش پیمایشی، پرسشنامه	استفاده از کتابخانه‌های دانشگاهی توسط دانشجویان کارشناسی با توجه به رسانه‌های اجتماعی مؤثر بوده است.
تعیین تأثیر و کارایی استفاده از فیس‌بوک در کتابخانه دانشگاه	۱۳۶ کاربر دانشگاه میشیگان غربی	کمی / پیمایشی، پرسشنامه	- تعادل بین ارائه اطلاعات مربوط و مفید در فیس‌بوک - حمایت از حفظ حریم خصوصی - ارتباط با کتابخانه و آگاهی از رویدادهای آن
تجزیه و تحلیل اکتشافی از کاربرد فیس‌بوک در کتابخانه‌های دانشگاهی	۲۰ کتابخانه عمومی و دانشگاهی آمریکایی	کمی / تجزیه و تحلیل توصیفی /	- استفاده هر دو نوع کتابخانه از بخش اطلاعات، اطلاعات کلی، اطلاعات اولیه از قبیل

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۲۷

شماره تلفن، موقعیت، و اطلاعات عمومی از وبسایت به منظور ارائه اطلاعات دقیق به مشتریان (مراجعات) خود - استفاده از یک محدوده خاص به عنوان یک تکنیک ارتباطی رایج	تجزیه و تحلیل محتوایی		و عمومی امریکا، به منظور درک الگوهای استفاده از فیس‌بوک در کتابخانه‌ها	
- جذابیت بیشتر اشتراک دانش بین کاربران - علاقه‌مندی بیشتر به فیس‌بوک و توییتر	کمی / کیفی و روش آمیخته، پیمایشی، پرسشنامه	۱۷۰۰ پست از ۴۰ کتابخانه	بررسی تعاملات کتابخانه‌ها با کاربران با استفاده از شبکه‌های اجتماعی در: اشتراک دانش، پخش اطلاعات، ارتباطات و جمع‌آوری دانش	چن، چو و زو (۲۰۱۲)
- استفاده همه کتابخانه از برخی از فن‌آوری‌های وب ۲,۰ مانند بلاگ‌ها، ویکی‌ها، RSS، IM و ... - محبوبیت بیشتر برخی از ابزارهای وب ۲,۰	کمی / روش پیمایشی، پرسشنامه	۶۷ کتابخانه دانشگاهی عضو ARL	تشخیص پذیرش انواع فن‌آوری‌های وب ۲,۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی و همچنین شناسایی درک کتابخانه‌های دانشگاهی در مورد سودمند بودن یا نبودن این فن‌آوری‌ها برای کتابخانه‌ها	محمود و ریچاردسون جی آر (۲۰۱۳)
- ارائه خدمات متنوع از سوی ابزارهای وب ۲,۰ در کتابخانه‌ها - طبقه‌بندی مهم‌ترین خدمات ابزارهای وب ۲,۰	کمی / کیفی، بررسی مروری نظام‌مند نوشته‌های درباره وب ۲,۰	۲۵۵ مقاله از ۱۹ پایگاه	شناسایی خدمات انجام شده وب ۲,۰ به وسیله کتابخانه‌های پزشکی، دانشگاهی و تحقیقاتی در متن نوشته‌های	گاردویس و همکاران (۲۰۱۲)

<p>- ارزشمندی تویتر به‌عنوان ابزاری برای ارتباط با مراجعان به‌عنوان ابزاری برای پیام‌رسانی درباره منابع، رویدادها و... کتابخانه‌ابزاری مؤثر برای اشتراک اطلاعات و منابع، مبادله با مراجعان و کمک فوری به آنان</p>	<p>کمی / توصیفی، پیمایشی، پرسشنامه</p>	<p>۲۹۶ تویتر کتابخانه دانشگاهی (پیام) از یک نمونه تصادفی کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	<p>تعیین چگونگی استفاده از تویتر در کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	<p>بوسکیو، لایف و اسکارل (۲۰۱۲)</p>
<p>- پذیرش کاربردهای وب ۲٫۰ بدون هرگونه ارزیابی در منطقه - کتابخانه‌ها شبکه‌های تحقیقاتی هستند نه شبکه‌های اجتماعی و ارتباط آن‌ها با کاربران حرفه‌ای و دانشگاهی است.</p>	<p>کمی / کیفی، توصیفی، مشاهده</p>	<p>۵۲ وب‌سایت کتابخانه‌های دانشگاهی نیوجرسی در ایالات متحده و هونگ کنگ و چین</p>	<p>مروری انتقادی بر کاربردهای وب ۲٫۰ کتابخانه ۲٫۰</p>	<p>نستا و می (۲۰۱۰)</p>
<p>- انجام خدمات جدید در کتابخانه‌های دانشگاهی و پذیرش این خدمات از طرف کاربران - رویکرد متفاوت با توجه به مجموعه‌ای از ابزارها و خدمات - امکان ازدست‌دادن برخی اطلاعات، ضعف خدمات، نبود انعطاف و کاهش توانایی در بازیابی اطلاعات</p>	<p>رویکرد کمی / تحلیل محتوای وب‌سایت‌های کتابخانه‌ها</p>	<p>۲۰۰ وب‌سایت برجسته کتابخانه‌های دانشگاهی دنیا</p>	<p>مستند کردن و نشان دادن خدمات یکپارچه وب ۲٫۰ در چارچوب کارهای کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	<p>گرولیموس و کونستا (۲۰۱۱)</p>
<p>- ارتقاء و گسترش خدمات در محیط جدید - ایجاد تعامل، همکاری، همگرایی و دسترسی همگانی</p>	<p>کمی / کیفی، مرور نوشته‌های، تحلیلی</p>	<p>-</p>	<p>شناسایی اطلاعات فن‌آوری وب ۲٫۰ در متن کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	<p>تاراد و سینگ (۲۰۱۴)</p>

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۲۹

در کتابخانه‌های دانشگاهی				
<p>کولینز و کوان-هاس (۲۰۱۲)</p> <p>شناسایی میزان پذیرش و به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی از سوی کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	<p>۲۱ کتابخانه عضو OCLC در سال ۲۰۱۰</p>	<p>کمی / کیفی، توصیفی - پیمایش</p>	<p>- هموار بودن علاقه‌مندی و پذیرش کتابداران به فن‌آوری‌های رسانه‌های اجتماعی و افزایش تعداد کاربران در استفاده از این ابزار</p> <p>- گسترش تعاملات بین کاربران و کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	
<p>زی و استون سون (۲۰۱۳)</p> <p>تشخیص کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دیجیتال و شناسایی مسائل مربوطه</p>	<p>ده موسسه فرهنگی - آموزشی</p>	<p>کمی / توصیفی، پرسشنامه</p>	<p>- ارائه انواع کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و افزایش تعاملات کتابداران و کاربران</p> <p>- ایجاد انواع متنوع نقش‌ها برای کتابداران با وجود رسانه‌های اجتماعی</p>	
<p>رولمن (۲۰۱۲)</p> <p>بررسی واکنش اعضای هیئت علمی و دانشجویان در رابطه با سؤال استفاده از رسانه‌های اجتماعی و تعیین تفاوت‌های جمعیت شناختی ممکن</p>	<p>اعضای هیئت علمی و دانشجویان دانشگاه مرکزی میسوری</p>	<p>کمی / توصیفی، پیمایشی، پرسشنامه</p>	<p>- استفاده مفید اعضای هیئت علمی و دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی</p> <p>- نبود تفاوت‌های جمعیت‌شناسی در بین اعضای هیئت علمی و دانشجویان</p>	
<p>آییا و کوماه (۲۰۱۱)</p> <p>شناسایی قابلیت‌های سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های افریقا. تعیین میزان سودمندی شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی افریقا</p>	<p>دانشجویان مراجعه‌کننده به بخش الکترونیک کتابخانه دانشگاه آموزش وینبا</p>	<p>کمی / توصیفی، پرسشنامه</p>	<p>- گسترش کاربرد رسانه‌های اجتماعی بیشتر از کاربردهای اینترنت</p> <p>- ترغیب و تشویق دانشجویان در استفاده از خدمات کتابخانه بر روی شبکه‌های</p>	

