

بررسی میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران سازمان اسناد و کتابخانه ملی و تأثیر آن بر دیدگاه استفاده از این رسانه‌ها به منظور بهبود خدمات

¹ فاطمه زارع‌زاده

² هادی شریف مقدم

³ فریبرز خسروی

⁴ مریم سلامی

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف مشخص ساختن میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران سازمان اسناد و کتابخانه ملی و تأثیر آن بر دیدگاه ایشان درباره بهبود خدمات با استفاده از این رسانه‌ها صورت گرفته است.

روش‌شناسی: پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده و به روش پیمایشی انجام شده است. جامعه پژوهش 274 کتابدار و 400 کاربر فعال سازمان اسناد و کتابخانه ملی بود که بر اساس جدول مورگان نمونه‌گیری و 355 نفر متشکل از 159 کتابدار و 196 کاربر تعیین شد. اطلاعات توسط پرسشنامه در فرم گوگل جمع‌آوری شد و از آمار توصیفی میانگین برای توصیف داده‌ها و آمار استنباطی ضریب هم‌بستگی پیرسون برای تحلیل فرضیه پژوهش با استفاده از نرم‌افزارهای اس پی اس اس و اکسل استفاده شد.

یافته‌ها: اکثر کتابداران 51/6% و کاربران 67/9% خودشان رسانه‌های اجتماعی را آموخته‌اند. کتابداران دارای کمتر از نیمی از توانایی‌های سواد رسانه‌های اجتماعی از جمله اخلاق رسانه‌های اجتماعی (3/63) و رعایت حق مؤلف (3/36) هستند و بنابراین سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوبی ندارند. کاربران به‌جز توانایی دفاع (2/86) سایر توانایی‌ها را دارند و سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوب‌تری دارند. کاربران (4/14) استفاده از رسانه‌های اجتماعی را به‌منظور بهبود خدمات مؤثرتر از کتابداران (3/72) می‌دانند.

نتیجه‌گیری: با توجه به اهمیت رسانه‌های اجتماعی برای کتابخانه و اینکه هر چه میزان سواد آن‌ها بیشتر باشد دیدگاه بهتری برای استفاده‌شان به‌منظور بهبود خدمات وجود دارد، تلاش بیشتر برای فراگیری، ایجاد آموزش دانشگاهی و حرفه‌ای و تهیه مطالب خودآموز مناسب در این زمینه پیشنهاد می‌گردد.

کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌های اجتماعی، بهبود خدمات کتابخانه، سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران

¹ دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور مشهد (نویسنده مسئول) fatizarezadeh@yahoo.com

² استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه پیام نور مشهد Sh_mogadam@pnu.ac.ir

³ دانشیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی، سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران fa.khosravi@gmail.com

⁴ استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور تربت حیدریه salamilib@yahoo.com

ارتباطات به دلیل ذات اجتماعی انسان همیشه جزئی از زندگی بوده‌اند. در طی اعصار ابزار ارتباطی یا همان رسانه‌ها از شکلی به شکل دیگر تغییر کرده‌اند. انواع صدا، اشکال صورت، آتش و دود و طبل، کشیدن اشکال بر دیوار غارها، انواع هنر، صنعت چاپ، تلفن، تلویزیون، رادیو و فناوری‌های نوین از جمله اینترنت و رسانه‌های اجتماعی همه به خواست انسان برای گسترش انواع ارتباطات و برآورده شدن نیازهایش شکل گرفته‌اند. از اواخر دهه شصت میلادی با پرتاب ماهواره به فضا و شکل‌گیری اینترنت ابتدایی، ارتباطات فرای کره خاکی نیز امکان‌پذیر شده است. در سال 1997 اولین رسانه اجتماعی امروزی با نام «شش درجه»¹ که زیربنای رسانه‌های اجتماعی نوین است شکل گرفت (بوید و الیسون، 2010). رسانه‌های اجتماعی با رشد فزاینده‌ای هم‌اکنون به شیوه استاندارد تبادل فرهنگی برخط و شیوه غالب حضور در اینترنت تبدیل شده‌اند (وب اسمارت تیوی، 2013).

رسانه‌های اجتماعی گروهی از برنامه‌های مبتنی بر اینترنت هستند که بر اساس فناوری و اصول وب 2/0 ساخته می‌شوند و ایجاد و تبادل محتوای ساخت کاربر را ممکن می‌سازند (کاپلان، هانلین، 2010). چهره جدید ارتباطات الکترونیکی هستند که به مردم امکان محاوره و تعامل با یکدیگر را می‌دهند (شورای شهر بریتونهاو، 2013). کاربر مدار و چند هدفی بوده و به زمان و مکان بستگی ندارند. رسانه‌های اجتماعی انواع گوناگونی مانند فیس‌بوک، توییتر، بلاگ، یوتیوب و فلیکر (جین، 2014) و غیره دارند. در دنیای مجازی متولد شده‌اند و تحولات شبکه‌های ارتباطی در گسترش آن‌ها نقش داشته و از طریق اینترنت همراه نیز به‌سادگی قابل دسترس هستند. اهمیت رسانه‌های اجتماعی را می‌توان از میزان بالای استفاده از آن‌ها درک کرد (حقیقی، 1392).

با شکل‌گیری رسانه‌های اجتماعی و نفوذ آن به ابعاد مختلف زندگی نوع سواد نیز تغییر یافته و انواع سواد نوین شکل گرفته است (لو² و دیگران، 2017). دیگر مهارت‌های سواد سنتی مانند خواندن و نوشتن برای زندگی موفق در عصر نوین کافی نیست (وبر و جانستون³، 2000). سواد نوین دارا بودن خبرگی‌ها و توانایی‌های موردنیاز برای به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی، تشخیص محتوای اطلاعات در انواع آن و تعامل با کاربران دیگر در کوتاه‌ترین زمان ممکن و داشتن مهارت یادگیری، جستجو و پیدا کردن، ارزیابی، تحلیل، استفاده، سازمان‌دهی، مدیریت، حفاظت، ترکیب و تولید اطلاعات با توجه به پیامدهای اخلاقی آن‌ها و رفتار به شیوه اخلاقی در رسانه‌های اجتماعی اشاره دارد که منجر به ایجاد دانش جدید شود (مورفی و مولایسون⁴، 2009). انواع سواد نوین توانایی فرستادن پیام کوتاه، بلاگ‌نویسی، تهیه و نگهداری از وب‌سایت، شرکت در فضای

