

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و خواندن: شناخت مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی

اسماعیل احمدی

مدیر کل کتابخانه‌های عمومی استان کردستان و دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی

Ahmadi.es56@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۶/۱۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۲۴

چکیده

هدف: هدف اصلی پژوهش حاضر شناخت مزایا و معایب شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در حوزه خواندن و راهکارهای اثربخشی از دیدگاه اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر سنندج می‌باشد.

روش: مطالعه حاضر از نوع کیفی است و داده‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق گردآوری شده است. افراد مشارکت‌کننده ۲۴ نفر از اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر سنندج در تابستان سال ۱۳۹۵ بودند. نمونه‌گیری به روش هدفمند انجام گرفت و تا اشباع اطلاعات ادامه یافت. تحلیل داده‌ها هم‌زمان با جمع‌آوری اطلاعات با روش تحلیل موضوعی انجام گرفت.

یافته‌ها: بر اساس اهداف پژوهش تحلیل داده‌ها منجر به استخراج ۳۸ موضوع اصلی در ۳ مقوله کلی شامل مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی گردید. در مقوله مزایا، موضوعات اصلی شامل دسترس‌پذیری اطلاعات، آگاهی‌بخشی، جذابیت‌ها، تبادل اطلاعات، برقراری ارتباط، شکل‌گیری اجتماعات خواندن، پر کردن اوقات فراغت، ترویج فرهنگ خواندن، بازاریابی، ایجاد رغبت و خودانگیختگی در خواندن، افزایش خواندن و کسب مشاوره بودند. در مقوله معایب، موضوعات شامل ضعف محتوا، اتلاف وقت، تغییر رفتار خواندن، نیازمندی‌ها، اثرات مضر بر جسم، اعتیاد به استفاده، جذابیت‌های بصری و خدمات منحرف‌کننده از خواندن، ناپایداری محتوا، محدودیت‌های ساختاری، عدم کسب لذت از خواندن، مجازی بودن، ترغیب به بی‌هدفی در خواندن، عدم دستیابی به دستاورد روشن، عدم سازماندهی اطلاعات، تغییر ذائقه و ترجیحات مطالعاتی، تأثیر منفی بر حوزه نشر و دشواری پذیرش و سازگاری با رسانه جدید در بین مسن‌ترها بودند. موضوعات مقوله اثربخشی نیز فرهنگ‌سازی، ایجاد شناخت، آموزش، محتواسازی، شبکه‌سازی، نیازسنجی، نیازسازی، هدف‌گرایی و برنامه‌ریزی و اعمال کنترل و نظارت بودند. هر کدام از موضوعات نیز دارای زیرموضوعاتی هستند.

ارزش/اصالت: ارزش پژوهش حاضر در آن است که با ارائه اطلاعات مناسب در خصوص مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی استفاده از شبکه‌های اجتماعی در راستای خواندن، شیوه مواجهه صحیح با این رسانه اجتماعی و بهره‌گیری مؤثر از آن را در راستای خواندن به افراد نشان می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: خواندن، شبکه‌های اجتماعی، اعضا، کتابخانه عمومی، شهر سنندج.

مقدمه

خواندن به‌عنوان یک فرایند تعاملی، ارتباطی، فعال و دربردارنده معنی، پذیرفته شده است. خواندن فقط مختص متون چاپی نیست؛ بلکه درباره توانایی تفسیر هر چیزی است که برای انتقال یک پیام یا آنچه که ارتباطات را ممکن می‌سازد، در نظر گرفته شده است (هتینگر و نپ^۱، ۲۰۰۱). خواندن فعالیت مهم و قابل توجهی در یک جامعه است. برای مردم کسب اطلاعات و دانش مهم است، حتی اگر این اطلاعات در رسانه‌های متفاوت و متنوعی ظاهر شود. نکته این است که مردم هنوز هم به خواندن نیاز دارند (سعید و عبد وهاب^۲، ۲۰۱۴). خواندن در جامعه شبکه‌ای قرن ۲۱ دیگر به خواندن منابع چاپی محدود نمی‌شود. دامنه خواندن به منابع اینترنتی گسترش پیدا کرده که موجب تغییر فرهنگ، عادات و رفتار خواندن افراد شده است (لون^۳، ۲۰۱۲). خواندن آنلاین متفاوت از خواندن متون چاپی است. خواندن آنلاین شامل تعامل چشم با صفحه نمایش رایانه، متون ارائه شده در فرامتن و درک اطلاعات کلامی و غیرکلامی است (پینو-سیلوا^۴، ۲۰۰۶). امروزه تعداد افرادی که از ابزارهایی نظیر کتابخوان الکترونیکی، رایانه، تبلت و تلفن همراه برای خواندن استفاده می‌کنند، افزایش یافته است (آکارسو و دانیمز^۵، ۲۰۱۴). از جمله رسانه‌های دیجیتال که می‌توان به‌عنوان محمل اطلاعاتی در نظر گرفت، رسانه‌های اجتماعی هستند که مبتنی بر فناوری وب ۲.۰ ایجاد شده‌اند.

فناوری وب ۲.۰ به توسعه و تکامل جوامع مبتنی بر وب، خدمات میزبانی و برنامه‌های کاربردی مانند سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، سایت‌های به اشتراک گذاری ویدئوها، ویکی‌ها و وبلاگ‌ها منجر شده است. ابزارهای وب ۲.۰ اشتراک گذاری، شبکه‌سازی و انتشار اطلاعات را در میان دوستان و دیگر گروه‌های حرفه‌ای تسهیل کرده است. این ابزارها تأثیر فراگیری در جامعه و به‌خصوص در بین نسل جوان دارد. ابزارهای وب ۲.۰ به کاربران اجازه ایجاد، توصیف، ارسال، جست‌وجو، همکاری، اشتراک و ارتباط محتوای آنلاین در اشکال مختلف، اعم از موسیقی و بوک‌مارک‌ها تا عکس‌ها و اسناد را می‌دهد (راکشیکار^۷، ۲۰۱۵). اگرچه کارکرد اصلی رسانه‌های اجتماعی برقراری ارتباط و تعامل پویاست، اما به دلیل تبادل و اشتراک اطلاعات در فضایی وسیع و فراگیر، امکان بهره‌گیری از این رسانه‌ها به‌عنوان محمل اطلاعاتی و خواندن و دانش‌افزایی وجود دارد. در رسانه‌های اجتماعی علاوه بر آنکه اطلاعات و اخبار منتشر می‌شود، فرایند تولید اطلاعات نیز انجام می‌شود. در واقع تولید، توزیع و خواندن اطلاعات در فضایی

1. Hettinger & Knapp
4. Pino-Silva

2. Saaid & Abd Wahab
5. Akarsu, & Daryemez

3. Loan
6. bookmarks

7. Rakshikar

تعاملی و پویا فعالیت‌های اطلاعاتی رایج در رسانه‌های اجتماعی است که می‌تواند توسط هر فردی انجام گیرد. این مسأله خود باعث ایجاد حجم فزاینده اطلاعات نیز می‌گردد. شبکه‌های اجتماعی از جمله رسانه‌های اجتماعی هستند که به‌ویژه در سال‌های اخیر کانون توجه افراد در سرتاسر دنیا قرار گرفته‌اند و به‌طور فزاینده‌ای به محبوبیت و کاربردپذیری آنها افزوده می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی جدیدترین فناوری در جهان اطلاعات است که یک پلت‌فرم آنلاین و یا وب‌سایت است که بر ساخت و بازتاب روابط اجتماعی در میان مردمی که علاقه و یا فعالیت‌های مشترک دارند، متمرکز است (آفرو^۱، ۲۰۱۴). شبکه‌های اجتماعی به سایت‌هایی اطلاق می‌شود که با مشارکت کاربران و محتوای تولیدشده آنان پیش می‌رود (تردی‌نیک^۲، ۲۰۰۶). شبکه‌های اجتماعی متفاوت از رسانه‌های سنتی یا صنعتی در بسیاری از جهات از جمله کیفیت، دسترس‌پذیری، فراوانی، قابلیت استفاده، سرعت و دوام هستند (آگیچتین، کارلوس، دبور، آریستیدس و گیلاد^۳، ۲۰۰۸).

