

بررسی رویکردهای استفاده از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های

مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا

شیما مرادی صومعه‌سرایلی^۱، دلبر طایفه باقر^۲
 هیات علمی مرکز تحقیقات سیاست‌های علمی کشور
 آدرس پست الکترونیکی: shmoradi@gmail.com

^۱دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال
 آدرس پست الکترونیکی: tayefebagher@gmail.com

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با اهداف بررسی رویکردهای بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای و همچنین شناسایی پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا انجام شده است. روش: پژوهش مطالعه تطبیقی است. جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات، وبسایت کتابخانه‌های مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا، طبق سیاهه بررسی محقق ساخته‌ای بررسی شد. جامعه آماری پژوهش صد دانشگاه برتر دنیا است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار اس.پی.اس.اس و آمار توصیفی انجام شده است.

یافته‌ها: ۹۴/۵ درصد کتابخانه‌های مرکزی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. همچنین نتایج اهداف و رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که بیشترین کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها برای اشتراک‌گذاری کلیپ‌های ویدئویی، مصاحبه‌ها و فعالیت‌های کتابخانه (۹۳/۴) است. کاربردهای دیگر به ترتیب اشتراک اخبار و وقایع کتابخانه، اشتراک‌گذاری تصاویر کتابخانه و فراهم کردن پیوندهایی به صفحه اصلی وبسایت کتابخانه ۹۲/۳٪، آموزش سواد اطلاعاتی ۷۱/۴٪، عرضه خدمات مرجع ۳۹/۶٪ است.

نتیجه‌گیری: درصد بالای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های برتر دنیا، نشان می‌دهد که در این کتابخانه‌ها نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات کاربر محور و تعاملی به‌خوبی شناخته شده است و این کتابخانه‌ها از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در سطح وسیعی استفاده می‌کنند کلدواژه: شبکه‌های اجتماعی، کتابخانه‌های مرکزی، صد دانشگاه برتر جهان، قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی، وب ۲.۰، فیس-بوک، یوتیوب، گوگل بلاس، توئیتر، لینکدین، مای اسپیس

از نیمی از اجتماع ارتباط تنگاتنگ و دوسویه برقرار نمایند؛ که در اینجا به بعضی از اهداف و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی اشاره می‌کنیم:

- سازمان‌دهی انواع گروه‌های اجتماعی مجازی
- توسعه مشارکت‌های اجتماعی
- به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها توسط اعضا
- ایجاد محتوا توسط اعضا
- تبلیغات هدفمند اینترنتی [۳].

رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های مرتبط با آن، از جمله شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌های جدیدی برای کتابداران به وجود آورده است. در کتابخانه‌های دانشگاهی و دانشکده‌ای، ابزارهای شبکه‌های اجتماعی نمونه جدید و قدرتمندی از ارتباطات به شمار می‌آیند که بستر مناسبی برای به اشتراک‌گذاری دانش و زمینه مناسبی برای جلب توجه کارمندان و مراجعان کتابخانه فراهم می‌سازند. از این رو، کتابداران حرفه‌ای، با توجه به تغییرات فناوری و نوآوری‌های جدید در این حوزه، باید توانایی اجرای وظایف مختلف را داشته باشند. بدون شک، کتابخانه‌های آینده به دنبال کتابدارانی خواهند بود که دارای مهارت‌ها و توانایی‌های جدید ارتباطی در محیط‌های شبکه‌ای باشند [1].

۱- مقدمه و بیان مسئله

شبکه‌های اجتماعی یکی از ابزارهای بسیار بااهمیت وب ۲ هستند که در چند سال اخیر به‌صورت فزاینده‌ای در دنیای وب رشد کرده‌اند. درواقع می‌توان این‌گونه بیان کرد که شبکه‌های اجتماعی کامل‌ترین و مهم‌ترین ابزارهای وب ۲ هستند که به نوعی دربردارنده دیگر ابزارهای وب ۲ نیز می‌باشند. به‌وسیله شبکه‌های اجتماعی افراد می‌توانند در محیطی کاملاً مجازی و به کمک ابزارهایی که در وب ۲ فراهم شده است به اقسام گوناگون با یکدیگر به تعامل و تبادل اطلاعات بپردازند [۸]. شبکه‌های اجتماعی نسل جدیدی از وبسایت‌ها و زیرمجموعه‌ای از رسانه‌های اجتماعی می‌باشند که با قابلیت‌های وب ۲ مطرح شده‌اند [۲]. شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی هستند که ارتباطات افراد با اهداف مختلف را تسهیل می‌کنند. افراد از طریق شبکه‌های اجتماعی به دوستان جدید می‌پیوندند، ویدئوهای داغ می‌بینند، درباره موضوعات روز بحث کرده و یا درباره طرح‌های کاری خود به تبادل نظر می‌پردازند. این روزها تقریباً تمامی کاربران رایانه حسابی در شبکه‌های اجتماعی دارند تا جایی که برخی از این شبکه‌ها همچون فیس‌بوک توانسته‌اند به‌طور مستقیم یا بی‌واسطه با بیش

۳. شناسایی شبکه‌های اجتماعی پرکاربرد در کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا

۳- سوالات پژوهش

۱. چند درصد از کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟
۲. اهداف و رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در صد دانشگاه برتر دنیا چیست؟
۳. پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی در صد دانشگاه برتر دنیا چیست؟

۴- پیشینه پژوهش

در این زمینه پژوهش‌های در ایران و خارج از ایران صورت گرفته که در اینجا به پاره‌ای از مرتبط‌ترین و جدیدترین پژوهش‌های انجام شده در این حوزه اشاره می‌گردد.

