



سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران و تأثیر استفاده از آن بر بهبود خدمات (نمونه پژوهی: سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران)

فاطمه زارع‌زاده | هادی شریف‌مقدم | فریبرز خسروی | مریم سلامی

هدف: تعیین میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران و تأثیر استفاده از آن بر بهبود ارائه خدمات.

روش‌شناسی: پژوهش توصیفی-تحلیلی به روش پیمایشی روی ۳۵۵ نفر متشکل از ۱۵۹ کتابدار و ۱۹۶ کاربر فعال سازمان اسناد و کتابخانه ملی انجام شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه پژوهشگرساخته و برای تجزیه و تحلیل آن از آمار توصیفی میانگین و استنباطی ضریب همبستگی پیرسون در نرم‌افزارهای اسپاس اس و اکسل استفاده شد.

یافته‌ها: بیشتر کتابداران (۵۱/۶٪) و کاربران (۶۷/۹٪) رسانه‌های اجتماعی را خود فراگرفته‌اند. کتابداران، کمتر از نیمی از توانایی‌های سواد رسانه‌های اجتماعی ازجمله اخلاق رسانه‌های اجتماعی (میانگین ۳/۶۳) و رعایت حق مؤلف (میانگین ۳/۳۶) را دارند؛ اما درکل، سواد رسانه‌های اجتماعی آنها مطلوب نیست. کاربران به‌جز توانایی دفاع (میانگین ۲/۸۶) سایر توانایی‌ها را در حد مطلوب دارند. درمجموع، سواد رسانه‌های اجتماعی آنها وضعیت مطلوب‌تری نسبت به کتابداران دارد. کاربران (میانگین ۴/۱۴) استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات مؤثرتر از کتابداران (میانگین ۳/۷۲) می‌دانند.

نتیجه‌گیری: با توجه به اهمیت رسانه‌های اجتماعی برای کتابخانه و تأثیر افزایش میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران بر دیدگاه بهترشان در استفاده از این رسانه‌ها برای بهبود ارائه خدمات، تلاش برای فراگیری این نوع سواد، ایجاد واحد آموزشی دانشگاهی و حرفه‌ای، و تهیه و تدوین بروشورهای خودآموز مناسب پیشنهاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها

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

سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران و تأثیر استفاده از آن بر بهبود خدمات (نمونه پژوهی: سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران)

فاطمه زارع‌زاده^۱

هادی شریف‌مقدم^۲

فریبرز خسروی^۳

مریم سلامی^۴

تاریخ دریافت: ۹۶/۱۰/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۷/۰۲/۱۵

مقدمه

ارتباطات به دلیل ذات اجتماعی انسان همیشه جزئی از زندگی بوده است. طی اعصار، ابزار ارتباطی یا همان رسانه‌ها از شکلی به شکلی دیگر تغییر کرده‌اند. انواع صدا، اشکال صورت، آتش و دود و طبل، کشیدن اشکال بر دیوار غارها، انواع هنر، صنعت چاپ، تلفن، رادیو، تلویزیون، و فناوری‌های نوین از جمله اینترنت و رسانه‌های اجتماعی همه به خواست انسان برای گسترش انواع ارتباطات و برآوردن 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 ۱۹۹۷ نخستین رسانه اجتماعی امروزی با نام "شش درجه" شکل گرفت که زیربنای رسانه‌های اجتماعی نوین است (بوید و الیسون، ۲۰۱۰). در حال حاضر، رسانه‌های اجتماعی با رشد فزاینده‌ای به‌نحوی استاندارد تبادل فرهنگی برخط و شیوه غالب حضور در اینترنت تبدیل شده‌اند (رسانه اجتماعی چیست، ۲۰۱۳).

رسانه‌های اجتماعی، گروهی از برنامه‌های مبتنی بر اینترنت هستند که براساس فناوری و اصول وب ۲ طراحی شده‌اند که ایجاد و تبادل محتوای ساخت کاربر را امکان‌پذیر می‌کنند (کاپلان و هین‌لین، ۲۰۱۰). این رسانه‌ها شکل جدیدی از ارتباطات الکترونیکی هستند که امکان گفتگو و تعامل با یکدیگر را برای افراد فراهم

۱. دانشجوی دکترای علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور (نویسنده مسئول)

fatizarezadeh@yahoo.com

۲. استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور

sh_mogadam@pnu.ac.ir

۳. دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران

fa.khosravi@gmail.com

۴. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور

salamilib@yahoo.com

5. Sixdegrees.com

6. Boyd & Ellison

7. What is social media

8. Kaplan & Haenlein

می‌کنند (وبسایت‌های رسانه اجتماعی^۱، ۲۰۱۳). همچنین، کاربرمدار و چندهدفی هستند و به زمان و مکان محدود نمی‌شوند. رسانه‌های اجتماعی انواع گوناگونی مانند فیس‌بوک، توئیتر، بلاگ، یوتیوب، و فلیکر (جین^۲، ۲۰۱۴) دارند که در دنیای مجازی متولد شده‌اند و تحولات شبکه‌های ارتباطی بر گسترش آنها تأثیرگذار بوده است و از طریق اینترنت همراه نیز به‌سادگی دسترس‌پذیر هستند. اهمیت رسانه‌های اجتماعی را می‌توان از میزان بالای استفاده از آنها درک کرد (حقیقی، ۱۳۹۲).