<p>دیکسون و هولی (۲۰۱۰)</p>	<p>تعیین میزان استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی ایالات متحده</p>	<p>مقالات و کتاب‌های منتشر شده در سه سال ۲۰۰۶ - ۲۰۰۹</p>	<p>کمی / کیفی، مرور نوشته‌های / تحلیل محتوا</p>	<p>- شبکه‌های اجتماعی فن‌آوری‌های جدیدی برای ترقی و پیشرفت کتابداران دانشگاهی - ایجاد یک پلت فرم جدید برای رساندن دانشجویان به فراتر از ساختار سنتی کتابخانه‌ها - نیاز به تحقیقات کمی و کیفی در این زمینه</p>
<p>چو و دوو (۲۰۱۴)</p>	<p>تعیین کاربردهای ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی کشورها و مناطق مختلف و همچنین شناسایی عواملی که می‌توانند در تصمیم‌گیری کتابخانه‌ها در استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی مؤثر باشند</p>	<p>۷۰ کتابخانه دانشگاهی آسیایی و ۷۰ کتابخانه دانشگاهی غربی</p>	<p>کمی / توصیفی، پرسشنامه</p>	<p>- مفید بودن شبکه‌های اجتماعی برای کتابخانه‌های دانشگاهی - درک کتابداران در استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی - سودمندی و برتری در همبستگی کتابخانه‌ها با استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی</p>
<p>واسیلاکاکاکی و گاروفالو (۲۰۱۳)</p>	<p>شناسایی و بررسی گزینشی منابع در پذیرش و استفاده کتابخانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک</p>	<p>همه اسناد و نوشته‌هایی که بین سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۲ منتشر شده‌اند.</p>	<p>کمی / کیفی، مرور نوشته‌های، اسناد</p>	<p>- تمرکز اصلی متن مقالات در ارائه گزارش درباره تجارب، مشکلات موارد آموخته شده در ساختار فیس‌بوک - کشف دیدگاه‌های کاربران و کتابداران نسبت به سایت‌های شبکه‌های اجتماعی</p>
<p>چو، گو و لی (۲۰۰۸)</p>	<p>بررسی نفوذ و استفاده از کاربردهای وب ۲.۰</p>	<p>۹۰ وب‌سایت کتابخانه در آمریکای</p>	<p>کمی / توصیفی، تحلیل محتوای</p>	<p>- پذیرش وب ۲.۰ برای استفاده در بازیابی و مبادله</p>

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۳۱

اطلاعات - کاربردهای منحصربه‌فرد برخی از رسانه‌های اجتماعی	وبسایت‌ها، پرسشنامه	جنوبی، اروپا و آسیا	در کتابخانه‌های دانشگاهی و عمومی	
- فیس‌بوک به‌عنوان عمومی‌ترین رسانه اجتماعی در ارائه خدمات آرشیوی - ارائه خدمات به‌روز با استفاده از رسانه‌های اجتماعی	کمی / پیمایشی	وبسایت آرشیوها در یونان	کشف استفاده از رسانه‌های اجتماعی در خدمات آرشیوی	بونتوری و گیاناکوپولوس (۲۰۱۴)
- واکنش مثبت به مسئله یادگیری وب ۲٫۰ از طرف کارکنان - ارائه فرصت‌های جدید برای ارتباط با کاربران	کمی / توصیفی	کارکنان کتابخانه دانشگاه ادیت کوان	تعیین میزان پذیرش و ارزیابی مسئله یادگیری وب ۲٫۰ با توجه به فن‌آوری‌های وب ۲٫۰	گروس و لزلی (۲۰۰۸)
- استفاده‌های متنوع برای ابزارهای مختلف - تغییر در سطوح انجام کار با ابزار وب ۲٫۰	کمی / توصیفی	کتابخانه آملیا وی. گالوکی-کیریو دانشگاه ایالت فایچ بورگ	شناسایی کاربردهای فن‌آوری‌های وب ۲٫۰ و ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه دانشگاهی	لبانسن و کیم (۲۰۱۴)
- وجود رسانه اجتماعی فیس‌بوک و توییتر در همه کتابخانه‌ها - استفاده گسترده از ابزار وب ۲٫۰	کمی / توصیفی، تحلیل محتوایی، تهیه چک‌لیست	۱۰۰ کتابخانه دانشگاهی ایالات متحده	کشف کاربدها و روندهای کاری فن‌آوری‌های وب ۲٫۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی از طریق بررسی وب سایت‌های کتابخانه‌ها	بواتنج (۲۰۱۳)
- استفاده ۳۷ کتابخانه دانشگاهی از RSS برای انتشار اخبار، رویدادها و اطلاعیه‌های کتابخانه - استفاده ۱۵ کتابخانه دانشگاهی از محیط وبلاگ برای کاربران	کمی / توصیفی، تحلیل محتوای وبسایت‌ها	۵۷ وبسایت کتابخانه دانشگاهی برجسته	کشف روندهای جدید در کاربردهای وب ۲٫۰ و ویژگی‌های کتابخانه ۲٫۰	هاریناریانا و راجو (۲۰۰۰)

<p>آونگ و عابدین</p>	<p>شناسایی میزان کاربردهای وب ۲,۰ در روی وبسایت کتابخانه‌های دانشگاهی</p>	<p>۷۳ وبسایت کتابخانه‌های دانشگاهی آسیای شمالی</p>	<p>کمی / توصیفی، تحلیل محتوای وبسایت‌ها</p>	<p>- فیس‌بوک، توئیتر، RSS و پیام فوری محبوبیت ویژه‌ای در سایت‌های کتابخانه‌ها دارد. - هنوز کاربردهای وب ۲,۰ در این کتابخانه‌ها چشم‌گیر نیست.</p>
<p>بارو و همکاران (۲۰۱۳)</p>	<p>تشخیص کاربردهای مختلف ابزارهای وب ۲,۰ به‌وسیله کتابداران شناسایی چالش‌های این ابزار برای کتابداران</p>	<p>۲۳۰ کتابدار در ۱۱ دانشگاه</p>	<p>روش تطبیقی، / کمی / توصیفی، مطالعه جامع نوشته‌های، پرسشنامه</p>	<p>- استفاده‌های متنوع از ابزارهای وب ۲,۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی - تغییر در ارائه برخی خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی</p>
<p>آنابویی و اوگوننا (۲۰۱۲)</p>	<p>تعیین آگاهی و استفاده از ابزار وب ۲,۰ به‌وسیله کتابداران</p>	<p>کتابداران حرفه‌ای ایالتی عضو انجمن کتابداری نیجریه</p>	<p>کمی / توصیفی، پرسشنامه</p>	<p>- آگاهی و استفاده کم از ابزارهای وب ۲,۰ در این کتابخانه‌ها - استفاده از ابزارهای وب ۲,۰ بستگی به موقعیت کاری کتابداران دارد. - بیشترین استفاده برای ارتباط با کاربران</p>
<p>آهارونی (۲۰۰۹)</p>	<p>تعیین میزان تأثیر فن‌آوری‌های وب ۲,۰ بر کتابداران</p>	<p>۱۶۸ کتابدار</p>	<p>کمی / توصیفی، پرسشنامه</p>	<p>- تأثیر تفاوت‌های فردی در پذیرش فن‌آوری‌های وب ۲,۰ و استفاده از آن‌ها - انگیزه، تخصص، اهمیت به فن‌آوری‌های وب ۲,۰ موجب استفاده بیشتر و بهتر از این ابزارها می‌شود</p>

سؤال دوم: نوع کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها:

همان‌طور که در متن نیز اشاره شد، کاربردهای متنوعی می‌توان به وسیله رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی داشت که این کاربردها در پژوهش‌های محققان نیز آمده است. طبق جدول ۳ اکثر محققان تا حدودی به کاربردهای متعددی اشاره داشته‌اند و همان‌طور که انتظار می‌رود بیشترین و حتی می‌توان گفت مهم‌ترین کاربرد مربوط می‌شود به ارتباط و تعامل کاربران با کتابخانه‌ها که این را در متون و پژوهش‌های محققان می‌توان دید. زی، استونسون (۲۰۱۴)، رابینسون (۲۰۰۷)، پی (۲۰۱۴)، پالمر، استوارت (۲۰۱۴)، ساچز، اکل، لانگن (۲۰۱۱) و آهارونی (۲۰۱۲) که به رسانه اجتماعی فیس‌بوک تأکید بیشتری داشته‌اند، آن را جهت ارتباط با کاربران و تعامل آنان با کتابخانه برای اطلاع از رویدادها، پیام‌های فوری و وقایع کتابخانه مفید ارزیابی نموده و معتقد بودند که بهترین رسانه برای ارتباط برقرار کردن با کاربران، رسانه‌ای است که کاربر بتواند با آن به راحتی کار کند و به عبارت دیگر کاربرپسند باشد. شایان‌ذکر است که این محققان کاربردهای دیگر رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها را نیز در نظر داشته‌اند. محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، عاریف، محمود (۲۰۱۰) و تاراد، ساین (۲۰۱۴). محققان دیگر در پژوهش‌های خود علاوه بر ایجاد ارتباط و تعامل، با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، به چندین کاربرد دیگر نیز از جمله؛ ارائه خدمات جدید، بالا بردن کیفیت خدمات، اشتراک اخبار، اشتراک اطلاعات با دیگران، خدمات مرجع و ایجاد گروه‌های بحث و ... اشاره داشته‌اند، البته این افراد رسانه‌های مختلفی را نیز در پژوهش خود معرفی نموده‌اند و این کاربردها با توجه به این رسانه‌ها بیان شده است. مطالب جدول ۳ گویای کاربردهای متنوع و استفاده از رسانه‌های مختلف در کتابخانه‌های دانشگاهی است که جهت طولانی نشدن متن حاضر از آوردن بقیه این موارد خودداری شده است.