¹ Sixdegrees.com

² Leu

³ Webber & Johnston

⁴ Murphy & Moulaison

شبکه‌های مجازی، ایجاد و به اشتراک‌گذاری موزیک و ویدیو، پداکستینگ و ویدیوکستینگ، ویرایش عکس و اشتراک آن، کار با رایانامه و استفاده از چت برخط، خرید برخط، داستان‌گویی دیجیتال، شرکت در گروه‌های بحث برخط، انجام و تلفیق جستجوهای برخط، خواندن، نوشتن و نظر دادن در رسانه‌های اجتماعی، پردازش و ارزیابی اطلاعات برخط، تولید و اشتراک صفحات ترکیبی¹ دیجیتال و غیره است (سواد نوین، 2018). سواد رسانه‌های اجتماعی توانایی دسترسی به رسانه‌های اجتماعی، دانش، مهارت، نگرش و خودکارآمدی فردی برای استفاده مناسب از آن‌ها و تحلیل، ارزیابی، اشتراک و تولید محتوا در آن‌هاست (ونویسنبرگ، بودری و وردیگیم²، 2011). نیل پستمن دانشمند رسانه بیان می‌کند که تسلط به کار و استفاده از رسانه‌های اجتماعی رمز پیروزی در دنیای جدید است و عدم آن به شکاف اطلاعاتی و بازنده شدن در عرصه جهانی می‌انجامد (رسانه اجتماعی، 2018). انقلاب رسانه‌های اجتماعی در طی دهه اخیر تغییرات عظیمی در برقراری روابط، انجام مشاغل و اخیراً نیز در پژوهش داشته است (کوالمن³، 2012) و به‌منظور برآوردن انواع نیازها، فراگیری و تولید دانش و انجام صحیح وظایف شغلی و موفقیت در کسب و کار، داشتن سواد رسانه‌های اجتماعی ضروری شده است. گرینها و روبلیا⁴ (2009) نیز ذکر می‌کنند که توانایی به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی نشان‌دهنده سواد نوین می‌باشد که برای استفاده صحیح فناوری‌های جدید لازم است.

مجهر شدن به فناوری‌های روز مانند رسانه‌های اجتماعی دارای اهمیت بالایی برای نهادهای مختلف از جمله کتابخانه‌هاست و به تبع کارمندان و کاربران نیز باید دارای سواد رسانه‌های اجتماعی باشند تا بتوانند از ویژگی‌ها، خصوصیات و امکانات فناوری به نحو درستی استفاده کنند.

امروزه اکثر کاربران کتابخانه‌ها ترجیح می‌دهند تا از طریق اینترنت به کسب اطلاعات موردنیازشان بپردازند و به ساختمان فیزیکی کتابخانه مراجعه نکنند و در این راستا رسانه‌های اجتماعی برای توزیع عمیق اطلاعات و انواع مختلف محتوا برای تعداد رو به ازدیاد کاربران دوربرد مناسب هستند (ماماتا، نیکام⁵، 2016). همچنین رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار محاوره و مکالمه نیز بکار می‌روند و این باعث ارتباط بیشتر کتابخانه با کاربران دوربردش می‌شود. کلیه مباحث و محاورات برای استنادهای بعدی و استفاده علاقه‌مندان در موضوعات مشابه قابل دسترس در فضای رسانه‌های اجتماعی است.

با توجه به دلایل ذکرشده کتابداران ناگزیرند تا برای همگام بودن با عصر اطلاعات، فناوری رسانه‌های اجتماعی را در آغوش بگیرند (ظهوریان، ابریزه⁶، 2013) و از طرفی کاربران نیز با کسب سواد رسانه‌های اجتماعی و

¹ mashups

² Vanwynsberghe, Boudry & Verdegem

³ Qualman

⁴ Greenhow & Robelia

⁵ Mamatha & Nikam

⁶ Zohoorian-Fooladi, Abrizah,

مهارت‌های استفاده از فناوری‌های جدید می‌توانند به بهترین نحو از امکانات کتابخانه‌های نوین بهره‌مند شوند. بنابراین انجام پژوهشی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران در خصوص تعیین میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران آن و رابطه آن با نگرش ایشان در به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران و در صورت لزوم پیشنهاد آموزش مناسب، به‌منظور بهره‌گیری بهینه از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهای نوین فناوری در کتابخانه ملی ضروری به نظر رسید.

برای تعیین شیوه یادگیری و آشنایی با رسانه‌های اجتماعی توسط پاسخگویان گویه‌های شرکت در کلاس/کارگاه آموزشی، گذراندن واحد دانشگاهی، از طریق دوستان و آشنایان (سینگ و گیل¹، 2015)، خودآموزی (الاجیده²، 2015) و آشنایی نداشتن بررسی شد.

برای تعیین میزان سواد رسانه اجتماعی پاسخ‌گویان انواع تقسیم‌بندی‌های صورت گرفته از جمله مطالعات مورفی و مولایسون (2009)، واسیک³ (2013) و پینتو و دیگران⁴ (2016) درباره تعیین انواع توانایی‌های استاندارد نشان‌دهنده سواد رسانه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفت. سپس مهم‌ترین و مرتبط‌ترین توانایی‌های استاندارد انتخاب شد. توانایی‌های منتخب نشان‌دهنده سواد رسانه اجتماعی شامل دوازده توانایی رعایت اخلاق رسانه‌ای، رعایت حق مؤلف، دسترسی به اطلاعات، جستجو (مورفی و مولایسون، 2009)، انتخاب و نشر اطلاعات، تهیه محتوا (مورفی و مولایسون، 2009؛ واسیک، 2013)، نظام آگاه‌سازی، تگ و هشتگ زدن (واسیک، 2013؛ پینتو و دیگران، 2016)، تشخیص اطلاعات موثق و غیر موثق، توانایی دفاع (پینتو و دیگران، 2016)، تشخیص روزآمدی و تشخیص رسانه اجتماعی مناسب (مورفی و مولایسون، 2009؛ واسیک، 2013؛ پینتو و دیگران، 2016) بود که داشتن آن‌ها نشان‌دهنده سواد رسانه اجتماعی پاسخگویان است.

