

انگیزه‌ها و موانع کاربست رسانه‌های اجتماعی توسط کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی

نیوشا ظهوریان فولادی*

تاریخ دریافت: ۹۲/۴/۵ تاریخ پذیرش: ۹۲/۶/۸

چکیده

هدف: شناسایی میزان نفوذ و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی و بررسی دلایل ایجاد رسانه‌های اجتماعی و همچنین درک موانع حضور این رسانه‌ها در کتابخانه‌های دانشگاهی از جمله اهداف این مقاله است.

روش: در این پژوهش داده‌ها به وسیله ابزار کیفی و به صورت گروه بحث گردآوری شده است و جامعه پژوهش شامل ۲۲ کتابدار از سه دانشگاه (دانشگاه یو. ام؛ یو. پی. ام؛ یو. کی. ام) پژوهش‌محور در شهر کوالالمپور کشور مالزی است.

نتایج: نتایج حاکی از آن است که در این دانشگاه‌ها چهار دسته از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی برای استفاده کاربران در کتابخانه‌ها وجود دارد. این دسته‌ها شامل وبلاگ‌ها، ابزارهای چندرسانه‌ای، بوک‌مارک‌ها و شبکه‌های اجتماعی هستند. انگیزه کتابداران برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی شامل ارتقای خدمات کتابخانه، مدیریت دانش سازمانی و تسریع ارتباط با کاربران است. موانعی که بر حضور فعال کتابداران تأثیر می‌گذاشت شامل موانع فناورانه، موانع سازمانی، ویژگی‌های فردی و نحوه گردش کار در سازمان بود. این مقاله، با استفاده از روش کیفی مشخص می‌کند که باید مدیریت کتابخانه‌ها به پشتیبانی و تشویق کتابداران بپردازند تا کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی، نقش و مشارکت بهتری در رسانه‌های اجتماعی داشته باشند.

واژه‌های کلیدی: ابزارهای شبکه‌های اجتماعی، رسانه اجتماعی، کتابخانه ۲.۰، کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی، وب ۲.۰، مالزی.

مقدمه

وبلاگ‌ها، ویکی‌ها و سایر سایت‌های شبکه‌های اجتماعی روزبه‌روز محبوب‌تر شده‌اند و در کتابخانه‌ها و مراکز ارائه‌دهنده اطلاعات، بیشتر استفاده می‌شوند. کتابداران به تناسب، از برخی ابزارهای رسانه‌ای اجتماعی استفاده می‌کنند تا بهتر خدمات کتابخانه را به مراجعان ارائه دهند. بر اساس تعریف کاپلان و هاینلین^۱ (۲۰۱۰) رسانه‌های اجتماعی "گروهی از ابزارهای اینترنت محور هستند که بر پایه ایدئولوژی و فناوری وب ۲.۰ بنا شده‌اند و خلق و تبادل محتوا را توسط کاربر امکان‌پذیر می‌کنند". در واقع رسانه‌های اجتماعی را می‌توان به شش نوع مختلف دسته‌بندی کرد: ۱. وب‌گاه‌های مشارکتی (مانند ویکی‌پدیا)، وبلاگ‌ها و میکرووبلاگ‌ها (مانند توییتر)، سایت‌های اشتراک فایل (مانند یوتیوب و فلیکر)، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی (مانند فیسبوک) و فضای اجتماعی مجازی (مانند سکند لایف^۲) (کاپلان و هاینلین، ۲۰۱۰). این فناوری‌ها از سال ۲۰۰۶ به کتابخانه‌ها راه پیدا کرده‌اند.

وبلاگ‌ها اولین ابزاری بودند که کتابداران در گذشته با آن آشنایی پیدا کردند و به کار بردند (منس^۳، ۲۰۰۶). بعدها محققان در مورد کاربرد وب ۲.۰ در کتابخانه‌ها مطالب بیشتری را ارائه کردند و به تشریح کاربرد بالقوه این فناوری‌ها در خدمات کتابخانه پرداختند (بوئیگر^۴، ۲۰۰۶؛ فیچر^۵، ۲۰۰۶؛ بردلی^۶، ۲۰۰۷). برخلاف نظر میلر^۷ (۲۰۰۶) که معتقد بود بسیاری از ابزارهای وب با معیارهای خدمات کتابخانه‌ای و اطلاع‌رسانی مطابقت ندارند، به تازگی، کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی گسترش یافته است (جهان و احمد^۸، ۲۰۱۲؛ کیم و عباس^۹، ۲۰۱۰؛ لین^{۱۰}، ۲۰۰۸؛ شی و چن^{۱۱}، ۲۰۱۱).

نتایج تحقیقات انجام شده حاکی از آن است که برخی از کتابداران دانشگاهی باور دارند که از فضای دیجیتال رسانه‌های اجتماعی باید به نحو احسن استفاده کرد (هاریناریانا و راجو^{۱۲}، ۲۰۱۰؛ لیو^{۱۳}، ۲۰۰۸). برای مثال فولی^{۱۴} (۲۰۰۲)، به بررسی پتانسیل‌های استفاده از پیام فوری^{۱۵} (IM) در کتابخانه‌های دانشگاهی می‌پردازد و باور دارد که با کمک این ابزار، کتابخانه از راه دور به کاربران در فضای دانشگاه و سراسر جهان دسترسی خواهد داشت (فولی، ۲۰۰۲). هان^{۱۶} (۲۰۰۹)، شرایط کاربرد فناوری وب ۲.۰ را در کتابخانه دانشگاه‌های چین بررسی کرد. در تحقیقات وی مشخص شد، از میان ۳۸ کتابخانه برتر دانشگاهی چین، دو سوم آنها از یک یا چند ابزار رسانه اجتماعی در وب‌سایت‌های خود استفاده می‌کردند و از میان شش ابزار رسانه اجتماعی، کاتالوگ ۲.۰ و RSS، از محبوبیت بیشتری برخوردار بودند، در حالی که از پیام فوری، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ویکی‌ها کمتر استفاده شده بود (هان، ۲۰۰۹). تحقیق تجربی دیگری که

توسط لین (۲۰۰۸)، انجام شده است، نشان می‌دهد که دست کم دو سوم کتابخانه‌های دانشگاه‌های استرالیایی از یک یا چند فناوری وب ۲.۰ استفاده می‌کنند. بر این اساس، RSS بیشترین و پیام‌فوری، کمترین کاربرد را داشته است (لین، ۲۰۰۸). بنا بر تحقیقات اخیر هاریناریانا و راجو (۲۰۱۰)، آخرین روش‌های استفاده از وب ۲.۰ و کتابخانه ۲.۰ در وب‌سایت‌های ۱۰۰ دانشگاه برتر تأیید شده است. به گفته آنها از بین ۱۰۰ دانشگاه برتر، ۳۵ کتابخانه دانشگاهی از RSS برای انتشار اخبار و آگاهی‌رسانی جاری و ۱۲ کتابخانه از RSS برای اعلام فهرست جدید کتاب‌ها استفاده می‌کنند و ۱۵ کتابخانه، فضای بلاگ را به‌عنوان سازوکار تبلیغاتی کتابخانه در نظر گرفتند (هاریناریانا و راجو، ۲۰۱۰).