جدول ۳ - پژوهش‌های انجام‌شده به تفکیک انواع رسانه‌های اجتماعی و کاربردهای آن‌ها
در کتابخانه‌های دانشگاهی

نویسنده (گان)	کاربردهای رسانه‌های اجتماعی	انواع رسانه اجتماعی
زی، استونسون (۲۰۱۴)	ارتباطات دوطرفه، تعاملات، اطلاع‌رسانی و خبر، آموزش کاربران	فیس‌بوک، توئیتر، فلیکر، یوتیوب، بلاگ‌ها، آر اس اس، Pinterest
رابینسون (۲۰۰۷)	بازاریابی خدمات کتابخانه، ارتباطات، توجه به نیاز کاربران، تسهیل در کار کتابداران	رسانه‌های اجتماعی (کلی)
لین (۲۰۰۸)	خبر، پیام‌های فوری، توجه به نیاز کاربران.	RSS، وبلاگ‌ها، پادکست، پیام فوری،
فیلیپس (۲۰۱۱)	تعامل بین کاربران، استفاده از خدمات کتابخانه، اشتراک اطلاعات، دسترس‌پذیر بودن کتابخانه و کتابدار، حوادث روزانه، استفاده کتابداران از تصاویر، پیوندهای ویدئویی و وبسایت‌ها برای نمایش و ارائه بیشتر پیام‌ها.	فیس‌بوک
کبد (۲۰۱۴)	اشتراک اخبار و آگهی‌ها، آگاهی از مواد جدید کتابخانه، اشتراک اطلاعات درباره منابع و پایگاه‌های اطلاعاتی جدید، آموزش سواد اطلاعاتی، ارائه پست‌های ویدئویی و تصاویر فعالیت‌های کتابخانه، پیام‌های فوری، خدمات مرجع	سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، فیس‌بوک، توئیتر، وبلاگ‌ها، RSS، یوتیوب، فلیکر.
احمدخان، روبینا (۲۰۱۲)	بازاریابی منابع و خدمات کتابخانه، امکان اجازه به کاربران در ایجاد، اتصال، مذاکره، همکاری، اشتراک، نظر دهی در مورد اطلاعات، دسترسی به نیازهای اطلاعاتی، بازاریابی خدمات کتابخانه‌ای، آگاهی کتابداران از کنفرانس‌ها، کارگاه‌ها و برنامه‌های مختلف، ارائه حوادث و برنامه‌های مختلف کتابخانه برای کاربران، توسعه کارهای رشته کتابداری	فیس‌بوک، توئیتر، فلیکر، یوتیوب، RSS، پیام فوری، وبلاگ‌ها
یی (۲۰۱۴)	بازاریابی خدمات و منابع، ارتباط بهتر با کاربران، تعاملات.	بلاگ‌ها، فیس‌بوک، PSS، پادکست، یوتیوب، توئیتر، پیام فوری، خبرنامه ایمیلی، ویکی‌ها
پالمر، استوارت (۲۰۱۴) (تفسیر)	تعامل بین کاربران، ایجاد پست، پیام کوتاه، کامنت	فیس‌بوک، توئیتر
چو، دوو (۲۰۱۳)	تسهیل در اشتراک اطلاعات و دانش، بالا بردن و	ابزارهای شبکه‌های اجتماعی،

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۳۵

فیس‌بوک، توئیتر، بلاگ‌ها، یوتیوب، فلیکر، ویکی‌ها، اشتراک اسلاید، Delicious, ISSUU، پیام فوری	ترقی خدمات، تعامل با کاربران کتابخانه، آموزش کارکنان کتابخانه، پیام فوری، ارتباط بین کتابداران و کاربران، ارائه حوادث و وقایع کتابخانه	
فیس‌بوک	ارتقای خدمات و رویدادهای کتابخانه، بهبود ارتباطات و اعلان‌ها، ارتباطات دوستان	ساجز، اکل، لانگن (۲۰۱۱)
فیس‌بوک	پخش تصاویر، جستجوی پایگاه‌های اطلاعاتی، جستجوی فهرست کتابخانه، تحویل اطلاعات به کاربران، محلی برای بحث، فعالیت‌های خدمات و رویدادهای کتابخانه، تعاملات بین کاربران	آهارونی (۲۰۱۲)
فیس‌بوک، توئیتر، ویبو Weibo	اشتراک دانش، توزیع اطلاعات، ارتباطات، گردآوری دانش	چن، چو، زو (۲۰۱۲)
RSS، وبلاگ‌ها، میکرو بلاگ‌ها، توئیتر، یوتیوب، ویکی‌ها، پیام فوری، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پادکست، فلیکر، مای اسپیس، لینکداین، گوگل مپ، اشتراک اسلاید، CiteUlike، ویدئوکست، بوک مارکینگ	ارائه خدمات جدید، اشتراک اخبار و رویدادهای کتابخانه، افزایش تعاملات بین کاربران و کارمندان، بازاریابی مؤثر منابع و خدمات، اشتراک دانش بین کارکنان کتابخانه، بالا بردن سواد اطلاعاتی، جستجوی آسان اطلاعات، استفاده مؤثرتر از منابع و خدمات کتابخانه، صرفه‌جویی در وقت کاربران با ارائه اطلاعات خاص، افزایش تعداد کاربران کتابخانه، درگیری مؤثر کاربران در توسعه مجموعه، ایجاد تصور خوب از کتابخانه توسط کاربران، ارائه خدمات، بالا بردن کیفیت خدمات، خدمات مرجع، پیام‌های فوری، اشتراک تصاویر حوادث، ویدئو کلیپ‌ها، جستجو از OPAC، استفاده از ژورنال‌های الکترونیکی	محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)
بلاگ‌ها، میکرو بلاگ‌ها، سایت‌های اشتراکی، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، ویکی‌ها.	پیدا کردن راه‌حل مشکل، تمرکز روی اطلاعاتی بودن، توجه به نیازهای اطلاعاتی، خدمات اطلاعاتی، توجه به سواد اطلاعاتی، اشتراک اطلاعات	کیم، سین، تسای (۲۰۱۴)
فیس‌بوک، توئیتر، فلیکر، ویکی‌ها، RSS، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، یوتیوب	ارتباط با کاربران، تعامل کتابداران با هم، خدمات کتابخانه، نیازهای اطلاعاتی، هم‌زمان بودن، قابل‌تصور بودن، اطلاعات گروهی، مذاکره‌ای بودن، آگاهی‌رسانی جاری	ظهوریان-فولادی، آبریزاه، (۲۰۱۴)

تاندی لوگا (۲۰۱۴)	اشتراک فایل‌های ویدئویی، تصاویر و صوتی، تعامل با دانشجویان، همکاری با دانشجویان در توسعه مجموعه و محتوای کتابخانه، ایجاد گروه‌های بحث، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سخنرانی‌ها، ارتباط با دوستان، دسترسی به اطلاعات کلی، دسترسی به لینک مقالات، مجلات و کتاب‌ها، راهنمایی برای ذخیره و بازیابی اطلاعات، دسترسی به اطلاعات کنفرانس‌ها	بلاگ‌ها، توئیتر، پیام فوری، اسکایپ، گوگل چت، RSS، لینکداین، فلیکر، مای اسپیس، اشتراک اسلاید، بوک مارک‌ها، سیستم تگ گذاری، شبکه‌های اجتماعی، ویکی‌ها،
دل باسکو، لایف، اسکارل (۲۰۱۲)	منابع کتابخانه، رویدادهای کتابخانه، انواع محتوا، مکاتبه پیام‌های مختلف با مراجعان، مذاکره دوطرفه (تعامل)، پاسخگویی به سؤالات مرجع.	توئیتر
نستا، می (۲۰۱۰)	تعاملات، اخبار منابع جدید کتابخانه، ارتباط دوستان با دوستان بر اساس یک قاعده، توئیت کردن، رابط کاربری، تگ گذاری، پست گذاری،	پیام فوری، بلاگ، ویکی، تگ گذاری، RSS، پادکست، یوتیوب، مای اسپیس، فلیکر، فیس‌بوک، توئیتر، scondlife
هانسن، نولان، وینتر (۲۰۱۲)	اشتراک محتوا، ارسال عکس و ویدئو، جمع‌آوری دستورالعمل‌ها از منابع مختلف، گردآوری تصاویر متنوع، آموزش به کاربران، خبر از کتاب‌های تازه خریداری‌شده، رخدادهای کتابخانه و نمایش محتوای موردعلاقه	Pinterest
گرولیموس، کونستا (۲۰۱۱)	"likes", "followers", "comments" or "view counts". خدمات کتابخانه، پیام‌های فوری، اخبار، تعاملات به‌نگام.	RSS، شبکه‌های اجتماعی، توئیتر، فیس‌بوک، بلاگ‌ها، یوتیوب، تگ زدن، پیام فوری، Streaming media.
تاراد، ساین (۲۰۱۴)	ارائه منابع، پیام فوری، اشتراک ایده‌ها، نظرات، تفاسیر، نیازهای کاربران، اشتراک اطلاعات برای استفاده دیگران، درخواست منابع، گروه‌های بحث، اخبار، صداهای زنده، ویدئوها، آموزش کاربران، تگ گذاری، تعاملات، همکاری، باز برای همه، مشارکتی، همگرایی	ویکی‌ها، شبکه‌های اجتماعی (فیس‌بوک، مای اسپیس، لینکداین)، توئیتر، بلاگ‌ها، یوتیوب، فلیکر، RSS، Pinterest، تگ زدن
کولین، کوان هاس (۲۰۱۲)	اخبار، پاسخ به درخواست‌ها، آگهی‌های عمومی، اطلاعاتی درباره منابع و خدمات کتابخانه.	فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب، فلیکر،
فایندر (۲۰۱۲)	جستجو در فهرست کتابخانه، خدمات کتابخانه، رویدادهای کتابخانه، حمایت از خدمات به مراجعان.	فیس‌بوک، توئیتر