طبق اساسنامه سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، کتابخانه ملی موسسه‌ای آموزشی، پژوهشی و خدماتی است. در راستای این تعریف، کتابخانه وظایف گردآوری، سازمان‌دهی، اشاعه اطلاعات، آموزش و پژوهش را انجام می‌دهد که شامل انواع خدمات می‌شود ([وبسایت کتابخانه ملی](#)، 1397). به‌منظور تسهیل بررسی دیدگاه پاسخ‌گویان درباره استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌منظور بهبود خدمات، آن‌ها در دسته‌های کلی خدمات غیرحضور، خدمات حضوری، پژوهش و فعالیت‌های شغلی دسته‌بندی شد و دیدگاه پاسخ‌گویان درباره تأثیر بحث گروهی از طریق رسانه‌های اجتماعی در بهبود خدمات و همچنین دیدگاه درباره افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پژوهش/فعالیت شغلی (در یک سال آینده) مورد بررسی قرار گرفت.

¹ Singh, & Gill

² Olajide

³ Wasike

⁴ Pinto et.al

سواد رسانه‌های اجتماعی موضوعی میان‌رشته‌ای و جدید است و در علم اطلاعات و دانش‌شناسی پیشینه آن به سواد اطلاعات برمی‌گردد و بعضی گویه‌های تعیین آن مشابه سواد اطلاعات است که برای رسانه اجتماعی نمود می‌یابد. بنابراین علاوه بر مطالعات گوناگونی که در زمینه سواد و دیدگاه رسانه‌های اجتماعی صورت گرفته است، پژوهش‌هایی با موضوع سواد اطلاعات در کتابخانه ملی و همچنین وب 2.0 (وب اجتماعی) نیز بررسی شد.

مهدی زاده و عزیزی (1389) به بررسی دانش دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی غرب کشور در محیط‌های وب 2/0 بر اساس یک مطالعه توصیفی پرداختند. یافته‌های پژوهش ایشان بیانگر آن است که میزان دانش اکثر پاسخ‌گویان (58/4%) در محیط‌های وب 2/0 کم و خیلی کم بوده و (26/7%) از آن‌ها نیز در حد متوسط دارای دانش و مهارت بوده‌اند. در نتیجه دانش دانشجویان در فناوری‌های وب 2/0 مطلوب نیست. آن‌ها بیان می‌کنند که برنامه‌ریزی برای آشنایی با فناوری‌های نوین و ترغیب دانشجویان برای استفاده از فناوری‌ها در فرایند یادگیری ضروری به نظر می‌رسد.

اسفندیاری مقدم و حسینی شعار (1390) در پژوهشی به تعیین میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب 2/0 پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که میزان آشنایی و دانش کتابداران با امکانات و قابلیت‌های وب 2/0 در سطح متوسط (44/6) است.

صراف زاده، حاضری و علوی (1390) به بررسی آگاهی و استفاده مدرسان کتابداری و اطلاع‌رسانی از فناوری‌های وب 2/0 پرداختند. بیشترین میزان آشنایی با فناوری‌های وب 2/0 در خصوص وبلاگ بود که نیمی از آن‌ها دارای وبلاگ شخصی بودند. سپس فیس‌بوک و ویکی و یوتیوب قرار داشتند. نیمی از شرکت‌کنندگان با توئیتر و فلیکر آشنایی نداشتند و در کل میزان آشنایی با فناوری‌های وب 2/0 مطلوب نبود. مشکلات و موانعی که توسط هیئت علمی در عدم استفاده از این ابزارها ذکر شد ابتدا فیلترینگ، سپس فقدان آموزش و سرعت پایین اینترنت، فقدان پشتیبانی فنی و نداشتن زمان کافی ذکر شده بود.

برجیان (1390) به بررسی میزان سواد اطلاعاتی کتابداران سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران پرداخت. یافته‌ها نشان داد که سواد اطلاعات کتابداران کتابخانه ملی از وضعیت مناسبی برخوردار نبوده و ضرورت دارد تا با برگزاری کارگاه‌های آموزشی سواد اطلاعات و زبان انگلیسی بر تقویت مهارت سواد اطلاعاتی تأکید بیشتری شود.

سهیلی (1391) به بررسی میزان سواد اطلاعاتی کاربران کتابخانه دیجیتال کتابخانه ملی ایران پرداخت. یافته‌ها حاکی از آن است که میزان آگاهی از مهارت‌های سواد اطلاعات کاربران در مقطع تحصیلات تکمیلی در حد متوسط است.

خرمی (1392) به بررسی سواد اطلاعاتی مراجعان دوره دکتری به کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران پرداخت. یافته‌ها نشان داد که سطح سواد مراجعه‌کنندگان دوره دکتری به کتابخانه ملی در سطح پایین است. بدین خاطر برگزاری دوره‌ها یا کارگاه‌های آموزشی برای مراجعه‌کنندگان در رابطه با مهارت‌های تشخیص نیاز اطلاعاتی و بازیابی اطلاعات و آشنایی بیشتر با ابزارهای جستجو در کتابخانه ملی از اولویت برخوردار است. میرزایی، رحیمی و مرادی (1395) به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبادلات علمی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی پرداختند. نتایج نشان می‌دهد استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان رایج است اما به دلیل سواد رسانه اجتماعی ناکافی در روند تبادل‌های علمی دانشجویان اثرگذار نیست و با توجه به اهمیت و نقش شبکه‌های اجتماعی در همکاری بین پژوهشگران و تبادل اطلاعات پژوهشی باید برای آموزش در مورد قابلیت‌های این رسانه‌ها و در نتیجه افزایش بهره‌وری مؤثر از آن‌ها تلاش شود که با نتایج پژوهش حاضر در یک راستا است. با توجه به یافته‌ها، پیشنهاد می‌شود گنجانیدن آموزش رسانه‌های اجتماعی در برنامه درسی دانشجویان، ارائه دوره و کارگاه آموزشی، تشکیل گروه‌های تخصصی در رسانه‌های اجتماعی تحت مدیریت دانشگاه‌ها و همچنین حضور یافتن استادان و صاحب‌نظران جهت اشاعه دانش در این رسانه‌ها و تدوین و انتشار جزوه‌ها و کتاب‌ها درباره اهمیت سواد رسانه‌های اجتماعی و لزوم یادگیری آن را پیشنهاد می‌دهند.