با شکل‌گیری رسانه‌های اجتماعی و نفوذ آن به ابعاد مختلف زندگی، نوع سواد نیز تغییر کرده و انواع سواد نوین شکل گرفته است (لو، کینزر، کوپرو، کاستک، و هنری^۳، ۲۰۱۷). مهارت‌های سواد سنتی مانند خواندن و نوشتن دیگر برای زندگی موفق در عصر نوین کافی نیست (وبر و جانستون^۴، ۲۰۰۰). سواد نوین، خبرگی‌ها و توانایی‌های ضروری است که برای به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی؛ تشخیص محتوای اطلاعاتی آنها؛ تعامل با کاربران دیگر در کوتاه‌ترین زمان ممکن؛ داشتن مهارت یادگیری، جستجو، ارزیابی، تحلیل، استفاده، سازمان‌دهی، مدیریت، حفاظت، ترکیب، و تولید اطلاعات با توجه به پیامدهای اخلاقی آنها؛ و رفتار به‌شیوه اخلاقی در رسانه‌های اجتماعی کاربرد دارد و دانش جدید ایجاد می‌کند (مورفی و مولایسون^۵، ۲۰۰۹). انواع سواد نوین، توانایی فرستادن پیام کوتاه؛ بلاگ‌نویسی؛ ایجاد و نگهداری وبسایت؛ مشارکت در شبکه‌های مجازی؛ ایجاد و به‌اشتراک‌گذاری موزیک و ویدئو؛ پادکستینگ^۶ و ویدئوکستینگ^۷؛ ویرایش عکس و اشتراک آن؛ استفاده از رایانامه و گفتگوی برخط؛ خرید برخط؛ داستان‌گویی دیجیتال؛ شرکت در گروه‌های بحث برخط؛ انجام و تلفیق جستجوهای برخط؛ خواندن، نوشتن، و نظردادن در رسانه‌های اجتماعی؛ پردازش و ارزیابی اطلاعات برخط؛ تولید و اشتراک صفحات ترکیبی^۸ دیجیتال و غیره است (سوادهای نوین^۹، بی‌تا). 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 (ونوینسبرگ، بودری، و وردیگیم^{۱۰}، ۲۰۱۱). نیل پستمن^{۱۱} دانشمند رسانه بیان می‌کند تسلط به کار و استفاده از رسانه‌های اجتماعی رمز پیروزی در دنیای جدید است و استفاده نکردن آن به شکاف اطلاعاتی و بازنده‌شدن در عرصه جهانی می‌انجامد (رسانه اجتماعی^{۱۲}، بی‌تا). دهه اخیر، انقلاب رسانه‌های اجتماعی تغییرات بزرگی در برقراری روابط، انجام مشاغل، و نیز پژوهش داشته است (کوالمن^{۱۳}، ۲۰۱۲) و برای برآوردن انواع نیازها، فراگیری و تولید دانش، انجام درست وظایف شغلی، موفقیت

1. Social media sites
2. Jain
3. Leu, Kinzer, Coiro, Castek, & Henry
4. Webber & Johnston
5. Murphy & Moulaison
6. Podcasting
7. Videocasting
8. Mashups
9. New literacies
10. Vanwynsberghe, Boudry, & Verdegem
11. Neil Postman
12. Social media
13. Qualman

در کسب و کار، و داشتن سواد رسانه‌های اجتماعی ضروری شده است. گرینها و روبلیا^۱ (۲۰۰۹) نیز بیان می‌کنند توانایی به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی نشان‌دهنده سواد نوین است که برای استفاده درست فناوری‌های جدید لازم است.

مجھز شدن به فناوری‌های روز مانند رسانه‌های اجتماعی اهمیت بالایی برای نهادهای مختلف از جمله کتابخانه‌ها دارد و به‌تبع، کارمندان و کاربران نیز باید سواد رسانه‌های اجتماعی داشته باشند تا بتوانند از ویژگی‌ها، خصوصیات، و امکانات فناوری به‌نحو درستی استفاده کنند.

امروزه، بیشتر کاربران کتابخانه‌ها ترجیح می‌دهند از طریق اینترنت اطلاعات ضروری خود را به‌دست آورند و به ساختمان فیزیکی کتابخانه مراجعه نکنند. در این راستا، رسانه‌های اجتماعی برای انتشار کامل اطلاعات و انواع مختلف محتوا برای کاربران دوربرد^۲ روبه‌رشد مناسب هستند (ماماتا و نیکام^۳، ۲۰۱۶). همچنین، رسانه‌های اجتماعی ابزار گفتگو و مکالمه هستند که این امر سبب ارتباط بیشتر کتابخانه با کاربران دوربردش می‌شود. تمامی مباحث و گفتگوها برای استنادهای بعدی و استفاده علاقه‌مندان در موضوعات مشابه در فضای رسانه‌های اجتماعی دسترس‌پذیر است.

با توجه به این دلایل، کتابداران ناگزیرند برای همگامی با عصر اطلاعات، از فناوری رسانه‌های اجتماعی استقبال کنند (ظهوریان و ابریزه^۴، ۲۰۱۳). از طرفی، کاربران نیز می‌توانند با کسب سواد رسانه‌های اجتماعی و توانایی استفاده از فناوری‌های جدید، به بهترین نحو از امکانات کتابخانه‌های نوین بهره‌مند شوند. بنابراین، انجام پژوهشی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران درباره تعیین میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران و رابطه آن با نگرش ایشان در به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات سازمان ضروری به‌نظر رسید تا در صورت لزوم، پیشنهاد آموزش مناسب برای بهره‌گیری بهینه از رسانه‌های اجتماعی به‌منزله ابزارهای نوین فناوری در سازمان توصیه شود.