عبد خدا و محمدی (۱۳۹۰) در پژوهشی به بررسی میزان آشنایی و استفاده کتابداران دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران از امکانات کاربردی تار جهان‌گستر (وب) در خدمات کتابخانه‌ای پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان آشنایی کتابداران با وب، به خصوص وب‌های نسل جدید و امکانات آن، پایین است. میزان استفاده کتابداران از وب جهت خدمت‌رسانی به مراجعین چشم‌گیر نیست. بیش از نیمی از کتابداران با امکانات معمول وب مانند مرورگرهای اینترنت، موتورهای جستجو و گروه‌های بحث آشنایی دارند، اما حدود ۳۴ درصد از آن‌ها (۱/۰۳) از ۳ در مقیاس لیکرت) با امکانات وب ۲ مانند یادکست، ویکی، آر.اس.اس و شبکه‌های اجتماعی آشنا هستند. در نهایت حدود ۴۱ درصد کتابداران از امکانات کاربردی وب‌های نسل جدید در سرویس‌دهی به کاربران کتابخانه‌ها استفاده می‌کردند [۴].

زارعی و بیات (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی کارایی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه موردی دانشگاه‌های دولتی تهران پرداختند داده‌ها و اطلاعات به‌دست‌آمده نشان داد که بسیاری از رسانه‌های اجتماعی جایگاه مناسبی در کتابخانه‌های دانشگاهی ندارند و از آن‌ها استفاده چندانی نمی‌شود و حتی برخی از کتابخانه‌ها نیز اطلاع چندانی از کاربرد آن‌ها ندارند [۵].

مطالعه "محمود و ریچاردسون" ^۷ در سال ۲۰۱۱ تحت عنوان کاربردی‌پذیری ابزارهای وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی آمریکا: بررسی وب‌سایت کتابخانه‌های دانشگاهی انجمن کتابخانه‌های تخصصی نشان داد که همه کتابخانه‌های مورد مطالعه به این نتیجه رسیده بودند که از انواع ابزارهای وب ۲ استفاده کنند. وبلاگ، میکرو بلاگ، آر.اس.اس، پیام‌رسان فوری، شبکه‌های اجتماعی، م‌س آپ، یادکست و ویدئوکست به‌طور وسیعی در کتابخانه‌ها پذیرفته شده بودند. در حالی که ویکی‌ها، اشتراک‌گذاری عکس‌ها، اشتراک‌گذاری اسلایدها، دی‌نای مجازی، شخصی‌سازی صفحات و موتورهای جستجوی عمودی کمترین استفاده را داشتند. کتابخانه‌ها این ابزارها را برای اشتراک اخبار، بازاریابی خدمات، ارائه آموزش سواد اطلاعاتی، ارائه اطلاعاتی در مورد منابع چاپی و دیجیتالی و بازخورد درخواست‌های کاربران به کار می‌بردند [2].

شبکه‌های اجتماعی زیادی در گستره وب وجود دارند که از آن میان تعدادی معروف شده و کاربران بیشتری را به خود جلب کردند که از جمله وی توان به توییتر^۱، یوتیوب، گوگل پلاس^{۱۱}، - مای اسپیس^{۱۱}، لینکدین^{۱۷} اشاره کرد در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گرفته‌اند

با توجه به آنچه که در خصوص شبکه‌های اجتماعی، اهداف، کاربردها و قابلیت‌های آن‌ها ذکر شد به جرات می‌توان گفت کتابخانه‌ها به عنوان نهادی اجتماعی با بهره‌گیری از این شبکه‌ها، می‌توانند نوعی قدرت ارتباطی برای خود رقم بزنند. کتابخانه‌ها می‌توانند با بهره‌برداری از این شبکه‌ها ارتباط و تعامل خوب و مؤثری را با کاربران خود ایجاد نمایند. پس می‌توان گفت شبکه‌های اجتماعی فرصت‌های جدیدی را برای کتابداران و کتابخانه‌ها ایجاد کرده‌اند. کتابخانه‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به مخاطبان خود نزدیک‌تر شده و از طریق آن‌ها به معرفی خدمات و منابع کتابخانه، اشتراک‌گذاری خدمات کتابخانه، بحث و تبادل اطلاعات و دانش و تعامل با کاربران بپردازند در این میان کتابخانه‌های دانشگاهی با توجه به سطح بالاتر امکانات خود، توانمندی و انتظارات کاربران جامعه کتابخانه و ماهیت پژوهشی و تحقیقاتی آن برای بهره‌گیری از این رسانه‌های اجتماعی از جایگاه و اهمیت بیشتری برخوردار هستند؛ اما این امر مستلزم شناخت انواع شبکه‌های اجتماعی، آشنایی با رویکردهای استفاده و نقش آن‌ها در توسعه و ارتقای خدمات کتابخانه‌ای به کاربران است. با بررسی وضعیت موجود کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و نتایج پژوهش‌های دانشگاهی انجام گرفته در زمینه آشنایی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی با ابزارهای وب ۲ و کاربرد آن‌ها در کتابخانه‌ها (عبد خدا، ۱۳۹۰؛ صرف زاده؛ ۱۳۹۲، زارعی و بیات، ۱۳۹۴) این‌گونه استنباط می‌شود که آشنایی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی ایران با شبکه‌های اجتماعی کم بوده و کتابخانه‌های دانشگاهی ایران در به‌کارگیری این فناوری موفق نبوده‌اند.