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۳۷

<p>ایاه، کوماه (۲۰۱۱)</p>	<p>ارتباط با دوستان، چت با دوستان، دوست‌یابی جدید، بازدید از صفحات موردعلاقه، دستیابی به کتاب‌های جدید، تعامل با کتابداران مرجع، تعامل با کتابداران در زمان واقعی، داشتن مهارت‌های فن‌آوری‌های اطلاعاتی</p>	<p>فیس‌بوک، توییتر، مای اسپیس، فلیکر، HI5، لینکداین، تگ زدن</p>
<p>دو توییت، ملاتینینگ سیه (۲۰۱۳)</p>	<p>گفتگو با انجمن‌ها، تبادل ایده‌های دوطرفه، اشتراک و ارتباط اطلاعاتی، راهنمایی کاربران، پیوند به منابع کتابخانه، پیام‌گذاری</p>	<p>توییتر، فیس‌بوک، لینکداین، Pinterest، گوگل +، Picasa، Storify، Tumlr، یوتیوب، میکروبلگ‌ها، ویکی‌ها، بوک مارک‌ها، پادکست</p>
<p>موندا (۲۰۱۳)</p>	<p>ارتقای ارتباط با مراجعان، جواب به بازخوردهای نیازهای مراجعان، درک بهتر مراجعان، ارتقای خدمات عمومی کتابخانه، توصیف کتاب‌ها، مرجع مجازی، ابزار آموزش</p>	<p>فیس‌بوک، توییتر، فلیکر، بلاگ‌ها، یوتیوب، ویکی‌ها، مای اسپیس، لینکداین، پیام فوری، second life، RSS</p>
<p>عاریف، محمود (۲۰۱۰)</p>	<p>خدمات کتابخانه، ارتباطات شخصی، پیام‌های فوری، اضافه کردن پست یا پیام، اشتراک اطلاعات با دیگران، ایجاد پروفایل، ارسال پیام، برچسب زدن و دسترسی به محتوای دیگران، همکاری با دیگران در سطحی بالاتر، دسترسی به نشانی کتاب‌ها، چت کردن، دسترسی به اطلاعات کتابخانه، دسترسی به نیازهای کتابخانه، سفارش برای کتاب، بررسی پایگاه‌های اطلاعاتی</p>	<p>بلاگ‌ها، ویکی‌ها، RSS، پیام فوری، شبکه‌های اجتماعی، پادکست، گروه‌های الکترونیکی، Delicious، مای اسپیس</p>
<p>کان چوا، لیان گو، سیان لی (۹)</p>	<p>بالا بردن مهارت‌ها با خدمات کتابخانه، دسترسی هم‌زمان به کتابداران، اطلاع از پست‌های جدید، تغییر نیازها و رفتار کاربران و کتابداران، همکاری با قابلیت استفاده بودن OPAC، بهبود بهره‌برداری از موجودی کتابخانه</p>	<p>RSS، پیام فوری، ویکی، شبکه‌های اجتماعی، تگ زدن، بلاگ‌ها</p>
<p>باونتوری، گیناکوپولوس (۲۰۱۴)</p>	<p>حوادث، گزارش‌ها، اخبار، سواد اطلاعاتی برای کاربران، ارتباط مستقیم با خدمات، بهبود خدمات عمومی، بهبود روابط عمومی، خدمات آرشیوی</p>	<p>فیس‌بوک، یوتیوب، بلاگ‌ها، توییتر، ویکی‌ها، فلیکر، تامبلر</p>

<p>پیام فوری، بلاگ‌ها، RSS، بوک مارکینگ، ویکی‌ها، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پادکست، فیس‌بوک، مای اسپیس،</p>	<p>تقاضای چت با کتابدار، برچسب زدن، خرد جمعی، همکاری مشارکتی، عناصر وب ۲،۰ مانند: (آزاد بودن، تعاملی بودن، همگرا بودن، مشارکتی بودن، همکاری داشتن)، چندرسانه‌ای بودن، کاربرپسند بودن، نوآوری اشتراکی، کاربر ۲،۰، اطلاعات ۲،۰ کتابدار ۲،۰</p>	<p>زو (۲۰۰۷)</p>
<p>فیس‌بوک، ویکی، بلاگ، RSS، توئیتر، لینکدین، اسلایدشیر، یوتیوب، مای اسپیس، فلیکر، BlipTv</p>	<p>دسترسی گسترده به اطلاعات و دانش، کم بودن هزینه پخش اطلاعات، امکانات سریع برای دسترسی به اطلاعات، دسترسی آسان به بروز رسانی اطلاعات و خدمات، بالا بردن تعاملات بین کاربران و کتابداران، فرایند آسان ارتباطات و بازخورد، به دست آوردن خدمات کتابخانه، ایجاد فرهنگ اشتراک اطلاعات، تقویت خدمات اطلاعاتی، شرکت در مدیریت کتابخانه، اختیار دادن به شرکت کاربر در محتوای کتابخانه، ایجاد محیط باصفای کتابخانه</p>	<p>کوانیا، استیل ول، آندروود (۲۰۱۲)</p>
<p>ایمیل گروهی (گروه بحث)، پیام فوری، ویکی‌ها، شبکه‌های اجتماعی، بلاگ‌ها، بوک مارک‌های اجتماعی، اشتراک ویدئو، اشتراک تصاویر، RSS، میکرو بلاگ‌ها،</p>	<p>در ۲،۰ خدمات کتابخانه، ارتقای کاربردهای وب ۲،۰ در کتابخانه‌ها، ارائه بهتر خدمات، خدمات مرجع مجازی، اشاعه اطلاعات گزینشی، نیاز به یادگیری استفاده از ابزارهای وب ۲،۰، آموزش نیروی انسانی، اشتراک ویدئو، اشتراک تصاویر</p>	<p>الرحمن، شفیق (۲۰۱۱)</p>
<p>سایت‌های شبکه اجتماعی، پیام فوری، RSS، اشتراک ویدئو، میکرو بلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها، بوک مارکینگ‌های اجتماعی، بلاگ‌ها، اشتراک عکس‌ها</p>	<p>خدمات مرجع، خدمات گردش منابع (امانت)، اشتراک OPAC، اخبار کتابخانه، منابع الکترونیکی، موضوعات راهنما، دسترسی و استفاده از اطلاعات، بیشتر کردن تحویل خدمات به کاربران</p>	<p>اکریوا، پنژورن، هولمنر (۲۰۱۴)</p>
<p>فیس‌بوک، مای اسپیس، ناینگ، توئیتر، ویکی‌ها، بلاگ‌ها، لینکدین، یوتیوب، فلیکر، Library Thing</p>	<p>بازاریابی خدمات کتابخانه، خدمات مرجع، پلت فرمی برای دسترسی آزاد به دانش، اشتراکی بودن، انعطاف‌پذیر بودن، آموزشی بودن، همکارانه بودن، جذاب بودن، ارائه خدمات عمومی، پرسش از کتابدار، سهم شدن در فعالیت‌های مرجع.</p>	<p>نوگوانی، ایگیس (۲۰۱۲)</p>
<p>فیس‌بوک، توئیتر، بلاگ‌ها، یوتیوب، فلیکر، Pinterest</p>	<p>توسعه خدمات، انواع پست‌ها، اشاعه اطلاعات، اشتراک اطلاعات، اشتراک اطلاعات برای اشتغال،</p>	<p>اسماتون، داویس (۲۰۱۴)</p>