برای تعیین شیوه یادگیری و آشنایی با رسانه‌های اجتماعی در پاسخ‌گویان، گویه‌های شرکت در کارگاه آموزشی، گذراندن واحد دانشگاهی، دوستان و آشنایان (سینگ و گیل^۵، ۲۰۱۵)، خودآموزی (الاجیده^۶، ۲۰۱۵)، و آشنایی نداشتن بررسی شد. برای تعیین میزان سواد رسانه اجتماعی پاسخ‌گویان انواع تقسیم‌بندی‌های انجام‌شده از جمله مطالعات مورفی و مولایسون (۲۰۰۹)، واسیک^۷ (۲۰۱۳) و پیتو، پنجان، فرناندز، و سیلز^۸ (۲۰۱۶) درباره تعیین انواع توانایی‌های استاندارد نشان‌دهنده سواد

1. Greenhow & Robelia
2. Long distance users
3. Mamatha & Nikam
4. Zohoorian-Fooladi & Abrizah
5. Singh & Gill
6. Olajide
7. Wasike
8. Pinto, Ponjuán, Fernández, & Sales

رسانه‌های اجتماعی مطالعه شد. سپس مهم‌ترین و مرتبط‌ترین توانایی‌های استاندارد انتخاب شد. توانایی‌های منتخب، شامل ۱۲ توانایی رعایت اخلاق رسانه‌ای، رعایت حق مؤلف، دسترسی به اطلاعات، و جستجو (مورفی و مولایسون، ۲۰۰۹)؛ انتخاب و نشر اطلاعات، تهیه محتوا (مورفی و مولایسون، ۲۰۰۹؛ واسیک، ۲۰۱۳)؛ نظام آگاه‌سازی و تگ و هشتگ‌زدن (واسیک، ۲۰۱۳؛ پینتو و همکاران، ۲۰۱۶)؛ تشخیص اطلاعات موثق و ناموثق و توانایی دفاع (پینتو و همکاران، ۲۰۱۶)؛ تشخیص روزآمدی و تشخیص رسانه اجتماعی مناسب (مورفی و مولایسون، ۲۰۰۹؛ واسیک، ۲۰۱۳، پینتو و همکاران، ۲۰۱۶) بود که داشتن آنها نشان‌دهنده سواد رسانه اجتماعی پاسخ‌گویان است.

طبق اساسنامه سازمان، کتابخانه ملی مؤسسه‌ای 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، بی‌تا). برای تسهیل بررسی دیدگاه پاسخ‌گویان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات، آنها در دسته‌های کلی خدمات حضوری و غیرحضوری، پژوهش، و فعالیت‌های شغلی دسته‌بندی شد و دیدگاه پاسخ‌گویان درباره تأثیر بحث گروهی از طریق رسانه‌های اجتماعی در بهبود خدمات و نیز دیدگاه آنها در افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پژوهش/فعالیت شغلی (در یک سال آینده) بررسی شد.

سواد رسانه‌های اجتماعی موضوعی میان‌رشته‌ای و جدید است که در علم اطلاعات و دانش‌شناسی پیشینه آن به سواد اطلاعاتی برمی‌گردد و بعضی از گویه‌های تعیین آن مشابه سواد اطلاعاتی است که برای رسانه اجتماعی نمود پیدا می‌کند. بنابراین، علاوه بر مطالعات گوناگونی که درباره سواد و دیدگاه رسانه‌های اجتماعی انجام شده است، پژوهش‌هایی با موضوع سواد اطلاعاتی در کتابخانه ملی و همچنین وب ۲ (وب اجتماعی) بررسی شده است.

مهدی‌زاده و عزیزی (۱۳۸۹) در پژوهش خود دانش دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی غرب کشور را در محیط‌های وب ۲ مطلوب ارزیابی نکردند و برنامه‌ریزی برای آشنایی با فناوری‌های نوین و ترغیب دانشجویان در استفاده از این فناوری‌ها را در یادگیری ضروری دانستند. اسفندیاری‌مقدم و حسینی شعار (۱۳۹۰) نیز میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان را از امکانات و قابلیت‌های وب ۲ در سطح متوسط (۴۴/۶ درصد) بررسی کردند.

در پژوهشی دیگر، صراف‌زاده، حاضری، و علوی (۱۳۹۰) اذعان داشتند بیشترین میزان آشنایی مدرسان کتابداری و اطلاع‌رسانی با فناوری‌های وب ۲، ویلاگ و سپس فیس‌بوک، ویکی، و یوتیوب بود. نیمی از شرکت‌کنندگان تویتر و فلیکر را نمی‌شناختند. درکل، میزان آشنایی با فناوری‌های وب ۲ مطلوب ارزیابی نشد. مشکلات اعضای هیأت علمی در استفاده‌نکردن از این قابلیت‌ها، فیلترینگ، نبود آموزش، سرعت پایین اینترنت، نبود پشتیبانی فنی، و نداشتن زمان کافی بود.

برجیان (۱۳۹۰) نشان داد سواد اطلاعاتی کتابداران کتابخانه ملی وضعیت مناسبی ندارد و لازم است با برگزاری کارگاه‌های آموزشی سواد اطلاعاتی و زبان انگلیسی بر تقویت مهارت سواد اطلاعاتی تأکید بیشتری شود. ازطرفی، سهیلی (۱۳۹۱) با بررسی میزان سواد اطلاعاتی کاربران کتابخانه دیجیتال کتابخانه ملی ایران اذعان می‌دارد میزان آگاهی از مهارت‌های سواد اطلاعاتی کاربران در مقطع تحصیلات تکمیلی در حد متوسط است. در نگاهی دیگر، خرمی (۱۳۹۲) با بررسی سواد اطلاعاتی مراجعان دوره دکتری به کتابخانه ملی نشان داد سطح سواد اطلاعاتی این مراجعان پایین است. به‌همین دلیل، برگزاری کارگاه‌های آموزشی در افزایش مهارت‌های تشخیص نیاز اطلاعاتی، بازیابی اطلاعات، و آشنایی بیشتر با ابزارهای جستجو در کتابخانه ملی اولویت دارد.