از طرفی مطالعه نتایج پژوهش‌های انجام شده در دنیا به‌ویژه کشورهای پیشرفته (بوتینگ و گوان لیو، ۲۰۱۴؛ محمود و ریچاردسون، ۲۰۱۱؛ بارو، ادور و ساندری، ۲۰۱۴؛ پالمز، ۲۰۱۴) حاکی از آن است که در این کشورها فناوری‌های وب ۲ و شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها برای اهداف مختلفی به کار می‌رود و نسبت به کتابخانه‌های دانشگاهی ایران از این نظر در وضعیت مطلوب‌تری قرار دارند. لذا در این پژوهش تلاش شده است شبکه‌های اجتماعی پرکاربرد در صد کتابخانه دانشگاهی برتر جهان شناسایی و رویکردهای استفاده از آن‌ها در ارائه خدمات کتابخانه‌ای بررسی شود. نتایج پژوهش علاوه بر فراهم آوردن امکان شناخت و آشنایی کتابخانه‌ها و کتابداران با شبکه‌های اجتماعی و اهداف و رویکردهای استفاده از آن‌ها در ارائه خدمات کتابخانه‌ای، زمینه مساعدی برای مدیران جهت برنامه‌ریزی در استفاده از این ابزارهای اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای بر اساس نیازهای کتابخانه فراهم می‌کند.

۲- اهداف پژوهش

۱. تعیین درصد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا
۲. بررسی اهداف و رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا

مطالعات "بارو، ادور و ساندی" در سال ۲۰۱۴ تحت عنوان ابزارهای وب ۲: بررسی آگاهی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی آفریقا نشان داد که کتابخانه‌ها در آفریقا غالباً با ابزارهایی نظیر شبکه‌های اجتماعی (توییتر، فیس‌بوک و...)، وبلاگ، پیام‌رسان فوری و ویکی آشنا هستند. همچنین مشخص شد که کتابداران در کتابخانه‌های دانشگاهی آفریقا اغلب از ابزارهای وب ۲ نظیر فیس‌بوک، پیام‌رسان فوری، وبلاگ، توییتر و ویکی استفاده می‌کنند. پژوهش نشان داد که کتابداران ابزارهای وب ۲ را برای اهدافی چون اطلاع‌رسانی اخبار کتابخانه/رویدادها، خدمات مرجع آنلاین، منابع آموزشی، وبلاگ نویسی و اشتراک‌گذاری تصویر و ویدیو با کاربران، به کار می‌برند [3].

"بوتینگ و کوان لیو^{vii}" (۲۰۱۴) در پژوهشی گرایش و کاربرد ابزارها وب ۲ را در کتابخانه‌های دانشگاهی برتر آمریکا مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که همه صد کتابخانه دانشگاهی در فیس‌بوک و توییتر حضور داشته و شبکه‌های اجتماعی مورد اقبال‌ترین ابزار وب دو بود. ویکی کمترین میزان استفاده را داشته (۲۵٪ مشارکت) وبلاگ‌ها دومین ابزار از لحاظ میزان استفاده بوده (۹۹٪) سپس آ.اس.اس و چت/ پیامک به ترتیب با ۹۷٪ و ۹۱٪، ودکست و پادکست به ترتیب دارای ۴۷٪ و ۴۶٪ بوده‌اند. در حالی که نشانه‌گذاری اجتماعی / برچسب‌گذاری توسط ۲۹٪ از کتابخانه‌های دانشگاهی استفاده می‌شدند. [4].

"پالمر^{viii}" (۲۰۱۴) در پژوهش خود با عنوان توصیف استفاده از رسانه‌های اجتماعی کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه موردی توییتر و فیس‌بوک از استرالیا به این نتایج دست یافت که ارزش بالقوه رسانه‌های اجتماعی برای کتابخانه‌های دانشگاهی نسبتاً به رسمیت شناخته شده و طیف وسیعی از مطالعات موردی استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های دانشگاهی نشان داده است که 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: دسته اول، 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 ارتباط‌اند. این ارتباطات با یک شکل تصویری نمایش داده شده است [5].