ولیزاده، رضائی شریف‌آبادی و دولانی (1396) به بررسی نقش شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در توسعه خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی مدیران و کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم پرداختند. نتایج دیدگاه سنتی و در حد متوسط مدیران و کتابداران نسبت به استفاده از تلگرام در خدمات کتابخانه‌ها را نشان می‌دهد که از عدم آگاهی و اطلاع ناکافی از کاربردهای تلگرام در این زمینه ناشی می‌شود و آموزش کافی از جمله کارگاه‌های مختلف در استفاده مؤثر و بهینه از شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات پیشنهاد می‌شود و محققان در حقیقت داشتن سواد رسانه‌های اجتماعی را در داشتن دیدگاه مثبت برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بهبود خدمات لازم می‌دانند که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد.

کلیه پژوهش‌های داخلی صورت گرفته تأکید بر آموزش نظام‌مند و کسب سواد رسانه‌های اجتماعی دارند که با پژوهش حاضر همخوانی دارند. پژوهش‌های خارجی متعددی نیز صورت پذیرفته که به بررسی آن‌ها می‌پردازیم. وبر و جانستون (2000) به پژوهشی در خصوص مفاهیم سواد اطلاعات فناوری‌های جدید پرداختند. آن‌ها بیان می‌کنند که کاربو (1997) واژه سواد رسانه را در مورد تأکید بر سواد فرد برای کار با انواع رسانه شامل رسانه‌های الکترونیکی پیشنهاد داده است. امروزه شهروندان با استفاده از فناوری‌های جدید

خودشان اطلاعات تولید می‌کنند و دیگر فقط دریافت‌کننده صرف خدمات نیستند بنابراین کسب سواد انواع فناوری‌های جدید و مهارت‌های جدید مانند یادگیری ریاضی و زبان شده است و برای همگان لازم است. مورفی و مولایسون (2009) در خصوص تعیین گویه‌های سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران پژوهشی انجام دادند. آن‌ها بر اساس استاندارد انجمن کتابداران دانشگاهی و پژوهشی در خصوص مهارت سواد اطلاعاتی در تحصیلات عالی؛ مهارت و توانایی‌هایی که کتابداران باید در زمانه حاضر در خصوص رسانه‌های اجتماعی داشته باشند را تعیین کردند که از این‌قرار هستند: کتابداران و متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی باید رسانه‌های اجتماعی و نقش آن‌ها را بفهمند و تبیین کنند. به تولید مفاهیم و متون در آن‌ها بپردازند. دانش موجود آن‌ها را ارزیابی کنند. به صورت قانونی و اخلاقی از اطلاعات موجود رسانه‌های اجتماعی استفاده کنند. تسلط در جستجو و ناوبری این رسانه‌ها داشته باشند. با ایجاد ارتباط از طریق رسانه‌های اجتماعی و روش‌های آن آشنایی کامل داشته باشند. بتوانند دانش خود را در زمینه رسانه‌های اجتماعی به همکاران هیئت‌علمی و سایرین آموزش دهند. با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به انجام خدمات غنی‌تر کتابخانه‌ای پرداخته و کتابخانه و خدمات آن را معرفی کنند. ارزش شبکه‌سازی برخط توانایی جستجو و به دست آوردن اطلاعات و ارتباط دادن آن با دانش موجود و خلق اطلاعات جدید است. موارد ذکر شده بر اساس استاندارد بوده و می‌توانند برای سنجش وضعیت سواد رسانه‌های اجتماعی سایر مشاغل، رشته‌ها و کاربران کتابخانه نیز به کار برود.

ولان¹ (2009) پژوهشی درباره شبکه‌های اجتماعی و اشتراک محتوا را در میان مربی‌های مدارس آمریکا را انجام داد و نتایج پژوهش مشخص می‌سازد که کتابداران مدرسه مثبت‌ترین نگرش را درباره ارزشمند بودن رسانه‌های اجتماعی برای بهبود تحصیلات دارند ولیکن نیاز به بروز رسانی سواد رسانه اجتماعی دارند.

اکونیدو، آزیویکه و آدیوین² (2013) آگاهی متخصصان اطلاعات از فناوری‌های وب 2/0 در کتابخانه‌های منتخب جنوب غربی نیجریه را در پژوهشی مورد سنجش قراردادند. یافته‌ها حاکی از آگاهی بالای فناوری‌های وب 2/0 مانند فیس‌بوک، توییتر، های‌فایو، لینکداین، پیام فوری، بلاگ و ویکی‌ها در میان متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی است و فقط تعداد محدودی، از این فناوری‌ها به دلیل کمبود تبلیغات آگاه نبودند.

واسیک³ (2013) در مطالعه‌ای به بررسی مسائل اخلاقی رسانه‌های اجتماعی و نقش کتابدار پرداخته است. در این پژوهش بیان می‌شود که رسانه‌های اجتماعی در قبال خدمات ارائه‌شده به کاربرانشان امکان استفاده از حریم خصوصی و اطلاعات آن‌ها را دارند. بنابراین برای استفاده و کاربرد امن در کتابخانه‌ها، آموزش و یادگیری سواد رسانه‌های اجتماعی الزامی است که شامل قابلیت‌ها، دانش، مهارت‌ها و نگرش موردنیاز برای اکتشاف فضای

¹ Whelan

² Okonedo, Azubuike & Adeyoyin

³ Wasike

اطلاعات، یافتن، ارزیابی، مدیریت، سازمان‌دهی، حفاظت، اشاعه و تولید اطلاعات رسانه‌های اجتماعی است. برای کتابداران سواد رسانه سه بعد اختصاصی دارد: داشتن دانش و اطلاعات برای استفاده از اطلاعات، تشخیص شکل و رسانه حاوی اطلاعات و شناخت ویژگی و اولویت شیوه‌های یادگیری انفرادی. کتابداران باید به سمت توسعه منابع رسانه‌های اجتماعی و خدمات ورای مرزهای کتابخانه پیش بروند. این پژوهش نتیجه‌گیری می‌کند از آنجایی که کتابخانه‌ها با چالش‌های نوینی روبه‌رو شده‌اند باید با حفظ بهترین ارزش‌های گذشته و تاریخچه کتابخانه به قبول چالش رسانه‌های اجتماعی بپردازند تا بدنه زنده کتابخانه به زندگی خود ادامه دهد.