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۳۹

	<p>تعهد کاری، خدمات مرجع فیزیکی و مجازی، تفسیر (نظرسنجی)، توسعه مجموعه مجازی، روشی برای شناسایی منابع مجموعه کتابخانه، ایجاد ارتباط و پست‌های تصویری.</p>	
<p>بلاگ‌ها، میکروبلاگ‌ها، پیام فوری، چند رسانه‌ای‌ها، سایت‌های رسانه‌های اشتراکی، ویدئوکست‌ها و پادکست‌ها، شبکه‌های اجتماعی، RSS، بوک مارکینگ‌های اجتماعی، تگ زدن، ویدئوکنفرانس‌های آنلاین، ویکی‌ها</p>	<p>ارتقای خدمات و منابع اطلاعاتی، گزارش‌ها و اطلاعات موردهای انجمن‌های دانشگاهی، یکپارچه شدن متون، تصاویر، اخبار، محتوا، ویدئوها، کاوش بیشتر در پایگاه‌های اطلاعاتی و اوپن‌های کتابخانه‌ها و راهنماهای پژوهش‌ها، امانت بین‌کتابخانه‌ای و تحویل مدرک، فراهم کردن روشی برای امانت منابع چاپی مانند کتاب، مقاله و ... ارسال اطلاعات درباره کتابخانه، ارسال اخطار برای مراجعان، ایجاد خدمات جدید و انتقال خدمات سنتی، سفارشی کردن و شخصی کردن و اشتراکی کردن کتابخانه، ایجاد تعاملات زنده</p>	<p>البلاگ، کیم (۲۰۱۴)</p>
<p>RSS، ویکی، بلاگ، پادکست، وادکست، بوک مارکینگ اجتماعی، تگ زدن، پیام فوری، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی</p>	<p>ایجاد پیوند برای صفحه‌های خانگی کتابخانه، اشتراک تصاویر، بازاریابی خدمات کتابخانه، اشتراک اطلاعات درباره منابع کتابخانه، ارائه خدمات مرجع، اطلاعات عمومی، نقد و بررسی کتاب‌ها، سواد اطلاعاتی، لیستی از کتاب‌های جدید، لیستی از پایگاه‌های اطلاعاتی مجلات و منابع الکترونیکی جدید، ساعت کاری و تعطیلی، اخبار و حوادث عمومی، اخبار جدید، اخبار دانشگاه، اطلاعیه‌هایی درباره کارگاه‌ها و نمایشگاه‌ها، آموزش کتابخانه، راهنمای استفاده از منابع الکترونیکی، راهنمای دسترسی به فهرست‌ها، راهنمای دسترسی به منابع الکترونیکی، مصاحبه‌ها، سخنرانی‌ها، مهارت‌های جستجوی عمومی، تورهای آشنایی با کتابخانه</p>	<p>بواتون، کوان لئو (۲۰۱۴)</p>
<p>RSS، بلاگ، ویکی، پادکست، وادکست، تگ زدن، پیام فوری، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، بوک</p>	<p>اخبار کتابخانه، اخبار حوادث، اعلامیه‌ها، راهنمای موضوعی، خیرنامه کتابخانه، رویدادهای تازه، تعاملات بین افراد، پیام متنی، پیام‌های چندرسانه‌ای،</p>	<p>هارین آرایانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)</p>

ارتباطات آنلاین بلادرنگ، خدمات مرجع آنلاین، فوری، اشتراک ویدئو، جستجوی فهرست کتابخانه، اشتراک عکس، برچسب‌زنی، همکاری و مشارکت	مارکینگ اجتماعی، فلیکر، فیس‌بوک، مای اسپیس، یوتیوب، لینکداین،
ارتقای شبکه‌های اشتراک، ارتباط، همکاری و ایجاد با دیگر کتابداران و کاربران، بهبود کمی و کیفی کارها، اشتراک عکس، آخرین اخبار و رویدادها، اطلاعیه‌ها، آخرین بروز رسانی، آخرین مجموعه	فیس‌بوک، توییتر، RSS، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، یوتیوب، پادکست، فلیکر،
اخبار و رویدادهای کتابخانه، خدمات مرجع آنلاین، اشتراک تصاویر و ویدئوها، مشارکت و همکاری، آموزش استفاده از منابع، برچسب‌زنی و بوک مارکینگ اجتماعی، ارائه خدمات و ارتباطات کاربران با کتابخانه، اخبار و رویدادهای کتابخانه، بازاریابی و اهمیت خدمات کتابخانه، اخبار تازه‌های کتابخانه، اخبار مرتبط با مجموعه کتابخانه، اخبار فعالیت‌های کتابخانه، اشتراک ویدئو، پست گذاری، اشتراک ویدئوکفرانس‌ها و کارگاه‌ها، ارتقای خدمات، مجموعه و منابع.	فیس‌بوک، فلیکر، یوتیوب، پیام فوری، بلاگ‌ها، ویکی‌ها، RSS، پادکست، بوک مارکینگ اجتماعی، توییتر

در ادامه دو جدول یادشده برای شناسایی بهتر کاربردهای اصلی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، آن‌ها در جدولی مجزا (جدول ۴) نشان داده شده‌اند. همان‌طور که در جدول نمایان است اصلی‌ترین کاربردهای رسانه‌ها در این پژوهش پس از ادغام کاربردها، به سیزده کاربرد اصلی رسید که تا حد زیادی در پژوهش‌های محققان به آن‌ها اشاره شده بود. به نظر می‌رسد کاربردهای ذکرشده در جدول ۴ نمایانگر کاربردهایی است که انتظار می‌رود در استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی جزء کاربردهای کتابخانه‌ها باشند.

جدول ۴ - کاربردهای اصلی (بعد از ادغام آن‌ها) در پژوهش‌های نویسندگان

ردیف	کاربردهای اصلی	نویسندگان
۱	اخبار و رویدادهای کتابخانه	بارو، ابیاگب، گودفری (۲۰۱۳)، هازیدا، موه‌د اسماعیل (۲۰۱۳)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)، بوآتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، لوبلانک، کیم (۲۰۱۴)، اگریوا، پنژورن، هولمنر (۲۰۱۴)، باونتوری، گیناکوپولوس (۲۰۱۴)، فایندر (۲۰۱۲)، کولین، کوان هاس (۲۰۱۲)، گرولیموس، کونستا (۲۰۱۱)، هانسن، نولان، ویتتر (۲۰۱۲)، نستا، می (۲۰۱۰)، دل باسکو، لایف، اسکارل (۲۰۱۲)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، آهارونی (۲۰۱۲)، ساچز، اکل، لانگن (۲۰۱۱)، چو، دوو (۲۰۱۳)، احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، کبد (۲۰۱۴)، فیلیپس (۲۰۱۱)، لین (۲۰۰۸)، زی، استونسون (۲۰۱۴)
۲	اشتراک‌گذاری (اطلاعات، دانش، پست‌ها، عکس‌ها، ویدئوها، تصاویر، صداها و ...)	فیلیپس (۲۰۱۱)، کبد (۲۰۱۴)، احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، چو، دوو (۲۰۱۳)، چن، چو، زو (۲۰۱۲)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، هانسن، نولان، ویتتر (۲۰۱۲)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، دو توییت، ملاتینینگ سیه (۲۰۱۳)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، زو (۲۰۰۷)، کوانیا، استیل ول، آندروود (۲۰۱۲)، اگریوا، پنژورن، هولمنر (۲۰۱۴)، نوگوانزی، ایگویس (۲۰۱۲)، اسماتون، داویس (۲۰۱۴)، البلانک، کیم (۲۰۱۴)، بوآتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)، هازیدا، موه‌د اسماعیل (۲۰۱۳)، بارو، ابیاگب، گودفری (۲۰۱۳)، الرحمن، شفیق (۲۰۱۱)، کیم، سین، تسای (۲۰۱۴)
۳	جستجوی منابع و دسترسی به منابع و اطلاعات کتابخانه	احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، آهارونی (۲۰۱۲)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، کیم، سین، تسای (۲۰۱۴)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، چوا، گو، سیان، لی (۲۰۰۸)، کوانیا، استیل ول، آندروود (۲۰۱۲)، اگریوا، پنژورن، هولمنر (۲۰۱۴)، نوگوانزی، ایگویس (۲۰۱۲)، بوآتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)