به جرأت می‌توان اذعان داشت در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی پرستفاده‌ترین رسانه در بین انواع رسانه‌های اجتماعی و حتی خدمات اینترنتی است. امروزه افراد بسیاری بخشی از وقت خود را به استفاده از شبکه‌های اجتماعی و خواندن در این فضا اختصاص می‌دهند. در واقع این رسانه‌ها به رقیبی برای خواندن متون چاپی تبدیل شده‌اند و این نگرانی را به وجود آورده‌اند که با توجه به اختصاص بخشی از وقت فرد در طول روز که می‌توانست به خواندن کتاب و دیگر رسانه‌های چاپی اختصاص یابد، موجب کاهش سرانه خواندن شده و از سوی دیگر فرد را به خواندن سطحی و کم‌عمق عادت دهند. اما به نظر می‌رسد استفاده از این رسانه‌ها در حوزه خواندن می‌تواند علاوه بر معایب، مزایایی را هم در بر داشته باشد که شناخت آنها می‌تواند به بهره‌گیری مناسب از شبکه‌ها کمک کند. کسب این شناخت برای مسئولان فرهنگی و نهادهای درگیر در حوزه خواندن حائز نکات و یافته‌های قابل توجهی است، چرا که بر اساس اطلاعات کسب شده، می‌توانند به اتخاذ تصمیمات صحیح و برنامه‌ریزی مؤثر جهت ارتقای فرهنگ خواندن افراد در فضای مجازی بپردازند. بر این اساس، پژوهش حاضر درصدد است مزایا و معایب شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در حوزه خواندن و راهکارهای اثربخشی را از دیدگاه اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر سنج شناسایی نماید.

روش پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد روش‌شناختی کیفی انجام شده و روش پژوهش، تحلیل موضوعی است. داده‌ها با استفاده از مصاحبه عمیق و به شکل انفرادی گردآوری شده است.

1. Aforo 2. Tredinnick 3. Agichtein, Carlos, Debora, Aristides and Gilad

در روش مصاحبه عمیق، مصاحبه‌گر با مطرح کردن موضوع مکالمه، شرکت‌کنندگان را به صحبت در رابطه با موضوع مطرح شده ترغیب می‌کند و بر اساس آنچه مصاحبه‌شونده در جریان مصاحبه مطرح می‌کند، سؤالات بعدی خود را شکل می‌دهد (حریری، ۱۳۸۵). در مصاحبه عمیق که مصاحبه نیمه‌ساختاریافته نیز نامیده می‌شود، پژوهشگر راهنمای مصاحبه را برای انجام مصاحبه اصلی تهیه می‌کند. راهنمای مصاحبه به مصاحبه‌گر کمک می‌کند که بر روی مصاحبه تمرکز داشته باشد و بتواند مصاحبه را هدایت کند. راهنمای مصاحبه شکل گفت‌وگوهای اصلی، عبارات و مفاهیمی که باید مورد پرسش قرار گیرند و پژوهشگر می‌خواهد آن را مورد پرسش قرار دهد، تأمین می‌کند. به‌طور معمول چنین روشی مشتمل بر ایده‌هاست که سؤالات از آن پیروی می‌کنند (استربرگ، ۱۳۸۴). البته ممکن است پژوهشگر دقیقاً این سؤالات را اجرا نکند، اما تا حد امکان خود را با آنها وفق می‌دهد.

جامعه آماری این پژوهش، اعضای فعال کتابخانه‌های عمومی شهر سمنندج در تابستان سال ۱۳۹۵ بودند که در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نظیر تلگرام و اینستاگرام عضو بودند و تجربه خواندن در این رسانه‌ها را داشتند؛ ضمن اینکه به شرکت در مصاحبه تمایل داشتند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد و حجم نمونه به اشباع اطلاعات و تکرارپذیری داده‌ها بستگی داشت. در مجموع ۲۴ مصاحبه انجام شد. مدت مصاحبه‌ها بین ۲۵ تا ۳۵ دقیقه متغیر بود. در زمان اجرای مصاحبه‌ها علاوه بر یادداشت‌برداری از گفته‌های مصاحبه‌شوندگان و نکات مطرح شده، مصاحبه‌ها ضبط شد. ملاحظات اخلاقی لازم شامل کسب موافقت مصاحبه‌شوندگان و اعلام محرمانه بودن اطلاعات و حفظ حریم خصوصی آنان انجام شد.

روایی و اعتبار تحقیق در مطالعات کیفی همانند مطالعات کمی به ارزیابی و اندازه‌گیری داده‌ها پرداخته نمی‌شود. در مطالعات کمی اعتبار و روایی ابزار یا ابزارهای اندازه‌گیری مد نظر است، اما در مطالعات کیفی معیارهایی مانند «موثق بودن»، «قابل اعتماد بودن»، «قابل اطمینان بودن»، و «قابل تثبیت بودن» داده‌ها مطرح است. بنابراین در مطالعات کیفی برای رسیدن به این امور تبحر پژوهشگر در ایجاد ارتباط با افراد مورد مطالعه، توانایی وی در انجام مصاحبه، فراهم نمودن اطمینان لازم جهت اخذ داده‌های واقعی از مصاحبه‌شوندگان می‌تواند در درستی و اعتبار داده‌ها مؤثر باشد (استربرگ، ۱۳۸۴). از این رو، جهت کسب اعتبار تبحر پژوهشگر، پژوهشگر از راهنمایی‌ها و تجارب دو نفر از متخصصان رشته جامعه‌شناسی و علم اطلاعات و دانش‌شناسی

با سابقه انجام پژوهش کیفی در زمان اجرای مصاحبه‌ها کمک گرفت. در ابتدا ۴ مصاحبه به صورت آزمایشی انجام، و پس از انجام اصلاحات لازم و دریافت تأیید، کار آغاز شد. همچنین از صحت داده‌ها نیز با ارائه اطلاعات استخراج شده از مصاحبه‌ها به برخی از مشارکت‌کنندگان اطمینان لازم حاصل شد.

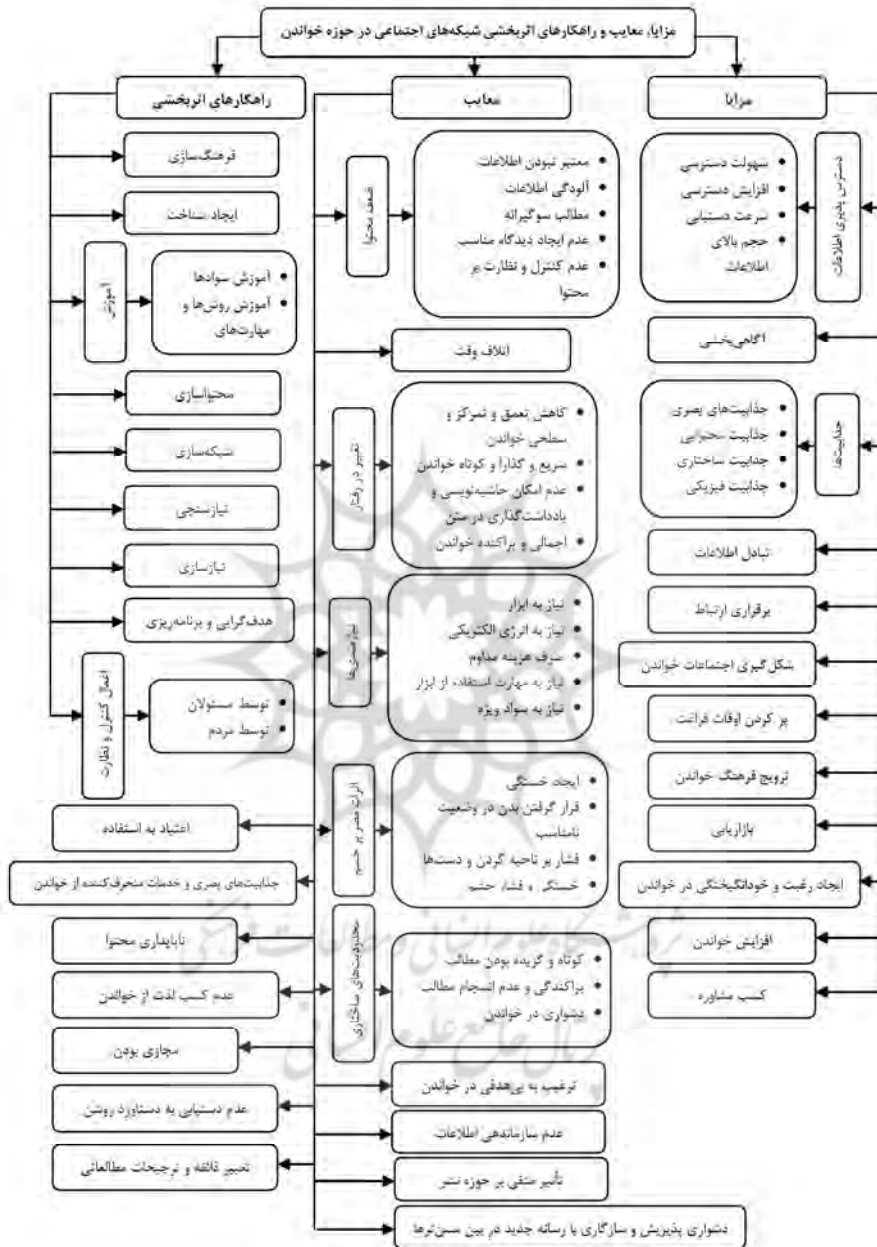
روش تجزیه و تحلیل داده‌ها در این پژوهش بر مبنای روش تجزیه و تحلیل موضوعی است. تجزیه و تحلیل موضوعی نوعی تحلیل محتوای داده‌هاست که طبقه‌بندی بر اساس «موضوعات» انجام می‌شود (استراس و کوربین^۱، ۱۳۹۳). مراحل تجزیه و تحلیل داده‌ها به این شرح بود: در ابتدا استخراج و پیاده‌سازی داده‌ها بر روی کاغذ و ذخیره کردن آنها در رایانه انجام شد. همچنین ثبت علائم حاشیه‌ای از قبیل سکوت، تأسف و غیره در این مرحله برای مرتبط ساختن داده‌ها انجام شد. سپس جهت تسلط کافی پژوهشگر بر روی داده‌ها متن مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه و مرور شد. در مرحله بعد 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 زیرمجموعه‌های دیگری تقسیم شده و به این ترتیب موضوعات و زیرموضوعات 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 پیشنهادها ارائه شدند (استربرگ، ۱۳۸۴).