همچنین بررسی تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که تحقیقات اندکی در مورد چالش‌ها و موانع کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی انجام شده است (عارف و محمود^{۱۷}، ۲۰۱۲؛ چو و ملومنز^{۱۸}، ۲۰۰۸). در سال ۲۰۰۸، سکر^{۱۹} استفاده از شبکه اجتماعی فیسبوک را به‌عنوان یکی از ابزارهای مورد استفاده کتابداران و کتابخانه‌ها معرفی کرد و نشان داد که کتابداران صرفاً برای مقاصد اجتماعی به رسانه‌های اجتماعی می‌پیوندند. با وجود این، شاید استفاده از آن با حرفه کتابداری و برخی خدمات کتابخانه همپوشانی داشته باشد (سکر، ۲۰۰۸). بر اساس یافته‌های وی، آشنا نبودن با نحوه استفاده مؤثر از این ابزارها در کتابخانه‌ها، اصلی‌ترین عامل بازدارنده کتابداران در به‌کارگیری از آنهاست. از جمله عوامل دیگر می‌توان به طرز تفکر کتابداران در زمینه رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد که آن را ابزاری صرفاً تفریحی و غیرحرفه‌ای می‌انگاشتند. همچنین مسائل امنیتی و حفظ حریم خصوصی نیز، از جمله موانع پیش‌روی کتابداران در این تحقیق بود. پژوهش‌های چانر^{۲۰} (۲۰۰۸) در نیوزلند حاکی از آن است که سطح تحصیلات دانشگاهی و وضعیت وظایف شغلی، بر میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و فناوری وب ۲.۰ در بین کتابداران تأثیرگذار است (چانر، ۲۰۰۸).

عارف و محمود^{۲۱} دلایل و موانع موجود در استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در میان کتابداران پاکستانی را بررسی کردند. نتایج نشان می‌دهد که کمبود سواد رایانه‌ای و نیز نبود امکانات مرتبط و اینترنتی، از موانع عمده موجود بر سر راه استفاده از رسانه‌های اجتماعی است (عارف و محمود، ۲۰۱۲).

در ایران تحقیقات اندکی در زمینه استفاده و به‌کارگیری وب ۲.۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی انجام شده است. در سال ۱۳۹۰ مقاله‌ای توسط اسفندیاری مقدم و حسینی شعار به چاپ رسید که در آن میزان استفاده وب ۲.۰ را در بین ۴۷ کتابخانه دانشگاهی، دانشکده‌ای شهر همدان به روش

پیمایشی پژوهش کردند. نتایج این پژوهش نشان داد که میزان آشنایی کتابداران دانشگاهی با ابزارهای وب ۲.۰ در سطح متوسط و پایین است. همچنین کتابداران در بین ابزارهای وب ۲.۰ بیشتر از وبلاگ استفاده می‌کردند (اسفندیاری مقدم و حسینی شعار، ۱۳۹۰). از طرف دیگر نتایج بررسی مرادی و همکاران (۱۳۹۰) که استفاده وب ۲.۰ را در بین کتابخانه‌های دانشگاهی کشورهای خاورمیانه بررسی کردند، نشان داد که کتابداران از پیام فوری، بیشتر از سایر ابزارها استفاده می‌کردند و رابطه معناداری میان زمان ایجاد وب سایت‌های کتابخانه‌ها و استفاده ابزارهای وب ۲.۰ وجود ندارد (مرادی و همکاران، ۱۳۹۰).

در کشور مالزی، استفاده از رسانه اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی از سال ۲۰۰۸ آغاز شد (ایدزان^{۲۲}، ۲۰۱۰). پس از آن بسیاری از دانشگاه‌های دیگر، از ابزارهایی همچون RSS، ویکی‌ها، ابزارهای چت، پادکستینگ‌ها برای اشتراک گذاری ویدیوها و همچنین بوک‌مارک‌ها در کتابخانه‌های خود استفاده کردند (عبدالعزیز^{۲۳} و همکاران، ۲۰۱۱). با وجود این، تحقیقات اندکی در این حوزه و به ویژه نحوه استفاده از این ابزارها در کتابخانه‌های دانشگاهی، در این کشور انجام شده است (آیو و ابریزه^{۲۴}، ۲۰۱۱؛ منصور و ادریس^{۲۵}، ۲۰۱۰). معمولاً بحث درباره رسانه‌های اجتماعی و نحوه استفاده و اهمیت آنها در جلسات، کنفرانس‌ها و خبرنامه‌های مربوط به کتابخانه مطرح می‌شود، اما بررسی تجربی و عملی در زمینه انگیزش‌ها و موانع موجود بر سر راه کتابخانه‌ها در ایجاد و توسعه شبکه‌های اجتماعی در کشور مالزی انجام نشده است. بنابراین، نیاز به بررسی جامع در زمینه استفاده نوآورانه از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی این کشور برای انجام دادن بهینه کار و کاربرد اطلاعات در توسعه خدمات کتابخانه با استفاده از چارچوب‌های رسانه‌های اجتماعی وجود دارد. این خدمات تحت وب برای ارتباط تعاملی و هر چه بهتر با دانشکده‌ها، کارکنان دانشگاه و دانشجویان در نظر گرفته خواهد شد. این مقاله با توجه به تازگی کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کشور مالزی، بر تحقیق و بررسی در این موضوع می‌پردازد.

هدف پژوهش

هدف از این پژوهش شناخت دلایل ایجاد و کاربست رسانه‌های اجتماعی در بین کتابداران دانشگاهی و همچنین درک موانع حضور کتابداران در رسانه‌های اجتماعی است.

پرسش‌های پژوهش

۱. کدام ابزار یا ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی مالزی استفاده شده است؟
۲. چرا کتابداران دانشگاهی از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها استفاده می‌کنند؟

۳. عواملی که مانع مشارکت کتابداران دانشگاهی در حضور و فعالیت در رسانه‌های اجتماعی می‌شود، چیست؟

روش پژوهش

به‌منظور پاسخ به پرسش‌های پژوهش، همچنین درک چرایی و نحوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین کتابداران، سه دانشگاه برتر مالزی (یو.ام؛ یو.پی.ام؛ یو.کی.ام) که از این ابزارها در خدمات خود استفاده می‌کردند، به‌عنوان نمونه انتخاب شدند و همچنین عوامل مؤثر و موانع بازدارنده در استفاده از این ابزارها، در گروه‌های بحثی بررسی شدند که توسط کتابداران تشکیل شد. شرکت‌کنندگان در گروه مورد بررسی، فضای کافی برای به اشتراک گذاری تجارب و ارائه دیدگاه را در زمینه موضوع مورد بحث دارا بودند (استرینگر^{۲۶}، ۲۰۰۷).

گروه‌های بحث از جولای تا اکتبر سال ۲۰۱۲ و با حضور ۲۲ کتابدار در سه گروه از سه دانشگاه پژوهش‌محور در کلانگ ولی^{۲۷} کوالالمپور تشکیل شد. علت‌گزینش این دانشگاه‌ها برتری آنها در تحقیقات و پژوهش نسبت به سایر دانشگاه‌های مالزی و سرشناس بودن آنها در بین ۱۰۰ دانشگاه برتر آسیا بود. در هر گروه بحث ۵ تا ۱۰ کتابدار حضور داشتند که از نظر تعریف روش‌های تحقیق کیفی، این تعداد کافی به نظر می‌رسد تا امکان ارتباط با تک‌تک اعضا برقرار شود و هر فردی بتواند نظر خود را مطرح کند (کرونگر^{۲۸}، ۲۰۰۹).

کتابداران از بخش‌های مختلف کتابخانه انتخاب شدند. با وجود این، تمام معیارهای ذیل برای انتخاب آنها مد نظر قرار گرفت:

الف) عضویت در کمیته به‌روزرسانی وبسایت کتابخانه؛

ب) مسئولان ایجاد محتوا و به‌روزرسانی ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه؛

ج) کاربران فعال در حداقل یکی از ابزارهای رسانه اجتماعی؛

د) افراد مشتاق به بحث در زمینه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه.