مطالعه اسلام و حبیبیه (۲۰۱۵) در کتابخانه‌های دانشگاهی بنگلادش نشان داد که در بسیاری از این کتابخانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و لینکدین برای بازاریابی خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود. همچنین استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی تولیدات کتابخانه، اشتراک اخبار و وقایع کتابخانه، ویدئو کنفرانس و تبلیغات متداول است [6].

بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد که موضوع شبکه‌های اجتماعی از جنبه‌های مختلف چون آشنایی کتابداران با شبکه‌های اجتماعی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، اشتراک دانش و اهداف و رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ... مورد توجه پژوهشگران بوده است در پاره‌ای از مقالات استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای آموزش سواد اطلاعاتی و در پاره‌ای اهمیت موضوع در اشتراک دانش بررسی شده است. در غالب موارد محققان در کنار بررسی قابلیت‌های فناوری وب ۲ چون وبلاگ، ویکی و ... به موضوع شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند؛ اما آنچه در غالب پژوهش‌های انجام گرفته مشهود است میزان آشنایی و استفاده کم

کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی خصوصاً ایران از این ابزارهاست. حال آنکه نتایج پژوهش‌های انجام گرفته در خارج از ایران نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی در کنار سایر ابزارهای وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی پذیرفته شده و حتی نتایج تحقیقات (ورد فا (۲۰۱۴)، بوتینگ و کوان لیو (۲۰۱۴)، بارو، ادور و ساندی (۲۰۱۴)) حاکی از این است که شبکه‌های اجتماعی از جمله پرکاربردترین و مقبول‌ترین ابزارهای وب دویی در کتابخانه‌ها هستند؛ و اگر موانع و محدودیت‌ها برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی (مانند کامل نبودن زیرساخت‌های وبی و اینترنتی یا سیاست‌های کتابخانه‌ها) رفع شود کتابخانه‌ها ابزار ارتباطی ارزان و مؤثر و به‌روزی برای ارتباط و تعامل با کاربران خواهند داشت. لذا با توجه به درصد پایین آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه دانشگاهی ایران با شبکه‌های اجتماعی در این پژوهش سعی می‌شود رویکردها و اهداف کاربردی این ابزارها در کتابخانه‌های دانشگاهی برتر شناسایی و نتایج آن جهت بهره‌برداری در اختیار کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی قرار گیرد.

۵- روش و جامعه پژوهش

پژوهش حاضر مطالعه تطبیقی است و با هدف بررسی اهداف و رویکردهای بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی در ارائه انواع خدمات کتابخانه‌ای و همچنین بررسی پرکاربردترین شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا انجام شده است.

تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزار اس.بی.اس.اس و آمار توصیفی انجام شده است به‌منظور بررسی متغیرهای پژوهش، برای تعیین میزان بهره‌گیری از انواع شبکه‌های اجتماعی و رویکردها و اهداف استفاده از آن‌ها از فراوانی و درصد فراوانی استفاده شد.

ابزار مورد استفاده جهت گردآوری داده‌ها و اطلاعات سیاهه بررسی محقق ساخته‌ای از انواع شبکه‌های اجتماعی پر کاربرد و رویکردهای استفاده از آن‌هاست. این سیاهه بر اساس مطالعه مقالات مرادی (۱۳۹۰) [۶]، بوتینگⁱ و کوان لیو^x (۲۰۱۴)، سونگ لین^{xi} (۲۰۰۸) [7]، محمود و ریچاردسون^{xii} (۲۰۱۱)، هان و لیو^{xiii} (۲۰۱۰) [8] و چندین مقاله دیگر تهیه و طراحی شد. روایی چک‌لیست بر اساس مشاهدات پژوهشگر، مشاورت اساتید راهنما و مشاور تائید شد. جهت بررسی پایایی، سیاهه به ده نفر از اساتید برجسته ارسال و از نظرات ایشان بهره گرفته شد. سیاهه با توجه به اهداف و سؤالات پژوهش در دو بخش طراحی شد:

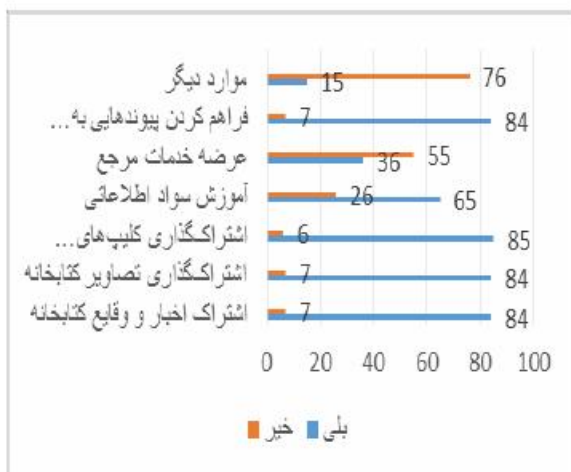
۱- بخش اول شامل بررسی حضور در شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام، پیترست، لینکدین، مای اسپیس، گوگل پلاس، فلیکر، یوتیوب، ردیت، دیگ، استمبل اپان، اسکریپد در کتابخانه مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا است.