نتایج پژوهش میرزایی، رحیمی، و مرادی (۱۳۹۵) نشان می‌دهد استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی رایج است؛ اما به‌دلیل سواد ناکافی رسانه‌های اجتماعی در روند تبادل‌های علمی دانشجویان تأثیرگذار نیست. پژوهشگران گنجانیدن آموزش رسانه‌های اجتماعی در برنامه درسی دانشجویان، برگزاری کارگاه‌های آموزشی، تشکیل گروه‌های تخصصی در رسانه‌های اجتماعی با مدیریت دانشگاه‌ها، حضور استادان و صاحب‌نظران برای اشاعه دانش در این رسانه‌ها، تدوین و انتشار جزوه‌ها و کتاب‌ها در اهمیت سواد رسانه‌های اجتماعی، و لزوم یادگیری آن را پیشنهاد می‌دهند.

ولیزاده، رضایی شریف‌آبادی، و دولانی (۱۳۹۶) نشان دادند مدیران و کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم به استفاده از تلگرام در خدمات کتابخانه‌ای دیدگاهی سنتی و در حد متوسط دارند که ناشی از ناآگاهی از کاربردهای تلگرام است. آموزش کافی از جمله کارگاه‌های مختلف در استفاده مؤثر و بهینه از شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات پیشنهاد می‌شود. درواقع، پژوهشگران سواد رسانه‌های اجتماعی را در داشتن دیدگاهی مثبت برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بهبود

خدمات لازم دانستند.

تمامی پژوهش‌های داخلی انجام‌شده بر آموزش نظام‌مند و کسب سواد رسانه‌های اجتماعی تأکید دارند.

وبر و جانستون (۲۰۰۰) بیان می‌کنند واژه سواد رسانه در تأکید سواد فردی برای کار با انواع رسانه، شامل رسانه‌های الکترونیکی پیشنهاد شده است (نقل در کاربو، ۱۹۹۷). امروزه، شهروندان با استفاده از فناوری‌های جدید، دانش جدیدی تولید می‌کنند و فقط دریافت‌کننده خدمات نیستند. بنابراین، کسب سواد انواع مهارت‌ها و فناوری‌های جدید مانند یادگیری ریاضی و زبان برای همگان ضروری است.

مورفی و مولایسون (۲۰۰۹) براساس استاندارد انجمن کتابداران دانشگاهی و پژوهشی، مهارت‌های کتابداران در رسانه‌های اجتماعی را به این شرح تعیین کردند: درک و تبیین رسانه‌های اجتماعی و نقش آنها، تولید مفاهیم و متون در این رسانه‌ها، ارزیابی دانش موجود در رسانه‌ها، استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌طور قانونی و اخلاقی، تسلط در جستجو و ناوبری هدایت این رسانه‌ها، آشنایی با نحوه ایجاد ارتباط از رسانه‌های اجتماعی، آموزش رسانه‌های اجتماعی به همکاران هیأت علمی و سایرین، استفاده از این رسانه‌ها برای انجام خدمات غنی‌تر کتابخانه‌ای، بهادادن به قابلیت‌های شبکه‌سازی برخط، و جستجو و کسب اطلاعات و پیوند آن با دانش موجود و خلق دانش جدید.

ولان^۲ (۲۰۰۹) با بررسی شبکه‌های اجتماعی و اشتراک محتوا در میان مربی‌های مدارس امریکا، نشان داد کتابداران مدرسه مثبت‌ترین نگرش را در ارزشمندی رسانه‌های اجتماعی برای بهبود تحصیلات دارند؛ اما نیازمند روزآمدسازی سواد رسانه‌های اجتماعی هستند.

اکونیدو، آزوبویکه، و آدیوین^۳ (۲۰۱۳) با سنجش آگاهی متخصصان اطلاعات از فناوری‌های وب ۲ در کتابخانه‌های منتخب جنوب غربی نیجریه، نشان دادند کتابداران آگاهی بالایی از فناوری‌های وب ۲ مانند فیس‌بوک، توئیتر، های‌فایو، لینکدین، پیام فوری، بلاگ، و ویکی‌ها دارند و فقط تعداد اندکی به‌دلیل تبلیغات کم و ناکافی از این فناوری‌ها بی‌خبر بودند.

واسیک^۵ (۲۰۱۳) معتقد است رسانه‌های اجتماعی در ازای ارائه خدمات به کاربران، امکان استفاده از اطلاعات و حریم خصوصی آنها را دارند. بنابراین، برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی و کاربرد مطمئن آن در کتابخانه‌ها، آموزش و یادگیری سواد این رسانه‌ها الزامی است. از آنجایی که کتابخانه‌ها با چالش‌های نوینی روبه‌رو

1. Carbo
2. Whelan
3. Okonedo, Azubuike, & Adeyoyin
4. Hi5
5. Wasike

هستند باید با حفظ بهترین ارزش‌های گذشته و تاریخچه کتابخانه، چالش رسانه‌های اجتماعی را پذیرفت تا کتابخانه به حیات خود ادامه دهد.

سینگ و گیل (۲۰۱۵) با هدف ارزیابی و تعیین میزان آگاهی و استفاده دانشجویان و دانش‌پژوهان دانشگاه‌های شمال هند از رسانه‌های اجتماعی نشان دادند کل جامعه پژوهش از رسانه‌های اجتماعی آگاه هستند و در کارهای دانشگاهی بهره می‌برند. اصلی‌ترین منبع آگاهی آنها، راهنمایی دوستان بود. پژوهشگران پیشنهاد کردند برنامه‌های سوادمحور درباره رسانه‌های اجتماعی باید برای کاربران به‌طور مرتب اجرا و با برنامه‌های آموزش مجازی تلفیق شود. در دانشگاه‌ها نیز باید گردهمایی‌ها و کارگاه‌های آموزشی در موضوع فوق برگزار شود.