یافته‌ها

بر اساس مشخصات جمعیتی، نمونه مورد مطالعه شامل ۱۳ زن و ۱۱ مرد با سطح تحصیلات دیپلم (۱ نفر)، فوق دیپلم (۲ نفر)، لیسانس (۱۱ نفر) و فوق لیسانس (۱۰ نفر) با دامنه سنی ۱۹ تا ۳۹ سال بودند.

تجزیه و تحلیل داده‌های مصاحبه منجر به استخراج ۳۸ موضوع اصلی و ۳۵ زیرموضوع در ۳ مقوله کلی شامل مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی گردید. مقولات، موضوعات اصلی و زیرموضوعات در شکل ۱ تصویر شده است.

1. Corbin & Strauss



شکل ۱. مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن

۱. مزایا:

در رابطه با مزایای شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن با استفاده از مفاهیم انتزاع شده از متن مصاحبه‌ها ۱۲ موضوع اصلی یافت شد که عبارت‌اند از دسترس‌پذیری اطلاعات، آگاهی‌بخشی، جذابیت‌ها، تبادل اطلاعات، برقراری ارتباط، شکل‌گیری اجتماعات خواندن، پر کردن اوقات فراغت، ترویج فرهنگ خواندن، بازاریابی، ایجاد رغبت و خودانگیختگی در خواندن، افزایش خواندن و کسب مشاوره.

۱-۱. **دسترس‌پذیری اطلاعات:** تحول در فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات از جمله ایجاد شبکه‌های اجتماعی، موجب سهولت دسترسی به اطلاعات، افزایش سطح دسترسی به اطلاعات، تسریع دستیابی به اطلاعات، دسترسی به حجم بالای اطلاعات به موجب رشد تصاعدی اطلاعات در فضای مجازی، گردش مداوم اطلاعات و به موجب آن دسترسی پیوسته به اطلاعات روزآمد را موجب شده است. همه مشارکت‌کنندگان (۲۴ نفر) در مصاحبه‌ها، مفاهیمی از دسترس‌پذیری اطلاعات را ارائه کردند.

۱-۲. **آگاهی‌بخشی:** اگرچه ارائه اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی منسجم نبوده و در واقع تکه پاره‌هایی از انواع اطلاعات است، لیکن به اعتقاد ۲۲ نفر از شرکت‌کنندگان انتشار سریع و بی‌وقفه انواع اطلاعات و اخبار در تمامی حوزه‌ها، منجر به افزایش آگاهی و دانش آنها شده است. کسب اطلاعات و اخبار به‌ویژه در حوزه عمومی یکی از اهداف اصلی مصاحبه‌شوندگان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی بود.

۱-۳. **جذابیت‌ها:** جذابیت‌های بصری، جذابیت‌های محتوایی شامل تنوع اطلاعات و تنوع انتخاب مطالب، جذابیت‌های ساختاری شامل اختصار مطالب، قابلیت‌های جست‌وجو در متن، تنوع قالب ارائه مطالب (چندرسانه‌ای بودن) و شیوه جدید ارائه مطالب نظیر رمان‌های پیامکی و جذابیت‌های فیزیکی شامل فرازمانی و فرامکانی بودن و قابلیت حمل و جابه‌جایی و حجم فیزیکی اندک ابزارهای موردنیاز برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی نظیر تلفن همراه و تبلت از جمله مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن بود که از صحبت‌های ۲۲ نفر از مشارکت‌کنندگان انتزاع شد. اگرچه برخی از جذابیت‌ها، خود ممکن است مضر خواندن با کیفیت و عمیق نیز باشد که در قسمت معایب شبکه‌های اجتماعی به آن اشاره خواهد شد.

- ۴-۱. **تبادل اطلاعات:** اشتراک و مبادله محتوا یکی از مشخصه‌ها و کارکردهای بارز شبکه‌های اجتماعی است. محتوا می‌تواند شامل هر نوع اطلاعات مفید در هر حوزه موضوعی، اخبار کتاب و کتابخانه‌ها، معرفی کتاب‌ها و نویسندگان، شرح تجربه‌ها و دستاوردها و ایده‌های خواندن، مبادله منابع اطلاعاتی مختلف نظیر کتاب‌های الکترونیکی و صوتی و نظایر آن باشد. ۲۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان در خصوص این مزیت شبکه‌های اجتماعی صحبت‌هایی را اظهار داشتند.
- ۵-۱. **برقراری ارتباط:** برقراری ارتباط بیشتر، بهتر و سریع‌تر و تعامل دوسویه در گستره‌ای وسیع با اهل کتاب و کتاب‌دوستان بدون محدودیت‌های زمانی و مکانی، می‌تواند باعث افزایش قوه تفکر به ویژه تفکر انتقادی، میزان آگاهی از دنیای کتاب و انتشارات و حتی افزایش میل به خواندن شود. ۱۹ نفر از شرکت‌کنندگان به شرح تجربه مثبت خود در خصوص این مزیت شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن پرداختند.
- ۶-۱. **شکل‌گیری اجتماعات خواندن:** همان‌طور که از نام شبکه‌های اجتماعی نیز برمی‌آید، این شبکه‌ها فضایی برای دور هم جمع شدن است، حال با هر هدف و انگیزه و وجوه اشتراک و وابستگی‌ها. خوشبختانه دوستداران و فعالان حوزه خواندن نیز در این فضا اجتماعاتی را تشکیل داده‌اند که حول محور کتاب و کتابخوانی و ترویج آن می‌چرخد. این مزیت از بیانات ۱۵ نفر از مصاحبه‌شوندگان انتزاع شد.
- ۷-۱. **پر کردن اوقات فراغت:** پر کردن اوقات فراغت با خواندن مطالب گوناگون از جمله طنز و سرگرمی و عکس‌نوشته‌ها در شبکه‌های اجتماعی مزیتی دیگر از شبکه‌های اجتماعی از نگاه ۱۵ نفر از مصاحبه‌شوندگان بود.
- ۸-۱. **ترویج فرهنگ خواندن:** فراگیر بودن، گسترش همگانی و محبوبیت شبکه‌های اجتماعی، این امکان و فرصت را در اختیار علاقه‌مندان و دست‌اندرکاران حوزه خواندن کشور اعم از کتابخانه‌ها، ناشران، نویسندگان و اهل کتاب قرار می‌دهد که بتوانند فرهنگ خواندن را ترویج نمایند. مشارکت خودجوش علاقه‌مندان کتاب و کتابخوانی در ترویج فرهنگ کتابخوانی، همراه با نهادهای درگیر کتاب و کتابخوانی و متولیان فرهنگی، با ایجاد فضایی پر شور، همدلی و هم‌افزایی را به دنبال داشته و فرهنگ‌سازی را تسهیل می‌نماید. گفته‌های ۱۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان مؤید این مزیت شبکه‌های اجتماعی است.