۲- بخش دوم سیاهه، شامل سؤالاتی جهت بررسی اهداف و رویکرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در صد وبسایت کتابخانه‌های دانشگاهی است.

جامعه آماری پژوهش حاضر صد دانشگاه برتر دنیا است که بر اساس آخرین رتبه‌بندی ارائه شده در وبسایت ویومتریکس در تیرماه ۱۳۹۴ (جولای ۲۰۱۵) استخراج شده و وبسایت آن‌ها در بازه زمانی دوماهه (مرداد - شهریور) مورد بررسی قرار گرفت. رتبه‌بندی ویومتریک شاخصی است برای رتبه‌بندی وبسایت‌های دانشگاه‌ها و مراکز علمی، آموزشی و تحقیقاتی دنیا که توسط آزمایشگاه سایبومتریک (CINDOC) واحدی از

پرسش ۲. اهداف و رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در صد دانشگاه برتر دنیا چیست؟

در خصوص اهداف و رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی داده‌های شکل ۳ نشانگر آن است که ۹۳/۴ درصد کتابخانه‌ها برای اشتراک‌گذاری کلیپ‌های ویدئویی (با فراوانی ۸۴)، مصاحبه‌ها و فعالیت‌های کتابخانه (با فراوانی ۸۵) از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. دیگر کارکردهای شبکه‌های اجتماعی به ترتیب ۹۲/۳ درصد (با فراوانی ۸۴)، اشتراک اخبار و وقایع کتابخانه، اشتراک‌گذاری تصاویر کتابخانه و فراهم کردن پیوندهایی به صفحه اصلی وبسایت کتابخانه (با فراوانی ۸۴)، ۷۱/۴ درصد آموزش سواد اطلاعاتی (با فراوانی ۶۵)، ۳۹/۶ درصد عرضه خدمات مرجع، ۱۶/۵ درصد (با فراوانی ۳۶) برای موارد دیگر است.



شکل (۳): توزیع فراوانی رویکردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی

در کتابخانه مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا

پرسش ۳

چیست؟

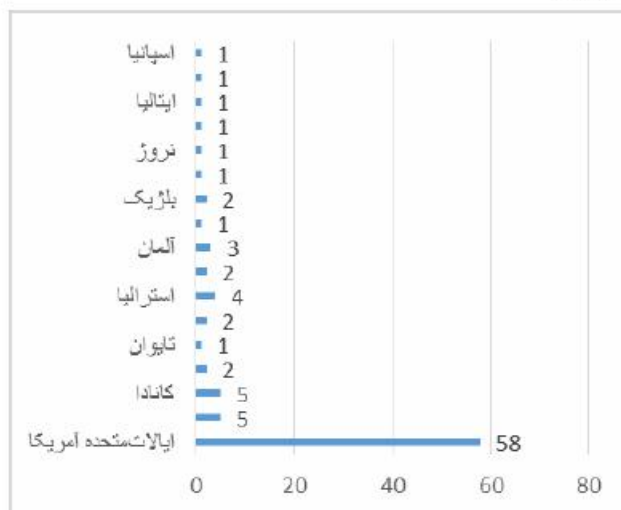
داده‌های جدول ۱ در خصوص کاربردترین شبکه‌های اجتماعی در صد دانشگاه برتر دنیا نشانگر آن است که فیس‌بوک (۹۱/۲ درصد، ۸۳ دانشگاه) و پس از آن توئیتر (۸۵/۷ درصد، ۷۸ دانشگاه) و یوتیوب (۷۴/۷ درصد، ۶۸ دانشگاه) بالاترین اولویت را در بین شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی داشتند. از استمبل اپان و اسکرپید هیچ استفاده‌ای نشده است.

گیری

۷- نتیجه

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ۹۴/۵ درصد کتابخانه‌های مورد بررسی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند که نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های محمود و ریچاردسون (۲۰۱۱)، بوتینگ و کوان لیو (۲۰۱۴)، پالم (۲۰۱۴) همسو است. مطالعه محمود و ریچاردسون (۲۰۱۱) نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی به‌طور وسیعی در کتابخانه‌ها پذیرفته شده است. پژوهش بوتینگ و کوان لیو (۲۰۱۴) بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی پر استفاده‌ترین و مورد اقبال‌ترین ابزار وب دو هستند. نتایج پژوهش پالم (۲۰۱۴) نشان داده است که توئیتر و فیس بوک به‌طور هدفمند برای تعامل بین کاربران و کتابخانه استفاده می‌شود.

