

## رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی: شناخت کاربردها و موانع و مشکلات استفاده

شیوا یاری: کارشناس برنامه‌ریزی اداره کل استان کرمانشاه، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور و کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی (نویسنده مسئول)  
yari.shiva@gmail.com

### چکیده

**زمینه و هدف:** رسانه‌های اجتماعی با توجه به ویژگی تعاملی و رایگان بودن، به‌طور گسترده در کتابخانه‌ها قابل استفاده‌اند، زیرا وب ۲٫۰ برای کتابخانه‌ها ابزاری در جهت ایجاد ارتباط دائم در هر زمان و همچنین آموزش فارغ از مکان و زمان را فراهم می‌آورد. اما استفاده‌ها و در واقع کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی شامل چه مواردی است و چه موانع و مشکلاتی بر سر راه استفاده از این ابزارها در این کتابخانه‌ها وجود دارد. لذا هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی و موانع و مشکلات استفاده از این رسانه‌ها از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه می‌باشد.

**روش پژوهش:** مطالعه حاضر به روش تحقیق کیفی و با استفاده از مصاحبه عمیق انجام شده است. افراد مشارکت‌کننده ۲۷ نفر از کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه در پاییز سال ۱۳۹۴ بودند. نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام گرفت و تا اشباع اطلاعات ادامه یافت. تحلیل داده‌ها هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات با رویکرد تحلیل موضوعی انجام گرفت.

**یافته‌ها:** تحلیل داده‌ها منجر به استخراج ۴۷ زیرموضوع، ۹ موضوع اصلی و دو مقوله کلی شامل کارکردها و موانع و مشکلات شد. در مقوله کارکردها ۷ موضوع اصلی شناسایی شد که عبارت‌اند از: انتشار، ارتباط و ارتقاء علمی، ارتقای جایگاه، بهره‌وری خدمات و استفاده از کتابخانه، بهبود فرایندها، شناخت و جلب حمایت. در مقوله موانع و مشکلات نیز ۲ موضوع اصلی موانع و مشکلات شخصی و موانع و مشکلات غیر شخصی شناسایی شد.

**نتیجه‌گیری:** با توجه به گستردگی و متنوع بودن دامنه ارائه خدمات کتابخانه‌های عمومی به اقشار مختلف و ناهمگونی مخاطبان این کتابخانه‌ها نسبت به سایر انواع کتابخانه‌ها، رسانه‌های اجتماعی کاربردهای بسیار بیشتر و متنوع‌تری در کتابخانه‌های عمومی دارند و به دلیل جامعه مخاطب و شرایط اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کتابخانه‌های عمومی، موانع و مشکلات گوناگونی در استفاده از این ابزارها در کتابخانه‌های عمومی وجود دارد. لیکن با حذف یا کاهش موانع و مشکلات، می‌توان در راستای دستیابی به اهداف کتابخانه‌های عمومی و ارتقای سرانه مطالعه شهروندان از رسانه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری قدرتمند، استفاده بهینه‌ای برد.

**کلیدواژه‌ها:** رسانه اجتماعی، کتابخانه عمومی، کاربردها، موانع و مشکلات، کتابداران، استان کرمانشاه.

دریافت: ۱۳۹۵/۲۰/۶

ویرایش: ۱۳۹۵/۵/۱۱

پذیرش: ۱۳۹۵/۵/۱۸

### مقدمه

وب ۲٫۰ یکی از قابل توجه‌ترین جنبه‌های رشد اینترنت در سال‌های اخیر بوده است.

پیدایش فناوری وب ۲٫۰ و رسانه‌های اجتماعی، علاقه‌مندی به استفاده از اینترنت و فضای مجازی را دوچندان نموده است. اصطلاح رسانه‌های اجتماعی به طیف وسیعی از خدمات مبتنی بر اینترنت و تلفن همراه اشاره می‌کند که به کاربران اجازه مبادلات آنلاین، کمک به محتوای ایجاد شده توسط کاربر، یا پیوستن به جوامع آنلاین را می‌دهد (دوینگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۲). رسانه‌های اجتماعی یک پلت‌فرم<sup>۲</sup> چندمنظوره با فناوری مبتنی بر وب ۲٫۰ هستند که شامل متن، صدا، فیلم و عکس بوده و با هدف برقراری ارتباط تعاملی‌تر، لذت‌بخش‌تر و با احساس بیشتر ایجاد شده‌اند (کاپلان و هاینلین<sup>۳</sup>، ۲۰۱۰). بلاگ‌ها، میکروبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی، ویکی‌ها،

امروزه استفاده از فناوری اطلاعات در سازمان‌ها به امری اساسی و اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است. سازمان‌ها از این فناوری‌ها برای ارائه خدمات جدیدتر و متنوع‌تر به کاربران خود استفاده می‌کنند. به عبارت دیگر به‌کارگیری فناوری اطلاعات در سازمان‌ها به بهبود بهره‌وری و افزایش دستاوردهای عملکردی سازمان می‌انجامد. سازمان‌ها با به‌کارگیری و پیاده‌سازی فناوری اطلاعات توانایی انجام بهتر و ساده‌تر وظایف خود را افزایش می‌دهند و از این طریق قادرند روش کار خود را بهبود بخشند. مزایایی که فناوری اطلاعات در سازمان‌ها ایجاد می‌کند از جمله در صرفه‌جویی هزینه‌ها، جلوگیری از خطاهای انسانی، افزایش بهبود کارایی و اثربخشی سازمانی بسیار قابل تأمل است. یکی از فناوری‌هایی که در سال‌های اخیر پیشرفت و مقبولیت قابل توجهی داشته است، فناوری وب ۲٫۰ است (بهرامی، ۱۳۹۱).

1. Dewing  
2. platform  
3. Kaplan & Haenlein

پیام‌های فوری<sup>۴</sup>، سایت‌های اشتراک فایل (وبدئو، عکس و صوت)، تالارهای بحث و گفتگو یا فروم‌ها، گروه‌های بحث، پادکست‌ها، آ.اس.اس.فیدها<sup>۵</sup> و سایت‌های اجتماعی از جمله انواع رسانه‌های اجتماعی‌اند. این رسانه‌ها امروزه به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی بسیاری از افراد تبدیل شده‌اند و روز به روز بر محبوبیت آن‌ها در بین افراد افزوده می‌شود، به شکلی که خواندن و تبادل اطلاعات در این رسانه‌ها به فعالیت رایج بسیاری از افراد بدل شده است. عجین شدن این ابزارها با زندگی مردم، تغییراتی را در طرز تفکر افراد، رفتار خواندن، نحوه یادگیری و شیوه تسهیم، تولید و بهره‌گیری از اطلاعات توسط آنان موجب شده است.

تا چندی پیش خواندن و یادگیری چه به قصد لذت و چه به قصد مطالعه، در ارتباط نزدیک با حضور و استفاده از کتابخانه‌های عمومی انجام می‌شد، اما با استفاده گسترده از فناوری‌های اطلاعات، مرکزیت کتابخانه‌ها به عنوان ارائه‌دهندگان دانش و فرهنگ فرسایش یافته است (راس، مکنی و رافاوری<sup>۶</sup>، ۲۰۰۶). دسترسی آسان به اطلاعات از طریق کانال‌های دیجیتال می‌تواند از لحاظ فیزیکی مانع رفتن مردم به کتابخانه شده و منجر به این باور شود که مهارت‌های اطلاعات سنتی بی‌ربط و غیر ضروری شده‌اند (شتون<sup>۷</sup>، ۲۰۱۱). در مواجهه با این تغییرات، نقش کتابخانه‌های عمومی کمتر قطعی و خاص مانده و این خطر وجود دارد که تعداد غیر کاربران رشد کند (کاتسیریکو و ماتالیوتاکیس<sup>۸</sup>، ۲۰۱۰). موفقیت قاطع خدمات اینترنت نشان می‌دهد کتابخانه‌ها باید به تحول و تغییر خود برای برخورد با نیازهای کاربران مدرن بپردازند (راکشیکار<sup>۹</sup>، ۲۰۱۵). لذا کتابخانه‌های عمومی در راستای ارائه خدمات مطلوب به کاربران و ارتقاء سطح خواندن شهروندان، نیازمند بهره‌گیری از امکانات فناورانه نوین از جمله رسانه‌های اجتماعی هستند تا بتوانند با ارائه خدمات جذاب‌تر و کاربرپسندتر و تعامل بیشتر با کاربران به اهداف خود نائل آیند.

نرم‌افزار اجتماعی دارای پتانسیلی است که باعث تعاملی‌تر شدن خدمات کتابخانه می‌شود. ابزارهای نرم‌افزار اجتماعی نه تنها به کاربران امکان دسترسی به محتوا را می‌دهد، بلکه به آن‌ها اجازه می‌دهد به راحتی در محتوای خودشان مشارکت کنند، جوامع را توسعه دهند و دانش خود را با جامعه کتابخانه

به اشتراک بگذارند. این ویژگی‌ها به خوبی با اهداف کتابخانه‌های عمومی متناسب است که همیشه مشارکت، ورود و توسعه جوامع را تشویق می‌کنند (رادرفورد<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۸). ابزارهای وب ۲٫۰ با توجه به ویژگی تعاملی و رایگان بودن، به‌طور گسترده در کتابخانه‌ها قابل استفاده‌اند، زیرا وب ۲٫۰ برای کتابخانه‌ها ابزاری در جهت ایجاد ارتباط دائم در هر زمان و همچنین آموزش فارغ از مکان و زمان را فراهم می‌آورد. ابزارهای وب ۲٫۰، کارایی برجسته خود را در محیط کتابخانه‌های دانشگاهی ثابت کرده‌اند (کری<sup>۱۱</sup>، ۲۰۱۰)، اما این ابزارها در کتابخانه‌های عمومی چه کاربردهایی دارند و چه موانع و مشکلاتی بر سر راه استفاده از آن‌ها در این کتابخانه‌ها وجود دارد.

همانطور که رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی مفید و مؤثر واقع شده‌اند، این ابزارها می‌توانند در کتابخانه‌های عمومی نیز مورد استفاده قرار گرفته و کاربرد داشته باشند. در همین راستا چند سالی است که کتابخانه‌های عمومی سراسر کشور بر اساس دستورالعمل‌های سازمان متبوع خود اقدام به ایجاد وبلاگی برای کتابخانه خود نموده‌اند که در آن به معرفی کتابخانه و خدمات آن و ارائه اخبار و اطلاعات می‌پردازند؛ اخیراً نیز حضور نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور در سطح کلان در سایت‌های اشتراک فایل و شبکه‌های اجتماعی مختلف مشهود است که در آن به معرفی منابع اطلاعاتی و بحث‌های مرتبط با کتابخوانی می‌پردازد. اما استفاده گسترده، منظم و اصول‌مند از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی تابع شناخت کاربردها و کاهش یا رفع موانع استفاده از این ابزارهاست. لذا پژوهش حاضر درصدد است به شناسایی کاربردها و موانع و مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه (استفاده‌کنندگان نهایی این ابزارها در کتابخانه‌های عمومی) بپردازد.