الاجیده (۲۰۱۵) نیز میزان آگاهی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی را به‌منزله ابزار مدیریت دانش در میان کتابداران نیجریه بررسی کرد. دانش پیشین کتابداران درباره رسانه‌های اجتماعی مطلوب بود؛ اما با توجه به تداوم رشد حرفه‌ای در حد متوسط ارزیابی شد. به‌نظر می‌رسد کتابداران بیشتر با علائق شخصی در یادگیری مدیریت دانش با استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلاش می‌کردند. توصیه شد تا آگاهی و استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌مثابه ابزار مدیریت دانش بهبود یابد.

پیتو و همکاران (۲۰۱۶) با بررسی سطوح مهارت‌های سواد رسانه‌های اجتماعی، چهار سطح برای آن تعیین کردند: سطح اول، سطح ابتدایی خدمات، مفاهیم ضروری، و تشخیص مرتبط‌بودن اطلاعات با عنوان منبع توسعه و پژوهش است؛ سطح میانی، شامل مهارت‌های ارزیابی، استفاده منطقی، دانش ایجاد و ارتباطات، چگونگی تعیین مفیدبودن اطلاعات، و استفاده از فهرست‌های برخط، پایگاه‌ها، و منابع الکترونیکی است؛ سطح پیشرفته، شامل مدیریت فناوری‌ها و بهبود مهارت‌های تجزیه و تحلیل (انتزاعی) است که مهارت‌های شناختی، سرعت، اعتمادبه‌نفس، حل مشکل، تصمیم‌گیری، اختراع، خلاقیت، استفاده از ابزارهای وب ۲، و کاربرد عملی دانش را دربرمی‌گیرد؛ و سطح فوق‌پیشرفته، مهارت‌های خودمراقبتی^۱ است که یکپارچه‌سازی دانش، حل مشکل، تصمیم‌گیری، مدرّس سواد اطلاعاتی شدن، و انتقال دانش را شامل می‌شود.

پژوهش حاضر برای مشخص کردن سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران سازمان اسناد و کتابخانه ملی و تأثیر استفاده از آن بر بهبود ارائه خدمات، درصدد است تا به پرسش‌های زیر پاسخ دهد:

1. Self-sustainment - 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 درباره استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بهبود ارائه خدمات چگونه است؟

روش‌شناسی

پژوهش حاضر، توصیفی-تحلیلی بوده و به روش پیمایشی انجام شده است. سازمان اسناد و کتابخانه ملی در زمان انجام پژوهش یعنی، نیمسال دوم تحصیلی ۹۵-۹۶ نزدیک به ۲۰۰۰ عضو داشت که از این میان، کاربران فعال آن براساس دفعات مراجعه در بهره‌گیری از انواع خدمات سازمان مانند استفاده از سالن‌های مطالعه و امانت کتاب، اسناد، و سایر منابع موجود در مخازن ۴۰۰ نفر بودند. در آن زمان، کتابخانه ملی ۲۷۱ پست کتابدار داشت که وظایف گوناگونی از جمله سازمان‌دهی، نمایه‌سازی، اطلاع‌رسانی (در بخش‌های مخازن، پاینده‌ها، و عضویت)، و واسپاری برعهده ایشان بود. حجم نمونه با استفاده از جدول مورگان برای کاربران ۱۹۶ و کتابداران ۱۵۹ نفر (جمعاً ۳۵۵) تعیین شد. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه برخط پژوهشگرساخته بر مبنای طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت تهیه شده در فرم گوگل^۱ استفاده شد که تا تکمیل نمونه تعیین شده، جمع‌آوری پرسشنامه ادامه داشت. برای تعیین روایی، پرسشنامه برای ۵ نفر از صاحب‌نظران حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی فرستاده و نظرات اصلاحی آنها اعمال شد. برای تعیین پایایی، پرسشنامه برای ۳۰ نفر کتابدار و کاربر ارسال و تکمیل شد. ضریب آلفای کرونباخ ۰/۹۳۹ به دست آمد که پایایی مطلوب پرسشنامه را نشان می‌داد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی میانگین و آمار استنباطی ضریب همبستگی پیرسون با بهره‌گیری از نرم‌افزارهای اسپاس و اکسل استفاده شد. برای داده‌ها با استفاده از اسپاس نمودار هیستوگرام ترسیم شد و نمودار زنگوله‌ای نرمال به دست آمد. چولگی و کشیدگی داده‌ها نیز محاسبه و برای اطمینان، آزمون کولموگروف - اسمیرنوف نیز انجام شد که نشان می‌داد داده‌ها توزیع نرمالی داشتند.

۱. Google forms ابزار آنلاین
گوگل برای تهیه پرسشنامه است.

یافته‌ها

• نحوه آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی در کتابداران و کاربران

جدول ۱. توزیع فراوانی پاسخ‌گویان براساس انواع شیوه‌های آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی

کاربر		کتابدار		شیوه‌های آموزش
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۹/۲	۱۸	۰/۶	۱	شرکت در کلاس/ کارگاه آموزشی
۰	۰	۰/۶	۱	واحد دانشگاهی
۲۱/۴	۴۲	۴۰/۳	۶۴	دوستان و آشنایان
۶۷/۹	۱۳۳	۵۱/۶	۸۲	خودآموزی
۱/۵	۳	۶/۹	۱۱	آشنابودن
۱۰۰	۱۹۶	۱۰۰	۱۵۹	کل

جدول ۱ نشان می‌دهد ۵۱/۶ درصد از کتابداران و ۶۷/۹ درصد از کاربران، یعنی بیشترین تعداد، رسانه‌های اجتماعی را به شیوه خودآموزی فراگرفته‌اند و ۴۰/۳ درصد از کتابداران و ۲۱/۴ درصد از کاربران رسانه‌های اجتماعی را به وسیله دوستان و آشنایان آموخته‌اند که در رتبه دوم قرار می‌گیرند. همچنین، آموزش نظام‌مند از طریق واحد دانشگاهی و کارگاه‌های آموزشی در هر دو گروه بسیار کم است. درصد کمی، یعنی ۶/۹ درصد از کتابداران و ۱/۵ درصد از کاربران نیز رسانه‌های اجتماعی را نمی‌شناسند.