<p>زی، استونسون (۲۰۱۴)، رابینسون (۲۰۰۷)، فیلیپس (۲۰۱۱)، بی (۲۰۱۴)، پالمر، استوارت (۲۰۱۴)، چو، دوو (۲۰۱۳)، ساچز، اکل، لانگن (۲۰۱۱)، آهارونی (۲۰۱۲)، چن، چو، زو (۲۰۱۲)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، ظهوریان-فولادی، آبریزاه، (۲۰۱۴)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، باسکو، لایف، اسکارل (۲۰۱۲)، نستا، می (۲۰۱۰)، گرولیموس، کونستا (۲۰۱۱)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، ایاه، کوماه (۲۰۱۱)، دو توییت، ملاتینینگ سیه (۲۰۱۳)، موندا (۲۰۱۴)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، زو (۲۰۰۷)، کوانیا، استیل ول، آندروود (۲۰۱۲)، اسماتون، داویس (۲۰۱۴)، البلانک، کیم (۲۰۱۴)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)</p>	<p>تعاملات و ارتباطات بین کتابداران و کاربران</p>	<p>۴</p>
<p>لین (۲۰۰۸)، فیلیپس (۲۰۱۱)، کبد (۲۰۱۴)، پالمر، استوارت (۲۰۱۴)، چو، دوو (۲۰۱۳)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، باسکو، لایف، اسکارل (۲۰۱۲)، گرولیموس، کونستا (۲۰۱۱)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، کولین، کوان هاس (۲۰۱۲)، دو توییت، ملاتینینگ سیه (۲۰۱۳)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، بوتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)</p>	<p>پیام‌های فوری، آگهی‌ها، اعلامیه‌ها</p>	<p>۵</p>
<p>رابینسون (۲۰۰۷)، احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، بی (۲۰۱۴)، چو، دوو (۲۰۱۳)، ساچز، اکل، لانگن (۲۰۱۱)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، موندا (۲۰۱۴)، چو، گو، سیان، لی (۲۰۰۸)، باونتوری، گیناکوپولوس (۲۰۱۴)، الرحمن، شفیق (۲۰۱۱)، نوگوازی، ایگویس (۲۰۱۲)، اسماتون، داویس (۲۰۱۴)، البلانک، کیم (۲۰۱۴)، بوتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، هازیدا، موهده اسماعیل (۲۰۱۳)، بارو، ابیاگب، گودفری (۲۰۱۳)</p>	<p>بازاریابی، ارتقاء، بهبود، تسهیل و تسریع خدمات کتابخانه‌ای</p>	<p>۶</p>
<p>زی، استونسون (۲۰۱۴)، کبد (۲۰۱۴)، چو، دوو (۲۰۱۳)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، هانسن، نولان، ویتتر (۲۰۱۲)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، دو توییت، ملاتینینگ سیه (۲۰۱۳)، موندا (۲۰۱۴)، الرحمن، شفیق (۲۰۱۱)، اکریوا، پنژورن، هولمر (۲۰۱۴)، نوگوازی، ایگویس (۲۰۱۲)، البلانک، کیم (۲۰۱۴)، بوتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)، بارو، ابیاگب، گودفری (۲۰۱۳)</p>	<p>آموزش کاربران و راهنمای کاربران</p>	<p>۷</p>

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های ... ۳۴۳

<p>احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، کبد (۲۰۱۴)، محمود، ریچاردسون جی آر. (۲۰۱۱)، باسکو، لایف، اسکارل (۲۰۱۲)، ایاه، کوماه (۲۰۱۱)، موندا (۲۰۱۳)، الرحمن، شفیق (۲۰۱۱)، اکریوا، پنژورن، هولمنر (۲۰۱۴)، نوگوازی، ایگویس (۲۰۱۲)، اسماتون، داویس (۲۰۱۴)، بوتون، کوان لئو (۲۰۱۴)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)، بارو، ایباگب، گودفری (۲۰۱۳)، کیم، سین، تسای (۲۰۱۴)، ظهوریان-فولادی، آبریزاه، (۲۰۱۴)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)</p>	<p>برآوردن نیازهای اطلاعاتی و خدمات مرجع آنلاین</p>	<p>۸</p>
<p>تاندی لوگا (۲۰۱۴)، نستا، می (۲۰۱۰)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، زو (۲۰۰۷)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)، بارو، ایباگب، گودفری (۲۰۱۳)</p>	<p>تگ زنی یا برچسب گذاشتن</p>	<p>۹</p>
<p>احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، چوا، گو، سیان، لی (۲۰۰۸)، زو (۲۰۰۷)، نوگوازی، ایگویس (۲۰۱۲)، هارین آریانا، واسانتا راجو (۲۰۱۰)، هازیدا، موهده اسماعیل (۲۰۱۳)، بارو، ایباگب، گودفری (۲۰۱۳)</p>	<p>همکاری و مشارکت</p>	<p>۱۰</p>
<p>احمدخان، روبینا، (۲۰۱۲)، ظهوریان-فولادی، آبریزاه، (۲۰۱۴)، آهارونی (۲۰۱۲)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، تاراد، ساین (۲۰۱۴)، الرحمن، شفیق (۲۰۱۱)</p>	<p>ایجاد گروه‌های بحث و مذاکرات</p>	<p>۱۱</p>
<p>پالمر، استوارت (۲۰۱۴)، نستا، می (۲۰۱۰)، عاریف، محمود (۲۰۱۰)، چوا، گو، سیان، لی (۲۰۰۸)، اسماتون، داویس (۲۰۱۴)، بارو، ایباگب، گودفری (۲۰۱۳)</p>	<p>نظرسنجی‌ها و کامنت‌ها (تفسیر)، پست</p>	<p>۱۲</p>
<p>ساجز، اکل، لانگن (۲۰۱۱)، تاندی لوگا (۲۰۱۴)، نستا، می (۲۰۱۰)، ایاه، کوماه (۲۰۱۱)</p>	<p>ارتباط با دوستان</p>	<p>۱۳</p>

بحث و نتیجه‌گیری

سؤال اول: کدام رسانه اجتماعی بیشترین کاربرد را در کتابخانه‌های دانشگاهی به خود اختصاص داده است؟

رسانه‌های اجتماعی که می‌توان گفت با وب ۲,۰ کار خود را آغاز نموده‌اند، امروزه مهم‌ترین پدیده در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به شمار می‌روند. مطابق با یافته‌ها و نتایج پژوهش‌ها، برخی از رسانه‌های اجتماعی نیز جایگاه برجسته‌ای را برای خود در کتابخانه‌ها پیدا نموده‌اند و کاربرد بیشتری نیز نسبت به بقیه دارند و می‌توان گفت که آن‌ها همان رسانه‌های اجتماعی عامه‌پسند، کاربرپسند و نام‌آشنایی هستند که کاربردهای مختلفی در عرصه‌های دیگر زندگی روزمره افراد، علاوه بر بحث دانش، اطلاعات و مطالعه، نیز دارند مانند: فیس‌بوک، توییتر، لینکدین و سایر رسانه‌های اجتماعی عمومی‌تر. به عبارت دیگر افرادی که از خدمات آنلاین کتابخانه‌های دانشگاهی استفاده می‌نمایند نیز بیشتر با استفاده از رسانه‌های اجتماعی عمومی‌تر و عام‌تر به دلیل سهولت کار و ارتباط با آن تمایل بیشتری نشان می‌دهند. پژوهشگران در مقالات خود نیز به این رسانه‌ها که کاربردی‌ترین رسانه‌های اجتماعی هستند، اشاره نموده بودند، اما آنچه باید متذکر شد این است که با توجه به پیدایش روزافزون رسانه‌های اجتماعی دیگر، نمی‌توان با قطعیت اظهار داشت که تنها این رسانه‌های معرفی شده بیشترین کاربرد را دارند بلکه رسانه‌های دیگری نیز هستند که احتمالاً در آینده کاربرد بیشتر و بهتری در کتابخانه‌ها خواهند داشت، که در این مقالات به آن‌ها اشاره‌ای نشده است. پس در کل آنچه باید مدنظر کتابخانه‌های دانشگاهی باشد این نکته است که برای ارائه بهتر و آسان‌تر خدمات به کاربران خود با توجه به فن‌آوری‌های نوین و رسانه‌های جدید، لازم است که شناخت کافی نسبت به این رسانه‌ها داشته باشند و به دنبال رسانه‌هایی باشند که به وسیله آن‌ها بتوانند کارایی کتابخانه‌های خود را بالا برده و خدمات خود را به نحو احسن ارائه نمایند.

سؤال دوم: چه کاربردهایی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی

دارند؟

در ارتباط با کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی باید متذکر شد که تا حدود زیادی همه موارد مورد مطالعه در این پژوهش (کاربردها) مدنظر کتابخانه‌ها بوده است، با این وجود بیشترین استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها به سمت اشتراک اطلاعات، ارتباط با کاربران و اشتراک دانش، آموزش، برآوردن نیازهای کاربران و ... گرایش دارد، که این را می‌توان یک دیدگاه مثبت نسبت به رسانه‌های اجتماعی دانست. بدین معنی که در صورت وجود رسانه‌های اجتماعی مختلف در کتابخانه‌های دانشگاهی و عدم محدودیت در استفاده از آن‌ها، کتابخانه‌ها کاربردهای آن‌ها را به‌خوبی خواهند داشت. پس به‌طور کلی می‌توان اظهار داشت که مقالاتی که در زمینه کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی به آن‌ها استناد و اشاره شده است نمی‌توانند کامل و کافی باشند و برای تحقیقات بعدی در آینده می‌توان در این زمینه بیشتر بررسی یا پژوهش نمود. در حال حاضر کاربرد رسانه‌های اجتماعی به میزان زیادی به کاربرد اصلی آن‌ها در کتابخانه‌ها نزدیک است و تا حدودی نویسندگان، در مقالات خود به کاربردهای اصلی آن‌ها نیز اشاره نموده‌اند. و بیشتر کاربردهایی که می‌توان از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی انتظار داشت، در مقالات بررسی شده به آن‌ها اشاره شده است. گرچه این مطلب نمی‌تواند قطعیت داشته باشد و این که تصور کرد که کاربرد مطلوب و بهینه‌ای با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها صورت گرفته و یا می‌گیرد، و یا به‌غیر از این کاربردها، کاربرد دیگری در استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیست. اما به‌رحال آنچه که در این پژوهش و یافته‌های آن نشان داده شد حاکی از عملکرد رضایت‌بخش رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها است.