۹-۱. **بازاریابی:** اظهارات ۱۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی ابزار تبلیغی مناسبی برای معرفی و شناخت انواع منابع اطلاعاتی و بازاریابی آنهاست. معرفی، مشاوره و تبلیغ مناسب به قصد آگاهی‌رسانی می‌تواند تأثیر مناسبی بر میزان استفاده از منابع اطلاعاتی بگذارد و حتی مؤثرتر از سایر ابزارها مانند صدا و سیما عمل نماید. بازاریابی با استفاده از رسانه‌های اجتماعی به دلیل صرفه‌جویی در وقت و هزینه‌ها و امکان دسترسی گسترده‌تر مخاطبان و دریافت بازخورد از آنان می‌تواند به شکل اثربخشی انجام گیرد. ناشران و نویسندگان و کتابخانه‌های عمومی می‌توانند از این مزیت به‌خوبی استفاده نمایند.

۱۰-۱. **ایجاد رغبت و خودانگیختگی در خواندن:** بنابر اظهارات ۱۰ نفر از مشارکت‌کنندگان، خواندن در فضای شبکه‌های اجتماعی به دلیل جذابیت‌های فراوان آن بدون اجبار و همراه با اختیار، علاقه، رغبت و خودانگیختگی اتفاق می‌افتد که این امر می‌تواند بستری برای نهادینه‌سازی فرهنگ خواندن و افزایش سرانه مطالعه فراهم نماید.

۱۱-۱. **افزایش خواندن:** ۶ نفر از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند افرادی که شاید در گذشته اهل خواندن نبوده‌اند و علاقه‌ای به آن نداشته‌اند، امروز به یمن وجود شبکه‌های اجتماعی و جذابیت‌های مخاطب‌پسند آن، کارآیی و سهولت استفاده، اهل خواندن در این شبکه‌ها شده‌اند. گرچه شاید این خواندن، خواندن عمیق و باکیفیتی نباشد که همراه با استنتاج، استنباط و درک صورت گیرد و متفاوت با خواندن متون چاپی باشد، اما برای فردی که علاقه‌ای به خواندن متون چاپی ندارد، می‌تواند مثبت ارزیابی شود.

۱۲-۱. **کسب مشاوره:** کسب مشاوره، از دیگر مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی بود که توسط مشارکت‌کنندگان بیان شد. ایشان اظهار داشتند ایجاد صفحات مختلف توسط اهل فرهنگ و کتاب اعم از کتابخانه‌ها، نویسندگان، ناشران، خوانندگان و علاقه‌مندان حوزه خواندن و جریان ارتباطی دوسویه، این امکان را برای افراد ایجاد می‌نماید تا در خصوص منابع اطلاعاتی مختلف به کسب اطلاع و دریافت مشاوره بپردازند.

۲. معایب:

در رابطه با معایب شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن با استفاده از مفاهیم انتزاع شده از متن مصاحبه‌ها ۱۷ موضوع اصلی شناسایی شد که عبارت‌اند از ضعف محتوا، اتلاف وقت، تغییر در رفتار خواندن، نیازمندی‌ها، اثرات مضر بر جسم، اعتیاد به استفاده، جذابیت‌های بصری و

خدمات منحرف‌کننده از خواندن، ناپایداری محتوا، محدودیت‌های ساختاری، عدم کسب لذت از خواندن، مجازی بودن، ترغیب به بی‌هدفی در خواندن، عدم دستیابی به دستاورد روشن، عدم سازماندهی اطلاعات، تغییر ذائقه و ترجیحات مطالعاتی، تأثیر منفی بر حوزه نشر و دشواری پذیرش و سازگاری با رسانه جدید در بین مسن‌ترها.

۲-۱. ضعف محتوا: اگرچه تراکم اطلاعاتی در فضای شبکه‌های اجتماعی رخ داده است، اما ارزش، کیفیت و صحت مطالب منتشر شده تحت تأثیر فضای مجازی قرار گرفته و محل تأمل است. به گفته همه مصاحبه‌شوندگان اطلاعات منتشر شده در این فضا نواقص و کاستی‌هایی دارد که شامل عدم اعتبار اطلاعات (به دلیل ایجاد و انتشار محتوا توسط هر فرد و عدم رعایت استناددهی)، آلوده بودن اطلاعات (شامل اشاعه اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده، ناقص و متضاد و تکراری، سرریز اطلاعات و اشاعه اطلاعات غیراخلاقی)، سوگیری مطالب (شامل جهت‌دهی به افکار و نگرش‌ها و معرفی منابع اطلاعاتی بر اساس دیدگاه شخصی)، عدم ایجاد دیدگاه مناسب در خواننده، عدم کنترل و نظارت بر محتوا و زوال تدریجی ادبیات رسمی و غنی نوشتاری و جایگزینی آن با ادبیات محاوره‌ای است.

۲-۲. اتلاف وقت: هر رسانه جدیدی از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، تهدیدی برای علائق انسان در خواندن به همراه دارد. رادیو، تلویزیون، تلفن همراه، رایانه و اینترنت زمان زیادی را از افراد می‌گیرند و خواندن در این فرایند عقب‌نگه داشته می‌شود (لون، ۲۰۰۹). به گفته ۲۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان اتلاف وقت و دور شدن از خواندن متمرکز و سودمند با افزایش دقایق و ساعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از جمله معایب شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن است.

۲-۳. تغییر در رفتار خواندن: مصادیق عینی خارج شده از متن مصاحبه‌ها نشان می‌دهد که محمل انتقال‌دهنده اطلاعات می‌تواند منجر به ایجاد رفتار جدید خواندن و تغییر رفتارهای خواندن افراد گردد. کاهش تعمق و تمرکز و سطحی خواندن، سریع و گذارا و کوتاه خواندن، عدم امکان حاشیه‌نویسی و یادداشت‌گذاری در متن، اجمالی و پراکنده خواندن از جمله معایب شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن است که توسط ۲۰ نفر از مصاحبه‌شوندگان بیان شد. در این خصوص مارشال^۱ (۲۰۰۵) اظهار می‌دارد که خوانندگان در حال توسعه راهبردهایی برای اداره حجم عظیم اطلاعات در محیط دیجیتال هستند. دامنه توجه کوتاه‌تر و خواندن سطحی و

1. Marshall

کم‌عمق شده است. لیو^۱ (۲۰۰۵) نیز بیان می‌کند حاشیه‌نویسی و برجسته‌سازی مطلب در محیط‌های چاپی یک فعالیت رایج است، اما این الگوهای سنتی هنوز در محیط دیجیتال وارد نشده است.

۴-۲. نیازمندی‌ها: نیاز به ابزار استفاده از شبکه‌های اجتماعی شامل رایانه، تلفن همراه، تبلت و...، نیاز به انرژی الکتریکی، نیاز به صرف هزینه مداوم، نیاز به مهارت استفاده از ابزار ولو ساده و قابل یادگیری در کوتاه‌ترین زمان ممکن، نیاز به سواد ویژه محیط دیجیتال شامل سواد اطلاعاتی، رسانه‌ای و شبکه‌ای برای جلوگیری از افتادن در طوفان اطلاعات منتشر شده، نیازمندی‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن برای هر کاربر است که از صحبت‌های ۱۹ نفر از مصاحبه‌شوندگان انتزاع شد.

۵-۲. اثرات مضر بر جسم: گفته‌های ۱۵ نفر از مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن اثرات مضر برای جسم دارد که شامل ایجاد خستگی، قرار گرفتن بدن در وضعیت نامناسب به مدت طولانی، فشار بر ناحیه گردن و دست‌ها، و خستگی و فشار بر چشم می‌باشد.

۶-۲. اعتیاد به استفاده: یکی از معایب خواندن در شبکه‌های اجتماعی توسط ۱۱ نفر از مصاحبه‌شوندگان، اعتیاد به استفاده عنوان شد. به گفته آنان استفاده مداوم و روزانه از شبکه‌های اجتماعی حتی به قصد خواندن می‌تواند باعث ایجاد نوعی اعتیاد در فرد شود که اثرات مضر آن بیشتر از مزایای آن باشد و حتی فرد را از خواندن منابع چاپی دور کند.