بهرامی (۱۳۹۱) میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های ایران را از فناوری‌های وب ۲٫۰ و عوامل بازدارنده بر استفاده از این فناوری‌ها را بررسی نمود. یافته‌ها نشان داد بیشترین میزان آشنایی کتابداران با فناوری‌های وب ۲٫۰ مربوط به وبلاگ‌ها، ویکی‌ها و شبکه‌های اجتماعی و کمترین میزان آشنایی مربوط به فناوری فهرست‌نویسی اجتماعی است. عوامل بازدارنده در سه دسته عوامل مربوط به کتابداران، عوامل

4. Instant Messaging (IM)

5. Really Simple Syndication (RSS) feeds

6. Ross, McKechnie & Rothbauer

7. Shenton

8. Katsirikou & Matalliotakis

9. Rakshikar

10. Rutherford

11. Currie

تسهیل ارتباطات علمی، اشاعه‌گزینی اطلاعات، معرفی رشته به جامعه، مدیریت، خدمات امانت و تحویل مدرک، سازمان‌دهی اطلاعات، مجموعه‌سازی و خدمات مرجع امکان به‌کارگیری دارد. کتابداران مشغله کاری و نداشتن اوقات فراغت، فیلتر بودن، پایین بودن سرعت اینترنت، ترس از سوء استفاده و تهدید حریم خصوصی، مشکلات شخصی و کاری، آشنا نبودن با ماهیت و نحوه استفاده از پایگاه‌ها و عدم امنیت داده‌ها را مهم‌ترین موانع استفاده از شبکه‌ها دانستند.

زارعی و بیات (۱۳۹۴) کارآیی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی تهران را سنجیدند. بر اساس یافته‌ها، انواع رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه‌ها وبلاگ‌ها، وبسایت، پورتال، فیس‌بوک، توئیتر، آ.اس.اس، یوتیوب، گوگل پلاس و لینکدین بودند. این رسانه‌ها به ترتیب در اشتراک اطلاعات و دانش، ارتباط با کاربران، ارائه خدمات مرجع و ارتقای خدمات کتابخانه در کتابخانه‌های دانشگاهی بیشترین کاربرد را دارند.

رادرفورد (۲۰۰۸ الف) تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های عمومی از طریق مصاحبه با ۷ نفر از کارکنان کتابخانه‌های عمومی ایالات متحده آمریکا و نیوزیلند بررسی کرد. یافته‌ها نشان داد پاسخگویان نرم‌افزارهای اجتماعی را به عنوان ابزاری برای ارائه خدمات کتابخانه که واقعاً منعکس‌کننده خواسته‌ها و نیازهای کاربران است، توصیف کردند. آنان نشان دادند که این نرم‌افزارها از دو راه برای دستیابی به این هدف کمک می‌کند: اولاً نرم‌افزارهای اجتماعی کاربران را قادر می‌سازد که از راهی که مایلند با کتابخانه تعامل برقرار کنند؛ ثانیاً عناصر مشارکتی نرم‌افزارهای اجتماعی، ارائه بازخورد توسط کاربران را در تمامی جنبه‌های خدمات کتابخانه به شکل آسان‌تری میسر ساخته است. مفاهیم مربوط به تأثیر نرم‌افزارهای اجتماعی عبارت بودند از: تشکیل اجتماعاتی در اطراف کتابخانه (برای اشتراک توصیه‌هایی درباره کتاب، مرور وقایع اخیر کتابخانه، ارتباط و اشتراک تجربه با دیگران)؛ ارائه خدمات به کاربران در خارج از محیط کتابخانه؛ جذب کاربران جدید؛ باز شدن کانال‌ها ارتباطی؛ جبران عدم تعادل قدرت بین کتابدار و کاربر (شنیدن نظرات کاربران، تسهیل روابط، ارائه خدمات مناسب‌تر)؛ کاربرد سنجش (جمع‌آوری آمار مثلاً نظرات موجود در وبلاگ) و ارزش سنجش.

رادرفورد (۲۰۰۸ ب) با هدف شناسایی انواع نرم‌افزارهای اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه‌های عمومی و مسائل مربوط به پیاده‌سازی این نرم‌افزارها با استفاده از مصاحبه با ۷

مربوط به کاربران و عوامل زیرساختی و فرهنگی بررسی شد. یافته‌ها نشان داد هر سه دسته، در به‌کارگیری فناوری‌های وب ۲ در کتابخانه‌ها تأثیر داشته، بیشترین تأثیر مربوط به عوامل مرتبط با کاربران و کمترین تأثیر مربوط به عوامل مرتبط با کتابداران بوده است. مهم‌ترین دلیل کتابداران برای عدم استفاده یا استفاده کم از این فناوری‌ها عدم آشنایی یا آشنایی اندک با این فناوری‌ها، وجود فیلترینگ در شبکه و عدم وجود زیرساخت‌های فنی و اینترنت پر سرعت بود.

ابراهیم‌زاده، نقشینه و فهیم‌نیا (۱۳۹۳) میزان استفاده و نگرش کتابداران شاغل در کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های دولتی شهر تبریز را در به‌کارگیری وب ۲،۰ در خدمات مرجع بررسی کردند. بنابر یافته‌ها کتابداران به ترتیب از ویکی‌ها، وبلاگ‌ها، فید آ.اس.اس، پیام‌های فوری و شبکه‌های اجتماعی بیشترین استفاده را داشتند. ارائه منابع جدید، راهنمایی کاربران، اطلاع‌رسانی به‌روز، آموزش و برقراری ارتباط با دانشجویان و دریافت نیاز آن‌ها، استفاده در فعالیت‌های پژوهشی و استفاده در ارائه منابع چندرسانه‌ای بیشترین هدف استفاده از ابزارهای وب ۲،۰ در خدمات مرجع ذکر شد.

ظهوریان فولادی (۱۳۹۳) انگیزه‌ها و موانع کاربست رسانه‌های اجتماعی را در بین کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی شهر کوالالامپور مالزی بررسی کرد. نتایج حاکی از آن است که وبلاگ‌ها، ابزارهای چندرسانه‌ای، بوک‌مارک‌ها و شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی قابل استفاده کاربران در کتابخانه‌ها بوده‌اند. دلایل استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه آگاهی‌رسانی جاری در خصوص اخبار و اطلاعات کتابخانه، ارتباط با کاربر، حل مشکلات و تبادل نظر و اشتراک دانش و اطلاعات، دستیابی به نیازهای اطلاعاتی کاربران و حضور در رسانه همگام با کاربران عنوان شد. موانعی که بر حضور فعال کتابداران تأثیر گذاشت شامل موانع شرح وظایف شغلی (زمان، سطح اختیارات و عملکرد)، موانع فناوری (آشنایی با فناوری‌های موجود و عدم علاقه در زمینه استفاده سریع از ابزارهای جدید)، موانع سازمانی (سیاست‌ها و قوانین و رویه‌های سازمانی مربوط به رسانه‌های اجتماعی و پرسنل مسؤول به‌کارگیری رسانه) و موانع شخصی (زبان، مطالب علمی و تعهد و علاقه‌مندی به حضور در رسانه) بود.

باغستانی تجلی و صبوری (۱۳۹۴) میزان آشنایی و عوامل مؤثر بر بهره‌گیری کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر مشهد را از شبکه‌های اجتماعی وب‌پایه بررسی کردند. بنابر یافته‌ها از دیدگاه کتابداران، شبکه‌های اجتماعی به ترتیب در

بررسی کردند. ۷۱/۱ درصد از کتابخانه‌ها از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی استفاده کردند که رایج‌ترین آن فیس‌بوک، توییتر، پیام‌های فوری، بلاگ‌ها و ویکی‌ها بودند. مهم‌ترین اهداف کتابخانه‌ها در استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی انتشار اخبار و وقایع کتابخانه، ارائه منابع آنلاین، پرس و جو، ارائه اطلاعات کلی کتابخانه و تشکیل گروه‌های بحث بود. مزایای ابزارهای شبکه‌های اجتماعی اشتراک اطلاعات و دانش، ارتقای خدمات مرجع، کمک به ارتقای خدمات کتابخانه و تعامل و ارتباط با کاربران و همکاران عنوان شد.

سینگا و سارما<sup>۱۵</sup> (۲۰۱۵) استفاده از فناوری‌های وب ۲٫۰ را در میان کتابداران دانشگاهی ایالت آسام هند<sup>۱۶</sup> بررسی کردند. بر اساس یافته‌ها به ترتیب بلاگ‌ها، ویکی‌ها، آر.اس.اس، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پادکست و پیام‌های فوری بیشترین کاربرد را در شغل کتابداران داشت. مهم‌ترین اهداف استفاده کتابداران از ابزارهای وب ۲٫۰ انتشار اخبار، وقایع و اطلاعیه‌های کتابخانه، آگاهی‌رسانی به کاربران در خصوص موضوعات جدید، مشارکت در بحث‌ها و تعاملات، اشتراک اطلاعات در خصوص کتاب‌ها و مجلات الکترونیکی جدید، ارائه تورهای کتابخانه‌ای و آموزش سواد اطلاعاتی و برقراری ارتباط ذکر شدند. اولویت کاربرد این ابزارها از دیدگاه کتابداران تسهیل در به دست آوردن بازخورد از کاربر و درک علائق خوانندگان، توسعه اشتراک دانش، همکاری و افزایش مشارکت/تعامل کاربران و ارتباط با کاربران بود. فقدان مهارت، فقدان امکانات، فقدان زیرساخت‌ها، فقدان زمان و فقدان علاقه موانع کتابداران در استفاده از این ابزارها بیان شد.

راکشیکار (۲۰۱۵) استفاده از وب ۲٫۰ را در کتابخانه‌های دانشکده‌ای در مومبائی<sup>۱۷</sup> بررسی کرد. بر اساس یافته‌ها ۷۳ درصد از کتابداران از وب ۲٫۰ در کارهای روزانه کتابخانه استفاده کردند. سایت‌های شبکه‌های اجتماعی و بلاگ‌ها، ویکی‌های ایجاد شده برای کتابخانه و ودکست‌ها محبوب-ترین فناوری‌های وب ۲٫۰ مورد استفاده توسط کتابداران بودند. کارکرد وب ۲٫۰ در کتابخانه‌ها اشتراک دانش و تجربیات، برقراری ارتباط با کاربران، مشارکت در یادگیری جامعه، همکاری و مشارکت و خلق و گردآوری اطلاعات برای انتشار عنوان شد. دلایل عدم استفاده از وب ۲٫۰ عدم پایانه‌های اضافی و دسترسی داخلی، عدم آگاهی از

نفر از کارکنان کتابخانه‌های عمومی ایالات متحده آمریکا و نیوزیلند به پژوهش پرداخت. بیشترین ابزارهای اجتماعی مورد استفاده بلاگ‌ها، آر.اس.اس، ویکی‌ها، پیام‌های فوری، نظرسنجی آنلاین، پادکست‌ها، فروم‌ها و فلیکر بودند. مسائل کشف شده عبارت بودند از: تناسب با اهداف کتابخانه، تناسب با فرهنگ کتابخانه (فرهنگ کتابخانه و فرهنگ استفاده از نرم‌افزار اجتماعی شامل تردید کارکنان، عدم تمایل کارکنان به یادگیری جدید، دیدگاه‌ها در خصوص نقش سنتی کتابدار به‌عنوان ارائه دهنده اطلاعات)، هزینه‌ها و منابع مالی، مدیریت و حمایت سازمانی پرسنل، منحنی شیب‌دار یادگیری در تبدیل شدن به کاربر نرم‌افزار اجتماعی، آموزش کارکنان، پذیرش رسانه توسط کارکنان، محدودیت‌های منابع انسانی (زمان برای نظارت و کنترل، به‌روز رسانی منظم اطلاعات)، محدودیت‌های منابع فناوری (محدودیت‌های مرتبط با امنیت تحمیل شده توسط سازمان و محدودیت‌های تحمیل شده توسط نیاز به کار با سیستم کتابخانه)، سوء استفاده از رسانه، خدمات در حال توسعه (جدید بودن ارائه خدمات از طریق این ابزارها و مشکلات مربوطه)، بازاریابی و روابط عمومی مناسب در ارائه رسانه به مردم و پذیرش آن.

سکر<sup>۱۲</sup> (۲۰۰۸) استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک را به عنوان یکی از ابزارهای مورد استفاده کتابداران و کتابخانه‌ها معرفی کرد. بنابر یافته‌های پژوهش مهم‌ترین موانع به کارگیری این ابزارها، آشنا نبودن با نحوه استفاده مؤثر از این ابزارها در کتابخانه‌ها، طرز تفکر کتابداران که این ابزارها را صرفاً تفریحی و غیر حرفه‌ای انگاشتند، مسائل امنیتی و حفظ حریم خصوصی بود.

عارف و محمود<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۲) پذیرش فناوری‌های وب ۲٫۰ را در میان کتابداران پاکستانی از انواع کتابخانه‌ها بررسی کردند. بر اساس یافته‌ها بیشترین رسانه‌های مورد استفاده، پیام‌های فوری، شبکه‌های اجتماعی، بلاگ‌ها، ویکی‌ها، آر.اس.اس و پادکست‌ها بودند. جنس، میزان تجربه حرفه‌ای و محل کار تأثیری بر استفاده از رسانه‌ها نداشت، در حالی که سطح مهارت استفاده از اینترنت و درک سهولت استفاده از وب ۲٫۰ اثر قابل توجهی بر استفاده از رسانه داشته است. فقدان سواد رسانه‌ای و دسترس‌پذیری پایین امکانات رایانه‌ای و اینترنت موانع اصلی پذیرش این رسانه‌ها توسط کتابداران بودند.

چو و دو<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۳) استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی را در ۲۷ کتابخانه دانشگاهی از آسیا، آمریکای شمالی و اروپا

15. Singha & Sarmah

16. Assam State

17. Mumbai

12. Secker

13. Arif & Mahmood

14. Chu & Du

صورت آزمایشی انجام شد. پس از انجام اصلاحات لازم، محقق کار را آغاز نمود. برای اطمینان از میزان مقبولیت (عینیت‌پذیری) داده‌ها نیز، مصاحبه‌ها پس از استخراج با برخی از مشارکت‌کنندگان کنترل شد و صحت داده‌ها توسط آنان مورد تأیید قرار گرفت. در مجموع ۲۷ مصاحبه انجام شد. مدت مصاحبه‌ها بین ۳۵ تا ۶۰ دقیقه متغیر بود.

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش بر مبنای روش تجزیه و تحلیل موضوعی است. صحبت‌های ضبط شده بلافاصله بعد از انجام هر مصاحبه، ابتدا بر روی کاغذ پیاده و سپس در رایانه تایپ و ذخیره شدند. ثبت علایم حاشیه‌ای نیز از قبیل سکوت، تأسف و غیره در این مرحله برای مرتبط ساختن داده‌ها انجام شد. سپس متن مصاحبه‌ها چندین بار خوانده و مرور شدند به طوری که پژوهشگر در داده‌ها تسلط کافی پیدا کند. در مرحله سوم داده‌ها به واحدهای معنایی (کد) در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شدند. واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی نوشته شدند. به این صورت که در هر کدام از مصاحبه‌ها، موضوعات از یکدیگر مجزا گردید و سپس هر موضوعی به زیر مجموعه‌های دیگری تقسیم شده و به این ترتیب موضوعات و زیر موضوعات همه مصاحبه‌ها مشخص شدند. کدها بر اساس تشابه مفهومی و معنایی طبقه‌بندی و تا حد امکان کوچک و فشرده شدند. روند تنزل در داده‌ها در تمام واحدهای تحلیل و طبقات فرعی و اصلی جریان داشت. در نهایت داده‌ها در طبقه‌های اصلی که کلی‌تر و مفهومی‌تر هستند، قرار گرفتند و سپس مفاهیم انتزاع و پیشنهادات ارائه شدند (استربرگ<sup>۱۸</sup>، ۱۳۸۴).

### یافته‌ها

مشخصات دموگرافیک نمونه مورد مطالعه به این شرح بود: ۱۴ خانم و ۱۳ آقا با دامنه سابقه استفاده از رسانه‌های اجتماعی ۱-۳ سال (۵ نفر)، ۴-۷ سال (۱۷ نفر) و ۸ سال به بالا (۵ نفر) بودند. همچنین سطح تحصیلات ایشان کارشناسی (۱۰ نفر) و کارشناسی ارشد (۱۷ نفر) می‌باشد. ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان از شهرستان کرمانشاه، ۳ نفر از شهرستان اسلام آباد غرب، ۱ نفر از شهرستان گیلانغرب، ۲ نفر از شهرستان صحنه، ۳ نفر از شهرستان پاوه، ۲ نفر از شهرستان سرپل ذهاب، ۱ نفر از شهرستان قصرشیرین، ۲ نفر از شهرستان سنقر و ۲ نفر نیز از شهرستان هرسین بودند.

کاربردهای وب ۲،۰، عدم پذیرش وب ۲،۰ توسط مقامات دانشگاهی و مشکلات امنیتی شبکه بودند. فقدان سواد رایانه‌ای، فقدان آگاهی از کاربردهای وب ۲،۰، عدم دسترسی به رایانه‌ها و امکانات اینترنت مهم‌ترین موانع به کارگیری وب ۲،۰ توسط کتابداران اظهار شد.

مرور پیشینه‌های موجود نشان می‌دهد محور توجه پژوهشگران عمدتاً کتابخانه‌های دانشگاهی بوده است که مسأله میزان استفاده و بعضاً عوامل/موانع مؤثر بر آن را بررسی نموده‌اند. در سه پژوهشی هم که به بحث رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی پرداخته‌اند، به طور ویژه و با رویکرد و جامعیت مدنظر در پژوهش حاضر مسأله کاربردها و موانع و مشکلات استفاده در این کتابخانه‌ها را مدنظر قرار نداده‌اند، لذا انجام چنین پژوهشی ضروری به نظر می‌رسد.

### روش

مطالعه حاضر به روش تحقیق کیفی و با استفاده از مصاحبه عمیق انجام شده است. شرکت‌کنندگان در این پژوهش، کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه در پاییز سال ۱۳۹۴ بودند. کتابدارانی که به طرق مختلف در رسانه‌های اجتماعی مربوط به کتابخانه‌های عمومی حضور داشتند، به عنوان مصاحبه‌شونده انتخاب شدند؛ این افراد به طور مثال نویسنده وبلاگ کتابخانه بودند و یا در کانال‌ها و گروه‌های ایجاد شده در شبکه اجتماعی تلگرام توسط همکاران عضو بودند. شبکه‌های اجتماعی موردنظر در این پژوهش انواع شبکه‌های مبتنی بر وب (نظیر لینکدین) و مبتنی بر تلفن همراه (نظیر تلگرام و واتس‌آپ) بودند. همچنین در خصوص آشنایی مصاحبه‌شوندگان با سایر رسانه‌های اجتماعی نظیر ویکی‌پدیا، سایت‌های اشتراک فایل نظیر آپارات یا فروم‌ها نیز سؤال شد و در صورت تأیید این امر توسط آنان، به عنوان مصاحبه‌شوندگان نهایی موافقت آنان برای انجام مصاحبه کسب شد. روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و حجم نمونه به اشباع اطلاعات و تکرارپذیری داده‌ها بستگی داشت. در زمان اجرای مصاحبه ضمن یادداشت‌برداری از نکات ضروری با کسب اجازه از مصاحبه‌شوندگان با استفاده از دستگاه ضبط صوت، مصاحبه‌ها ضبط شد. همچنین در خصوص دلایل انجام مصاحبه و اطمینان از رعایت اصل محرمانگی در مطالعه به مصاحبه‌شوندگان توضیح داده شد. برای کسب اعتبار لازم با استفاده از راهنمایی‌ها و کمک دو متخصص و استاد علم اطلاعات و دانش‌شناسی با پیشینه انجام پایان‌نامه در روش تحقیق کیفی، ابتدا چند مصاحبه به

با توجه به اشباع اطلاعات و رسیدن به اطلاعات تکراری در مصاحبه‌های انجام شده، با نمونه‌های انتخاب شده از شهرستان‌های جواترود، روانسر، دالاهو، کنگاور و ثلاث باباجانی مصاحبه‌ای به عمل نیامد.

تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه منجر به شکل‌گیری ۴۷ زیرموضوع، ۹ موضوع اصلی و دو مقوله شامل کارکردها و موانع و مشکلات شد. در مقوله کارکردها ۷ موضوع اصلی شناسایی شد که عبارت‌اند از: انتشار، ارتباط و ارتقاء علمی، ارتقای جایگاه، بهره‌وری خدمات و استفاده از کتابخانه، بهبود فرایندها، شناخت و جلب حمایت. در مقوله موانع و مشکلات نیز ۲ موضوع اصلی موانع و مشکلات شخصی و موانع و مشکلات غیر شخصی شناسایی شد. کارکردها و موانع و مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی و زیرموضوعات آنها در شکل شماره ۱ تصویر شده است.

### ۱. کاربردها

در رابطه با شناخت کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه ۷ موضوع اصلی شناسایی شد که عبارت‌اند از: انتشار، ارتباط و ارتقاء علمی، ارتقای جایگاه، بهره‌وری خدمات و استفاده از کتابخانه، بهبود فرایندها، شناخت و جلب حمایت. هرکدام از موضوعات اصلی نیز دارای زیرموضوعاتی هستند که از متن مصاحبه‌ها انتزاع شدند.

۱-۱. انتشار: در اینجا آن دسته از کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی مطرح است که مربوط به انتشار اطلاعات کتاب و کتابخانه با هدف آگاهی‌رسانی و تبلیغات است.

۱-۱-۱. اطلاع‌رسانی و تبلیغات: اطلاع‌رسانی هم می‌تواند در درون سازمان و در بین کتابداران و مسؤولان پیرامون مسائل اداری و کاری انجام گیرد و هم در سطح برون‌سازمانی و پیرامون ارائه آخرین اخبار و اطلاعات کتابخانه‌ها، ارائه تازه‌های کتابخانه، برنامه‌ها و خدمات کتابخانه به مخاطبان و مردم انجام گیرد. بعد تبلیغات نیز مربوط به بیرون از مجموعه کتابخانه‌های عمومی است. اطلاع‌رسانی و تبلیغات اولین کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی بود که توسط همه شرکت‌کنندگان به آن اشاره شد. به اعتقاد آنان با استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌توان به سریع‌ترین،

گسترده‌ترین و کارآترین شکل ممکن به اطلاع‌رسانی در درون و برون سازمان پرداخت.

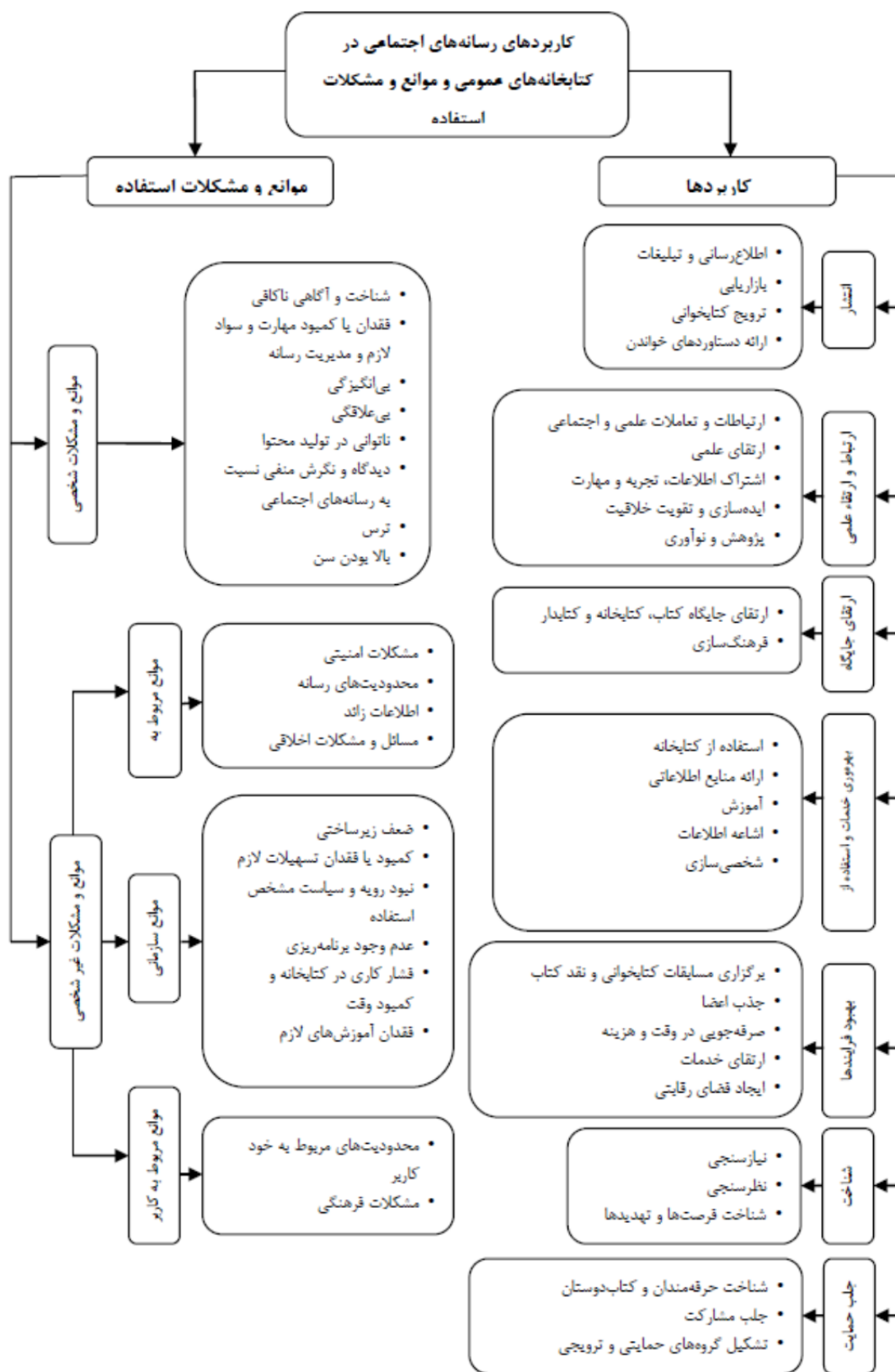
۱-۱-۲. بازاریابی: ۲۲ نفر از مصاحبه‌شوندگان کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی را معرفی و مشاوره خدمات و منابع اطلاعاتی کتابخانه و نشان دادن قابلیت‌ها و شایستگی‌های کتابخانه به ویژه به جامعه هدف مطرح کردند. به اعتقاد آنان بازاریابی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به دلیل صرفه‌جویی در وقت و هزینه‌ها و امکان دسترسی گسترده‌تر مخاطبان به آن می‌تواند به شکل اثربخشی انجام گیرد. همچنین آن‌ها ذکر کردند که خود اعضا نیز می‌توانند به شیوه شفاهی معرف کتابخانه‌های عمومی و خدمات و امکانات آن در رسانه‌های اجتماعی باشند و در واقع خود مبلغ کتابخانه عمومی شوند.

۱-۱-۳. ترویج کتابخوانی: ارتقای سرانه مطالعه شهروندان دغدغه و هدف اصلی نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور است. رسانه‌های اجتماعی ابزار مناسبی برای ترویج کتابخوانی و ایجاد فضای گفت‌وگو کتابخوانی و ترویج افکار اهل قلم در بین شهروندان است، چرا که با جذابیت‌های فراوان خود در بین اکثر افراد جامعه جای خود را باز کرده و به دلایل مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرند. ۹ نفر از مشارکت‌کنندگان تصدیق‌کننده این کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی بودند.

۱-۱-۴. ارائه دستاوردهای خواندن و استفاده از کتابخانه: می‌توان گفت یکی از راه‌های جذب مردم به مطالعه و استفاده از کتابخانه‌های عمومی ارائه مصادیق عملی خواندن و تجارب مفید استفاده از کتابخانه‌ها در جهت اثبات مفید بودن مطالعه و ارزشمند بودن این مراکز در جامعه است. به اعتقاد ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان رسانه‌های اجتماعی فضای مناسبی برای این امر است؛ چراکه در شکلی وسیع و آسان می‌توان چنین اطلاعات و یافته‌هایی را در سطح جامعه انتشار داد.

۱-۱-۲. ارتباط و ارتقاء علمی: برقراری ارتباط علمی و افزایش اطلاعات و ارتقای علمی به شیوه‌های گوناگون از دیگر کاربردهای رسانه‌های اجتماعی برای کتابداران کتابخانه‌های عمومی است که در ادامه به موارد مختلف آن پرداخته می‌شود.

۱-۱-۲-۱. ارتباطات و تعاملات علمی و اجتماعی: ارتباطات و تعاملات بیشتر، بهتر و سریع‌تر در دو سطح درون‌سازمانی و برون‌سازمانی و در گستره‌ای وسیع با کاربران کتابخانه،



شکل ۱. کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی و موانع و مشکلات استفاده از آن.

اجتماعی، قابلیت پژوهشی رسانه‌های اجتماعی است که در صحبت‌های ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان یافت شد.

۱-۳. ارتقای جایگاه: ارتقای جایگاه و نهادینه‌سازی فرهنگ کتاب و کتابخوانی از جمله کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی است که مشارکت‌کنندگان به آن اشاره کردند.

۱-۳-۱. ارتقای جایگاه کتاب، کتابخانه و کتابدار: آشکار ساختن ارزش متخصصان حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی در توسعه علمی، فرهنگی و اقتصادی کشور، ارتقاء دیدگاه و نگرش مسؤولان رده‌های میانی و عالی نسبت به رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و کارایی اجتماعی حرفه کتابداری، ارتقای سطح آگاهی عمومی پیرامون ارزش و سودمندی کتاب و کتابخانه در زندگی فردی و اجتماعی افراد جامعه در بستر رسانه‌های اجتماعی توسط ۲۲ نفر از مشارکت‌کنندگان مورد تأکید قرار گرفت.

۱-۳-۲. فرهنگ‌سازی: فرهنگ قابل آموزش دادن و آموختن است. ایجاد الگو و نگرش جدید در حوزه کتاب و کتابخوانی و کتابخانه‌های عمومی در جامعه موجب نهادینه‌سازی فرهنگ مطالعه و استفاده از کتابخانه‌های عمومی و توسعه فرهنگی جامعه خواهد شد. به گفته ۱۱ نفر از مشارکت‌کنندگان رسانه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای فرهنگ‌سازی در حوزه کتاب و کتابخوانی و کتابخانه‌های عمومی است.

۱-۴. بهره‌وری خدمات و استفاده از کتابخانه: فراهم‌سازی بستری برای افزایش استفاده از کتابخانه و بهره‌گیری از منابع، امکانات و برنامه‌های متنوع آن در فضای رسانه‌های اجتماعی، کاربردی قابل توجه از این ابزارهاست.

۱-۴-۱. استفاده از خدمات کتابخانه: در پرتو بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی نظیر وبلاگ، اعضای کتابخانه‌های عمومی می‌توانند بدون حضور در کتابخانه و از راه دور به استفاده از خدمات کتابخانه نظیر تمدید یا رزرو کتاب بپردازند و یا با پیوندهایی که در این بستر اطلاعاتی قرار گرفته (مانند پیوند به نرم‌افزار سامان کتابخانه) از سایر خدمات کتابخانه مانند جستجوی منبع اطلاعاتی موردنیاز خود بهره‌گیرند. همچنین آگاهی‌رسانی از خدمات و امکانات کتابخانه در رسانه‌های اجتماعی نیز موجب افزایش بهره‌گیری از کتابخانه‌های عمومی می‌شود. وبلاگ رسانه‌ای است که تقریباً تمامی کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه از آن استفاده کرده و کتابداران کاربرد آن را در کتابخانه مفید می‌دانند. ۱۷ نفر از مشارکت‌کنندگان متذکر شدند استفاده از رسانه‌های اجتماعی در حوزه خدمات کتابخانه‌های عمومی،

کتابداران و دیگر حرفه‌مندان و دوستداران حوزه کتاب از دیگر کاربردهاست که از صحبت‌های همه مصاحبه‌شوندگان انتزاع شد. به اعتقاد آنان رسانه‌های اجتماعی می‌توانند باعث تحکیم روابط، افزایش ارتباطات و تقویت مهارت‌های ارتباطی شوند؛ ارتباطات و تعاملات را تسهیل سازند و از این رهگذر توسعه دانش حرفه‌ای و دریافت مشاوره رایگان در زمینه‌های علمی و حرفه‌ای، بهره‌گیری مؤثر از قابلیت‌های دانشی و مهارتی دیگر کتابداران و حرفه‌مندان و تقویت بینش اجتماعی کتابداران را میسر سازند. همچنین امکان بحث و گفتگو و افزایش تعامل سازنده بین کاربران نیز فراهم می‌شود. مصاحبه‌شوندگان خود از طریق رسانه‌های اجتماعی ارتباطات و تعاملات علمی و حرفه‌ای خویش را گسترش داده و به نتایج خوبی دست یافته بودند.

۱-۲-۲. ارتقای علمی: ایجاد و دسترسی به بستری برای دریافت اطلاعات تخصصی شامل اطلاعات علمی و حرفه‌ای و اطلاعات عمومی به ویژه در حوزه کتاب و کتابخوانی با تشکیل شبکه‌های دانشی و خرد جمعی در رسانه‌های اجتماعی امکان‌پذیر بوده و باعث توسعه دانش و معلومات کتابداران و ارتقای توانمندی‌های دانشی و مهارتی آنان می‌شود. همچنین به‌روز رسانی اطلاعات، دانش و مهارت‌های آنان را نیز در پی داشته و فرآیند یادگیری را تسهیل می‌بخشد. تمامی مشارکت‌کنندگان ارتقای علمی را کاربردی از رسانه‌های اجتماعی برای کتابداران و کتابخانه‌های عمومی برشمردند.

۱-۲-۳. اشتراک اطلاعات، تجربه و مهارت: به عقیده ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان، از طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توان اطلاعات، تجارب و مهارت‌های خود را در حوزه‌های مختلف کاری و علمی به اشتراک گذاشت و از عقاید، تجارب و دانش سایرین نیز بهره‌گرفت. به گفته آنان حل مشکلات کاری، همدلی، هم‌افزایی و کمک به تولید و ترویج علم از جمله فواید این به اشتراک‌گذاری است.

۱-۲-۴. ایده‌سازی و تقویت خلاقیت: ایده‌سازی و تقویت خلاقیت مفهومی است که از اظهارات ۶ مشارکت‌کننده در پژوهش حاضر انتزاع شد. به گفته آنان آگاهی از فعالیت‌های همکاران و کتابخانه‌ها و طرح‌های به کار برده شده توسط آنان به ویژه در قالب گزارش‌های تصویری موجب خلق ایده‌های نو در کتابخانه‌های عمومی و تقویت افکار کتابداران می‌شود.

۱-۲-۵. پژوهش و نوآوری: ایجاد بستری برای تحقیقات علمی و یافتن موضوعات خوب پژوهشی در حوزه کتابخانه‌های عمومی و توزیع پرسشنامه از طریق رسانه‌های



ارائه بسته‌های خدماتی ویژه کاربران در صفحات شخصی خود از دیگر مواردی بود که توسط ۲ نفر از مصاحبه‌شوندگان ذکر شد.

۱-۵. **بهبود فرایندها:** بنابر گفته‌های مشارکت‌کنندگان تسهیل، بهبود و ارتقاء فعالیت‌ها و اجرای برنامه‌های مختلف کتابخانه‌های عمومی به کمک رسانه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است.

۱-۵-۱. برگزاری مسابقات کتابخوانی و نقد کتاب: برگزاری مسابقات کتابخوانی و نقد کتاب: ایجاد شبکه‌های کتاب‌محور گامی ارزشمند در مسیر آشنایی با کتاب و نقد آن‌ها و برگزاری مسابقات کتابخوانی آنلاین است. تمامی شرکت‌کنندگان تجربه استفاده از این شبکه‌ها و گروه‌های کتاب‌محور را داشتند و این کاربرد را بیان نموده و ارزشمند دانستند.

۱-۵-۲. جذب اعضا: یافته‌ها نشان داد رسانه‌های اجتماعی در جذب اعضا به کتابخانه‌های عمومی اثرگذارند. اظهارات ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان بیان می‌کند امروزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی به ویژه شبکه‌های اجتماعی در بین عموم مردم کاملاً فراگیر شده است، بنابراین با تبلیغات و اطلاع‌رسانی مناسب می‌توان از این بستر برای جذب اعضا به کتابخانه‌های عمومی استفاده کرد.

۱-۵-۳. صرفه‌جویی در وقت و هزینه: بنابر اظهارات ۱۰ نفر از مشارکت‌کنندگان از جمله مهم‌ترین کاربردهای رسانه‌های اجتماعی صرفه‌جویی در وقت و هزینه است؛ چرا که بدون محدودیت‌های زمانی، مکانی و مالی می‌توان فعالیت‌های بسیاری را با تنوع و گستردگی بیشتر در حوزه کاری کتابخانه انجام داد.

۱-۵-۴. ارتقای خدمات: در بستر فناوری‌های تعاملی، امروز خدمات کتابخانه‌های عمومی باید فراتر از خدمات سنتی نظیر امانت و بازگرداندن کتاب رود. کتابخانه‌های عمومی برای آن‌که مرجع اصلی دستیابی به اطلاعات باشند، باید خدمات خود را همگام با پیشرفت‌های روز دنیا در حوزه فناوری‌ها گسترش دهند. ارائه خدمات مرجع، ارائه خدمات اشاعه‌گزینشی اطلاعات و خدمات آگاهی‌رسانی جاری از جمله خدماتی است که ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان به ارائه آن‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی تأکید داشتند.

۱-۵-۵. ایجاد فضای رقابتی: بنا به اظهارات ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان ارائه فعالیت‌های کتابخانه‌ها و دستاوردهای کتابداران در رسانه‌های اجتماعی همراه با نتایج به‌دست آمده، با ایجاد انگیزه و اشتیاق منجر به رقابت، توسعه و تحرک

می‌تواند باعث افزایش استفاده از خدمات کتابخانه‌های عمومی شود.

۱-۴-۲. ارائه منابع اطلاعاتی: به اعتقاد ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان ارائه منابع اطلاعاتی در قالب‌های الکترونیکی، ارائه کتاب‌های صوتی، ارائه چکیده و خلاصه کتاب‌ها و حتی مقالات موردنیاز مخاطبان و نیز ارائه فهرست منابع در رسانه‌های اجتماعی کاربردی از این رسانه‌ها در کتابخانه‌هاست که در جهت پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران، افزایش خواندن و افزایش سطح رضایتمندی آنان از کتابخانه در پرتو دسترسی آسان‌تر، سریع‌تر و گسترده‌تر به منابع می‌تواند مورد استفاده کتابداران قرار گیرد. به گفته آنان افزایش دسترس‌پذیری به منابع اطلاعاتی احتمال افزایش خواندن را فراهم می‌کند. همچنین برای ایرانیانی که خواندن در بین آن‌ها نهادینه نشده است، دیدن و شنیدن راحت‌تر از خواندن است، بنابراین رسانه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای افزایش دسترس‌پذیری اطلاعات و ارائه منابع در قالب‌های مورد علاقه مخاطبان است.

۱-۴-۳. آموزش: ارائه خدمات آموزشی به ویژه آموزش و ارتقای سواد اطلاعاتی شهروندان و آموزش استفاده از کتابخانه و ارائه تورهای مجازی آشنایی با کتابخانه از طریق رسانه‌های اجتماعی به ویژه در قالب آموزش‌های تصویری کاربرد دیگری از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی است که توسط ۸ نفر از مصاحبه‌شوندگان اظهار شد. به اعتقاد آنان هم‌زمانی امکان استفاده از صوت، صدا و تصویر اثربخشی آموزش‌های ارائه شده را افزایش داده و باعث افزایش علاقه‌مندی به یادگیری و توسعه و بهبود توانایی‌ها و مهارت‌های کاربران و تسهیل فرایند یادگیری مادام‌العمر می‌شود.

۱-۴-۴. اشاعه اطلاعات: اشاعه اطلاعات برای کاربران کتابخانه‌ها و عموم شهروندان نظیر معرفی کتاب‌ها و نویسندگان و سایر اطلاعات عمومی و کاربردی بر حسب علاقه و نیاز جامعه، توسعه دانش، اطلاعات و فرهنگ جامعه را به دنبال دارد؛ اطلاعاتی که به دلیل منبع ارائه دهنده اطلاعات موثق بوده و می‌تواند اطمینان مخاطب را جلب نماید. ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان رسانه‌های اجتماعی را بستری برای ارائه اطلاعات کاربردی و موثق و بر اساس نیاز مخاطبان دانستند.

۱-۴-۵. شخصی‌سازی: ایجاد بخش ویژه کاربران در رسانه که در آن اطلاعات، دانش و تجارب خود را به اشتراک بگذارند، ایجاد صفحه‌ای برای کاربران فعال و معرفی آن‌ها و

حرفه‌ای، افزایش بهره‌وری و تسریع فرایندهای کتابخانه در بین کتابداران می‌شود.

۱-۶. شناخت: یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازها و الزامات دستیابی به وضعیت مطلوب در کتابخانه‌های عمومی، شناخت دقیق جامعه مخاطب و نیازمندی‌های آنان و همچنین وضعیت موجود کتابخانه‌های عمومی است که با استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌توان به آن دست یافت.

۱-۶-۱. نیازسنجی: به گفته ۱۲ نفر از مشارکت‌کنندگان شناخت بیشتر مخاطب و نیازهای اطلاعاتی و علاقه‌مندی‌های وی با تعمق در مباحث و مسائل مطرح شده در رسانه‌های اجتماعی و شناسایی اولویت‌های خدماتی و اطلاعاتی کتابخانه از طریق دریافت مستقیم نظرات افراد در رسانه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است.

۱-۶-۲. نظرسنجی: به گفته ۹ نفر از مصاحبه‌شوندگان استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌توان به صورت دوره‌ای در خصوص کارایی خدمات کتابخانه و سنجش سطح رضایت کاربران نظرسنجی انجام داد و نقاط قوت و ضعف کتابخانه را شناسایی کرد.

۱-۶-۳. شناخت فرصت‌ها و تهدیدها: به گفته ۲ نفر از مصاحبه‌شوندگان محیط بیرونی کتابخانه‌های عمومی آکنده از انواع تهدیدها و فرصتهایی است که بر کتابخانه‌های عمومی اثرگذار است. با شناخت صحیح این تهدیدها و فرصت‌ها در بستر رسانه‌های اجتماعی می‌توان راهبردهایی را برای استفاده از فرصت‌ها و تبدیل تهدیدها به فرصت‌ها اتخاذ و به کار گرفت.

۱-۷. جلب حمایت: کتابخانه‌های عمومی در مسیر دستیابی به اهداف خود نیازمند حمایت گسترده دولت و مردم هستند. این حمایت‌ها خواندن و افزایش سرانه مطالعه توسط افراد و مشارکت در ترویج کتابخوانی تا حمایت‌های مالی را شامل می‌شود.

۱-۷-۱. شناخت حرفه‌مندان و کتاب‌دوستان: به اعتقاد ۸ نفر از مشارکت‌کنندگان، فضای رسانه‌های اجتماعی به گونه‌ای است که افراد بر حسب علاقه‌مندی‌ها و حوزه‌های کاری خود اقدام به تشکیل گروه یا عضویت در چنین گروه‌هایی می‌کنند، بنابراین شناخت حرفه‌مندان و فعالان حرفه و علاقه‌مندان حوزه کتاب در سطح استانی، ملی و بین‌المللی و امکان جلب همکاری و حمایت آنان در این فضا مهیاست.

۱-۷-۲. جلب مشارکت: صحبت‌های ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان حاکی از آن بود که اطلاع‌رسانی مناسب و آگاهی‌رسانی از فعالیت‌های کتابخانه‌های عمومی به شکل

گسترده، فراگیر و مداوم، امکان جلب اطمینان و مشارکت خیرین و افراد تأثیرگذار در حوزه کتاب و کتابخانه‌های عمومی را فراهم می‌سازد. همچنین امکان جلب مشارکت اعضا و سایر علاقه‌مندان در تولید محتوا نیز از دیگر کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی است که توسط مصاحبه‌شوندگان بدان اشاره شد.

۱-۷-۳. تشکیل گروه‌های حمایتی و ترویجی: تشکیل گروه‌ها و کمپین‌های حمایت از کتابخانه‌های عمومی و کتابخوانی و گروه‌های دوستدار کتاب، کاربردی از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی و حوزه کتابخوانی است که از اظهارات ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان انتزاع شد. کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی همراه با اظهارات مشارکت‌کنندگان در جدول ۱ آمده است.

## ۲. موانع و مشکلات

در رابطه با شناخت موانع و مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه ۲۰ موضوع اصلی شناسایی شد که در دو گروه شامل موانع و مشکلات شخصی و موانع و مشکلات غیر شخصی دسته‌بندی شدند. هر یک از این دو گروه دارای زیر موضوعات و موضوعات فرعی‌تری هستند که از متن مصاحبه‌ها انتزاع شدند.

۱-۲. موانع و مشکلات شخصی: موانع و مشکلات شخصی به خود کتابدار و ویژگی‌های شخصی وی برمی‌گردد. این موارد شامل آگاهی و شناخت ناکافی کتابداران از انواع رسانه‌های اجتماعی؛ فقدان یا کمبود مهارت و سواد کار با رسانه‌ها (شامل سواد اطلاعاتی، سواد رایانه‌ای، سواد رسانه‌ای و سواد شبکه‌ای) و مدیریت آن‌ها؛ بی‌انگیزگی در به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی؛ بی‌علاقگی به استفاده از رسانه‌ها؛ ناتوانی در تولید محتوا؛ دیدگاه و نگرش منفی نسبت به رسانه‌های اجتماعی؛ ترس و بالا بودن سن کتابداران است که از متن مصاحبه مشارکت‌کنندگان انتزاع شد. همه مصاحبه‌شوندگان، مفاهیمی از موانع و مشکلات شخصی را ارائه کردند.

۲-۲. موانع و مشکلات غیر شخصی: موانع و مشکلات غیر شخصی نیز فراتر از شخص و به خود رسانه، سازمان (کتابخانه‌های عمومی) و همچنین مردم و کاربران کتابخانه مربوط می‌شود. همه مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها، مفاهیمی از موانع و مشکلات غیر شخصی را ارائه کردند.

۱-۲-۲. موانع مربوط به رسانه شامل مشکلات امنیتی نظیر نقض حریم خصوصی سازمان، نادیده گرفتن حق کپی‌رایت

جدول ۱. اظهارات مشارکت‌کنندگان با موضوع کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی.

کد	اظهارات مشارکت‌کنندگان	زیرموضوعات کاربردها
۱۱	«آگاهی‌رسانی در مورد اطلاعات، اخبار و برنامه‌های کتابخانه مثل روز عضویت رایگان که از این طریق اطلاع‌رسانی گسترده‌تری انجام می‌شود، ارسال لیست نشریاتی که به کتابخانه می‌رسد...»	اطلاع‌رسانی و تبلیغات
۳	«یکی از مشکلات ما اینست که مردم از وجود کتابخانه‌ها خبر ندارند. خیلی‌ها فکر می‌کنند تو این شهر همین دو تا کتابخانه هست. میشه یه نرم‌افزاری طراحی کرد که رو گوشی‌ها نصب بشه و اطلاعات و آدرس همه کتابخانه‌های استان رو داشته باشه...»	
۱۱	«وبلاگ‌ها که همین الان هم کاربرد دارن و به معرفی خدمات و فعالیت‌های کتابخانه‌ها می‌پردازند»	انتشار
۶	«از طریق رسانه‌ها میشه کتابخانه‌های عمومی رو به جامعه معرفی کرد»	بازاریابی
۲۲	«وقتی می‌بینی تو این رسانه‌ها گروه‌های مختلفی هست که کتاب معرفی می‌کنه و همه مشارکت می‌کنن و هر کدوم نظر میدن و بحث می‌کنن و یه فضای پرشوری ایجاد شده، خب تو هم دوست داری بری کتابی رو که بقیه خوندن، بخونی، خیلی‌ها دیگه هم به همین شکل. این جوری یه موج راه میفته...»	ترویج کتابخوانی
۹	«ما همیشه می‌گم کتاب خوبه، کتابخونه خوبه. بیاید استفاده کنید، اما هنوز نتونستیم بخش عمده‌ای از مردم رو کتابخون و جذب کتابخونه کنیم. راه‌حل‌ها زیاده، مثل ارائه تجربه‌ها و نتایجی که از خوندن تو زندگی کسب کردیم... رسانه‌های اجتماعی یه فضای غیر رسمیه که خیلی راحت و آزادانه می‌تونیم چنین نتایج و فوایدی رو از خوندن به مردم بگیریم یا اعضا بیان و از زبون خودشون بگن که خیلی هم اثرگذارتره...»	ارائه دستاوردهای خواندن و استفاده از کتابخانه
۱۵	«بعضی شبکه‌ها مخصوص حرفه‌مندان. میتونی بری و عضو بشی و رزومه‌ات رو هم اونجا قرار بدی. اینجوری هم بقیه تو رو می‌شناسن و هم خودت بقیه رو می‌شناسی و میتونی باهاشون ارتباط برقرار کنی...»	ارتباطات و تعاملات علمی و اجتماعی
۱۳	«... سعی کردم عضو گروه‌هایی بشم که به اطلاعاتم اضافه کنه. هر چی کتابدار اطلاعاتش بیشتر باشه، راحت‌تر می‌تونه با عضو تعامل برقرار کنه. اعضا خودشون ممکنه خیلی باسواد باشن. باید حرفی برای گفتن در مقابلشون داشته باشی. نباید به چشم یه بی‌سواد به کتابدار نگاه بشه...»	ارتقای علمی
۲	«حتی میشه از طریق این رسانه‌ها مشکلات کاری رو حل کرد. من از گروهی که برای نرم‌افزار سامان تشکیل شده، استفاده کردم، سؤالو مطرح کردم و جواب هم گرفتم...»	ارتباط و ارتقاء علمی
۱۹	«همین وبلاگ‌هایی که برای کتابخونه‌ها ایجاد شده کلی مطلب از کتابخونه داره که من کتابدار میتونم برم ببینم و ازش برای کتابخونه خودم استفاده کنم. مثلاً کتابخونه [...] فلان فعالیت جنبی رو داشته، منم می‌تونم اون برنامه رو تو کتابخونه‌ام اجرا کنم»	
۲	«رفتم بودم کتابخونه [...] یکی از همکارا می‌گفت من فکر نمی‌کردم بشه تابلو اعلانات رو به این زیبایی درست کرد. ولی اون عکسی رو که به گروه فرستادی، کلی ازش الگو گرفتم...»	ایده‌سازی و تقویت خلاقیت
۲۵	«شما می‌خواهی پژوهش انجام بدی، میتونی از طریق رسانه‌ها به صورت الکترونیکی پرسشنامه‌ات رو توزیع کنی. حتی میتونی از طریق موضوعاتی که تو رسانه‌ها بین کتابدارا مطرح میشه، مشکلات و دغدغه‌هارو بشناسی و برای پر کردن خلأها پژوهش انجام بدی...»	پژوهش و نوآوری
۱	«ما نمی‌تونیم بریم به تک‌تک مردم بگیریم کتاب اینه، کتابخونه اینه... نه وقتش هست و نه هزینه‌اش و نه به همه مردم دسترسی داریم. ولی تو شبکه‌ها به صورت فراگیر به طیف گسترده‌تری از مردم دسترسی داریم و می‌تونیم خودمون رو به مردم بشناسونیم»	ارتقای جایگاه کتاب، کتابخانه و کتابدار
۱۴	«همه می‌دونیم رسانه‌ها نقش پر رنگی در شکل دادن رفتار و تغییر سبک زندگی افراد دارن. حالا هم که انگار استفاده از رسانه‌های اجتماعی از رسانه‌های جمعی مثل تلویزیون پیشی گرفته. خب ما باید دنبال راه‌حلی باشیم که از این بستر به نفع کتاب و کتابخونه استفاده کنیم»	فرهنگ‌سازی
۱۸	«الان دیگه فناوری‌ها جزء لاینفک زندگی مردم شده. مردم طالب خدمات در محیط مجازی شدن... خدماتی مثل تمدید و رزرو کتاب از طریق وبلاگ کتابخونه، میتونه استفاده از کتابخونه رو بیشتر و راحت‌تر کنه»	بهره‌وری استفاده از کتابخانه
۱۱	«... به طور کلی در راستای اهداف و خدماتی که کتابخونه‌ها برای اون به وجود اومدن، می‌تونن به کار گرفته بشن مثل تبادل منابع اطلاعاتی مورد نیاز کاربران در قالب pdf ارسال مقالات مورد نیاز اعضا از طریق شبکه‌های اجتماعی که کار رو خیلی راحت‌تر کرده»	خدمات و استفاده از کتابخانه

ادامه جدول ۱

۱۷	«... طرف دانشجوئه، میخواد مقاله بنویسه. نمیدونه کجا منابع موردنیازش رو پیدا کنه، حتی واقعاً نمیدونه باید چه مسیری رو طی کنه. وقتی بدون اینکه از خونه‌اش بیاد بیرون، با موبایلش میتونه از کتابخونه کمک بخواد، خب کتابخونه براش میشه منبع مهم دستیابی به اطلاعات. همون چیزی که ما میخوایم ...»	آموزش	بهره‌وری خدمات و استفاده از کتابخانه
۲۷	«... کتابخونه میتونه اطلاعاتی مثل اطلاعات بهداشتی و سلامتی رو که خیلی هم راجع داره، از طریق صفحه‌ای که برای کتابخونه‌اش طراحی کرده، منتشر کنه ... این اطلاعات هم کاربردی و هم مخاطب‌پسند»	اشاعه اطلاعات	
۱۰	«... مثلاً توی رسانه یک قسمتی باشه که مربوط به خود مخاطب باشه»	شخصی‌سازی	
۱۹	«شبکه‌های اجتماعی بستر خیلی خوبی برای ایجاد شبکه‌های کتاب‌محوره که تو اونا خیلی راحت میشه مسابقه کتابخونی برگزار کرد، همه‌امون تجربه‌اش رو داریم! میشه در مورد کتاب‌هایی که تو مجموعه هست، نقد نوشت و نقدهای دیگران رو خوند. کلاً بستر خوبی برای آشنایی با کتاب‌های مختلفه و حتی نویسنده‌ها»	برگزاری مسابقات کتابخوانی و نقد کتاب	
۱۶	« الان تو همین سایت آپارات خیلی راحت فیلم‌های مختلف به اشتراک گذاشته می‌شه ... دیدن یه فیلم جذاب از کتابخونه و بخش‌های مختلفش و فعالیت‌هاش میتونه تو جذب افراد به کتابخونه تأثیر بذاره»	جذب اعضا	
۲۴	«همین جلسات نقد کتاب خیلی راحت تو فضای مجازی برگزار میشه ... نیازی نیست حتماً گردهمایی صورت بگیره و کلی هزینه بشه ... بدون محدودیت زمانی و مکانی!»	صرفه‌جویی در وقت و هزینه	بهبود فرایندها
۱۴	«بعضی از خدمات هست که الان تو تمام دنیا مخصوصاً تو کتابخونه‌های دانشگاهی جایگاه خاصی داره و خیلی هم مراجع‌پسنده. مثل همین خدمات آگاهی‌رسانی جاری که ما تو کتاب‌امون خوندم. به نظرم این خدمات باید تو کتابخونه‌های عمومی هم ارائه بشه ... رسانه‌های اجتماعی میتونه بستر ارائه این خدمات بشه»	ارتقای خدمات	
۳	«دیدن فعالیت‌های مختلف همکارا باعث ایجاد تحرک بیشتر میشه ... من تو وبلاگ کتابخونه طراحی‌هایی انجام داده بودم که خیلی‌ها خوششون اومده بود و کدهاش رو می‌خواستن ...»	ایجاد فضای رقابتی	
۷	«می‌تونیم تو وبلاگ یا صفحه ایجاد شده تو شبکه‌ها برای کتابخونه از اعضا بپرسیم نیازهای اطلاعاتی‌شون چیه ... به صرفه‌تر و راحت‌تر هم انجام میشه»	نیازسنجی	
۱۶	«ممکنه کاربر ما نتونه و یا نخواد بیاد مستقیم به ما نظرش رو در مورد کتابخونه بگه. میتونه راحت بره مثلاً تو وبلاگ کتابخونه و حتی به صورت ناشناس نظرش رو بذاره ...»	نظرسنجی	شناخت
۱۸	«همین شبکه‌های اجتماعی نشون میده الان جوونای ما دیال چی هستن و کتاب خوندن بین اونها چه جایگاهی داره ...»	شناخت فرصت‌ها و تهدیدها	
۲۱	«الان دیگه تو هر رشته و موضوعی یه گروه تو شبکه‌ها تشکیل شده. از همین طریق میشه با افراد مختلفی تو حوزه کاریمون آشنا بشیم یا حتی کسانی که رشته ما نیستن، ولی تو حوزه کتاب خیلی فعالن، حتی نویسنده‌ها هم یه صفحه برای خودشون دارن ...»	شناخت حرفه‌مندان و کتاب‌دوستان	
۱	«... وقتی میای کتابخونه‌ها رو معرفی می‌کنی و از مشکلات و چالش‌های کتابخوانی و کتابخانه‌های عمومی حرف می‌زنی، می‌بینی کسی پیدا میشه که ازت حمایت کنه. کسانی که نمی‌شناسی و حتی فکرش رو هم نمی‌کردی ...»	جلب مشارکت	جلب حمایت
۱۳	«ما تو تلگرام حلقه دوستداران کتاب رو تشکیل دادیم که تو اون خلاصه و چکیده کتاب‌ها رو می‌ذاریم ...»	تشکیل گروه‌های حمایتی و ترویجی	

عدم وجود برنامه‌ریزی برای استفاده از رسانه در کتابخانه؛ فشار کاری در کتابخانه و کمبود وقت و فقدان آموزش‌های لازم برای کتابداران جهت آشنایی با انواع رسانه‌های اجتماعی و بهره‌گیری از آن‌ها می‌باشند.

۲-۳. موانع مربوط به کاربران و مردم شامل محدودیت‌های مربوط به کاربران نظیر ناآگاهی یا ناآشنایی با رسانه، عدم تمایل به استفاده از رسانه‌های اجتماعی مربوط به کتابخانه و یا فقدان مهارت‌ها و امکانات و تجهیزات لازم برای استفاده از رسانه و مشکلات فرهنگی شامل ضعف فرهنگی در استفاده صحیح از رسانه‌های اجتماعی و دیدگاه و نگرش منفی نسبت به رسانه‌ها در میان مردم و مسؤولان و مسأله پذیرش این رسانه‌ها توسط آنان است.

مربوط به کتابخانه، سرقت اطلاعات سازمانی، مشکلات مربوط به ویروس‌ها و هک شدن و فیلتر بودن رسانه؛ محدودیت‌های مربوط به قابلیت‌ها و امکانات رسانه‌ها؛ اشاعه اطلاعات زائد و بیهوده و مسائل و مشکلات اخلاقی رسانه‌های اجتماعی هستند.

۲-۲. موانع سازمانی شامل ضعف زیرساختی (زیرساخت‌های فنی شامل امکانات سخت‌افزاری و توانایی مالی کتابخانه و اینترنت پر سرعت)؛ کمبود یا فقدان تسهیلات لازم در سازمان نظیر نیروی انسانی موردنیاز برای اجرا و پیاده‌سازی و مدیریت رسانه‌های اجتماعی؛ نبود رویه و سیاست مشخص استفاده در سازمان و حمایت مسؤولان و مدیران از به‌کارگیری این رسانه‌ها در کتابخانه‌های عمومی؛

جدول ۲. اظهارات مشارکت‌کنندگان با موضوع موانع و مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی.

کد	اظهارات مشارکت‌کنندگان	زیرموضوعات موانع و مشکلات استفاده	موانع و مشکلات
۱۰	«ممکنه کتابداران کتابخونه‌ها آشنایی با انواع رسانه‌ها و امکانات و توانایی اونا نداشته باشن»	شناخت و آگاهی ناکافی	موانع و مشکلات
۱۲	«استفاده از رسانه برای استفاده شخصی با استفاده برای کتابخونه فرق داره. اینجا لازمه خیلی دقیق‌تر و بهتر بدونی چه جوری از رسانه استفاده کنی و باید با همه قسمت‌هاش آشنا باشی و بدونی چه کاربردی داره. سواد استفاده از رسانه لازمه»	فقدان یا کمبود مهارت و سواد لازم و مدیریت رسانه	شخصی
۲۲	«این وقتی که صرف می‌کنم و می‌رم مثلاً وبلاگ می‌سازم برای کتابخونه، باید نتایجی داشته باشه و بازخوردی بگیرم. از طرفی باید یه فرقی بین منی که این کارو انجام می‌دم، با اون‌هایی که فقط کارهای روتین کتابخونه رو انجام می‌ده، باشه...»	بی‌انگیزگی	
۱۴	«بعضی‌ها اصلاً علاقه‌ای به رسانه‌ها ندارن، حتی برای استفاده شخصی»	بی‌علاقگی	
۷	«کتابدار ممکنه نتونه مطلبی تولید کنه. محتوای خوبه که مخاطب رو جذب می‌کنه...»	ناتوانی در تولید محتوا	
۹	«بعضی‌ها فکر می‌کنن استفاده از این ابزارها تو کتابخونه اصلاً ضرورت و حتی کاربرد چندانی نداره و فقط وقت کتابدارو می‌گیره... نسبت به رسانه‌های اجتماعی پیش‌داوری منفی دارن»	دیدگاه و نگرش منفی نسبت به رسانه‌های اجتماعی	
۲۱	«خب من این ترس رو دارم که آیا فعالیت در این رسانه اجتماعی مجاز هست یا نه...»	ترس	
۵	«مسن‌ترها از فناوری‌های جدید یه مقدار دور می‌گیرن. جوونا به این حوزه بیشتر علاقه‌مندن»	بالا بودن سن	
۲۶	«همین اواخر کلی از اطلاعات وبلاگ ما از بین رفت. گفتن هک شده... چند ماه طول کشید تا وبلاگ درست شد، اما دیگه چه فایده!»	مشکلات امنیتی	موانع و مشکلات
۱۳	«استفاده از رسانه به کارایی و سهولت استفاده‌اش ربط داره و همین‌طور قابلیت‌هاش. یه رسانه هم سرعتش خوبه، هم نسخه‌های مختلفی داره. میشه هم رو کامپیوتر نصبش کرد و هم رو گوشی. اینه که یه رسانه پرکاربردتر میشه و یه رسانه دیگه نه»	محدودیت‌های رسانه	غیر شخصی
۱	«گروه ایجاد شده در مورد کتابخوانی، اون وقت می‌بینی مدام نظراتی به اشتراک گذاشته می‌شه که مربوط به مشکلات مالی کتابداراست!...»	اطلاعات زائد	
۲۲	«این حجم از اطلاعاتی که به سرعت و سهولت از طریق رسانه‌ها منتشر میشه، همیشه هم خوب و مفید نیست. اطلاعاتی منتشر می‌شه که اصول اخلاقی را نادیده می‌گیره»	مسائل و مشکلات اخلاقی	
۱۱	«تو کتابخونه‌های عمومی اینترنت و وای‌فای هم نیست، باز مشکل‌سازه این مسأله»	ضعف زیرساختی	موانع سازمانی
۳	«ایجاد تغییر و استفاده از فناوری بودجه می‌خواد، اگه نباشه نمی‌شه کار رو پیش برد»		
۱۶	«اگر این امکانات هم باشه یکی دو نفر باید مخصوص این کار در نظر گرفته بشن و کارشون در یک بخش جداگانه ارئه خدمات از طریق فضای مجازی باشه که خیلی ایده‌آل به نظر می‌رسه»	کمبود یا فقدان تسهیلات لازم	
۱۰	«هیچ دستورالعمل مشخص یا چارچوب مشخصی برای کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه وجود نداره و موارد استفاده تعریف نشده»	نبود رویه و سیاست مشخص استفاده	
۴	«از یه رسانه‌ای می‌خواهی استفاده کنی، برات تردید به وجود میاد که حالا استفاده کنی یا نه. برنامه‌ریزی برای استفاده وجود نداره»	عدم وجود برنامه‌ریزی	
۱۱	«... البته اگه وقتش رو کتابدار داشته باشه و کارهای دیگه کتابخونه اجازه این فعالیت‌هارو بده!»	فشار کاری در کتابخانه و کمبود وقت	
۱۸	«باید بتونی مدام به روز بشی و تعامل داشته باشی، وگرنه مخاطبات رو از دست میدی...»		
۲۰	«سرعت ایجاد رسانه‌های مختلف بالاست. لازمه که آموزش‌های مداومی در مورد فناوری‌های جدید به کتابدار داده بشه تا بتونه مهارت‌هاش رو به‌روز کنه و ارتقاء بده...»	فقدان آموزش‌های لازم	
۲۷	«ممکنه عضو ما امکاناتش رو نداشته باشه از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنه و یا اصلاً دلش نخواد عضو شبکه اجتماعی کتابخونه بشه»	محدودیت‌های مربوط به خود کاربر	موانع مربوط به کاربران و مردم
۱۴	«... تازه اگه همه این کارها از طرف کتابخونه امکان‌پذیر باشه، ممکنه جامعه کتابخونه استقبال نکنن و یا جا افتادن و آشنایی این مسأله کلی زمان ببره»	مشکلات فرهنگی	

مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی همراه با اظهارات مشارکت‌کنندگان در جدول ۲ آمده است.

### بحث و نتیجه گیری

هدف این پژوهش شناسایی کاربردها و موانع و مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه بود. یافته‌های پژوهش بنابر مفاهیم انتزاع شده از متن مصاحبه مشارکت‌کنندگان نشان داد که رسانه‌های اجتماعی کاربردهای مختلفی شامل انتشار، ارتباط و ارتقاء علمی، ارتقای جایگاه، بهره‌وری خدمات و استفاده از کتابخانه، بهبود فرایندها، شناخت و جلب حمایت در کتابخانه‌های عمومی را دارند. کاربردهای نامبرده بخشی در ارتباط کتابدار با سازمان خود و حرفه‌مندان رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی در سطوح مختلف و برخی دیگر در ارتباط کتابدار با کاربران و مردم است. گرچه برخی از کاربردها نظیر اطلاع‌رسانی و تعامل در هر دو جنبه مصداق دارد.

نتایج پژوهش‌های ابراهیم‌زاده و دیگران (۱۳۹۳)، ظهوریان فولادی (۱۳۹۳)، باغستانی‌تجلی و صبوری (۱۳۹۴)، زارعی و بیات (۱۳۹۴)، رادرفورد (۲۰۰۸ الف)، چو و دو (۲۰۱۳)، سینگاه و سارماه (۲۰۱۵) و راکشیکار (۲۰۱۵) با نتایج پژوهش حاضر هم‌سو می‌باشد. گرچه در این پژوهش‌ها (بجز پژوهش زارعی و بیات، ۱۳۹۴) به طور مستقیم به بحث شناخت کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها پرداخته نشده و در خلال بررسی وضعیت استفاده از رسانه اجتماعی، دلایل و انگیزه‌های استفاده تبیین شده است که با توجه به نتایج پژوهش حاضر می‌توان گفت دلایل و انگیزه‌های استفاده، گویای کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها می‌باشد. همچنین لازم به ذکر است بخش کوچکی از کاربردهای شناسایی شده در پژوهش حاضر در مطالعات پیشین مورد اشاره قرار گرفته است. ارتباط با کاربر، اطلاع‌رسانی، اشتراک اطلاعات و دانش، ارائه خدمات مرجع و دستیابی به نیاز اطلاعاتی کاربران بیشترین کاربردهای مورد اشاره در پیشینه‌های مورد بررسی بود.

گفته‌های مصاحبه‌شوندگان در پژوهش حاضر نشان داد مهم‌ترین کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی قابلیت اطلاع‌رسانی آن است که کتابداران می‌توانند استفاده مناسبی را از این قابلیت در راستای ارتقای خدمات خود ببرند. اهمیت این قابلیت از آنجا ناشی می‌شود که اطلاع‌رسانی و پیرو آن شناخت خدمات، عامل مهمی در

استفاده از خدمات کتابخانه است. همچنین کاربرد مهم دیگر تعاملات و ارتباطات علمی و اشتراک اطلاعات، دانش و تجربه در بین کتابداران است. از آنجا که در دنیای امروز کتابداران به منظور موفقیت حرفه‌ای نیازمند به‌روز رسانی دانش و مهارت‌های خویش هستند، این ابزارها مسیر دستیابی به این امر را هموارتر می‌سازند. همچنین ارتقای جایگاه کتاب و کتابخوانی و خدمات کتابخانه‌های عمومی مسأله مهمی است که از راه‌های مختلفی باید به فکر تحقق آن بود، رسانه‌های اجتماعی با قابلیت استفاده فراگیر در بین افراد و جذابیت‌های فراوان خود که هر روز به آن افزوده می‌شود، این امکان را به خوبی در اختیار کتابخانه‌ها قرار می‌دهند. در مجموع می‌توان گفت با توجه به گستردگی و متنوع بودن دامنه ارائه خدمات کتابخانه‌های عمومی به اقشار مختلف و ناهمگونی مخاطبان این کتابخانه‌ها نسبت به سایر انواع کتابخانه‌ها نظیر کتابخانه‌های دانشگاهی، رسانه‌های اجتماعی کاربردهای بسیار بیشتر و متنوع‌تری در کتابخانه‌های عمومی دارند.

اما علیرغم همه کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی، نتایج نشان داد رسانه‌های اجتماعی به گستردگی در کتابخانه‌های عمومی مورد استفاده قرار نمی‌گیرند. از دیدگاه کتابداران موانع و مشکلاتی بر سر راه استفاده از این فناوری‌ها وجود دارد که در دو دسته موانع و مشکلات شخصی و موانع و مشکلات غیر شخصی دسته‌بندی شدند. موانع و مشکلات شخصی شامل آگاهی و شناخت ناکافی، فقدان یا کمبود مهارت و سواد و مدیریت رسانه، بی‌انگیزگی، بی‌علاقگی، ناتوانی در تولید محتوا، دیدگاه و نگرش منفی نسبت به رسانه‌های اجتماعی، ترس، بالا بودن سن کتابداران و موانع و مشکلات غیر شخصی شامل موانع مربوط به رسانه، موانع سازمانی و موانع مربوط به کاربران و مردم بودند.

نتایج پژوهش‌های بهرامی (۱۳۹۱)، ظهوریان فولادی (۱۳۹۳)، باغستانی‌تجلی و صبوری (۱۳۹۴)، رادرفورد (۲۰۰۸ ب)، سکر (۲۰۰۸)، عارف و محمود (۲۰۱۲)، سینگاه و سارماه (۲۰۱۵) و راکشیکار (۲۰۱۵) در خصوص موانع استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها با نتایج پژوهش حاضر هم‌راستاست. گرچه موانع شناسایی شده در این پژوهش‌ها به جامعیت و گستردگی موانع شناسایی شده در پژوهش حاضر نیست. عدم آشنایی یا آشنایی اندک با رسانه اجتماعی، مشکلات امنیتی، مشکلات مربوط به زیرساخت‌ها و کمبود وقت بیشترین موانع مورد اشاره در پیشینه‌های مورد

کتابخانه‌های عمومی با در نظر گرفتن راهبردهای مناسب برای استفاده صحیح و بجا در راستای اهداف و مأموریت کتابخانه‌های عمومی همراه با رفع یا کاهش موانع و مشکلات استفاده، گامی در ارائه خدمات نوین اطلاعاتی مبتنی بر ابزارهای وب ۲,۰ در کتابخانه‌های عمومی و حرکت به سمت کتابخانه ۲,۰ است. نکته‌ای که نباید از نظر دور داشت تدوین خط‌مشی‌ها و دستورالعمل‌های روشن و دقیق و برنامه‌ریزی‌های منظم کوتاه مدت و بلند مدت به منظور استفاده صحیح و کاهش خطرات امنیتی و اخلاقی ناشی از به کارگیری رسانه‌های اجتماعی در محیط کتابخانه‌های عمومی و حفظ مسائلی همچون محرمانگی، دقت، دسترسی و نظایر آن است. چرا که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح گسترده و در تمامی کتابخانه‌های عمومی نیازمند وجود سیاست‌ها، دستورالعمل‌ها و راهنماهای کمی و کیفی تدوین شده توسط نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور به عنوان سازمان مادر جهت بهره‌گیری از این رسانه‌هاست. همچنین شایسته است در خصوص تدارک زیرساخت‌ها و تسهیلات لازم جهت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی، آشنا ساختن کتابداران با انواع و نحوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی و آموزش سواد اطلاعاتی، سواد رسانه‌ای و سواد شبکه‌ای به کتابداران و کاربران کتابخانه‌ها تمهیدات لازم اندیشیده شود. همچنین با وجود تنوع، گستردگی و جذابیت‌های فراوان رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده در حوزه‌های مختلف و رقابت برای جذب مخاطب بیشتر، لازم است در خصوص ایجاد جذابیت‌های محتوایی و بصری لازم در رسانه ایجاد شده برای کتابخانه، برنامه‌ریزی‌های لازم صورت گیرد و از رسانه‌هایی استفاده شود که بیشترین جذابیت، کارایی و کاربرد را در نزد افراد دارند.

## References

- Arif, M. & Mahmood, K. (2012). The changing role of librarians in the digital world: Adoption of Web 2.0 technologies by Pakistani librarians. *Electronic Library*, 30, 469-479.
- Baghestani Tajali, A. & Saboori, F. (2015). A survey on acquaintance rate and effective factors on librarians' utilization in Mashad public libraries about social base networks. In *Social Media in the Information Centers: Proceedings of the Eighth National Conference of Iranian Knowledge and Information Science Student Association (ADKA)*. Tehran: Ketabdar.

بررسی بود. در پژوهش حاضر نیز همه مشارکت‌کنندگان به این موانع اشاره کردند.

در میان به نظر می‌رسد نبود رویه و سیاست مشخص استفاده و ضعف زیرساختی در داخل کتابخانه و پذیرش رسانه‌های اجتماعی کتابخانه در بین مردم و جلب مشارکت آنان، مهم‌ترین موانع استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه باشد؛ چرا که چنانچه کتابدار خود راغب بوده و در این زمینه توانایی‌های لازم را داشته باشد، اما در حیطه وظایف شغلی خود مانع سازمانی در استفاده از این ابزارها ببیند و یا امکانات مناسب استفاده از این ابزارها را در اختیار نداشته باشد، امکان استفاده در کتابخانه منتفی خواهد شد. از طرفی موانع شخصی که مربوط به کتابداران می‌باشد، با ارائه آموزش‌های اندک و تعریف استفاده از این ابزارها در شرح وظایف شغلی آنان سهل‌تر رفع می‌شوند. از طرفی اگر همه موانع درون‌سازمانی رفع گردد، اما جامعه مخاطب پذیرای استفاده از این ابزارها نباشند، همه تلاش‌های کتابخانه و کتابدار منجر به شکست خواهد شد.

یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه دیدگاه مثبتی نسبت به رسانه‌های اجتماعی و استفاده از آنها در کتابخانه‌ها دارند و نسبت به کارایی و کاربردهای آنها نیز واقفند. بر این اساس به نظر می‌رسد چنانچه بسترهای لازم برای استفاده منسجم و اصول‌مند از این ابزارها فراهم شود، کتابخانه‌های عمومی می‌توانند با ارائه خدمات اطلاعاتی جذاب‌تر و کاربرپسندتر و با برقراری تعاملات بیشتر و گسترده‌تر با جامعه مخاطب خود در خارج از فضای فیزیکی کتابخانه، در بطن زندگی افراد جامعه حضور یافته و جایگاه خود را به عنوان تأمین‌کنندگان اصلی نیازهای اطلاعاتی همه اقشار جامعه تثبیت نمایند و از این طریق بر چالش‌های گوناگونی که با آن مواجه‌اند نظیر سرانه پایین مطالعه و حضور قشر اندکی از مردم در کتابخانه‌ها تا حدودی فائق آیند. به کارگیری رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها می‌تواند به آسانی به کتابداران کمک کند تا در عصر اینترنت به بقا و رشد خود ادامه دهند.

در مجموع می‌توان گفت حضور موفق کتابداران در آینده حرفه‌ای در پرتو سازگاری با فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی و بهره‌گیری از آنهاست. شایسته است کتابداران دانش خود را همگام با پیشرفت فناوری و علوم مختلف، به روز نگه داشته و مهارت‌های موردنیاز کتابدار ۲,۰ را در خود پرورش دهند. آگاهی از کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در

- Ross, C.S., McKechnie, L. & Rothbauer, P.M. (2006) *Reading Matters: What the Research Reveals about Reading, Libraries, and Community*. Westport, CT: Libraries Unlimited.
- Rutherford, L. L. (2008a). Building participative library services: the impact of social software use in public libraries. *Library Hi Tech*, 26 (3); 411-423.
- Rutherford, L. L. (2008b). Implementing social software in public libraries: An exploration of the issues confronting public library adopters of social software. *Library Hi Tech*, 26 (2); 184-200.
- Secker, J. (2008). Case study 5: libraries and Facebook. *LASSIE: Libraries and Social Software in Education*. Centre for Distance Education, University of London, London.
- Shenton, A. (2011) Do we need a more balanced attitude to the Internet? *CILIP Update with Gazette*, 32-33.
- Singha, S. C. & Sarmah, M. (2015). A new skyline of using Web 2.0 technology in endorsing the library services: a case Study among LIS professionals in selected university libraries of Assam state. *International Journal of Academic Library and Information Science*, 3(11); 322-329.
- Sterberg, G. K. (2005). *Methods of qualitative research in social science*. Yazd, Iran: University of Yazd; 2005.
- Zarei, A. & Bayat (2015). Social media efficiency in academic libraries: case study Tehran university. *Ketab Mehr*. 17 & 18; 98-121.
- Zohoorian Fooladi, N. (2014). Obstacles and motivations for social media by librarians of university libraries. *Journal of Academic Librarianship and Information Research*, 48 (1); 121-141.
- Bahrami, V. (2013). *Analysis of Librarian Acquaintance and Use of Web 2.0 Technologies in University Libraries and Identifying Disincentive with Use of these Technologies at Serve of University Libraries*. MA Thesis of Library and Information Science. Mashhad: Ferdowsi University, Faculty of Education and Psychology.
- Chu, S. K. W. & Du, H. (2013). Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship & Information Science*, 45 (1); 64-75.
- Currie, J. (2010). Web 2.0 for reference Services Staff Training and Communication. *Reference Services Review*, 38 (1); 152-157.
- Dewing, M. (2012). *Social media: an introduction*. Ottawa, Canada: library of parliament.
- Ebrahimzadeh, S., Naghshineh, N. & Fahimnia, F. (2015). Attitude , performance and use of Web 2.0 technologies in the reference services by librarians. *JOURNAL OF Library and Information*, 17 (4); 57-80.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business horizons*, 53 (1); 59-68.
- Katsirikou, A. & Matalliotakis, G. (2010). Libraries and potential users: Methodological approach, the case of Greek libraries. In: *Proceedings of the international conference on qualitative and quantitative methods in libraries: Theory and applications*. (eds A. Katsirikou & C.H. Skiados), Chania, Crete, Greece, 26-29 May 2010, pp. 47-53. Singapore: World Scientific Publishing Company.
- Rakshikar, N. N. (2015). Application of Web 2.0 in academic libraries: a study of college libraries in Mumbai. *International Journal of Advanced Research*, 3 (7); 768-777.





## **Social Media in Public Libraries: Recognition of Applications, Obstacles and Problems of Use**

**Shiva Yari:** Planning expert in Public Libraries Foundation. MA of Information and Knowledge Science, [yari.shiva@gmail.com](mailto:yari.shiva@gmail.com)

### ***Abstract***

**Background and Aim:** Social media because of its interactive nature and the fact that it is being free of charge is widely used in libraries. Web 2.0 is a tool that offers permanent connection every time and offers educational programs without limitations of place and time. But what is included in social media application in public libraries and what obstacles and problems are there in the way of using these tools in libraries. So, the main objective was to survey librarians' viewpoints in Kermanshah on social media and obstacles that exists in its use.

**Method:** This is a qualitative research using insightful interviews. 27 librarians in Kermanshah public libraries took part in the study. Sampling was done in a systematic method and continued until the saturation of information. Data analysis was done with information gathering in a subject analysis approach.

**Results:** Data analysis leading to extraction of 47 sub-subjects, 9 main subjects and two general categories including: Applications, obstacles and problems. 7 main subjects identified in category of applications: Publication, scientific connection and promotion, position promotion, utilization of services and use of library, improvement of processes, recognition and gaining of support. Also, in the category of personal problems, obstacles and non-personal problems two main subjects were identified.

**Conclusion:** Due to the immensity and diversity of public libraries services for divergent users, social media have an additional and diverse applications. Also, because of socio-economic, cultural and social conditions in public libraries, there are numerous obstacles in use of these tools. However, with the exclusion of obstacles - in reaching the objectives of public libraries - promotion of citizens' per study could optimize applications of social media as a influential tool.

**Keywords:** Social media, Public libraries, Applications, Obstacles and problems, Librarians, Kermanshah.