پیشنهادها

رسانه‌های اجتماعی همواره در کتابخانه‌ها ابزارهای ارتباطی بین کتابداران و کاربران بوده و هستند و خواهند بود که می‌توان به‌وسیله آن‌ها سؤالات و درخواست‌های مختلف را به‌راحتی پاسخگو بود بنابراین چند پیشنهاد در به‌کارگیری بیشتر این رسانه‌ها توصیه می‌گردد:

- در اولین مرحله لازم است که کتابخانه‌های دانشگاهی سیاست‌های خود را نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی تغییر دهند و با دیدی باز و مثبت به رسانه‌های اجتماعی که می‌توانند کاربرد علمی داشته باشند، بنگرند.

- کتابخانه‌های دانشگاهی در مرحله بعد لازم است که به شناسایی رسانه‌های اجتماعی بپردازند و به دنبال رسانه‌های اجتماعی که کاربرد بیشتری در کتابخانه‌ها دارند، باشند.

- با توجه به این که رسانه‌های اجتماعی در حال پیشرفت و توسعه هستند کتابخانه‌های دانشگاهی سعی نمایند که برای توسعه خدمات، ارائه بهتر خدمات و ارتباط بیشتر با کاربران خود، مهم‌ترین، کاربر پسندترین و بهترین آن‌ها را به‌کارگیرند.

- کتابداران و مدیران کتابخانه‌ها، آموزش و یادگیری استفاده از رسانه‌های اجتماعی و ابزارهای آن‌ها را در کتابخانه‌ها تقویت نمایند.

- به زیرساخت‌های فناوری و اینترنت در کتابخانه‌ها توجه بیشتری شود تا از تجهیزاتی که در ارائه بهتر خدمات در این سیر وجود دارند بیشتر استفاده شود.

منابع

- Aharony, Noa (2009). The influence of LIS students' personality characteristics on their perceptions towards Web 2.0 use. *Journal Of Librarianship And Information Science*, 41(4), 227-242.

- Aharony, Noa. (2009). Web 2.0 use by librarians. *Library & Information Science Research*, **31**(1), 29-37.
- Aharony, Noa. (2011). Web 2.0 in the professional LIS literature: An exploratory analysis. *Journal of Librarianship and Information Science*, **43**(1), 3-13.
- Aharony, Noa (2012). Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *Aslib Proceedings*, **64** (4), 358 - 372.
- Ahmad Khan, Shakeel and Bhatti, Rubina. (2012). Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. *Webology*, **9**. Retrieved from <http://www.webology.org/2012/v9n1/a93.html>
- Akeriwa, Miriam; Penzhorn, Cecilia and Holmner, Marlene (2014). Using mobile technologies for social media based library services at the University of Development Studies Library, Ghana. *Information Development*, 1-10. Retrieved from: <http://idv.sagepub.com/content/early/2014/01/08/0266666913515898.full.pdf+html>
- Alonge, Ayodele John (2012). Social Media in Library and Information Centres *Library and Information Science in Developing Countries: Contemporary Issues* (pp. 293-295): IGI Global.
- Anunob, Chinwe V. and Ogbonna, Andrew U. (2012). Web 2.0 Use by Librarians in a State in Nigeria. **2**(5), 57-66.
- Arif, Muhammad and Khalid Mahmood (2012). The changing role of librarians in the digital world: Adoption of Web 2.0 technologies by Pakistani librarians. *The Electronic Library*, **30**(4), 469 - 479.

- Ayiah, Efua Mansa and Kumah, Cynthia Henewaa (2011). Social Networking: a tool to use for effective service delivery to clients African libraries. Retrieved from <http://conference.ifla.org/ifla77>
- Baro, Emmanuel E., Ebiagbe, Ebiere Joyce and Godfrey, Vera Zacheaus (2013). Web 2.0 tools usage: a comparative study of librarians in university libraries in Nigeria and South Africa. *Library Hi Tech News*, **30**(5), 10 - 20.
- Bennett, James; Owers, Mark; Pitt, Michael and Tucker, Matthew (2010). Workplace impact of social networking. *Property Management*, **28**(3), 138 - 148.
- Boateng, Frank and Quan Liu, Yan. (2014). Web 2.0 applications' usage and trends in top US academic libraries. *Library Hi Tech*, **32**(1), 120 - 138.
- Bosque, Darcy Del; Leif, Sam A. and Skarl, Susie. (2012). Libraries atwitter: trends in academic library tweeting. *Reference Services Review*, **40** (2), 199 - 213.
- Bountouria, Lina and Georgios Giannakopoulou. (2014). The Use of Social Media in Archives. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, **147** 510 - 517.
- Chen, Dora Yu-Ting; Chu, Samuel Kai-Wah and Xu, Shu-Qin. (2012). How Do Libraries Use Social Networking Sites to Interact with Users. *ASIST*. Retrieved from <https://www.asis.org/asist2012/proceedings/Submissions/85.pdf>
- Chu, S.K.W. & Du, H.. (2013). Social Networking Tools for Academic Libraries. *Journal of Librarianship & Information Science*, **45**(1), 64-75.

- Chua, Alton Yeow Kuan; Goh, Dion Hoe-Lian and Lee, Chei Sian. (2008). The Prevalence and Use of Web 2.0 in Libraries. *CADL, LNCSI, 5362*, 22-30.
- Collins, Gary and Quan-Hasse, Anabel (2013). Social media and academic libraries: current trends and future challenges. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology, 49*(1), 1-4.
- Del Bosque, Darcy, Leif, Sam A. and Skarl, Susie (2012). Libraries atwitter: trends in academic library tweeting. *Reference Services Review, 40*(2), 199 - 213.
- Dickson, Andrea and Holley, Robert P. (2010). Social networking in academic libraries: the possibilities and the concerns. *New Library World, 111*(11/12), 468 - 479.
- Dora, Mallikarjun and Maharana, Bulu (2008). A-Lib 2.0: New Avatar Academic Libraries with Web 2.0 Applications In *ternational CALIBER* (pp. 469-476): University of Allahabad.
- du Toit, Karen and Mulatiningsih, Bekt. (2013). Social media for libraries, In *Information & Library Management Africa*, Johannesburg, South Africa. Retrieved from:
<http://www.slideshare.net/karendtoit/social-media-for-libraries-karen-du-toit-2692013>
- Ellyssa, Kroski. (2007). The Social Tools of Web 2.0: Opportunities for Academic Libraries. *Choice, 44*(12), 2011-2021.
- Evgenia, Vassilakaki and Emmanouel, Garoufallou (2014). The impact of Facebook on libraries and librarians: a review of the literature. *Program: electronic library and information systems, 48*(3), 226 - 245.

- Ezeani, Chinwe Nwogo and Igwesi, Uzoamaka. (2012). Using Social Media for Dynamic Library Service Delivery: Th Nigeria Experience. *Library Philosophy and Practice*, **814**. Retrieved from <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/814>
- Fernandez, Joe. (2009). A SWOT Analysis for Social Media in Libraries. *Library Staff Publications*, **7**. Retrieved from http://digitalcommons.library.umaine.edu/lib_staffpub/7
- Fiander, David J. (2012). Social Media for Academic Libraries. *FIMS Library and Information Science Publications*, **27**. Retrieved from <http://ir.lib.uwo.ca/fimspub/27>
- Gardois, Paolo, Colombi, Nicoletta, Grillo, Gaetano and Villanacci, Maria C. (2012). Implementation of Web 2.0 services in academic, medical and research libraries: a scoping review. *Health Information and Libraries Journal*, **29**, 90-109.
- Garofalo, by Denise. (2013). Case studies of academic libraries and social media networking *Building Communities* (pp. 51-80): Chandos Publishing; Elsevier Science.
- Gerolimos, Michalis and Konsta, Rania. (2011). Services for Academic Libraries in the New Era. *D-Lib Magazine*, **17**(7/8). Retrieved from <http://www.dlib.org/dlib/july11/gerolimos/07gerolimos.html>
- Grace, Tay Pei Lyn. (2009). Wikis as a knowledge management tool. *journal of nowledge management* **13**(4), 64-74.
- Gross, Julia and Leslie, Lyn. (2008). Twenty-three steps to learning Web 2.0 technologies in an academic library. *The Electronic Library*, **26**(6), 790-802.