۷-۲. جذابیت‌های بصری و خدمات منحرف‌کننده از خواندن: یکپارچه شدن انواع خدمات و امکانات اینترنت و رسانه‌های اجتماعی مختلف در شبکه‌های اجتماعی و ارائه مطالب در انواع قالب‌های اطلاعاتی و وجود انواع خدمات و امکانات سرگرم‌کننده، به دلیل جلب توجه و حواس کاربر، خود باعث ایجاد نوعی عدم تمرکز در خواندن می‌شود که از صحبت‌های ۹ نفر از مصاحبه‌شوندگان انتزاع شد.

۸-۲. ناپایداری محتوا: بنا بر گفته‌های ۹ نفر از مصاحبه‌شوندگان، پایداری و دوام اطلاعات و منابع اطلاعاتی در شبکه‌های اجتماعی با مشکل روبه‌روست که این امر از چند مسأله ناشی می‌شود. نخست از آنجایی که معمولاً تولید و انتشار محتوا در این شبکه‌ها توسط اشخاص حقیقی صورت می‌گیرد، مسئولیت چندانی در قبال ادامه کار خود ندارند و هر آن ممکن است

1. Liu

انتشار اطلاعات متوقف شده و کلیه مطالب حذف گردد؛ دوم آنکه حذف سهوی اطلاعات و منابع اطلاعاتی بارگیری شده از این شبکه‌ها تنها به راحتی فشار یک دکمه است و ممکن است بازگرداندن این اطلاعات به راحتی امکان‌پذیر نباشد؛ دیگر آنکه خود شبکه اجتماعی ممکن است از دور خارج شود و کارآیی سابق را نداشته باشد.

۹-۲. محدودیت‌های ساختاری: کوتاه و گزیده بودن مطالب، پراکندگی و عدم انسجام اطلاعات منتشر شده، دشواری در خواندن به دلیل فونت کوچک نوشته‌ها و لزوم حرکت مداوم انگشتان بر روی صفحه تلفن همراه یا رایانه و نظایر آن از جمله محدودیت‌های ساختاری شبکه‌های اجتماعی است که ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند.

۱۰-۲. عدم کسب لذت از خواندن: ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان اظهار داشتند که در مقایسه با خواندن منابع چاپی که لذت‌بخش است، خواندن در شبکه‌های اجتماعی اینگونه نیست. در این راستا سارکل و داس^۱ (۲۰۱۰) بیان کردند خواندن در اینترنت تا حد زیادی متفاوت از خواندن یک کتاب است. حتی خواندن یک کتاب الکترونیکی خوب، نمی‌تواند با لذتی که از خواندن یک کتاب واقعی می‌بریم، جایگزین شود.

۱۱-۲. مجازی بودن: مجازی بودن و عدم امکان لمس منبع اطلاعاتی همانند لمس صفحات کتاب، از دیگر معایب شبکه‌های اجتماعی بود که در گفته‌های ۶ نفر از مصاحبه‌شوندگان مشاهده شد.

۱۲-۲. ترغیب به بی‌هدفی در خواندن: بدون جهت و هدف خواندن در محیط شبکه‌های اجتماعی وضعیتی بود که ۶ نفر از مصاحبه‌شوندگان، خود آن را تجربه کرده بودند. به گفته آنان فضای شبکه‌های اجتماعی آنچنان مملو از انواع اطلاعات و تبلیغات مکرر است که خواسته یا ناخواسته جذب آن شده و حداقل برای دقایق و حتی ساعت‌ها به مطالعه مطالب پیشنهادی می‌پردازند، در حالی که جزء اهداف مطالعاتی آنها نبوده است، بلکه به سمت آن کشیده شده‌اند.

۱۳-۲. عدم دستیابی به دستاورد روشن: اگرچه ممکن است فرد ساعت‌های متوالی به صورت روزانه مشغول خواندن مطالب مختلف مفید و غیرمفید در شبکه‌های اجتماعی شود، اما ممکن است در نهایت دستاوردی ماندگار برای وی به ارمغان نیاورد و حتی مطالبی که

1. Sarkhel & Das

عمدتاً غیرمسنجم و تکه تکه است، در حافظه وی باقی نماند. ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان در صحبت‌های خود به این موضوع اشاره کردند.

۲-۱۴. **عدم سازماندهی اطلاعات:** بر اساس اظهارات ۴ نفر از مصاحبه‌شوندگان دشواری یافتن مطالب به دلیل عدم سازماندهی محتوای موجود در شبکه‌های اجتماعی، از معایب قابل توجه این شبکه‌هاست که باعث نادیده گرفتن سهوی بسیاری از مطالب ارزشمند خواهد شد.

۲-۱۵. **تغییر ذائقه و ترجیحات مطالعاتی:** به دلایل مختلف از جمله عدم جابجایی اطلاعات مورد نظر، عدم انسجام اطلاعات، انتشار اطلاعات بر اساس علاقه فردی و مواردی نظیر آن، افراد به خواندن مطالب منتشر شده قابل دسترس بسنده می‌کنند و بدین ترتیب چه بسا ترجیحات مطالعاتی آنها تحت تأثیر اطلاعات موجود قرار گرفته و تغییر یابد. ۳ نفر از مشارکت‌کنندگان به این مسأله اشاره کردند.

۲-۱۶. **تأثیر منفی بر حوزه نشر:** اگرچه شبکه‌های اجتماعی بستر مناسبی برای بازاریابی کتاب و منابع اطلاعاتی برای ناشران و نویسندگان است، اما از سوی دیگر این امکان نیز وجود دارد که با خواندن مداوم در این فضا، فرد دچار عادت شده و دیگر علاقه و زمانی کافی برای خواندن منابع چاپی و خرید اینگونه منابع اختصاص ندهد. ۳ نفر از مشارکت‌کنندگان این مسأله را متذکر شدند.

۲-۱۷. **دشواری پذیرش و سازگاری با رسانه جدید در بین مسن ترها:** اساساً نسلی که با اینترنت و فضای مجازی رشد کرده و به استفاده از این ابزارها خو گرفته است، سبک و انگاره‌های خواندن متفاوتی با نسل‌های پیشین دارد. برای این نسل منابع الکترونیکی و دیجیتال، اینترنت و رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان محمل اطلاعاتی پذیرفته شده و جذاب است. اما این مسأله ممکن است چندان در بین قدیمی‌ترها که با منابع چاپی خو گرفته و بزرگ شده‌اند صادق نباشد. به اعتقاد ۳ نفر از مشارکت‌کنندگان پذیرش شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان محمل خواندن در بین نسل قدیم دشوارتر است.

۳. راهکارهای اثربخشی:

برای شناخت راهکارهای اثربخش شدن استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن این سؤال از مصاحبه‌شوندگان پرسیده شد که «راهکارهای پیشنهادی شما برای اثربخش شدن

استفاده از شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن به منظور ارتقای خواندن چیست؟». مفاهیم انتزاع شده از متن مصاحبه‌ها منجر به استخراج ۹ موضوع اصلی شد که عبارت‌اند از فرهنگ‌سازی، ایجاد شناخت، آموزش، محتواسازی، شبکه‌سازی، نیازسنجی، نیازسازی، هدف‌گرایی و برنامه‌ریزی و اعمال کنترل و نظارت.

۱-۳. فرهنگ‌سازی: اشاعه فرهنگ کتابخوانی و بیان مزایا و معایب خواندن در شبکه‌های اجتماعی و تبلیغ به شکل غیرمستقیم و القایی و به دور از اجبار، به‌عنوان اولین راهکار توسط همه مصاحبه‌شوندگان مطرح شد. به گفته آنان اگر بتوان ابتدا فرهنگ خواندن را در افراد نهادینه کرد و شیوه‌ها و رفتارهای صحیح خواندن در محیط چاپی و مجازی را به افراد آموزش داد، می‌توان به بهره‌گیری از مزایای شبکه‌ها و دیگر رسانه‌های اجتماعی در حوزه خواندن هم امیدوار بود. چرا که در واقعیت محمل ارائه دهنده اطلاعات فرع بر محتوای اطلاعات ارائه شده است. در این میان با توجه به اینکه ضریب نفوذ فناوری‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی در نوجوانان و جوانان بسیار بیشتر از بزرگسالان است، لذا بایسته است بیش از هر چیزی فرهنگ کتابخوانی در بین این قشر نهادینه شود؛ چرا که فردی که اهل خواندن باشد، با هدف و انگیزه و رغبت از هر رسانه و محمل انتقال‌دهنده اطلاعات به شکل صحیح بهره لازم را خواهد برد. نکته مهم در این میان، تکرار و تداوم تبلیغات و اطلاع‌رسانی در حوزه خواندن به قصد فرهنگ‌سازی با در نظر گرفتن اصول علمی و عملی آن است؛ چرا که با تکرار منظم، افراد بیشتری در معرض این اطلاعات قرار گرفته و احتمال تأثیرپذیری آنان افزون می‌گردد.