گفت‌وگو در هر گروه مورد بررسی، حدود دو ساعت طول کشید و در جلسات، بحث‌ها در زمینه انواع رسانه‌های اجتماعی که در این کتابخانه‌ها استفاده می‌شود و همچنین دلایل استفاده و انگیزه کتابداران برای استفاده از این ابزارها و موانعی که در هنگام استفاده با آن روبه‌رو می‌شوند، مطرح شده است و در بین کتابداران قرار شد که تمام مکالمات به صورت صوتی ضبط شود. پس از بررسی فایل‌های صوتی مواردی که کتابداران در آن ذکر کرده بودند با استفاده از روش کدگذاری در تحقیقات کیفی دسته‌بندی شد که نتایج تحقیق در بخش یافته‌های پژوهش به شرح زیر ارائه می‌شود.

در جدول ۱ اطلاعات جمعیت‌شناختی شرکت‌کنندگان در هر گروه مشخص شده است. شایان ذکر است اسامی منتشر شده واقعی نیست و تنها برای شناسایی جنسیت و درک اطلاعات فردی شرکت‌کنندگان آمده است.

جدول ۱. جمعیت‌شناختی کتابداران مورد پژوهش در هر گروه بحث

سن	تحصیلات	واحد سازمانی	نام استعاری کتابداران
گروه بحث اول (۹ کتابدار) ۳۰ جولای ۲۰۱۲ (ساعت ۱۱:۰۰ - ۱۳:۱۵ بعد از ظهر)			
۳۴	کارشناس ارشد کتابداری	واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات	هارولد
۴۲	کارشناس ارشد کتابداری	واحد خدمات مرجع	لینا
۲۳	کارشناس کتابداری	واحد فراهم‌آوری و مجموعه‌سازی	مایک
۲۸	کارشناس ارشد کتابداری	واحد متون اسلامی و عربی	زهرا
۲۶	کارشناس کتابداری	واحد فهرست‌نویسی	متیو
۲۹	کارشناسی ارشد آرشیو و کتابخانه	واحد آرشیو و منابع دیداری و شنیداری	هری
۳۰	کارشناس کتابداری	واحد فراهم‌آوری و مجموعه‌سازی	جیمی
۳۶	کارشناس کتابداری	واحد چند رسانه‌ای	رز
۳۱	کارشناس ارشد کتابداری	واحد خدمات مرجع	آیلا
گروه بحث دوم (۶ کتابدار) ۱۲ سپتامبر ۲۰۱۲ (ساعت ۱۱:۰۰ - ۱۲:۳۰ بعد از ظهر)			
۳۱	کارشناس کتابداری	کتابخانه حقوق	اندی
۳۴	کارشناس کتابداری	واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات	سوفی
۲۵	کارشناس کتابداری	واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات	نادیا
۳۸	کارشناس ارشد کتابداری	واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات	شوان
۲۸	کارشناس کتابداری	واحد فراهم‌آوری و مجموعه‌سازی	سامی
۲۶	کارشناس کتابداری	واحد فهرست‌نویسی	هلنا
گروه بحث سوم (۷ کتابدار) ۲ اکتبر ۲۰۱۲ (۱۴:۳۰ - ۱۶:۳۰ بعد از ظهر)			
۳۳	کارشناس کتابداری	کتابخانه پزشکی	الک
۳۱	کارشناس ارشد کتابداری	واحد خدمات مرجع	ناتاشا
۲۶	کارشناس کتابداری	کتابخانه پزشکی	رومینا
۲۷	کارشناس ارشد کتابداری	واحد آموزش کتابداران	هانیه
۳۷	کارشناس کتابداری	واحد آموزش کتابداران	شارون
۳۲	کارشناس ارشد کتابداری	واحد تحقیق و پژوهش	هلسا
۲۷	کارشناس ارشد کتابداری	واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات	فرد

یافته‌های پژوهش

سؤال پژوهشی اول: کدام ابزار یا ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی مالزی استفاده شده‌اند؟

در ابتدای بحث از کتابداران سؤال شد چه ابزارهایی را در بین رسانه‌های اجتماعی می‌شناسند و در کتابخانه خود برای ارائه خدمات استفاده می‌کنند. از لحاظ تنوع ابزارها و نحوه استفاده از آنها در کتابخانه‌های مورد بررسی، نتایج نشان می‌دهد که کتابخانه‌ها تفاوت چندانی با یکدیگر ندارند و کتابداران حداقل سه نوع از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی (که شامل وبلاگ‌ها، مولتی‌مدیاها و شبکه‌های اجتماعی می‌شود) را در خدمات کتابخانه به کار می‌گیرند. با وجود این شبکه‌های اجتماعی از محبوبیت بیشتری برخوردارند و فیسبوک بیش از هر رسانه دیگری در کتابخانه‌های دانشگاهی استفاده می‌شود. بیشتر کتابداران شرکت‌کننده بر این باور هستند که فیسبوک پورتال مفیدی برای تعاملات اجتماعی با کاربران کتابخانه است. برخلاف افزایش کاربرد فیسبوک در میان کتابداران، ابزارهایی همچون توئیتر و یوتیوب با استقبال چندانی مواجه نشده‌اند و تنها یک کتابخانه از آنها استفاده می‌کند. همچنین کتابخانه‌ها از ابزارهای به اشتراک گذاری عکس و تصاویر و همچنین از فناوری‌های حضور در دنیاهای مجازی همچون سکند لایف (Second Life) و ابزارهای ساماندهی و جست‌وجو مانند اوپک ۲.۰ (OPAC 2.0) استفاده نمی‌کنند.

بوک مارکها	وب لاگ و مایکرو بلاگها	ابزارهای چند رسانه ای	شبکه های اجتماعی
کتابخانه الف (دلیشز، 2010)	کتابخانه ج (تویتر، 2010) کتابخانه الف (تویتر، 2013)	کتابخانه الف (وبلاگ، 2008)	کتابخانه الف (فیسبوک، 2008) کتابخانه ب (فیسبوک، 2010) کتابخانه ج (فیسبوک، 2011)



شکل ۱. ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی مالزی

به نظر می‌رسد کتابخانه‌ها به استفاده از برخی ابزارها که بیشتر بین کاربران متداول است، ارجحیت می‌دهند و این در حالی است که استفاده از سایر ابزارها مورد غفلت قرار گرفته‌اند.

سؤال پژوهشی دوم: چرا کتابداران دانشگاهی از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها استفاده می‌کنند؟

برای پاسخ به این سؤال، دلایل استفاده از رسانه‌های اجتماعی و وظایف حرفه‌ای کتابداران در کتابخانه (که از طریق ابزارهای اجتماعی انجام می‌شوند) به بحث گذاشته شد. به عنوان مثال از کتابداران سؤال شد چرا از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی برای انجام وظایف حرفه‌ای خود استفاده می‌کنند؟ نتیجه بحث این بود که اهمیت و محبوبیت ابزارهای رسانه‌های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست و کتابداران دانشگاهی تلاش خود را برای استفاده از این فناوری در خدمات کتابخانه آغاز کرده‌اند. در این بین، کتابداران دلایل گوناگونی را مطرح کردند که از این میان می‌توان به موارد "ارتقای خدمات کتابخانه" (۸ نفر) و "تعامل همزمان با کاربر" (۵ نفر) اشاره کرد. در زمان تجزیه و تحلیل پاسخ‌ها، مشخص شد موضوعی که کتابداران بیشتر به آن اشاره می‌کنند، "وظیفه" است که آنها در حال حاضر در رسانه‌های اجتماعی در زمینه حرفه خود انجام می‌دهند و نه "دلیل" استفاده آنها از این ابزارها. تنها فردی که "دلیل" را مطرح کرد، زهرا بود که اظهار داشت: ما نیاز داریم تا به دانشجویان نزدیک‌تر باشیم، زیرا امروزه استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی به صورت یک مد در آمده و در میان دانشجویان بسیار رواج دارد. بنا بر گفته وی، استفاده مداوم از ابزارهایی که در بین کاربران رواج دارد، بسیار مهم است. بردلی^{۲۹} (۲۰۰۷) نیز بر این باور است که کتابداران به پیشرفت کتابخانه و استفاده از آخرین فناوری‌ها برای برآورده‌سازی نیاز کاربران اهمیت می‌دهند (بردلی، ۲۰۰۷). در جدول ۲ پاسخ‌های شرکت‌کنندگان همراه با نمونه‌هایی از اظهارات مطرح‌شده آنها (که مربوط به فعالیت آنها را در رسانه‌های اجتماعی است) مشاهده می‌شود.

به منظور تصویرسازی بهتر پاسخ‌های به دست آمده (از جدول ۲) شکل ۲ به نمایش نتایج تحقیق می‌پردازد. این شکل که به هانی‌کوم^{۳۰} معروف شده، شش وجهی و شبیه کندوی عسل است و از هفت بلوک اصلی تشکیل می‌شود. منشأ این مدل را می‌توان به تحقیقی نسبت داد که توسط کیتزمان^{۳۱} و همکارانش در سال ۲۰۱۱ انجام شد. آنها رسانه‌های اجتماعی را با استفاده از هفت بلوک شبیه کندوی عسل تعریف کردند. این بلوک‌ها عبارت بودند از: هویت، گفت و گوها، به اشتراک گذاری، حضور، روابط، اعتبار و گروه‌ها (کیتزمان و همکاران، ۲۰۱۱).

در این تحقیق نتایج حاصل از اظهارات کتابداران، پس از تجزیه و تحلیل، به هفت بخش اصلی تقسیم شد. از این رو مناسب‌ترین روش برای نمایش آن، الگوی کندوی کیتزمان بود. این هفت بلوک در برخی جنبه‌ها حتی به مدل کیتزمان شباهت داشت. از جمله دلایل مطرح‌شده توسط کتابداران می‌توان به حضور، ارتباط متقابل، نیازهای اطلاعاتی، گروه‌ها، گفت و گو، برقراری ارتباط و آگاهی‌رسانی رایج اشاره کرد.

جدول ۲. دلایل استفاده کتابداران از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی

دلایل استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه	نمونه‌هایی از آنچه کتابداران بیان کردند
حضور	"ما دوست داریم با حضور در رسانه‌های اجتماعی به کاربران نزدیک‌تر باشیم، چون این ابزارها در حال حاضر بسیار متداول و رایج هستند." زهرا (واحد متون اسلامی و عربی)
ارتباط متقابل	"رئیس کتابخانه ما علاقه ندارد حتی یک سؤال از طرف کاربران در شبکه‌های اجتماعی بدون پاسخ بماند. بنابراین اگر ما به آن پاسخ ندهیم، خودش سریع پاسخ می‌دهد." رومینا (کتابخانه پزشکی)
نیازهای اطلاعاتی	"ما حتی در بین مخاطبان خود در شبکه‌های اجتماعی، بسیاری از استادان و محققان را داریم که می‌توانیم نیازهای اطلاعاتی آنها را از این طریق متوجه شویم." هلنا (واحد فهرست‌نویسی)
گروه	"ما می‌توانیم در شبکه‌های اجتماعی نظر سایر همکاران خود را در خصوص مسئله یا مشکلی که در هنگام کار با آن مواجه می‌شویم، بپرسیم. مثلاً در واحد فهرست‌نویسی می‌توان در زمان مواجهه با مشکلاتی همچون تعیین سرعنوان‌های خاص، با افراد متخصص تبادل نظر کرد." هری (واحد آرشیو و منابع دیاداری و شنیداری)
گفت‌وگو	"از طریق رسانه‌های اجتماعی استفاده‌کنندگان کتابخانه می‌توانند به راحتی احساس خود را در خصوص سرویس‌ها و خدمات ما در میان بگذارند. منظور من این است که ابزارهای اجتماعی به صورت غیررسمی راهی را فراهم کرده که کاربران می‌توانند از طریق آن احساس‌ها و نیازهای خود را بازگو کنند." مایک (واحد فراهم‌آوری و مجموعه‌سازی)
کتابداران تمایل داشتند که حضور خود را در رسانه‌های اجتماعی نشان دهند تا در محیطی باشند که کاربران نیز در آن حضور دارند.	
کتابداران علاقه‌مند هستند تا با کاربران به صورت متقابل از طریق رسانه‌های اجتماعی ارتباط داشته باشند. زیرا این فضا پویایی بیشتری نسبت به فضای وب ایستا دارد.	
کتابداران از شبکه‌های اجتماعی برای دستیابی به نیازهای اطلاعاتی کاربران استفاده می‌کنند. این روش شاید جایگزینی برای توزیع پرسشنامه به شکل سنتی باشد.	
کتابداران برای حل مشکلات، تبادل نظر و همچنین اشتراک دانش و اطلاعات از امکاناتی همچون گروه‌ها در رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.	
کتابداران از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای تسهیل ارتباط بین افراد مختلف و گروه‌ها استفاده می‌کنند. کتابداران با کاربران از طریق به‌کارگیری ابزارهای مختلف رسانه‌های اجتماعی در ارتباط و مکالمه هستند.	

ادامه جدول ۲. دلایل استفاده کتابداران از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی

<p>"رسانه‌های اجتماعی ابزاری مؤثر برای برقراری ارتباط با کاربران هستند. به‌ویژه زمانی که کتابخانه هدف برقراری ارتباط با گروه خاصی از کاربران را دارد. به‌عنوان مثال اعضای هیأت علمی دانشگاه برای دستیابی به اطلاعات کتابخانه، به صفحه فیسبوک کتابخانه مراجعه می‌کنند تا صفحه خود کتابخانه. فرد (آموزش مهارت‌های حرفه‌ای)</p>	<p>برقراری ارتباط با کاربران کتابداران به‌منظور دستیابی و برقراری ارتباط با کاربران از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند.</p>
<p>"من وبلاگ شخصی دارم و علاقه دارم در خصوص تاریخ بنویسم. بیشتر از منابع کتابخانه خودمان برای نوشتن مطالب وبلاگم استفاده می‌کنم و در انتها شماره راهنمای منبع را نیز می‌آورم تا اگر فردی علاقه‌مند شد، به آن منبع مراجعه کند. در واقع به‌گونه‌ای منابع کتابخانه را تبلیغ و کاربران را تشویق می‌کنم تا از این منابع استفاده کنند." هری (واحد آرشو و منابع دبدری و شنیداری)</p>	<p>آگاهی‌رسانی جاری کتابداران به‌منظور ترغیب فعالیت‌ها و خدمات کتابخانه‌ای، از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند تا کاربران را از منابع اطلاعاتی، خدمات و فناوری‌های جدید مطلع کنند و همچنین با معرفی این فناوری‌ها به کاربران آموزش دهند.</p>

بر اساس یافته‌های تحقیق حاضر، هر یک از بلوک‌ها نمایانگر موارد زیر است:

بلوک حضور، نشان‌دهنده این است که کتابداران سعی دارند در مکانی حضور داشته باشند که کاربران در آن هستند. بلوک ارتباط متقابل، نمایانگر اهمیت دسترس‌پذیری کتابداران و برقراری ارتباط با کاربران است. بلوک نیازهای اطلاعاتی نمایانگر توانایی برطرف‌سازی نیازهای اطلاعاتی کاربران از طریق رسانه‌های اجتماعی است. بلوک گروه، به گروه‌ها و اجتماعات کتابداران به‌منظور تبادل اطلاعات و بحث‌های حرفه‌ای اختصاص دارد. بلوک گفت‌وگو، به ارتباط و مکالمه بین کتابداران و کاربران اشاره می‌کند و بلوک برقراری ارتباط به اهمیت تعامل دو طرفه بین کتابداران و کاربران به‌صورت گفت‌وگو می‌پردازد. آخرین قسمت، مربوط به بلوک آگاهی‌رسانی جاری است که از جمله خدمات کتابخانه محسوب می‌شود، به این معنا که کتابداران، کاربران را از جدیدترین اخبار و وقایع کتابخانه مطلع می‌کنند.



شکل ۲. انگیزه کتابداران از ایجاد و به کارگیری ابزارهای اجتماعی

تیرگی رنگ هر بلوک، تعداد پاسخ‌های شرکت‌کنندگان را نشان می‌دهد. برای مثال، آگاهی‌رسانی جاری که تیره‌ترین بلوک است، از طرف غالب کتابداران، به‌عنوان انگیزه‌ای برای ایجاد و حضورشان در رسانه اجتماعی مطرح شده است. به این ترتیب، با توجه به شکل ۲، بلوک‌های حضور، نیازهای اطلاعاتی و گفتگو، توسط تعداد کمتری از کتابداران اشاره شده‌اند، چون تیرگی کمتری دارند.

سؤال پژوهشی سوم: عوامل بازدارنده کتابداران دانشگاهی برای مشارکت در رسانه‌های اجتماعی چیست؟

به منظور آشنایی با دلایل بازدارنده کتابداران در زمینه استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات کتابخانه، پرسش‌های زیر با شرکت‌کنندگان پژوهش، مطرح شد: "به نظر شما به چه دلیل کتابداران در رسانه‌های اجتماعی مشارکت نمی‌کنند؟ چه چیز مانع آنها برای استفاده از این ابزار

است؟" از مجموع افراد حاضر در گروه‌های بحث اول و دوم، در مجموع شش نفر از کتابداران بر این نکته تأکید داشتند که اطلاع‌رسانی دقیق و کافی از رسانه‌های اجتماعی و چگونگی استفاده از آن در کتابخانه‌هایشان انجام نشده است. همچنین به عقیده آنها به همین دلیل است که "در بین کاربران کتابخانه مشارکت کمی وجود دارد" (لینا، از بخش خدمات اطلاعات). هلنا و سوفی نیز بر این باور بودند که: "نیاز است تا همکاری بیشتری بین کتابداران وجود داشته باشد". این مهم در مطالعات دیگری نیز که به تازگی انجام شده است، به چشم می‌خورد. مثلاً چو و دو^{۳۳} (۲۰۱۲) نتیجه‌گیری کردند که همکاری کتابداران و کاربران، یکی از عوامل مهم در پیاده‌سازی موفق رسانه‌های اجتماعی است. از طرف دیگر، کتابداران گروه اول (که در مقایسه با دو گروه دیگر بیشترین مشارکت را در رسانه‌های اجتماعی داشتند) اظهار کردند که سطح اختیارات و مرتبه شغلی آنها یکی از موانع شایان توجه در به حداکثر رساندن حضور رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌هاست. به گفته آنها، کتابداران ارشد و آنهایی که در کتابخانه دارای پست و مقام هستند، بهتر می‌توانند به سؤالات کاربران رسیدگی کنند، زیرا از قوانین و مقررات کتابخانه آگاهی بیشتری دارند.

با توجه به این نتایج و آنچه سایر کتابداران در گروه‌های بحث مطرح کردند، این تحقیق چهار زمینه اصلی در مورد مسائل ایجاد و حضور رسانه‌های اجتماعی در میان کتابداران را شناسایی کرده است که عبارتند از: موانع شرح وظایف شغلی، موانع فناوری، موانع سازمانی و موانع شخصی.

موانع شرح وظایف شغلی (زمان، سطح اختیارات و عملکرد)

کتابداران حاضر در این تحقیق از بخش‌های مختلف کتابخانه‌ها بودند از این‌رو، به‌روزرسانی رسانه‌های اجتماعی جزو وظایف اصلی آنها به‌شمار نمی‌آمد. یکی از مواردی که در زمینه عدم استفاده ذکر کردند، زمان محدود و کمبود وقت برای یادگیری، برنامه‌ریزی، ایجاد و به‌روز رسانی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه بود. برای مثال سوفی و جیمی اعلام کردند که "استفاده از رسانه‌های اجتماعی به زمان و تلاش نیاز دارد؛ زیرا هنگامی که شما شروع به استفاده از آن کردید، باید دوباره به سراغ آن بروید و مدام آن را به‌روز نگه دارید".

کتابداران به‌طور کلی توافق داشتند که به وجود فرد یا گروه متعهدی نیاز است تا مسئولیت به‌روز نگه داشتن رسانه‌های اجتماعی کتابخانه را بر عهده گیرند. در این مطالعه به‌نظر می‌رسید کتابداران وظایف حرفه‌ای و کتابخانه‌ای خود را از رسانه‌های اجتماعی جدا می‌دانند و این دلیل اصلی است که آنها در به‌روزرسانی رسانه‌های اجتماعی جدی نیستند.

کتابداران در گروه بحث اول (که از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی متنوع‌تری استفاده می‌کنند)

گزارش دادند که سطح اختیار و مشارکت فعال کتابدار ارشد و مدیران ارشد کتابخانه آنها در رسانه‌های اجتماعی به یک مانع برای مشارکت سایر کتابداران در زمینه حضور در فضای این رسانه‌ها بدل شده است. شارون (از واحد آموزش کارکنان) نظر خود را در این مورد چنین بیان کرد: "کسی که به این نوع از پرسش‌ها پاسخ می‌دهد باید شخصی دارای اختیار واقعی باشد، اگر کتابدار ارشد ما پاسخ نداد، شاید معاون وی بتواند پاسخگو باشد؛ زیرا هنگام طرح یک سؤال مربوط به قوانین و مقررات، باید یک نفر از جایگاه بالاتر برای پاسخ وجود داشته باشد." این پژوهش همچنین نشان داد که مشارکت کتابداران در رسانه‌های اجتماعی تابع عملکرد کاری آنها و مبتنی بر بخش‌های مختلف کتابخانه است. برای مثال، الک، که پیش از این در بخش سیستم‌های اطلاعاتی کار می‌کرد، یک فرد فعال برای به‌روز رسانی فیسبوک کتابخانه‌اش بود. او توضیح داد: "اکنون که در بخش کتابخانه پزشکی مشغول به کار هستم، دیگر وظیفه مدیریت صفحه را بر عهده ندارم و هیچ پیامی را در فیسبوک درج نمی‌کنم" (الک، از بخش کتابخانه پزشکی). در تحقیقات پیشین نتایج مشابهی نیز توسط چانر (۲۰۰۸) مطرح شده بود. بر اساس یافته‌های وی، موانع سازمانی، عامل اصلی عدم حضور کافی در رسانه‌های اجتماعی برای کتابداران نیوزیلند به‌شمار می‌آمد. طبق نتایج این تحقیق کتابداران از ابزارهای فناوری وب ۲.۰ به اندازه دلخواه استفاده نمی‌کنند، زیرا فرصت کاوش و تجربه آن را در محل کار خود ندارند. هر چند که می‌دانند این فناوری‌ها فرصت‌های جدیدی را در افزایش خدمات کتابخانه به ارمغان می‌آورند.

موانع فناوری: آشنایی با فناوری‌های موجود و عدم علاقه در زمینه استفاده

سریع از ابزارهای جدید

موانع فناوری که کتابداران در این مطالعه با آن مواجه شده‌اند، زیرساخت‌های فنی، نبود دانش یا پشتیبانی فنی در تجهیزات و غیره نیست، بلکه کتابداران بر این اعتقاد بودند که برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کار روزانه خود، نیاز دارند تا نخست با فناوری بیشتر کار کنند تا روش‌های مختلف به‌کارگیری آن را برای کتابخانه بدانند. هارولد (از واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات) بر این نکته اذعان کرد که اغلب همکاران وی در مرحله آشنایی اولیه با این ابزار و در حال تجربه‌اندوژی هستند. زهرا (از بخش تمدن اسلامی و عربی) و آیلا (از بخش خدمات مشتریان) تمایل داشتند تا قبل از استفاده از این ابزار در خدمات کتابخانه، آن را به‌صورت شخصی امتحان کنند.

"از دیدگاه من، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، به دانش ما مربوط است و من شخصاً مایل هستم تا در ابتدا خودم آنها را امتحان کنم و بعد برای کتابخانه به کار بیندم" (زهرا).

"من آشنایی چندانی با این ابزارها ندارم و به همین دلیل نمی‌توانم از آنها در کار روزمره خود استفاده نمایم" (آیلا).

سکر (۲۰۰۸) نیز نشان داد که عدم آشنایی با رسانه‌های اجتماعی، دلیلی برای عدم پذیرش فناوری از جانب کتابداران به شمار می‌آید. بنا بر پیشنهاد وی، کتابداران باید شخصاً به کشف یا یادگیری استفاده از رسانه‌های اجتماعی بپردازند.

همان‌طور که فناوری پیشرفته‌تر می‌شود، کتابخانه‌ها، گزینه‌ها و انتخاب‌های بیشتری در بین سیستم و ابزارهای اجتماعی برای خدمات خود در اختیار دارند. در نتیجه لازم است تا کتابداران بر اساس راهبرد مدونی عمل کنند. با این حال، در این مطالعه مشخص شد، برای کتابداران تغییر و قبول فناوری‌های جدید کار آسانی نیست. زیرا کسانی که در حال حاضر از این فناوری‌ها در کتابخانه استفاده می‌کنند، اذعان دارند که به رسانه‌های اجتماعی ارتباطی دیگر نیازی ندارند.

"ما شکل دیگری از خدمات آنلاین را در اختیار داریم، برای مثال سیستم‌هایی که برای دریافت سفارش آنلاین در اختیار داریم" (لینا، از بخش خدمات اطلاعات).

مایک (از واحد تهیه و سفارش) گفت: "ما سیستم خودمان را داریم" وی علاقه‌اش را برای دریافت نیازهای دانشجویان در تهیه کتاب‌های جدید و از طریق سیستمی که از گذشته در کتابخانه موجود بود، ابراز کرد.

موانع سازمانی: سیاست‌های رسانه‌های اجتماعی و پرسنل

کتابداران در این پژوهش احساس کردند که قوانین و رویه‌های سازمانی، عامل بازدارنده‌ای در ایجاد و حضور در رسانه‌های اجتماعی هستند. کتابداران در مورد محدودیت‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان بخشی از سیاست‌های سازمان خود صحبت کردند. سوفی (از بخش سیستم‌ها و فناوری اطلاعات) گفت:

"من فکر می‌کنم که استفاده از رسانه‌های اجتماعی اولویت دانشگاه ما نیست، زیرا فیسبوک از ساعت ۸ تا ۱۱ صبح مسدود است و تنها می‌توانیم از آن پس تا ساعت ۲ بعد از ظهر استفاده نمایم".

هارولد، از همان بخش، نیز اعلام کرد "ما مایل به استفاده از فیسبوک در ساعات اداری هستیم، اما این موضوع به مدیریت ارشد دانشگاه بستگی دارد، برخی از دانشگاه‌ها به فیسبوک و دیگر رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری که مخالف با چارچوب‌ها و مقررات است، نگاه می‌کنند، به همین دلیل آن را مسدود می‌نمایند".

این در حالی است که هلنا بر این باور بود که موضوع منع استفاده از رسانه‌های اجتماعی در

طول ساعات کار مربوط به مشکل فنی و سرعت اینترنت در سازمان اوست و ارتباطی با قوانین و مقررات سازمانی ندارد. وی گفت:

"پهنای باند اینترنت در صبح نمی‌تواند استفادهٔ بالا از رسانه‌های اجتماعی را تحمل کند. در نتیجه فکر می‌کنم آنها [مدیریت] استفاده از آن را در صبح ممنوع کرده‌اند (هلنا، از واحد فهرست‌نویسی)".

یکی دیگر از موانع سازمانی بیان‌شده توسط کتابداران، نبود سیاست و راهبرد مدون و مکتوب در کتابخانه بود. فرد گفت:

"این سیاست مکتوب برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی است که وظایف و خصوصیات فرد مسئول را تعریف کرده و ما را در مورد محدودیت‌های ارسال و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات راهنمایی می‌کند" (فرد، از واحد سیستم‌های اطلاعاتی).

موانع شخصی: زبان، مطالب علمی و تعهد

تحقیقات پیشین نشان می‌دهند که توانمندی‌ها و علایق فردی، همانند تخصص رایانه، انگیزش‌ها، اهمیت و ظرفیت و توانایی فرد در آموزش و به‌کارگیری فناوری‌های جدید در به‌کارگیری و استفاده از ابزارهای مختلف رسانه‌های اجتماعی مؤثر است (عارف و محمود، ۲۰۱۲؛ چو و دو، ۲۰۱۲؛ چو و ملومنز، ۲۰۰۸). پژوهش حاضر نشان می‌دهد که موانع شخصی و فردی، کتابداران را در ایجاد و به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی می‌توان به سه دستهٔ فرعی دیگر شامل زبان، دانش و تعهد تقسیم کرد.

همان‌گونه که برخی از کتابداران در این بررسی اعلام کردند، زبان عامل مؤثری در به‌کارگیری و عدم استفاده از رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. هلنا (از واحد فهرست‌نویسی) اشاره می‌کند که نوشتن به دو زبان سخت و طاقت‌فرساست: "من سعی کردم یک موضوع را به دو زبان انگلیسی و مالایی [زبان ملی] ارسال کنم، زیرا اغلب مشاهده شده که مطالب به زبان مالایی را دانشجویان مالایی پاسخ می‌دهند و دانشجویان بین‌المللی در مورد مطالبی که به زبان انگلیسی نوشته شده، اظهارنظر خواهند کرد، بنابراین می‌بینید که نوشتن به هر دو زبان، زمان‌بر و وقت‌گیر است. رومینا (از بخش کتابخانهٔ پزشکی) بیان کرد: "وقتی که می‌خواهم به زبان انگلیسی مطلبی را ارسال کنم، در ابتدا باید فکر کنم و کلمات را به زیبایی، به صورت دقیق و صحیح بنویسم".

همچنین سوفی (از واحد سیستم اطلاعات) گفت: "علاوه بر این زمانی که ما از زبان انگلیسی استفاده می‌کنیم، پاسخ کمتری از دانشجویان مالایی دریافت می‌نمایم، زیرا آنها باید قبل از آنکه چیزی را بنویسند، اول فکر کنند. اما زمانی که از زبان مالایی استفاده می‌شود، پاسخ بیشتری وجود دارد".

در نتیجه، این تحقیق نشان می‌دهد که مانع زبان عامل بازدارنده‌ای برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی در پروژه‌های کتابخانه است.

به نظر می‌رسد که محتوای علمی، یکی دیگر از موانع شخصی کتابداران حاضر در این مطالعه برای مشارکت در رسانه‌های اجتماعی کتابخانه محسوب می‌شود. بسیاری از کتابداران به ویژه کسانی که در گروه بحث اول حضور داشتند، محتوای رسانه‌های اجتماعی را بسیار علمی و جدی می‌انگاشتند. بنابراین از مهم‌ترین عواملی که مانع مشارکت در رسانه‌های اجتماعی می‌شد، نداشتن مطالبی بود که بار اطلاعاتی خوب و مناسبی را برای برقراری ارتباط با کاربران کتابخانه داشته باشند. کتابداران عقیده داشتند که اطلاعات ارسال شده در بستر رسانه‌های اجتماعی، باید هدفمند، معنادار و علمی باشد و سبب افزایش مشارکت کاربران کتابخانه با کارمندان کتابخانه شود.

"من فکر می‌کنم زمانی که می‌خواهیم از رسانه‌های اجتماعی استفاده نماییم، نیاز داریم تا اطلاعاتی ارسال کنیم که برای کاربران (کسانی که صفحه ما را دنبال می‌کنند) بسیار باارزش باشد." (زهره، از واحد تمدن اسلامی و عربی).

"ما به اطلاعات جذاب برای کاربران نیاز داریم، چیزی برای آنها که دوست دارند بدانند." (هارولد، از واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات).

تعهد و علاقه‌مندی به حضور در رسانه‌های اجتماعی موضوع مهم دیگری بود که به‌عنوان عاملی شخصی توسط کتابداران بسیاری در این پژوهش بیان شد. سامی (از واحد سفارش و فراهم‌آوری)، که به نظر می‌رسید کمتر از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کند، گفت:

"رسانه اجتماعی اولویت کتابخانه ما نیست، زیرا ما حتی زمانی که از رسانه‌های اجتماعی استفاده نمی‌شود، کاربران خود را داریم و مأموریت کتابخانه، جذب کاربران بیشتر نمی‌باشد، در نتیجه متعهد به استفاده از رسانه نیستیم." (شاون، از واحد سیستم‌ها و فناوری اطلاعات)

گفت: "رسانه‌های اجتماعی در فرهنگ مالزی به‌عنوان یک ابزار شخصی است و در نتیجه ابزار حرفه‌ای در نظر گرفته نمی‌شود. شاید به همین دلیل است که ما از هیچ صفحه وبلاگ یا توییتری استفاده نمی‌کنیم و بیشتر علاقه‌مند فیسبوک می‌باشیم، زیرا این رسانه اجتماعی در مالزی در بین کاربران محبوب‌تر است."

با وجود این، او تأکید کرد که کتابخانه‌ها شاید ایده‌های جدید در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (که با فرهنگ و راهبردهای موجود کتابخانه متناسب است) را به کار گیرند، نظرهای وی با نتایج حاصل از تحقیقات کتابداران دیگر در پژوهش سکر (۲۰۰۸) یکسان است، زیرا نشان

می‌داد رسانه‌های اجتماعی صرفاً به دلایل فردی و اجتماعی استفاده می‌شود، با این حال استفاده از آن شاید به حرفه کتابداری هم وارد شود. چهار کتابدار در گروه بحث سوم (فرد، رومینا، هانیه و آلک) با یکدیگر توافق نظر داشتند که تعهد و علاقه‌مندی شدید افراد، بر حضور آنها در رسانه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی دارد. به باور آنها، کتابدارانی که دارای تعهد قوی و شور و شوق نیستند، نمی‌توانند به‌طور مداوم و با موفقیت، در رسانه‌های اجتماعی حتی در صفحه شخصی مشارکت کنند. این یافته‌ها به‌روشنی نشان داد که برخی از کتابداران به عدم تعهد، به‌عنوان مانعی برای حضور رسانه‌های اجتماعی اشاره می‌کنند.

نتیجه‌گیری

رسانه‌های اجتماعی یا واژه‌های مترادفی همچون وب ۲.۰ به‌همراه خود پدیده و تحول عظیمی در کتابخانه‌ها و خدمات اطلاعات به ارمغان آورده‌اند. مطالعات و یافته‌های پیشین در این زمینه نشان می‌دهند که کتابداران به پذیرش و به‌کارگیری آن برای به‌روز بودن در عصر اطلاعات نیاز دارند. این پژوهش به بررسی دیدگاه‌های کتابداران سه کتابخانه دانشگاهی پژوهش‌محور مالزی درباره حضور و فعالیتشان در رسانه‌های اجتماعی با استفاده از ایجاد گروه‌های بحث میان کتابداران پرداخته است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که کتابداران نسبت به سودمندی رسانه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه برداشت مثبتی دارند. آنها همچنین از مزایا و پتانسیل‌های استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی آگاه هستند و اعتراف کردند که نیاز به استفاده از این فناوری در حرفه آنها به‌شدت احساس می‌شود.

علاوه بر این، کتابداران بر این باور هستند که ابزار رسانه‌های اجتماعی نه تنها برای برقراری ارتباط با کاربران، بلکه برای تسهیل تعامل کتابداران با یکدیگر (با ایجاد گروه‌های بحث حرفه‌ای) مناسب هستند. نتایج مربوط به انگیزه‌های پذیرش رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها به شکل الگویی که به مدل کندو شهرت دارد، در هفت بلوک عملیاتی نشان داده شده که شامل حضور، تعامل همزمان، نیازهای اطلاعاتی، گروه‌ها، گفت‌وگوها، ارتباط و آگاهی‌رسانی جاری است.

پژوهش در ادامه نشان می‌دهد که استفاده از رسانه‌های اجتماعی با موانع وظایف شغلی و گردش کار، موانع فناوری، موانع سازمانی و موانع فردی به چالش کشیده شده است که اگر به‌درستی به آنها پرداخته شود، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه بهبود می‌یابد. کتابداران خود را با موانعی برای پذیرش رسانه‌های اجتماعی مواجه دیدند و در میان این عوامل

بازدارنده که آنها را از مشارکت در رسانه‌های اجتماعی باز می‌دارد، می‌توان به عوامل دیگری همچون فناوری‌ها، گردش کار سازمانی کتابخانه، نبود سیاست‌های مدون برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی و پرسنل مربوط، موانع زبانی و عدم تعهد کتابداران در به‌روز رسانی رسانه‌های اجتماعی اشاره کرد. این مشاهدات در سال ۲۰۱۲ توسط چو و دو نیز به‌دست آمده بود. آنها در مطالعه خود، چالش‌ها و فرصت‌های کاربرد ابزارهای رسانه‌های اجتماعی را در دانشگاه‌های برتر جهان بررسی کرده بودند (چو و دو، ۲۰۱۲).

با وجود این، نتیجه‌گیری کلی این پژوهش نشان می‌دهد که کتابداران این تحقیق، اغلب از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی که در خدمات کتابخانه استفاده می‌شود، آگاه هستند. اما از آنجا که استفاده از آن را بسیار جدی و رسمی در نظر می‌گیرند، نمی‌توانند با آن به آسانی رویه‌رو شوند. این پژوهش مشکل اساسی کتابداران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی را فقدان ساختار علمی و مشخصی می‌داند که متناسب با شیوه‌های خدمت‌رسانی در کتابخانه و خدمات اطلاع‌رسانی باشد. بنابراین استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیازمند برنامه مدونی است تا کتابداران بتوانند بهتر از این ابزارها در ارائه خدمات کتابخانه استفاده کنند. همچنین در این تحقیق مشخص شد در تمام گروه‌های مورد بررسی، رضایت کتابداران در استفاده از ابزارهای رسانه‌های اجتماعی به تعهد و وظیفه آنها مربوط می‌شود نه به دلایل شخصی. در صورت عدم بهره‌گیری کتابخانه‌ها و کتابداران از نظریه‌ها و برنامه‌ریزی راهبردی در خصوص نحوه حضور و استفاده از رسانه‌های اجتماعی، بعید است که کتابداران دانشگاهی قادر به کسب حمایت مورد نیاز از سوی کاربران و سایر همکاران خود، برای بهره‌برداری مؤثر از رسانه‌های اجتماعی باشند. به همین دلیل، با توجه به ترویج و گسترش روزافزون رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های وب ۲.۰ و سرعت تغییر در این حوزه، تصمیم‌گیری برای کتابداران دانشگاهی در مورد نحوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه، بسیار مشکل است.

پیشنهاد پژوهش آینده

در این پژوهش به سؤالات اصلی مطرح‌شده در زمینه دلایل ایجاد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی پاسخ دادیم. همچنین به شناسایی عوامل مؤثر در جذب رسانه‌های اجتماعی (که شایسته تحقیق بیشتر است) کمک شد. مطالعه بیشتر در مورد درک چرایی و چگونگی استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بین کتابخانه‌های دانشگاهی، سبب افزایش آگاهی و ایجاد انگیزه برای استفاده از این ابزارها در بین کتابداران می‌شود و همچنین زمینه تحقیق و پژوهش بیشتر را در این زمینه فراهم می‌آورد.

پی‌نوشت

1. Kaplan & Haenlein
2. Second Life
3. Maness
4. Boeninger
5. Fichter
6. Bradley
7. Miller
8. Jahan and Ahmed
9. Kim & Abbas
10. Linh
11. Si, Shi & Chen
12. Harinarayana & Raju
13. Liu
14. Foley
15. Instant Messaging (IM)
16. Han
17. Arif & Mahmood
18. Chu & Meulemans
19. Secker
20. Chawner
21. Arif and Mahmood
22. Edzan
23. Abdul Aziz
24. Ayu & Abrizah
25. Mansor & Idris
26. Stringer
27. Klang Valley
28. Krueger
29. Bradley
30. Honeycomb
31. Kietzmann
32. Chu & Du

منابع

1. اسفندیاری مقدم، علیرضا؛ حسینی شعار، منصوره (۱۳۹۰). میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب ۲/۰. فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی، ۵۳ (۱)، ۵۵-۶۵.
2. مرادی، شیماء؛ علی پور، امید؛ صابری، مریم؛ فلاحتی، آمنه (۱۳۹۰). میزان بهره‌گیری از وب ۲/۰ در کتابخانه‌های دانشگاهی کشورهای خاورمیانه. فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی، ۵۴ (۲)، ۱۰۷-۱۳۰.
3. Rafidah A. Z.; Zuraidah A.; Ruzita R.; Abdullah Z.; Husaini H. (2011). "The implications of library 2.0 tools in Malaysian academic libraries towards reference services". In: Asia-Pacific Conference on Library & Information Education & Practice, 22-24 June 2011, Pullman Putrajaya Lakeside, Malaysia.
4. Ayu, A., & Abrizah, A. (2011) "Do you Facebook? Usage and applications of Facebook page among academic libraries in Malaysia". The International Information & Library Review. 43: pp. 239-249.
5. 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: pp. 469-479.

6. Boeninger, C. (2006) "Using a wiki as a research guide: a year's experience". *Library Voice*, July,
7. Available at: <http://libraryvoice.com/wikis/using-a-wiki-as-a-research-guide-a-years-experience>.
8. Bradley, P. (2007) "How to use Web 2.0 in your library". Facet Publishing.
9. Chawner, B. (2008) "Spectators, not players: information managers' use of Web 2.0 in New Zealand". *Electronic Library*, 26: pp. 630-649.
10. Chu, S. K. W., & Du, H. S. (2012) "Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*", 44 (1): pp. 1-12.
11. Chu, M. & Meulemans, Y. N. (2008) "The problems and potential of MySpace and Facebook usage in academic libraries". *Internet Reference Services Quarterly*, 13: pp. 69-85.
12. Edzan, N.N. (2010) "Are you on Facebook? we are". In: *Emerging Trends and Technologies in Libraries and Information Services*, June 3-5, 2010, India.
13. Fichter, D. (2006) "Using wikis to support online collaboration in libraries". *Information Outlook*, 10: pp. 30-1.
14. Foley, M. (2002) "Instant messaging reference in an academic library: a case study". *College & Research Libraries*, 63: pp.36-45.
15. Han, Z. & Liu, Y. Q. (2010) "Web 2.0 applications in top Chinese university libraries". *Library Hi Tech*, 28:pp.41-62.
16. Harinarayana, N. & Raju, N. V. (2010) "Web 2.0 features in university library web sites". *The Electronic Library*, 28:pp.69-88.
17. Jahan, I. & Ahmed, S. M. Z. (2012) "Students' perceptions of academic use of social networking sites: a survey of university students in Bangladesh". *Information Development*, 28: pp. 235-247.
18. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business horizons*, 53(1): pp. 59-68.
19. Kietzmann, J. H.; Hermkens, K., McCarthy, I.P. and Silvestre, B.S. (2011). "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media". *Business Horizons*, 54 (3): pp. 241-251.
20. Kim, Y. M. & Abbas, J. (2010) "Adoption of Library 2.0 functionalities by academic libraries and users: a knowledge management perspective". *The Journal of Academic Librarianship*, 36: pp. 211-218.
21. Krueger, R. A., and Mary A. C. (2009) "Focus groups: A practical guide for applied research". Pine Forge Press.
22. Linh, N. (2008) "A survey of the application of Web 2.0 in Australasian university libraries". *Library Hi Tech*, 26: pp. 630-653.
23. Liu, S. (2008) "Engaging users: the future of academic library web sites". *College & Research Libraries*, 69: pp. 6-27.
24. Maness, J. (2006) "Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries". *Webology*, 3 (2).
25. Miller, P. (2005) "Web 2.0: building the new library". *Ariadne*, Vol.45. Available at: <http://www.ariadne.ac.uk/issue45/miller>

26. Secker, J. (2008) "Case study 5: libraries and Facebook. LASSIE: Libraries and Social Software in Education", Centre for Distance Education, University of London, London.
27. Si, L., SHI, R. & CHEN, B. (2011) "An investigation and analysis of the application of Web 2.0 in Chinese university libraries". *Electronic Library*, 29: pp. 651-668.
28. Stringer, E. T. (2007). "Action research (2nd. ed.)". Thousand Oaks, CA: Sage.