- Gu, Feng and Widén-Wulff, Gunilla. (2011). Scholarly communication and possible changes in the context of social media *The Electronic Library* **29**(6), 762 - 776.
- Hall, Hazel (2011). Relationship and role transformations in social media environments. *The Electronic Library*, **29**(4), 421 - 428.
- Hansen, Kirsten; Nowlan, Gillian and Winter, Christina. (2012). Pinterest as a Tool: Applications in Academic Libraries and Higher Education. Partnership. *the Canadian Journal of Library and Information Practice and Research*, **7**(2), 1-11.
- Harinarayana, N.S. and Raju, N. Vasantha (2010). Web 2.0 features in university library web sites. *The Electronic Library*, **28**(1), 69 - 88.
- Hazidah, Awang Nor and Abidin, Mohd Ismail. (2013). Web 2.0 On Academic Libraries In Southeast Asia. *Proceedings of the IATUL Conferences*, **45**. Retrieved from:
<http://docs.lib.purdue.edu/iatul/2013/papers/45>
- Islam, Md. Anwarul, Kumar Agarwal, Naresh and Ikeda, Mitsuru (2014). Library adoption of knowledge management using Web 2.0: A new paradigm for libraries. *International Federation of Library Associations and Institutions*, **40**(4), 317-330.
- Kebede, H. Wordofa. (2014). Adoption of Web 2.0 in academic libraries of top African universities. *The Electronic Library*, **32**(2), 262 - 277.
- Kim, Kyung-Sun, Joanna Sin, Sei-Ching, Tsai, Tien-I. (2014). Individual Differences in Social Media Use for Information Seeking. *The Journal of Academic Librarianship* **40**, 171-178.
- Kim, Kyung-Sun; Sin, Sei-Ching Joanna and He, Yuqi(). Volume 50, Issue 1, pages (2013). Information Seeking through Social Media: Impact of User Characteristics on Social Media Use. *Proceedings of*

the American Society for Information Science and Technology,
50(1), 1-4.

- Kwanya, Tom, Stilwell, Christine and Underwood, Peter (2012). *The Application Of Web 2.0 Tools By Libraries In Kenya: A Reality Check*. Paper presented at the SCECSAL, Kenya.
- LeBlanc, Linda and Kim, Kay (Kwahng). (2014). Web 2.0 and Social Media: Applications for Academic Libraries. *Information Security and Computer Fraud*, **2**(2), 28-32.
- Linh, Nguyen Cuong. (2008). A survey of the application of Web 2.0 in Australasian university libraries. *Library Hi Tech*, **26**(4), 630 - 653.
- Mahmood, Khalid and Richardson Jr, John V. (2011). Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL library websites. *Program: electronic library and information systems*, **45**(4), 365 - 375.
- Mahmood, Khalid and Richardson Jr., John V. (2013). Impact of Web 2.0 technologies on academic libraries: a survey of ARL libraries. *The Electronic Library*, **31**(4), 508 - 520.
- Maness, J.. (2006). Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries. *Webology*, **3**(2). Retrieved from:
<http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>
- McManus, Brian. (2009). The Implications of Web 2.0 for Academic Libraries. *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*, **10**(3). Retrieved from:
http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v10n03/mcmanus_b01.html
- McManus, Brian. (2009). The Implications of Web 2.0 for Academic Libraries. *Electronic Journal of Academic and Special Librarianship*, **10**(3). Retrieved from:
http://southernlibrarianship.icaap.org/content/v10n03/mcmanus_b01.htmlb

- Milton, Constance L. (2014). Ethics and Social Media Nursing. *Science Quarterly*, 27(4), 283- 285.
- Monda, cosimo. (2014). Social media and library? Retrieved from www.eurolibnet.eu/
- Nesta, Frederick and Mi, Jia. (2011). Library 2.0 or Library III: returning to leadership. *Library Management*, 32(1/2), 85 - 97.
- Palmer, Stuart (2014). Characterizing University Library Use of Social Media: A Case Study of Twitter and Facebook from Australia. *The Journal of Academic Librarianship* 40(6), 611-619.
- Panahi, Sirous; Watson, Jason and Partridge, Helen. (2012). Social Media and Tacit Knowledge Sharing: Developing a Conceptual Model. *World Academy of Science, Engineering and Technology* 64. Retrieved from <http://eprints.qut.edu.au/50068/>
- Phillips, Nancy Kim (2011). Academic Library Use of Facebook: Building Relationships with Students. *The Journal of Academic Librarianship* 37(6), 512-522.
- Ramos, Marian S. and Abrigo, Christine M.. (2012). Reference 2.0 in action: an evaluation of the digital reference services in selected Philippine academic libraries. *Library Hi Tech News*, 29(1), 8 - 20.
- Rasmussen Neal, Diane (2012). chapter11: Social Media for Academic Libraries *Social Media for Academicsby*: Chandos Publishing; Elsevier Science.
- Robinson, Jillian E. (2007). A Study of Social Media Marketing in North Carolina Special Libraries: Deborah Barreau.
- Rogers, Curtis(): Deutscher bibliothekartag 2009 in (), Retrieved in 12 jun. 2015 from: (2009). *Scocial media, Libraries, and web 2.0: How american libraries are using new tools for public relations and to*

- attact new users.** Paper presented at the German library association annual conference, Erfurt. <http://www.slideshare.net/crr29061/social-media-libraries-and-web-20-how-american-libraries-are-using-new-tools-for-public-relations-and-to-attract-new-users>
- Romero, Nuria Lloret (2011). ROI. Measuring the social media return on investment in a library. *The Bottom Line*, **24**(1), 145 - 151.
 - Ruleman, Alice B.. (2012). Social media at the university: a demographic comparison. *New Library World*, **113**(7/8), 316 - 332.
 - Sachs, Dianna; Eckel, Edward J.; and Langan, Kathleen (2011). Striking a Balance: Effective Use of Facebook in an Academic Library. *Internet Reference Services Quarterly*, **16**(1/2), 35-54.
 - Sahoo, DiptiRanjan and Sharma, Dhara. (2014). Social Networking Tools for Library Services. *International Journal of Innovative Science, Engineering & Technology*, **2**(3), 702-714.
 - Scale, Mark-Shane (2008). Facebook as a social search engine and the implications for libraries in the twenty#first century. *Library Hi Tech*, **26**(4), 540 - 556.
 - Schrier, Robert A. (2011). Digital Librarianship & Social Media: the Digital Library as Conversation Facilitator. *D-Lib Magazine*, **17**(7/8).
 - Smeaton, Kathleen and Davis, Kate (2014). Using social media to create a participatory library service: an Australian study *Library and Information Research*, **38**(117), 54-76.
 - Stoeckel, Sheila and Sinkinson, Caroline. (2013). Current Applications in Academic Libraries and Higher Education. *Tips and Trends*. Retrieved from www.ala.org/acrl/.../2013summer.pdf
 - Tandi Lwoga, Edda (2014). Integrating Web 2.0 into an academic library in Tanzania. *The Electronic Library*, **32**(2), 183 - 202.

- Tandi Lwoga, Edda, & pp. (2014). Integrating Web 2.0 into an academic library in Tanzania. *The Electronic Library*, **32**(2), 183 - 202.
- Tarade, Rashmi S. and Singh, Nilu. (2014). Significance of Web 2.0 Technology and its Application in Academic Libraries. *International Journal of Computer Trends and Technology (IJCTT)*, **10**(5). Retrieved from <http://www.ijcttjournal.org>
- Tenopir, Carol, Volentine, Rachel and King, Donald W. (2013). Social media and scholarly reading. *Online Information Review*, **37**(2), 193 - 216.
- Ur Rehman, Ata and Shafique, Farzana. (2011). Use of Web 2.0 and Its Implications for Libraries: Perceptions of Information Professionals in Pakistan. *Library Philosophy and Practice*, **623**. Retrieved from <http://digitalcommons.unl.edu/libphilprac/623>
- Vanwynsberghe, Hadewijch, Boudry, Elke, Vanderlinde, Ruben and Verdegem Pieter. (2014). The librarian 2.0: Identifying a typology of librarians' social media literacy. *Journal of Librarianship and Information Science*, 1-11.
- Vanwynsberghe, Hadewijch; Boudry, Elke; Vanderlinde, Ruben and Verdegem, Pieter (2014). Experts as facilitators for the implementation of social media in the library? A social network approach. *Library Hi Tech*, **32**(3), 529 - 545.
- Wilson, David W. (2008). Monitoring technology trends with podcasts, RSS and Twitter. *Library Hi Tech News*, **25**(10), 8-12.
- Wu, Kerry (2013). Academic libraries in the age of MOOCs. *Reference Services Review*, **41**(3), 576 - 587.
- Xiang, Zheng and Gretzel, Ulrike. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, **31**, 179-188.

- Xie, Iris and Stevenson, Jennifer (2014). Social media application in digital libraries. *Online Information Review*, **38**(4), 502 – 523.
- Xu, Jianhua, Kang, Qi, Song, Zhiqiang and Peter Clarke, Christopher (2014). Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China. *The Journal of Academic Librarianship* **41**, 21-30.
- Yi, Zhixian (2014). Australian Academic Librarians' Perceptions of Effective Web 2.0 Tools Used to Market Services and Resources. *The Journal of Academic Librarianship*, **40**, 220-227.
- Zohoorian-Fooladi, Niusha. (2014). Academic librarians and their social media presence: a story of motivations and deterrents. *Information Development*, **30**(2), 159-171.

Archive of SID