۲-۳. ایجاد شناخت: شناساندن شبکه‌ها، کانال‌ها، گروه‌ها و صفحات مربوط به خواندن و هدایت افراد به سمت اطلاعات مورد نیاز، دیگر راهکار ارائه شده توسط ۱۶ نفر از مصاحبه‌شوندگان بود.

۳-۳. آموزش: به گفته مصاحبه‌شوندگان از آنجایی که خواندن مؤثر در شبکه‌های اجتماعی و به‌طور کلی در فضای مجازی نیازمند رعایت نمودن الزامات و بهره‌مندی از مهارت‌های ویژه‌ای نظیر سواد اطلاعاتی، سواد رایانه‌ای، سواد اینترنتی و همچنین مهارت‌های خواندن آنلاین است و از طرفی عادات و رفتار خواندن فرد تحت تأثیر محمل انتقال‌دهنده اطلاعات قرار می‌گیرد، آموزش این سوادها و مهارت‌ها در مدارس، دانشگاه‌ها و کتابخانه‌ها می‌تواند فرد را در مسیر استفاده صحیح از شبکه‌های اجتماعی قرار دهد. این راهکار نیز توسط ۱۲ نفر از مشارکت‌کنندگان مورد تأکید قرار گرفت.

۳-۴. **محتواسازی:** ایجاد گروه‌ها و کانال‌هایی با محوریت کتاب و خواندن، انتشار محتوای مربوط به کتاب و کتابخوانی در شبکه‌های عمومی و موضوعی متناسب با نیاز و سلیقه مخاطب به‌ویژه توسط کتابخانه‌های عمومی و نهادهای مرتبط با کتاب از جمله راهکارهای ارائه شده توسط ۱۲ نفر از مصاحبه‌شوندگان بود.

۳-۵. **شبکه‌سازی:** ۹ نفر از مشارکت‌کنندگان اظهار داشتند ایجاد و گسترش شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور وطنی راهکار مناسبی برای جذب افراد به فضای کتاب و کتابخوانی و اثربخشی شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن است. لیکن توجه به نیاز مخاطب و لحاظ نمودن عواملی جذاب و کاربرپسند از اصول اولیه جذب مخاطب است. در این خصوص می‌توان با بررسی شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور خارجی و شناخت نقاط قوت و ضعف آنها به اطلاعات لازم جهت طراحی شبکه‌های مخاطب‌پسند دست یافت.

۳-۶. **نیازسنجی:** به گفته ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان، به دلیل مشارکت گسترده افراد در فضای شبکه‌های مجازی و ارائه نظرات و بازخورد از طریق تأیید و ابراز علاقه به مطالب و بازنشر آنها، شناخت نیازهای اطلاعاتی کاربران و به‌طور گسترده‌تر مخاطب‌شناسی امکان‌پذیر می‌شود. از سوی دیگر می‌توان در قالب طرح پژوهشی نیز به بررسی و شناخت مخاطب و نیاز اطلاعاتی آنان در بستر شبکه‌های اجتماعی پرداخت.

۳-۷. **نیازسازی:** به اعتقاد ۷ نفر از مصاحبه‌شوندگان ایجاد نیاز اطلاعاتی در مخاطب منجر به تقاضا از سمت وی و عرضه از سوی تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان اطلاعات می‌گردد. این امکان به دلیل فضای رقابتی، تبلیغاتی و آگاهی‌رسانی شبکه‌های اجتماعی امکان‌پذیر است. از رهگذر ارائه اطلاعات و دریافت بازخورد، می‌توان نیازهای آتی افراد را نیز شناخت و بر آن اساس، به تولید محتوایی پرداخت که مخاطب خود را جذب نماید. ایجاد انگیزه و نیازسازی عاملی مؤثر در سوق دادن فرد به سوی مطالعه در هر محمل اطلاعاتی است.

۳-۸. **هدف‌گرایی و برنامه‌ریزی:** تعیین هدف و برنامه‌ریزی برای خواندن در شبکه‌های اجتماعی، اختصاص زمان خاص به این امر، انتخاب شبکه‌ها، کانال‌ها و گروه‌های پرمحتوا و مستند متناسب با هدف و علایق مطالعاتی و پرهیز از استفاده‌های مکرر و بی‌هدف توسط شخص راهکار دیگری بود که از صحبت‌های ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان انتزاع شد. داشتن هدف، باعث دقت و تمرکز و حتی کسب لذت در هنگام خواندن خواهد شد.

۳-۹. اعمال کنترل و نظارت: ایجاد کنترل و نظارت بر محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی راهکاری است که به اعتقاد ۳ نفر از مصاحبه‌شوندگان نیاز به همت والای مسئولان امر و همچنین توجه ویژه خود مردم دارد. اعمال پالیسی‌های لازم جهت جلوگیری از نشر اطلاعات آلوده توسط مسئولان امر و پرهیز از گسترش انتشار آن توسط مردم و گزارش موارد نامناسب و هرزنامه‌ها، تعیین و اجرای قوانین و مقررات انتشار به‌ویژه در حوزه رعایت اخلاق علمی و حق مؤلف - حداقل در کانال‌ها و صفحاتی که به‌صورت عمومی در دسترس هستند - از جمله راهکارهای پیشنهادی مصاحبه‌شوندگان در بحث اعمال کنترل و نظارت بر محتوای منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی بود.

نتیجه‌گیری

هدف این پژوهش شناخت مزایا و معایب شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در حوزه خواندن و راهکارهای اثربخشی بود. لازم به ذکر است در این پژوهش هدف مقایسه خواندن در محیط مجازی با محیط چاپی نبوده است، اما خواسته یا ناخواسته در مقام ارزیابی یک محمل اطلاعاتی و بیان مزایا و معایب آن، مصاحبه‌شوندگان به محمل‌های اطلاعاتی دیگر نیز توجه داشته‌اند. یافته‌های پژوهش بنا بر مفاهیم انتزاع شده از متن مصاحبه مشارکت‌کنندگان نشان می‌دهد که دیدگاه مصاحبه‌شوندگان نسبت به شبکه‌های اجتماعی تا حدودی مثبت بوده و بر این عقیده‌اند که این شبکه‌ها علاوه بر معایبی که دارند، مزایای مختلفی نیز در حوزه خواندن دارند که می‌توان از آنها بهره مناسب را برد.

هم‌راستا با یافته‌های پژوهش حاضر، لون (۲۰۱۱) عنوان کرد اینترنت دسترسی به اطلاعات، استفاده از منابع خارجی، تماس با خوانندگان سراسر جهان و زمان خواندن را افزایش داده است. یافته‌های پژوهش ناصری و نوروزی (۱۳۹۵) و لون (۲۰۱۲) نیز نشان داد اینترنت خواندن اخبار و رویدادها و دانش عمومی را افزایش می‌دهد. چنانکه در پژوهش حاضر نیز، کسب اطلاعات و اخبار به‌ویژه در حوزه عمومی از جمله مزایای خواندن در شبکه‌های اجتماعی عنوان شد. در این راستا کوئین کینگ^۱ (۲۰۰۳) اظهار نمود اینترنت می‌تواند موجب توسعه خواندن شود، مثلاً بدون محدودیت‌های مالی و سیاسی، می‌توان به روزنامه‌های دلخواه خود در اینترنت دست یافت. اخبار رادیو و تلویزیون و روزنامه‌ها به سختی قابل بازیابی است، در حالی

1. Qunqing

که در اینترنت اخبار پیوسته، به‌روز، فراوان، قابل جست‌وجو، به‌راحتی و رایگان قابل دستیابی است. اخبار آنلاین تعاملی است؛ می‌توان به‌راحتی آن را برای افراد دیگر ارسال یا در تالارهای گفت‌وگو شرکت کرد. شهو و شهو^۱ (۲۰۱۴) نیز به مزیت شبکه‌های اجتماعی در خصوص اشتراک و مبادله منابع اطلاعات علمی، دستیابی به آخرین اطلاعات جهان، ارتباط با افراد و خواندن روزنامه‌ها و مجلات اشاره کردند. در پژوهش افرو (۲۰۱۴) نیز گسترش دانش در زمینه‌های مطالعاتی، تسریع دسترسی به اطلاعات علمی، آگاه ماندن درباره مسائل جاری در حوزه مورد مطالعه، دسترسی به اطلاعات علمی به منظور افزایش خواندن علمی و پژوهشی، توسعه تفکر انتقادی و اشتراک ایده‌ها و اطلاعات علمی اثرات مثبت رسانه‌های اجتماعی بر خواندن علمی بوده است. اگرچه لازم به ذکر است در پژوهش حاضر منظور از خواندن صرفاً خواندن درسی و علمی نبوده و انواع خواندن بدون تفکیک آنها مد نظر بوده است. اما به نظر می‌رسد نوع خواندن در شبکه‌های اجتماعی (شامل خواندن علمی، حرفه‌ای و تفریحی) می‌تواند مزایا و معایب متفاوتی را به دنبال داشته باشد که پیشنهاد می‌شود در پژوهش دیگر به‌طور ویژه به مقایسه و تبیین آن پرداخته شود.