انجمن ملی تحقیقات اسپانیا تهیه و سالیانه دو بار در ماه‌های دی (ژانویه) و تیر (جولای) در وبسایت وبومتریک^{xi} منتشر می‌شود. این رتبه‌بندی بیش از ۲۴,۰۰۰ دانشگاه دنیا را بر اساس اطلاعات مبتنی بر وب آن‌ها تحلیل کرده و رتبه‌بندی می‌کند. یکی از دلایل عمده برای انتخاب جامعه آماری بر اساس این رتبه‌بندی، شاخص‌ها و پارامترهای این رتبه‌بندی بر مواردی نظیر حجم اطلاعات موجود بر روی وب^{xv}، قابلیت دسترسی^{xvi} و ... در وبسایت‌های دانشگاه‌هاست که با اهداف پژوهش حاضر هم‌خوانی بیشتری دارد. شکل ۱ پراکندگی دانشگاه‌های جامعه آماری پژوهش را بر اساس کشورها نشان می‌دهد. شایان ذکر است که نه دانشگاه به دلایلی از قبیل: عدم وجود صفحه انگلیسی، عدم وجود صفحات فرعی سایت به انگلیسی و عدم وجود وبسایت کتابخانه مرکزی از جامعه آماری پژوهش حذف شد:



شکل (۱): توزیع فراوانی صد دانشگاه برتر دنیا بر اساس کشورها

۴- تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش

پرسش ۱. چند درصد از کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟



شکل (۲): توزیع فراوانی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه

مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا

داده‌های شکل ۲ نشان می‌دهد که ۹۴/۵ درصد (فراوانی ۸۶) از کتابخانه‌های مورد بررسی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و ۵/۵ درصد (با فراوانی ۵) از آنها استفاده نمی‌کنند. درصد بالای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های برتر نشان از اهمیت این ابزارهای اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای دارد.

و سپس با ۹۲/۳ درصد، اشتراک اخبار و وقایع کتابخانه، اشتراک‌گذاری تصاویر کتابخانه و فراهم کردن پیوندهایی به صفحه اصلی وب‌سایت کتابخانه هستند. کمترین استفاده آن‌ها در عرضه خدمات مرجع (۳۹/۶ درصد) است.

نکته قابل‌تأمل یافته‌ها کاربرد شبکه‌های اجتماعی برای آموزش سواد اطلاعاتی و عرضه خدمات مرجع است. ۷۱/۴ درصد از کتابخانه‌های موردبررسی از شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه یوتیوب جهت ارائه آموزش‌هایی نظیر نحوه جستجوی منابع کتابخانه در کاتالوگ کتابخانه، نحوه دسترسی به پایگاه‌های اطلاعاتی مشترک کتابخانه، استفاده از نرم‌افزارهای استنادی مانند اندنوت^{xxvi}، استفاده از پایگاه‌های استنادی نظیر آی‌اس‌آی^{xxix} و ... بهره می‌برند که از آن جمله می‌توان به کتابخانه دانشگاه تورنتو (Toronto)^{xxx} و کتابخانه دانشگاه کالیفرنیا جنوبی (Southern California)^{xxxi} اشاره کرد. یافته نشان می‌دهد ۳۹/۶ درصد کتابخانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی برای ارائه اطلاعات مرجع و گاه سؤال و جواب مرجع استفاده می‌کنند که به‌عنوان نمونه می‌توان به کتابخانه دانشگاه مارلند (Maryland)^{xxxi} و دانشگاه تورنتو (toronto)^{xxxi} اشاره کرد که سؤال و جواب مرجع را در توییتر ارائه می‌کند.

ناگفته نماند که برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در ایران محدودیت‌هایی وجود دارد که جدای از زیرساخت‌های فناوری و اینترنت در کتابخانه‌ها می‌توان به سیاست‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی حاکم بر جامعه و دانشگاه اشاره کرد اما با توجه به نقش و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای به‌ویژه در کتابخانه‌های دانشگاهی انتظار می‌رود کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی تلاش کنند نگرش سازمان‌های مادر و جامعه اطلاعاتی کتابخانه را نسبت به کاربرد شبکه‌های اجتماعی تغییر داده و سیاست‌های درستی را در راستای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها اتخاذ نمایند که بدون شک نتایج حاصل از پژوهش حاضر می‌توان راهنمای بسیار خوبی جهت آشنایی با انواع خدمات کتابخانه‌ای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی باشد.

همچنین یافته‌های پژوهش نشانگر آن است که پراستفاده‌ترین شبکه اجتماعی در صد کتابخانه دانشگاهی اول دنیا، فیس‌بوک (۹۱/۲ درصد) و پس از آن توییتر (۸۵/۷ درصد) و یوتیوب (۷۴/۷ درصد) هستند. از مای‌اسپیس، استمبل‌اپان و اسکریپد هیچ استفاده‌ای نشده است. در پژوهش بوتینگ و کوان لیو (۲۰۱۴) نیز استفاده از شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک و توییتر مشهود بوده است.

از آنجا که به اذعان غالب گزارش‌ها و مقالات از جمله گزارش سایت خبری تاپ‌گذار^{xxxi} یا مقاله امینی مقدم [۷] فیس‌بوک و توییتر از جمله پرتعدادترین و محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی جهان هستند. نتیجه به‌دست‌آمده بدیهی می‌نماید. پس از فیس‌بوک و توییتر، ترتیب استفاده از شبکه‌های اجتماعی، یوتیوب، اینستاگرام، فلیکر، پینترست، گوگل‌پلاس و لینکدین است. از سوی دیگر، اختلاف فاحشی بین استفاده از سه شبکه اجتماعی اول (فیس‌بوک، توییتر و یوتیوب) با دیگر شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی وجود دارد.

۸- پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتایج پژوهش، موارد ذیل پیشنهاد می‌شود:

جدول (۱): توزیع فراوانی و درصد فراوانی استفاده انواع

شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه مرکزی صد دانشگاه برتر دنیا

شبکه‌های اجتماعی	بلی	خیر
فیس‌بوک ^{xvi}	۸۳ (۹۱/۲)	۸ (۸/۸)
توییتر ^{xvii}	۷۸ (۸۵/۷)	۱۳ (۱۴/۳)
پینترست ^{xix}	۱۶ (۱۷/۶)	۷۵ (۸۲/۴)
لینکدین ^{xx}	۷ (۷/۷)	۸۴ (۹۲/۳)
مای‌اسپیس ^{xxi}	۰	۹۱ (۱۰۰)
گوگل‌پلاس ^{xxii}	۸ (۸/۸)	۸۳ (۹۱/۲)
فلیکر ^{xxiii}	۳۱ (۳۴/۱)	۶۰ (۶۵/۹)
یوتیوب ^{xv}	۶۸ (۷۴/۷)	۲۳ (۲۵/۳)
اینستاگرام ^{xv}	۲۳ (۲۴/۳)	۵۸ (۶۲/۷)
استمبل‌اپان ^{xvii}	۰	۹۱ (۱۰۰)
اسکریپد ^{xviii}	۰	۹۱ (۱۰۰)
دیگر شبکه‌های اجتماعی	۳۱ (۳۴/۱)	۶۰ (۶۵/۹)

درصد بالای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های برتر دنیا، حاکی از آن است که در این کتابخانه‌ها نقش و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در ارتقاء سطح علمی کتابخانه‌ها و ارائه خدمات کاربر محور و تعاملی به‌خوبی شناخته شده است و این کتابخانه‌ها از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در ارائه نسل جدید خدمات کتابخانه‌ای در سطح وسیعی استفاده می‌کنند. با توجه به بررسی نتایج پژوهش‌های انجام گرفته در ایران در ابتدای مقاله می‌توان این‌گونه استدلال کرد که برخلاف دانشگاه‌های کشورهای برتر میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی ایران از شبکه‌های اجتماعی بسیار کم است با توجه به کارکردهای مهمی که شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات نوین و کاربر محور، برقراری ارتباط نزدیک با مخاطبان، بازاریابی خدمات کتابخانه از طریق اشتراک‌گذاری تصاویر و فیلم‌ها، آموزش سواد اطلاعاتی و ارائه پرسش و پاسخ مرجع دارند بسیار ضروری است که کتابخانه‌های دانشگاهی ایران با برنامه‌ریزی مناسب تلاش کنند تا از قابلیت‌های این رسانه‌های اجتماعی وب دویی در برقراری ارتباط نزدیک‌تر با مخاطب بهره‌گیرند. ضمناً به دلیل رایگان بودن شبکه‌های اجتماعی و سهولت استفاده از آن‌ها کتابخانه‌های کوچک با بودجه و امکانات کم هم می‌توانند از قابلیت‌های آن‌ها جهت ارائه خدمات نوین کتابخانه‌ای بهره‌گیرند.

در خصوص رویکردها و اهداف استفاده از شبکه‌های اجتماعی یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بیشترین کاربرد آن‌ها با ۹۳/۴ درصد برای اشتراک‌گذاری کلیپ‌های ویدئویی، مصاحبه‌ها و فعالیت‌های کتابخانه

- [5]. Palmer, Stuart, *Characterizing University Library Use of Social Media: A Case Study of Twitter and Facebook from Australia*, The Journal of Academic Librarianship, Vol. 40, No.6, pp. 611-619, 2014.
- [6]. Islam, M.M., Habiba, U, *Use of social media in marketing of library and information services in Bangladesh*, DESIDOC Journal of Library & Information Technology, Vol.35, No. 4, pp 299- 303, 2015.
- [7]. Cuong Linh, N, *A survey of the application of Web 2.0 in Australasian university libraries*, Library Hi Tech, Vol. 26, No. 4, pp. 630-653, 2008.
- [8]. Han, Z, Liu, Y. Q, *Web 2.0 applications in top Chinese university libraries*, Library Hi Tech, Vol. 28, No. 1, pp. 41 – 62, 2010.

زیرنویس‌ها

- ⁱ www.twitter.com
ⁱⁱ . google +
ⁱⁱⁱ . myspace
^{iv} . LinkedIn
^v khalid mahmood & john V. richardson Jr
^{vi} Emmanuel E. Baro & Nelson Edewor & Godwin Sunday
^{vii} Frank Boateng & Yan Quan Liu
^{viii} Palmer
^{ix} Frank Boateng
^x Yan Quan Liu
^{xi} Nguyen Cuong Linh
^{xii} Khalid Mahmood & John V. Richardson Jr
^{xiii} han & Liu
^{xiv} http://webometrics.info
^{xv} Size
^{xvi} Visibility
^{xvii} facebook
^{xviii} twitter
^{xix} Pinterest
^{xx} linkedin
^{xxi} my space
^{xxii} Google+
^{xxiii} Flickr
^{xxiv} YouTube
^{xxv} Instagram
^{xxvi} Stumbleupon
^{xxvii} Scribd
^{xxviii} EndNote
^{xxix} ISI
^{xxx} https://www.youtube.com/user/utlibraries
^{xxxi} https://www.youtube.com/user/USCLibrariesLibwire
^{xxxii} https://twitter.com/askumd
^{xxxiii} https://onsearch.library.utoronto.ca/ask-librarian
^{xxxiv} http://topgozar.com/tops/10-favorite-social-network/

- طی پژوهشی دانشگاهی آسیب‌شناسی و دلیل تفاوت فاحش مربوط به استفاده از شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های برتر دنیا و کتابخانه‌های دانشگاهی ایران بررسی شود.

- کتابخانه‌های دانشگاهی سیاست‌های خود را در قبال استفاده از شبکه‌های اجتماعی تغییر دهند و بر اساس یافته مربوط به کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و نیازهای کتابخانه خود، خط و مشی مناسب و برنامه‌ریزی جامعی جهت افزایش استفاده از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای انجام دهند.

- دوره‌های آموزشی جهت آشنایی کتابداران و مدیران کتابخانه‌ها با شبکه‌های اجتماعی، قابلیت‌ها و کارکردهای آن در ارائه خدمات نوین مبتنی بر این شبکه‌ها برگزار شود.

منابع

- [۱]. نجف لو، فاطمه، ارائه چارچوبی مفهومی برای بهره‌گیری از نرم‌افزارهای اجتماعی در مدیریت دانش مشتری: مطالعه موردی شرکت همکاران سیستم، پایان‌نامه کارشناسی ارشد در رشته مدیریت فناوری اطلاعات گرایش مدیریت دانش، دانشگاه تهران، دانشکده مدیریت، تهران، ص ۶۱-۱۳۹۰.
- [۲]. صراف زاده، مریم، علوی، سهیلا، "جایگاه شبکه‌های اجتماعی آنلاین در میان دانشجویان کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی"، تعامل انسان و اطلاعات، ج ۱، ش ۱، ص ۲۴-۵۶، ۱۳۹۳.
- [۳]. سلیمانی پور، روح‌الله، "شبکه‌های اجتماعی؛ فرصت‌ها و تهدیدها"، ره‌آورد نور، ش ۳۱، ص ۱۴-۱۹، ۱۳۸۹.
- [۴]. عبد خدا، هیوا، محمدی، لیلا، "بررسی میزان آشنایی و استفاده کتابداران دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران از امکانات کاربردی تار جهان‌گستر (وب) در خدمات کتابخانه‌ای"، مدیریت اطلاعات سلامت، ج ۸، ش ۳، ص ۳۵۴-۳۶۲، ۱۳۹۰.
- [۵]. زارعی، عاطفه، بیات، محمدکریم، "کارایی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه ی موردی دانشگاه‌های دولتی تهران"، کتاب مهر، ش ۱۷، ص ۹۸-۱۲۱، ۱۳۹۴.
- [۶]. مرادی، شیما و دیگران، "میزان بهره‌گیری از وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی کشورهای خاورمیانه"، کتابداری و اطلاع‌رسانی، ج ۱۴، ش ۲، ص ۱۰۷-۱۳۰، ۱۳۹۰.
- [۷]. امینی مقدم، "معرفی شبکه‌های اجتماعی برتر"، ره‌آورد نور، ش ۳۱، ص ۲۰-۲۷، ۱۳۸۹.

References

- [1]. Jankowska, A.M. , *Identifying University Professors' Information Needs in the Challenging Environment of Information and Communication Technologies*, The Journal of Academic Librarianship, Vol.30, No.1, pp. 51-66.
- [2]. Mahmood, kh, Richardson Jr, John, v, *Adoption of Web 2.0 in US academic libraries: a survey of ARL library websites*, Program, Vol. 45, No, 4, pp. 365 – 375, 2011.
- [3]. Baro, E, Edewor, N, Sunday, G, *Web 2.0 tools: a survey of awareness and use by librarians in university libraries in Africa*, The Electronic Library, Vol. 32, No.6, pp. 864 – 88, 2014.
- [4]. Boateng, F, Quan Liu, Y, *Web 2.0 applications' usage and trends in top US academic Libraries*, Library Hi Tech, Vol. 32, No. 1, pp. 120-138, 2014.