• وضعیت سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران

جدول ۲. شاخص میانگین توانایی‌های سواد رسانه‌های اجتماعی پاسخ‌گویان

توانایی‌ها	میانگین دیدگاه کتابداران	میانگین دیدگاه کاربران
رعایت اخلاق رسانه‌ای	۳/۶۳	۳/۵۵
رعایت حق مؤلف	۳/۳۶	۳/۵۴
دسترسی به اطلاعات	۳/۰۴	۳/۵۳
جستجو	۳/۰۳	۳/۵۴

توانایی‌ها	میانگین دیدگاه کتابداران	میانگین دیدگاه کاربران
تشخیص روزآمدی	۳	۳/۵
انتخاب و نشر	۲/۹۹	۳/۶
تهیه محتوا	۲/۹۷	۳/۷۴
تشخیص اطلاعات موثق و غیرموثق	۲/۷۸	۳/۳۳
تشخیص رسانه اجتماعی مناسب	۲/۷۷	۳/۵۹
نظام آگاه‌سازی اطلاعات منتشرشده جدید	۲/۶۹	۳/۷۹
تگ و هشتگ‌زدن	۲/۵۸	۳/۷۶
توانایی دفاع	۲/۵۳	۲/۸۶

مطابق جدول ۲، مجموع این توانایی‌ها نشان‌دهنده سواد مطلوب رسانه‌های اجتماعی است. کتابداران پنج توانایی، یعنی رعایت اخلاق رسانه‌ای، رعایت حق مؤلف، دسترسی به اطلاعات، جستجو، و تشخیص روزآمدی را با میانگین بالاتر از ۳ در حد مطلوب دارند و هفت توانایی دیگر را با توجه به میانگین پایین‌تر از ۳ در حد مطلوبی ندارند و درکل، سواد رسانه‌های اجتماعی آنها مطلوب نیست. کاربران به‌جز توانایی دفاع، ۱۱ توانایی دیگر را در حد مطلوب دارند. بنابراین، سواد رسانه‌های اجتماعی آنها مطلوب است. نامطلوب‌ترین توانایی در هر دو گروه، توانایی دفاع است. مطلوب‌ترین توانایی در کتابداران "رعایت حق مؤلف" و در کاربران "نظام آگاه‌سازی اطلاعات منتشرشده جدید" است.

• دیدگاه کتابداران و کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات

جدول ۳. میانگین دیدگاه پاسخ‌گویان در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات

انواع خدمات	میانگین دیدگاه کتابداران	میانگین دیدگاه کاربران
غیرحضور	۴/۴	۴/۶۴
پژوهشی/ فعالیت شغلی	۳/۷۲	۴/۳۵
بحث گروهی	۳/۶۷	۴/۱۷
پژوهشی/ فعالیت شغلی (افزایش استفاده طی یک سال آینده)	۳/۶	۴/۳۴
حضور	۳/۲۱	۳/۲۲

براساس جدول ۳، از دیدگاه کتابداران استفاده از رسانه‌های اجتماعی بالاترین تأثیر را بر بهبود خدمات غیرحضوری (۴/۴) و کمترین تأثیر را برای بهبود خدمات حضوری (۳/۲۱) دارد. مشابه همین وضعیت از دیدگاه کاربران نیز صحت دارد. خدمات پژوهشی / فعالیت شغلی نیز از دیدگاه هر دو گروه رتبه دوم بهبود خدمات را در استفاده از رسانه‌های اجتماعی دارد. کاربران (میانگین ۴/۳۴) نسبت به افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی طی یک‌سال آینده در بهبود خدمات پژوهشی / فعالیت شغلی دیدگاه مثبت‌تری نسبت به کتابداران (میانگین ۳/۶) دارند. همچنین، کاربران (میانگین ۴/۱۷) استفاده از بحث گروهی رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات مؤثرتر از کتابداران (میانگین ۳/۶۷) می‌دانند. درکل، کاربران نسبت به کتابداران، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات تأثیرگذارتر می‌دانند.

• تعیین رابطه میان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران با دیدگاه ایشان در استفاده از این رسانه‌ها برای بهبود ارائه خدمات

برای نشان دادن رابطه میان میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران با دیدگاه ایشان در بهره‌گیری از این رسانه‌ها برای بهبود ارائه خدمات از ضریب همبستگی پیرسون شد.

جدول ۴. میزان همبستگی سواد و دیدگاه استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود خدمات

دیدگاه استفاده	سواد		
۰/۶۳۲	۱	همبستگی پیرسون	کتابدار
۰/۰۰۰		سیگمای دوکران	
۱۵۹	۱۵۹	تعداد	
۱	۰/۶۳۲	همبستگی پیرسون	
	۰/۰۰۰	سیگمای دوکران	
۱۵۹	۱۵۹	تعداد	
		دیدگاه استفاده	
۰/۷۳۳	۱	همبستگی پیرسون	کاربر
۰/۰۰۰		سیگمای دوکران	
۱۹۶	۱۹۶	تعداد	
۱	۰/۷۳۳	همبستگی پیرسون	
	۰/۰۰۰	سیگمای دوکران	
۱۹۶	۱۹۶	تعداد	
		دیدگاه استفاده	
		سواد	

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد همبستگی بین سواد و دیدگاه استفاده برای کتابداران ۰/۶۳۲ است و چون در بازه ۰/۴-۰/۶۹ قرار دارد، همبستگی متوسط محسوب می‌شود. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ و چون از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، در سطح اطمینان ۰/۰۵ این همبستگی معنادار است؛ بدین معنا که هرچه سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران بیشتر باشد، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود ارائه خدمات مؤثرتر می‌دانند.

همبستگی بین سواد و دیدگاه استفاده برای کاربران ۰/۷۳۳ است و چون در بازه ۰/۸۹-۰/۷ قرار دارد، همبستگی زیاد محسوب می‌شود. با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ و چون از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، در سطح اطمینان ۰/۰۵ این همبستگی معنادار است؛ بنابراین هرچه سواد رسانه‌های اجتماعی کاربران بیشتر باشد، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود ارائه خدمات تأثیرگذارتر می‌دانند. در نهایت، میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران کتابخانه ملی با دیدگاه ایشان نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بهبود ارائه خدمات ارتباط معناداری دارد.

نتیجه‌گیری

نتایج پژوهش نشان می‌دهد بیشتر جامعه پژوهش، رسانه‌های اجتماعی را خود یا به کمک دوستان و آشنایان فراگرفته‌اند. تعداد بسیار کمی نیز آموزش کارگاهی یا دانشگاهی داشته‌اند که این امر، بی‌توجهی به آموزش نظام‌مند سواد رسانه‌های اجتماعی را با وجود اهمیت و کارایی‌های این نوع سواد در دنیای کنونی نشان می‌دهد. یافته‌های پژوهش سینگ و گیل (۲۰۱۵) مشخص کرد که راهنمایی دوستان، اصلی‌ترین منبع آگاهی در آموزش رسانه‌های اجتماعی بود که در پژوهش حاضر نیز راهنمایی دوستان و آشنایان رتبه دوم را کسب کرده است. با توجه به نظام‌مند نبودن این شیوه، پژوهش سینگ و گیل با پژوهش حاضر هم‌خوانی دارد. یافته‌های الاجیده (۲۰۱۵) نیز نشان می‌دهد کتابداران بیشتر براساس علائق شخصی، مدیریت دانش را با استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌آموزند و آموزش نظام‌مندی ندارند که با یادگیری خودآموز پاسخ‌گویان در پژوهش حاضر که رتبه نخست را دارد هم‌راستاست.

سایر نتایج نشان می‌دهد سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران مطلوب نیست و کاربران نسبت به آنها سواد رسانه‌های اجتماعی مطلوب‌تری دارند. نتایج مهدی‌زاده و عزیزی (۱۳۸۹) نیز نشان داد میزان دانش وب ۲ بیشتر پاسخ‌گویان مطلوب نبوده و از دیدگاه آنها برنامه‌ریزی برای آشنایی دانشجویان با این فناوری ضروری بوده است که با نتایج پژوهش

حاضر هم‌خوانی دارد. نتایج مطالعه اسفندیاری‌مقدم و حسینی شعار (۱۳۹۰) نیز نشان می‌دهد میزان آشنایی کتابداران با وب ۲ در حد متوسط است و از سویی نتایج پژوهش برجیان (۱۳۹۰) 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 با نتایج پژوهش حاضر همسوست. نتایج پژوهش سهیلی (۱۳۹۱) حاکی از میزان آگاهی متوسط پاسخ‌گویان از مهارت‌های سواد اطلاعاتی است و نتایج پژوهش خرمی (۱۳۹۲) نیز نشان می‌دهد میانگین سواد اطلاعاتی مراجعان دوره دکتری به کتابخانه ملی در سطح پایین است و برگزاری کارگاه‌های آموزشی برای این مراجعان اولویت دارد که با نتایج پژوهش حاضر نیز هم‌خوانی دارد. یافته‌های اکونیدو، آزوبوبیکه، و آدیوبین (۲۰۱۳) نشان می‌دهد متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی آگاهی بالایی از فناوری‌های وب ۲ (مانند فیس‌بوک و توئیتر) دارند که با نتایج پژوهش حاضر هم‌خوانی ندارد. یافته‌های سینگ و گیل (۲۰۱۵) بیان می‌کند بیشتر 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 (۲۰۱۵) دانش رسانه‌های اجتماعی متوسط و نامطلوب کتابداران را نشان می‌دهد که با نتایج پژوهش حاضر هم‌راستاست.

همچنین، نتایج نشان می‌دهد کاربران، استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای بهبود خدمات کتابخانه ملی تأثیرگذارتر می‌دانند و دیدگاه مثبت‌تری در این زمینه نسبت به کتابداران دارند. نتایج پژوهش میرزایی، رحیمی، و مرادی (۱۳۹۵) استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در میان دانشجویان بسیار رایج و نشان‌دهنده دیدگاه مطلوب دانشجویان نسبت به رسانه‌های اجتماعی می‌دانند. یافته‌های پژوهش ولیزاده، رضایی شریف‌آبادی، و دولانی (۱۳۹۶) دیدگاه سنتی و متوسط کتابداران را نسبت به استفاده از تلگرام در خدمات کتابخانه‌ها نشان می‌دهد که از ناآگاهی آنها از کاربردهای تلگرام در این باره ناشی می‌شود. در واقع، نتایج 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 (۲۰۰۹) مشخص کرد کتابداران مدرسه مثبت‌ترین نگرش را در ارزشمندی رسانه‌های اجتماعی برای بهبود تحصیلات دارند؛ در صورتی که نیازمند روزآمدسازی سواد رسانه اجتماعی هستند، یعنی با وجود سواد نامطلوب نگرش مطلوب دارند و این با یافته‌های پژوهش حاضر هم‌خوانی ندارد.

از طرفی، یافته‌های پژوهش این ادعا را ثابت کرد که هرچه 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 در سازمان، بهبود سواد رسانه‌های اجتماعی و به‌تبع آن بهبود خدمات با استفاده از این رسانه‌ها، آموزش حین خدمت و برگزاری کلاس و کارگاه‌های آموزشی، تهیه جزوه‌های خودآموز سواد رسانه‌های اجتماعی، استفاده از ویژگی‌های آموزشی رسانه‌های اجتماعی برای آموزش نظام‌مند و غنی، واحد دانشگاهی، تلاش بیشتر کتابداران و کاربران برای فراگیری جنبه‌های گوناگون رسانه‌های اجتماعی، و ایجاد امکانات لازم و شرایط مناسب برای استفاده هرچه بهتر از فناوری نوین رسانه‌های اجتماعی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی به‌عنوان راه‌حل‌های کاربردی پیشنهاد می‌شود. درنهایت، 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 برای پژوهش‌های آتی توصیه می‌شود.

مآخذ

- اسفندیاری‌مقدم، علیرضا؛ حسینی شعار، منصوره (۱۳۹۰). میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب ۲. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۴ (۱)، ۱۵۵-۱۸۳.
- برجیان، مهشید (۱۳۹۰). *بررسی سواد اطلاعاتی کتابداران شاغل در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران.
- حقیقی، محمدرضا (۱۳۹۲). نقش شبکه‌های مجازی در توسعه رسانه‌های اجتماعی. *روابط عمومی*، ۴-۹. بازیابی ۲۵ تیر ۱۳۹۷، از <http://www.magiran.com/temp/mag-pdf/7162018/1790-4494216-DA3.pdf>
- خرمی، شهناز (۱۳۹۲). *بررسی سواد اطلاعاتی مراجعان دوره دکتری به کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران شمال، تهران.
- سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران (بی‌تا). *اهداف و وظایف*. بازیابی ۲۵ تیر ۱۳۹۷، از <http://www.nlai.ir/ahdaf-vazayef>
- سهیلی، سپیده (۱۳۹۱). *بررسی میزان سواد اطلاعاتی کاربران کتابخانه دیجیتال کتابخانه ملی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد همدان، همدان.

صراف‌زاده، مریم؛ حاضری، افسانه؛ و علوی، سهیلا (۱۳۹۱). آگاهی و استفاده مدرسان کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران از فناوری‌های وب ۲. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۲۸ (۱)، ۲۱-۳۸.

مهدی‌زاده، حسین؛ عزیزی، مریم (۱۳۸۹). بررسی دانش دانشجویان دانشگاه‌های علوم پزشکی غرب کشور در محیط‌های وب ۲. *تحقیقات نظام سلامت*، ۶ (۳)، ۳۹۷-۴۰۶.

میرزایی، مریم؛ رحیمی، صالح؛ و مرادی، محمود (۱۳۹۵). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبادلات علمی (مطالعه موردی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی). *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۹ (۱)، ۱۰۸-۱۳۰.

ولیزاده، بهناز؛ رضایی شریف‌آبادی، سعید؛ و دولانی، عباس (۱۳۹۶). بررسی نقش شبکه اجتماعی موبایلی تلگرام در توسعه خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی (مطالعه موردی: مدیران و کتابداران کتابخانه مرکزی دانشگاه‌های وزارت علوم). *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۰ (۱)، ۲۱-۵۱.

Boyd, D., & Ellison, N. (2010). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *IEEE Engineering Management Review*, 3 (38), 16-31. Retrieved July 1, 2018, from <http://doi.org/10.1109/EMR.2010.5559139>

Carbo, T. (1997). Mediacy: Knowledge and skills to navigate the information highway. *International Information and Library Review*, 29 (3), 393-401. Retrieved July 1, 2018, from <http://dx.doi.org/10.1080/10572317.1997.10762447>

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. Retrieved July 1, 2018, from <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1083-6101.2009.01484.x>

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 July 3, 2018, 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. Retrieved July 2, 2018, from <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. Retrieved July 2, 2018, from <http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/002205741719700202>

Mamatha, N., & Nikam, K. (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*, (pp. 324-329). University of Mysore, Manasagangotri, Mysuru. Retrieved July 5, 2018, from <http://eprints.uni-mysore.ac.in/18304/1/17.pdf>

Murphy, J., & Moulaison, H. (2009). Social networking literacy competencies for librarians: Exploring considerations and engaging participation. In *ACRL 14th National Conference, Pushing the Edge: Explore, Engage, Extend, March 12-15*. Chicago: Association of College and Research Libraries. Retrieved July 5, 2018, from http://eprints.rclis.org/13142/1/Social_networking_Literacy_for_librarians.pdf

New literacies (n.d.). Retrieved July 5, 2018, from https://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. Retrieved July 8, 2018, from <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 (3), Retrieved July 6, 2018, from <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*, 49 (4), 409 - 423. Retrieved July 5, 2018, from <https://doi.org/10.1177/0961000616654750>

Qualman E. (2012). *Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business*. New York, NY: Wiley & Sons.

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. Retrieved July 5, 2018, from <https://doi.org/10.1108/EL-12-2012-0165>

Social media (n.d.). Retrieved July 5, 2018, from https://en.wikipedia.org/wiki/Social_media

Social media sites (2013). Retrieved July 8, 2018, from <https://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 February 20, 2014, 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. Retrieved July 7, 2018, from <https://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. Retrieved July 2, 2018, from <http://doi.org/10.1177/016555150002600602>

What is social media (2013). Retrieved July 8, 2018, 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 February 20, 2014, from <http://www.schoollibraryjournal.com/article/CA6705646.html>

Zohoorian-Fooladi, N., & Abrizah, A. (2013). Academic librarians and their social media presence: a story of motivations and deterrents. *Information Development*, 30 (2), 159-171. Retrieved July 5, 2018, from <https://doi.org/10.1177/0266666913481689>

استناد به این مقاله:

زارع‌زاده، فاطمه؛ شریف‌مقدم، هادی؛ خسروی، فریبرز؛ و سلامی، مریم (۱۳۹۷). سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و کاربران و تأثیر استفاده از آن بر بهبود خدمات (نمونه‌پژوهی: سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران). *مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۹ (۲)، ۱۳۳-۱۵۰.