تعامل و برقراری ارتباط در شبکه‌های اجتماعی سهل‌تر از زندگی واقعی است، این موضوع می‌تواند محرک ایجاد انگیزه در خواندن بیشتر باشد، چرا که مشاهده نوع و میزان خواندن دیگران و همچنین سطح معلومات آنها در خصوص کتاب‌ها و... می‌تواند فرد را تشویق به مطالعه بیشتر کند. از طرف دیگر، دامنه اطلاعات وی نیز در حوزه خواندن افزایش می‌یابد. در این راستا، نتایج پژوهش سسک و پاسنیک^۲ (۲۰۱۴) نشان داد عادات ارتباطی خوانندگان تحت مطالعه آنها تغییر یافته و تعاملات آنان با خوانندگان دیگر از زندگی واقعی به مجازی و شبکه‌های اجتماعی منتقل شده است. در پژوهش حاضر نیز برقراری ارتباط و تعامل با دیگر خوانندگان، نویسندگان و... و همچنین دریافت مشاوره و بحث و گفت‌وگو، از جمله مزیت‌های شبکه‌های اجتماعی عنوان شد.

اگرچه امروزه و در کشور ما که فرهنگ مطالعه نهادینه نشده و سرانه خواندن پایین است، صحبت‌هایی مبنی بر تأثیر منفی استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر سرانه خواندن وجود دارد، لیکن یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که این شبکه‌ها می‌توانند بر میزان خواندن برخی از افراد تأثیر مثبت داشته باشند. یافته‌های پژوهش تنوپیر، والتین و کینگ^۳ (۲۰۱۳)؛ افرو (۲۰۱۴)؛

1. Shehu & Shehu

2. Šesek & Pušnik

3. Tenopir, Volentine & King

و اولاتولا، اولاتوی و اولاتوی^۱ (۲۰۱۶) نیز بیانگر این موضوع است که استفاده از رسانه‌های اجتماعی بر خواندن تأثیر مثبت دارد، اما یافته‌های پژوهش‌های آدومی و اجیرف^۲ (۲۰۱۲)؛ شهو و شهو (۲۰۱۴)؛ و آدبایو^۳ (۲۰۱۵) نشان داد رسانه‌های اجتماعی به‌طور کلی تأثیر منفی بر خواندن آنها داشته است. از جمله دلایل این بود که ارتباط مداوم با دوستان و آشنایان باعث کاهش زمان خواندن آنان شده است. می‌توان گفت هدف از خواندن در شبکه‌های اجتماعی، نوع خواندن، سن و موقعیت تحصیلی و شغلی افراد، فرهنگ مناطق و کشورهای مختلف و همچنین نوع رسانه اجتماعی و نوع شبکه اجتماعی عواملی هستند که احتمالاً بر میزان، کیفیت و عادات خواندن افراد در شبکه‌های اجتماعی اثر گذارند. شایسته است پیش از استفاده از هر محمل اطلاعاتی جدید، فرهنگ خواندن در بین افراد نهادینه شود.

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد علی‌رغم همه مزایای شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن که ذکر آن رفت، خواندن در این شبکه‌ها معایبی نیز دارد. یافته‌های پژوهش افرو (۲۰۱۴) در این خصوص، با پژوهش حاضر تقریباً هم‌راستا است. در این پژوهش اثرات منفی رسانه‌های اجتماعی بر خواندن شامل اتلاف وقت، کوتاه شدن کلمات در هنگام نوشتن، انتشار اطلاعات نادرست، گسترش اطلاعات علمی ناموثق، تخلف از حق مؤلف، حق ثبت اختراع و یا حقوق معنوی و اعتیاد بالقوه عنوان شد. یافته‌های پژوهش ناصری و نوروزی (۱۳۹۵) و لون (۲۰۱۲) نیز گویای آن بود که خواندن در محیط اینترنت به‌طور کلی باعث افزایش خواندن هرزه‌نگاری می‌شود که از علل آن می‌تواند کنترل ناکافی بر انتشار هر نوع مطلب در محیط اینترنت به‌طور عام و در محیط شبکه‌های اجتماعی به‌طور خاص باشد.

خواندن، نوشتن، دیدن و شنیدن فعالیت‌های رایج در محیط شبکه‌های اجتماعی است. فرد در شبکه‌های اجتماعی هم می‌تواند تولیدکننده محتوا باشد و هم توزیع‌کننده محتوا، هم خواننده باشد و هم شنونده کتاب‌های صوتی و هم فیلم‌ها و تصاویری را ببیند که در مورد کتاب و خواندن بخش‌هایی از آثار است، در حالی که در محیط چاپی عمده‌ترین فعالیت خواندن است و فرد نهایتاً برداشت‌ها و خلاصه‌ای از کتاب را در داخل کتاب یا جای دیگری می‌نویسد، بنابراین همین محدود بودن فعالیت‌های قابل انجام، خود می‌تواند بر تمرکز در هنگام خواندن بیفزاید. این سطح از تنوع فعالیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی خود همچنین عامل آلودگی اطلاعات و عامل اتلاف وقت به‌دلیل جذب شدن به انواع خدمات و امکانات موجود می‌گردد.

1. Olutola, Olatoye & Olatoye

2. Adomi & Ejirefe

3. Adebayo

دیگر آنکه باعث عدم توازن اطلاعات در حوزه‌های موضوعی مختلف شده و به این ترتیب ذائقه مطالعاتی کاربر را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در راستای نتایج پژوهش حاضر، یافته‌های پژوهش ناصری و نوروزی (۱۳۹۵)؛ لیو (۲۰۰۵)؛ لون (۲۰۱۲)؛ و سعید و عبد وهاب (۲۰۱۴) نیز نشان داد که خواندن در محیط اینترنت باعث افزایش خواندن تعاملی، اجمالی و سطحی شده، در مقابل خواندن متمرکز و عمیق کاهش می‌یابد. لون (۲۰۱۲) دلایل ممکن برای کاهش خواندن متمرکز در اینترنت را ابرپیوندهای تعبیه شده در منابع وب، چشمک زدن تصاویر در وب، گشودن وبسایت‌های ناخواسته و گردش در صفحات می‌داند. بنا بر اظهار نیکلاس و کلارک^۱ (۲۰۱۲) افراد در محیط اینترنت بی‌قاعده عمل می‌کنند و ترجیح می‌دهند همیشه به سمت چیز دیگری حرکت کنند. افراد وقتی که آنلاین هستند، هم‌زمان چند کار را با هم انجام داده و صرفاً بر خواندن متمرکز نیستند. در این شرایط خواندن طولانی و منظم، به تدریج در حال تبدیل شدن به شیوه‌ای مورد استفاده در گذشته می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی کانال جدیدی برای ارائه محتوا هستند که نیازمند سخت‌افزار و نرم‌افزارهای خاصی جهت به کارگیری و استفاده می‌باشند. همچنین اگرچه استفاده از شبکه‌های اجتماعی ساده بوده و نیازمند دانش و مهارت فنی خاصی نیست، اما خواندن مؤثر و هدفمند در این فضا، نیازمند مهارت و سواد لازم، ویژه محیط مجازی است.