سینگ و گیل (2015) پژوهشی توصیفی با هدف ارزیابی و تعیین میزان آگاهی و استفاده دانشجویان و دانش‌پژوهان دانشگاه‌های شمال هند از رسانه‌های اجتماعی انجام دادند. یافته‌ها حاکی از آن بود که 100% جامعه پژوهش از رسانه‌های اجتماعی آگاه بوده و از آن‌ها در کارهای دانشگاهی استفاده می‌کردند. اصلی‌ترین منبع آگاهی درباره رسانه‌های اجتماعی راهنمایی دوستان بود. آن‌ها پیشنهاد می‌دهند که برنامه‌های سواد محور در خصوص رسانه‌های اجتماعی باید برای کاربران به صورت مرتب بر پا بشود و با برنامه‌های آموزش مجازی درهم‌تنیده شود و در دانشگاه‌ها باید درس گروهی، اجلاس و کارگاه آموزشی در موضوع فوق برگزار شود.

الاجیده (2015) به انجام پژوهشی با هدف بررسی میزان آگاهی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزار مدیریت دانش در میان کتابداران نیجریه پرداخت. نتایج حاکی از دانش خوب قبلی کتابداران در خصوص رسانه‌های اجتماعی است اما با توجه به تداوم رشد حرفه‌ای در حد متوسط بوده و به نظر می‌رسد کتابداران بیشتر با علاقه شخصی در زمینه یادگیری مدیریت دانش با استفاده از رسانه‌های اجتماعی فعالیت دارند. توصیه می‌شود تا مهارت و دانش درباره رسانه‌های اجتماعی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزار مدیریت دانش بهبود یابد.

پیتو و دیگران (2016) به بررسی سطوح توانایی و مهارت‌های سواد رسانه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. در کل چهار سطح برای آن تعیین کرده‌اند. سطح اول شامل سطح ابتدایی خدمات، مفاهیم ضروری و تشخیص مرتبط بودن اطلاعات به عنوان منبع توسعه و پژوهش است. سطح میانی مهارت‌ها ارزیابی، استفاده منطقی، دانش ایجاد و ارتباطات؛ چگونگی تعیین مفید بودن اطلاعات؛ استفاده از فهرست‌های برخط، پایگاه‌های و منابع الکترونیکی است. سطح پیشرفته شامل مهارت مدیریت فناوری‌ها و بهبود مهارت‌های تجزیه و تحلیل¹ (انتزاعی) است و مهارت‌های شناختی، سرعت، اعتماد به نفس، حل مشکل، تصمیم‌گیری، اختراع، خلاقیت، استفاده از ابزارهای

¹ abstracting

وب 2/0 و کاربرد عملی دانش را در برمی‌گیرد. سطح فوق پیشرفته مهارت‌های خود مراقبتی¹ است و شامل یکپارچه‌سازی دانش، حل مشکل، تصمیم‌گیری، آموزشگر سواد اطلاعات شدن و انتقال دانش است. پژوهش حاضر به منظور مشخص ساختن میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران سازمان اسناد و کتابخانه ملی و تأثیر آن بر دیدگاه ایشان درباره بهبود خدمات با استفاده از این رسانه‌ها درصدد است تا به اهداف زیر دست یابد:

- هدف اصلی تعیین رابطه میزان سواد رسانه‌های اجتماعی با نوع دیدگاه کتابداران و کاربران کتابخانه ملی در استفاده از آن‌ها جهت بهبود خدمات
- هدف فرعی اول تعیین میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی
- هدف فرعی دوم تعیین دیدگاه کتابداران و کاربران کتابخانه ملی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود

همچنین در راستای رسیدن به این اهداف، پرسش‌های ذیل به محک آزمون گذاشته شد:

- کتابداران و کاربران کتابخانه ملی از چه طریقی سواد رسانه‌های اجتماعی را آموخته‌اند؟
- سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی به چه میزان است؟
- دیدگاه کتابداران و کاربران کتابخانه ملی نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات چگونه است؟

و فرضیه پژوهش نیز دال بر «میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی ایران رابطه معناداری با دیدگاه ایشان نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات دارد» مورد بررسی قرار گرفت.

روش شناسی

این پژوهش توصیفی-تحلیلی بوده و به روش پیمایشی انجام شده است. سازمان اسناد و کتابخانه ملی در زمان انجام پژوهش نیمسال دوم تحصیلی 95-96 قریب به 2000 عضو داشت که از این تعداد کاربران فعال آن طبق آمار مراجعه و سایر فعالیت‌ها 400 نفر بود. کتابخانه ملی دارای 271 پست کتابدار بود که وظایف گوناگون کتابداری از جمله سازمان‌دهی، نمایه‌سازی، اطلاع‌رسانی، مخازن، پایندها، عضویت، واسپاری و سایر بر عهده ایشان بود. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برای کاربران 196 و برای کتابداران 159 جمعاً 355 نفر تعیین شد. برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه (دیجیتالی) محقق ساخت بر مبنای مقیاس لیکرت پنج‌گزینه‌ای تهیه‌شده در فرم گوگل استفاده شد که تا تکمیل شدن تعداد نمونه تعیین‌شده جمع‌آوری پاسخ‌ها

¹ self-sustainment

ادامه یافت. پرسشنامه برای تعیین روایی به 5 نفر صاحب نظر فرستاده و پس از اصلاح توسط 30 نفر کتابدار و کاربر تکمیل و تأیید شد که از جامعه پژوهش اصلی حذف شدند. نتایج حاصله مورد تحلیل آلفای کرونباخ قرار گرفت و 0/939 به دست آمد و پایایی پرسشنامه مطلوب ارزیابی شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی میانگین و آمار استنباطی ضریب هم‌بستگی پیرسون برای آزمون فرضیه پژوهش استفاده شد. داده‌ها از توزیع نرمال برخوردار بود.

یافته‌ها

سؤال اول: کتابداران و کاربران کتابخانه ملی از چه طریقی سواد رسانه‌های اجتماعی را آموخته‌اند؟

جدول 1. درصد فراوانی پاسخگویان بر اساس انواع شیوه‌های آموختن رسانه‌های اجتماعی

سمت	کتابدار		کاربر	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
شیوه آموختن				
شرکت در				
کلاس/کارگاه	1	0/6	18	9/2
آموزشی				
واحد دانشگاهی	1	0/6	0	0
از طریق دوستان	64	40/3	42	21/4
و آشنایان				
خودآموزی	82	51/6	133	67/9
آشنایی نداشتن	11	6/9	3	1/5
کل	159	100	196	100

بر اساس جدول 1 مشاهده می‌شود که 51/6% کتابداران و 67/9% کاربران رسانه‌های اجتماعی را به شیوه خودآموزی آموخته‌اند که اکثریت پاسخ‌گویان را تشکیل می‌دهد. 40/3% کتابداران و 21/4% کاربران به وسیله دوستان و آشنایان رسانه‌های اجتماعی را آموخته‌اند که در رتبه دوم قرار می‌گیرد. همچنین آموزش نظام‌مند از طریق دانشگاه و کارگاه در هر دو گروه بسیار کم است. درصد کمی 6/9% کتابداران و 1/5% کاربران نیز رسانه‌های اجتماعی را نمی‌شناسند.

تعیین میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی

سؤال دوم: سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی به چه میزان است؟

جدول 2 میانگین توانایی‌های سواد رسانه‌های اجتماعی پاسخ‌گویان

میانگین	توانایی	کتابداران	کاربران
	رعایت اخلاق رسانه‌ای	3/63	3/55
	رعایت حق مؤلف	3/36	3/54
	دسترسی به اطلاعات	3/04	3/53
	جستجو	3/03	3/54
	تشخیص روزآمدی	3	3/50
	انتخاب و نشر	2/99	3/60
	تهیه محتوا	2/97	3/74
	تشخیص اطلاعات موثق و غیر موثق	2/78	3/33
	تشخیص رسانه اجتماعی مناسب	2/77	3/59
	نظام آگاه‌سازی	2/69	3/79
	تگ و هشتگ زدن	2/58	3/76
	توانایی دفاع	2/53	2/86

در جدول 2 توانایی‌های سواد رسانه اجتماعی در کتابداران و کاربران مشاهده می‌شود. دارا بودن مجموع این توانایی‌ها نشان‌دهنده سواد مطلوب رسانه‌های اجتماعی است. همان‌طور که مشاهده می‌شود کتابداران بر اساس مقیاس لیکرت و میانگین بالاتر از 3، پنج توانایی رعایت اخلاق رسانه‌ای، رعایت حق مؤلف، دسترسی به اطلاعات، جستجو و تشخیص روزآمدی را در حد مطلوب دارا می‌باشند و هفت توانایی دیگر را در حد مطلوبی ندارند و در کل سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوبی ندارند. کاربران به‌جز توانایی دفاع، یازده توانایی دیگر را در حد مطلوب دارند و بنابراین سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوبی دارند. نامطلوب‌ترین توانایی در هر

دو توانایی دفاع و مطلوب‌ترین توانایی در کتابداران رعایت حق مؤلف و در کاربران نظام آگاه‌سازی اطلاعات منتشرشده جدید است.

تعیین دیدگاه کتابداران و کاربران کتابخانه ملی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود

سؤال سوم: دیدگاه کتابداران و کاربران کتابخانه ملی نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات چگونه است؟

جدول 3 مقایسه میانگین دیدگاه پاسخ‌گویان نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات

میانگین دیدگاه		
کاربران	کتابداران	انواع خدمات
4/64	4/40	غیرحضوری
4/35	3/72	پژوهش/فعالیت شغلی
4/17	3/67	بحث گروهی
4/34	3/60	پژوهش/فعالیت شغلی (افزایش استفاده در طی یک سال آینده)
3/22	3/21	حضوری

بر اساس جدول 3 از دیدگاه کتابداران استفاده از رسانه‌های اجتماعی بالاترین تأثیر را برای بهبود خدمات غیرحضوری (4/40) و کمترین را برای بهبود خدمات غیرحضوری (3/21) دارد. که همین وضعیت از دیدگاه کاربران نیز صحت دارد. خدمات پژوهش/فعالیت شغلی نیز از دیدگاه هر دو گروه رتبه دوم بهبود را در اثر استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارد. کاربران (4/34) نسبت به افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در طی یک سال آینده در بهبود خدمات پژوهش/فعالیت شغلی دیدگاه مثبت‌تری نسبت به کتابداران (3/60) دارند. کاربران (4/17) همچنین استفاده از بحث گروهی رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات مؤثرتر از کتابداران (3/67) می‌دانند. در کل کاربران نسبت به کتابداران استفاده از رسانه‌های اجتماعی را دارای تأثیر بیشتر برای بهبود خدمات می‌دانند.

تعیین رابطه میزان سواد رسانه‌های اجتماعی با نوع دیدگاه کتابداران و کاربران کتابخانه ملی در استفاده از آن‌ها جهت بهبود خدمات

فرضیه پژوهش بیان می‌کند: میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی ایران رابطه معناداری با دیدگاه ایشان نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات دارد. فرضیه صفر: میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی ایران رابطه معناداری با نوع دیدگاه ایشان نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات ندارد. به‌منظور آزمون فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد تا رابطه معنادار یا عدم معناداری میان میزان سواد رسانه‌های اجتماعی با دیدگاه کتابداران و کاربران بررسی شود.

جدول 4 آمار تحلیلی میزان همبستگی سواد و دیدگاه استفاده رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات کتابداران و کاربران کتابخانه ملی ایران

استفاده	سواد	سمت		
0/632	1	کتابدار	سواد	همبستگی پیرسون
0/000				سیگمای دوکران
159	159			تعداد
1	0/632	استفاده	همبستگی پیرسون	
	0/000			سیگمای دوکران
159	159			تعداد
0/733	1	کاربر	سواد	همبستگی پیرسون
0/000				سیگمای دوکران
196	196			تعداد
1	0/733	استفاده	همبستگی پیرسون	
	0/000			سیگمای دوکران
196	196			تعداد

یافته‌های جدول 4 حاکی از آن است که همبستگی بین سواد و دیدگاه کتابداران 0/632 در بازه 0/69 - 0/40 قرار دارد و همبستگی متوسط محسوب می‌شود. مقدار معنی‌داری نیز 0 است و از 0/05 کوچک‌تر بوده و فرض صفر رد می‌شود. بنابراین در سطح اطمینان 0/05 این همبستگی معنادار است بدین معنا که هر چه سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران بیشتر باشد، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات مؤثرتر می‌دانند.

همبستگی بین سواد و استفاده برای کاربران 0/733 در بازه 0/89 - 0/70 قرار دارد و همبستگی زیاد محسوب می‌شود. مقدار معنی‌داری نیز 0 است و از 0/05 کوچک‌تر بوده و فرض صفر رد می‌شود. بنابراین در سطح اطمینان 0/05 این همبستگی معنادار است و هر چه سواد رسانه‌های اجتماعی کاربران بیشتر باشد، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات مؤثرتر می‌دانند. در نتیجه فرض ادعای پژوهش مورد قبول است و میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی ایران رابطه معناداری با دیدگاه ایشان نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت بهبود خدمات دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که اکثریت جامعه پژوهش رسانه‌های اجتماعی را خودشان و سپس با کمک دوستان و آشنایان آموخته‌اند. تعداد بسیار کمی آموزش کارگاهی یا دانشگاهی داشته‌اند که عدم توجه به آموزش نظام‌مند سواد رسانه‌های اجتماعی با وجود اهمیت و کارایی‌های آن‌ها در دنیای نوین را نشان می‌دهد. یافته‌های سینگ و گیل (2015) مشخص کرد که راهنمایی دوستان اصلی‌ترین منبع آگاهی درباره رسانه‌های اجتماعی بود که در پژوهش حاضر رتبه دوم را کسب کرده است. که با توجه به عدم نظام‌مند بودن این شیوه با پژوهش حاضر همخوانی دارد. یافته‌های الاجیده (2015) نیز نشان می‌دهد کتابداران بیشتر با علاقه شخصی در زمینه یادگیری مدیریت دانش با استفاده از رسانه‌های اجتماعی فعالیت دارند و آموزش نظام‌مندی ندارند که با یادگیری خودآموز پاسخگویان در پژوهش حاضر که رتبه نخست است در یک راستا می‌باشد.

سایر نتایج نشان می‌دهد که کتابداران سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوبی ندارند و کاربران نسبت به آن‌ها سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوب‌تری دارند. نتایج مهدی زاده و عزیزی (1389) نیز نشان داد میزان دانش وب 2/0 اکثر پاسخگویان مطلوب نبوده و از دیدگاه او برنامه‌ریزی برای آشنایی دانش جویان با فناوری وب 2/0 ضروری است که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارد. نتایج اسفندیاری مقدم و حسینی شعار (1390) نیز حاکی از میزان آشنایی در سطح متوسط با وب 2/0 کتابداران است و از سویی نتایج برجیان (1390) نیز نشان داد که سواد اطلاعاتی کتابداران سازمان اسناد و کتابخانه ملی مطلوب نبوده است و برگزاری کلاس آموزشی برای تقویت سواد ایشان ضروری است که هم سو با نتایج پژوهش حاضرند. نتایج پژوهش سهیلی (1391) حاکی از میزان آگاهی متوسط پاسخگویان از مهارت‌های سواد اطلاعات است و نتایج خرمی (1392) نیز نشان می‌دهد که میانگین سطح سواد اطلاعات مراجعه‌کنندگان دوره دکتری به کتابخانه ملی در سطح پایین است و برگزاری دوره یا کارگاه آموزشی برای مراجعه‌کنندگان کتابخانه ملی از اولویت برخوردار است که با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارند. یافته‌های اکونیدو، آزوبویکه و آدیوین (2013) حاکی از آگاهی بالای فناوری‌های وب 2/0 مانند فیس‌بوک، توئیتر و غیره در میان متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی است که با

نتایج پژوهش هم‌خوانی ندارد. یافته‌های سینگ و گیل (2015) بیان می‌کند که اکثر پاسخگویان از جنبه‌های امنیتی رسانه‌های اجتماعی آگاه بودند و این برخلاف نتایج پژوهش حاضر است زیرا توانایی دفاع در هر دو گروه کتابدار و کاربر نامطلوب‌ترین توانایی بود. یافته‌های الاجیده (2015) حاکی از دانش رسانه‌های اجتماعی در حد متوسط و نامطلوب کتابداران است که با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد.

همچنین نتایج حاکی از آن است که کاربران استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات کتابخانه ملی دارای تأثیر بیشتر می‌دانند و دیدگاه مثبت‌تری در این زمینه نسبت به کتابداران دارند. نتایج میرزایی، رحیمی و مرادی (1395) استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین دانشجویان بسیار رایج بوده و نشان‌دهنده دیدگاه مطلوب‌شان نسبت بدان‌ها می‌باشد. نتایج ولیزاده، رضائی شریف‌آبادی و دولانی (1396) دیدگاه سنتی و در حد متوسط کتابداران نسبت به استفاده از تلگرام در خدمات کتابخانه‌ها را نشان می‌دهد که از عدم آگاهی و اطلاع ناکافی از کاربردهای تلگرام در این زمینه ناشی می‌شود در حقیقت نشان می‌دهد میزان سواد رسانه‌های اجتماعی در داشتن دیدگاه مطلوب برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی مؤثر است که با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد. یافته‌های ولان (2009) مشخص می‌سازد که کتابداران مدرسه مثبت‌ترین نگرش را درباره ارزشمند بودن رسانه‌های اجتماعی برای بهبود تحصیلات دارند در صورتی که نیاز به بروز رسانی سواد رسانه اجتماعی دارند یعنی با وجود سواد نامطلوب نگرش مطلوب دارند و این با یافته‌های پژوهش حاضر هم‌خوانی ندارد.

یافته‌های آزمون فرضیه دال بر مورد قبول واقع شدن ادعای پژوهش و بدین معنی است که هر چه سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران بیشتر باشد، دیدگاه مثبت‌تری نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات دارند.

با توجه به لزوم به‌کارگیری فناوری‌های نوین از جمله رسانه‌های اجتماعی (واسیک، 2013) در سازمان و یافته‌های پژوهش، برای بهبود سواد رسانه‌های اجتماعی و به تبع آن دیدگاه بهتر درباره بهبود خدمات با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تشکیل کلاس و کارگاه آموزشی و تهیه مطالب و جزوه‌های خودآموز سواد رسانه‌های اجتماعی برای بهتر شدن میزان سواد رسانه‌های اجتماعی، استفاده از ویژگی‌های آموزشی رسانه‌های اجتماعی برای آموزش نظام‌مند و غنی خودشان، ارائه کلاس آموزشی، ضمن خدمت و تشکیل کارگاه و واحد دانشگاهی، تلاش بیشتر کتابداران و کاربران برای فراگیری جنبه‌های گوناگون رسانه‌های اجتماعی و ایجاد امکانات لازم و شرایط مناسب برای استفاده هر چه بهتر از فناوری نوین رسانه‌های اجتماعی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران به‌عنوان راه‌حل‌های کاربردی پیشنهاد می‌گردد.

همچنین امکان‌سنجی ایجاد و تدوین دستورالعمل آموزش نظام‌مند رسانه‌های اجتماعی در چهارچوب سیاست‌های سازمانی؛ بررسی و کشف انواع شیوه‌های خلاقانه یادگیری مناسب و خودآموز رسانه‌های اجتماعی؛

تعیین میزان سواد رسانه‌های اجتماعی انواع کاربران و گروه‌های گوناگون جامعه و نگرش آنان به رسانه‌های اجتماعی و امکان‌سنجی استفاده از انواع رسانه‌های اجتماعی برای خودآموزی سواد رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌گردد.

منابع

اسفندیاری مقدم، ع.، حسینی شعار، م. (1390). میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب 2/0. فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، سال 14، شماره 1، پیاپی 53، ص 155-183.

برجیان، م. (1390). بررسی سواد اطلاعاتی کتابداران شاغل در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی. حقیقی، م. (1392). نقش شبکه‌های مجازی در توسعه رسانه‌های اجتماعی روابط عمومی. روابط عمومی. شماره 86، ص 12-17.

خرمی، ش. (1392). بررسی سواد اطلاعاتی مراجعان دوره دکتری به کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه آزاد اسلامی.

سهیلی، سپیده. (1391). بررسی میزان سواد اطلاعاتی کاربران کتابخانه دیجیتال کتابخانه ملی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه آزاد اسلامی.

صراف زاده، م.، حاضری، ا.، علوی، س. (1391). آگاهی و استفاده مدرسان کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران از فناوری‌های وب 2/0. پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات. دوره 28، شماره 1، ص 21-38.

مهدی زاده، ح.، عزیزی، م. (1389). بررسی دانش دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی غرب کشور در محیط‌های وب 2/0. تحقیقات نظام سلامت. سال 6، شماره 3، ص 397-406.

میرزایی، مریم، رحیمی، صالح، مرادی، محمود. (1395). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبادلات علمی (مطالعه موردی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی). فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، 19، شماره 1، پیاپی 73، ص 108-130.

ولیزاده، بهناز، رضائی شریف‌آبادی، سعید، دولانی، عباس. (1396). بررسی نقش شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در توسعه خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: مدیران و کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم). فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، 20، شماره 1، پیاپی 77، ص 21-51.

Boyd, D., & Ellison, N. (2010). Social network sites: definition, history, and scholarship. *IEEE Engineering Management Review*, 3(38), 16-31. <http://doi.org/10.1109/EMR.2010.5559139>

- Greenhow, C., & Robelia, B. 2009. Old communication, new literacies: Social network sites as social learning resources. *Journal of Computer-mediated Communication*, 14(4), 1130–1161. <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1083-6101.2009.01484.x/full>
- Jain, P. (2014). Application of Social media in marketing library & information services: a global perspective. *International Journal of Academic Research and Reflection*, 2(2), 62-75. Retrieved from <http://www.idpublications.org/wp-content/uploads/2014/07/APPLICATION.pdf>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53(1), 59-68 <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Leu, D. J., Kinzer, C. K., Coiro, J., Castek, J., & Henry, L. A. (2017). New literacies: A dual-level theory of the changing nature of literacy, instruction, and assessment. *Journal of Education*, 197(2), 1-18. <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/002205741719700202>
- Mamatha, N. and Khaiser Nikam, (2016) Use of twitter in libraries at a glance. In: National Conference on Library and Information Services for all: Reaching the Unreached in the Digital Era (Special focus on information services for visually challenged), February 11-12, 2016, University of Mysore, Manasagangotri, Mysuru. (pp. 324-329) Retrieved from <http://eprints.uni-mysore.ac.in/id/eprint/18304>
- Murphy, J., Moulaison, H., 2009. Social Networking Literacy Competencies for Librarians: Exploring Considerations and Engaging Participation. ACRL 14th National Conference, Pushing the Edge: Explore, Engage, Extend. Available at: http://eprints.rclis.org/13142/1/Social_networking_Literacy_for_librarians.pdf
- New literacies (2018). Wikipedia. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/New_literacies
- Okonedo, S., Azubuike, F. C., & Adeyoyin, S. O. (2013). A survey of the awareness and use of web 2.0 technologies by library and information professionals in selected libraries in South West Nigeria. *International Journal of Library Science*, 2(4), 61-68. <http://article.sapub.org/10.5923.j.library.20130204.01.html>
- Olajide, A. A. (2015). Social Media Platform as a Knowledge Management Tool: Nigerian Librarians Experience. *Journal of Information & Knowledge Management*, 14(03), <https://doi.org/10.1142/S0219649215500185>
- Pinto, M., Ponjuán, G., Fernández, M., & Sales, D. (2016). Information literacy life cycle and its standards and models: A view from Ibero-America. *Journal of Librarianship and Information Science*. 1-15 <https://doi.org/10.1177/0961000616654750>
- Qualman E. *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. New York, NY: Wiley & Sons, 2012
- Singh, K. P., & Gill, M. S. (2015). Role and users' approach to social networking sites (SNSs): a study of universities of North India. *The Electronic Library*, 33(1), 19-34. <https://doi.org/10.1108/EL-12-2012-0165>
- Social media (2018). Wikipedia. Retrieved from http://en.wikipedia.org/wiki/Social_media
- Social media sites. (2013). Brighton and Hove city council. Retrieved from <http://www.brighton-hove.gov.uk/content/council-and-democracy/social-media-sites>
- Vanwynsberghe, H., Boudry, E., & Verdegem, P. (2011). Mapping Social Media Literacy: Towards a Conceptual Framework. User empowerment in a social media culture. Retrieved from http://emsoc.be/wp-content/uploads/2012/01/emsoc-WP2-MICT-deliverable1_14.pdf
- Wasike, J. (2013). Social media ethical issues: role of a librarian. *Library Hi Tech News*, 30(1), 8-16. <http://dx.doi.org/10.1108/07419051311320922>

- Webber, S., & Johnston, B. (2000). Conceptions of information literacy: new perspectives and implications. *Journal of information science*, 26(6), 381-397
<http://doi.org/10.1177/016555150002600602>
- What is social media (2013). websmart.tv. Retrieved from <http://websmart.tv/learn/what-is-social-media/>
- Whelan, D. L. (2009), School librarians lead the social networking pack among educators, *School Library Journal*, 11(9). Retrieved from <http://www.slj.com>.
- Zohoorian-Fooladi, N., Abrizah, A.,2013. Academic librarians and their social media presence: a story of motivations and deterrents. *Information Development*, 20 (1).
<http://doi.org/10.1177/0266666913481689>

روزدایند ویرایش نشده