با وجود تمامی معایب شناسایی شده، لیکن این امکان وجود دارد که از شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن استفاده بهینه‌ای برد. مصاحبه‌شوندگان حاضر در این پژوهش معتقد بودند فرهنگ‌سازی، ایجاد شناخت، آموزش، محتواسازی، شبکه‌سازی، نیازسنجی، نیازسازی، هدف‌گرایی و برنامه‌ریزی و اعمال کنترل و نظارت می‌تواند منجر به اثربخش شدن این رسانه در حوزه خواندن شود. در این بین شناخت شبکه‌های اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. کسب شناخت نیاز به همت والای نهادهای فرهنگی و اطلاع‌رسانی و علاقه‌مندان حوزه خواندن دارد که در بستر اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب با رعایت معیارهای لازم در جذب مخاطب قابل اجراست. این مسأله همچنین سازماندهی اطلاعات را نیز متذکر می‌شود و در این میان نقش کتابخانه‌های عمومی و کتابداران آنها به‌عنوان متخصصان حوزه سازماندهی اطلاعات مشخص می‌شود؛ اینکه کتابداران باید قابلیت‌ها و ویژگی‌های کتابدار ۲۰ را در خود پرورش

1. Nicholas & Clark

دهند و با کمک شیوه‌های جدید سازماندهی اطلاعات نظیر ابرداده‌ها، اطلاعات شبکه‌های اطلاعاتی را سازماندهی و حداقل برای مخاطبان بالفعل خود در دسترس قرار دهند. راهکارهای پیشنهاد شده توسط مصاحبه‌شوندگان برخی توسط مسئولان و برخی دیگر توسط خود مردم قابل اجراست. به‌طور قطع هماهنگی و هم‌افزایی مردم و مسئولان، اثربخشی شبکه‌های اجتماعی در حوزه خواندن را افزون می‌سازد. اگرچه راهکارهای ارائه شده بیشتر متوجه مسئولان است، لیکن مسئولیت اصلی خواندن اثربخش به عهده خود مردم است و تلاش مسئولان امر هم در راستایی خواهد بود که عملاً بستر لازم برای ارتقای خواندن افراد در شبکه‌های اجتماعی فراهم شود.

در مجموع، اظهارات مصاحبه‌شوندگان گویای آن است که شبکه‌های اجتماعی بیشتر از آنکه به‌عنوان منبع جدی خواندن محسوب شوند، به‌عنوان رسانه اطلاع‌رسانی و کسب خبر و برقراری تعامل و ارتباط و مبادله اطلاعات با افراد دیده شده‌اند. در واقعیت هم ایجاد این رسانه‌ها با هدف تسهیل ارتباطات و برقراری تعامل زنده‌تر و پویاتر با افراد بوده است. لیکن همان‌طور که یافته‌ها و تجارب مصاحبه‌شوندگان نشان داد می‌توان از این رسانه اجتماعی در حوزه خواندن بهره‌مناسبی برد و با شناخت صحیح، ضمن کاستن از مضرات آن، تهدیدهای حاصل از آن را به فرصت تبدیل نمود. شبکه‌های اجتماعی امروزه بخشی از زندگی ما شده‌اند، کناره گرفتن از آنها راهکار مناسبی نیست. آنچه حائز اهمیت است مواجهه با شبکه‌های اجتماعی و بهره‌گیری مؤثر از قابلیت‌های آنها در راستای اهداف و برنامه‌هاست و نه مقابله. این مهم نیازمند برنامه‌ریزی مؤثر، کسب شناخت و مهارت، آگاهی از مزایا و معایب شبکه‌ها و ارتقای فرهنگ خواندن در فضای مجازی است.

منابع

- استراس، آنسلم و کوربین، جولیت (۱۳۹۳). اصول روش تحقیق کیفی: نظریه‌مبنایی، رویه‌ها و شیوه‌ها. ترجمه بیوک محمدی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- استربرگ، جی. کریستین (۱۳۸۴). روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی. ترجمه احمد پوراحمد و علی شمعی. یزد: دانشگاه یزد.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵). اصول و روش‌های پژوهش کیفی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.

ناصری، زهرا و نوروزی، علیرضا (۱۳۹۵). تأثیر محیط دیجیتال بر عادت و روش‌های خواندن جوانان. فصلنامه تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۲۲ (۲)، ۲۱۳-۲۲۷.

References

- Adebayo, O. A. (2015). Awareness and Usage of Social Networking Sites by Students of Library and Information Science: The Case of Federal Polytechnic, Offa, Nigeria. *Information and Knowledge Management*, 5 (12), 116-121.
- Adomi, E. E. & Ejirefe, L. (2012). Students' Experience with Facebook in a Nigerian Library and Information Science (LIS) School. *Nigerian libraries*, 4 (2), 75-83.
- Aforo, A. A. (2014). Impact of Social Media on Academic Reading: A Study at Kwame Nkrumah University of Science and Technology, Kumasi, Ghana. *Asian Journal of Humanities and Social Studies*, 2 (1), 92-99.
- Agichtein, E.; Carlos, C.; Debora, D.; Aristides, G. & Gilad, M. (2008). Finding High-Quality Content in Social Media. In *WISDOM; Proceedings of the 2008 International Conference on Web Search and Data Mining: 183193*. Retrieved August 10, 2016, from: <http://www.mathcs.emory.edu/~eugene/papers/wsdm2008quality.pdf>
- Akarsu, O. & Darıyemez, T. (2014). The Reading habits of University Students Studying English Language and Literature in the Digital Age. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 10 (2), 85-99.
- Hettinger, H. R. & Knapp, N. F. (2001). Supporting Underachieving Readers in the Elementary Classroom. *The Reading Teacher*, 55 (1), 26-29.
- Liu, Z. (2005). Reading Behavior in the Digital Environment: Changes in Reading Behavior Over the Past Ten Years. *Journal of Documentation*, 61 (6), 700-712.
- Loan, F. A. (2009). Impact of New Technology on Reading Habits: A Glimpse on the World Literature. Paper Presented in *National Seminar Role of School Libraries in Quality Education. Organized by Division of Library, Documentation and Information (DLDI), NCEERT, New Delhi from 10th & 11th February, 2009*. Retrieved August 30, 2016, from: <https://core.ac.uk/download/pdf/16292463.pdf>
- Loan, F. A. (2012). Impact of the Internet Surfing on Reading Practices and Choices. *Webology*, 9 (1). Retrieved august 30, 2016, from: <http://www.webology.org/2012/v9n1/a94.html>
- Loan, F. A. (2011). Impact of Internet on Reading Habits of the Net Generation College Students. *International Journal of Digital Library Services*, 1 (2), 43-48.
- Marshall, C. C. (2005). Reading and Interactivity in the Digital Library: Creating an Experience that Transcends Paper. Retrieved August 30, 2016, from: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=42B1D3C50191640874845F0E0306F6D0?doi=10.1.1.76.7532&rep=rep1&type=pdf>.
- Nicholas, D. & Clark, D. (2012). Reading in the Digital Environment. *Learned Publishing*, 25 (2), 93-98.
- Olutola, A. T.; Olatoye, O. O. & Olatoye, R. A. (2016). Assessment of Social Media Utilization and Study Habit of Students of Tertiary Institutions in Katsina State. *Journal of Education and Practice*, 7 (3), 178-188.
- Pino-Silva, J. (2006). Extensive Reading through the Internet: Is It Worth the While?. *Reading Matrix*, 6 (1), 85-96.

- Qunqing, H. (2003). Reading Outside the Library: How has the Internet Affected Reading in China. In *World Library and Information Congress: 69th IFLA General Conference and Council, 1-9 August, Berlin*.
- 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.
- Saaid, S. A. & Abd Wahab, Z. (2014). The Impact of Digital-Based Materials on Undergraduates' Reading Habit. *International Journal of Social Science and Humanity*, 4 (3), 249-253.
- Sarkhel, J. K. & Das, P. (2010). Towards a New Generation of Reading Habits in Internet Era. *24th National Seminar of IASLIC / DDUGU/ Special Pub. 50, 94-102*. Retrieved August 15, 2016, from: https://www.researchgate.net/publication/259390563_Towards_a_new_generation_of_reading_habits_in_Internet_Era
- Šesek, L. & Pušnik, M. (2014). Reading Popular Literature and Digital Media: Reading Experience, Fandoms, and Social Networks. *Anthropological Notebooks*, 20 (2), 103-126.
- Shehu, N. & Shehu, A. (2014). Challenges of Social Networking on Students' Reading Habit in Ahmadu Bello University, Zaria. *Research on Humanities and Social Sciences*, 4 (19), 34-39.
- Tenopir, C.; Volentine, R. & King, D. W. (2013). Social Media and Scholarly Reading. *Online Information Review*, 37 (2), 193-216.
- Tredinnick, L. (2006). Web 2.0 and Business: A Pointer to the Intranets of the Future. *Business Information Review*, 23 (4), 228-234.

به این مقاله این گونه استناد کنید:

احمدی، اسماعیل (۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و خواندن: شناخت مزایا، معایب و راهکارهای اثربخشی. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۳ (۴)، ۵۲۴-۵۰۳.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی