



Mapping Scientific Outputs in the Field of Social Network Applications to Libraries and Information Centers

Hamideh AlmasiRad¹ | Mahdi Mohammadi² | Jafar Ebadollah Amoughin³ | Zeynab Siami⁴

1. M.A., Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Literature & Humanities, University of Qom, Qom, Iran. E-mail: hamideh.rad.1230@gmail.com
2. Corresponding Author, Associate Professor, Department of Information Science, Faculty of Literature & Humanities, University of Qom, Qom, Iran. E-mail: Mahdi.mohammadi203@gmail.com
3. Assistant Professor, Department of Information Science, Faculty of Literature & Humanities, University of Qom, Qom, Iran. E-mail: ebadollah2005@gmail.com
4. M.A., Department of Information Science, Faculty of Literature & Humanities, University of Qom, Qom, Iran. E-mail: zeynabsiami69@gmail.com

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received 10 July 2022

Received in revised form 19 August 2022

Accepted 23 September 2022

Published online 23 October 2022

Keywords:

Social networks,
Libraries, Information centers,
Scientific Map,
Scientific Publications

ABSTRACT

Objective: This study aimed to draw a scientific map and analyze the clusters of research published in the field of social network applications to libraries and information centers using documents indexed in Web of Science.

Methods: This research is applied research conducted using content analysis and a descriptive-analytical approach. The statistical population is 307 publications in the field of social networks in libraries and information centers, indexed in Web of Science between 2016 and 2020. The data collection tool is a researcher-made checklist. Excel and scientometric softwares were used to analyze the data.

Results: The results showed that the keywords of social media, academic libraries, social network, and social network analysis have the highest frequency. The findings also indicated that the subject area of social networks includes nine clusters; the main cluster is related to the second cluster, which is mainly associated with social media and consists of 13 keywords.

Conclusions: The results of the research show that social networks had a special role and position in the field of library and information science in 2018. The number of publications in this field in 2020 is far less than the previous years and the number of published works in this year has been decreasing. According to the research done on social networks and their various aspects, much research has been conducted, and all its aspects have been investigated. However, the investigation of research in this area with an emphasis on its application in libraries and information centers has not been done, and the present study can familiarize researchers with the conducted research and guide them to conduct applied research to fill the existing gaps.

Cite this article: AlmasiRad, H., Mohammadi, M., Ebadollah Amoughin, J., & Siami, Z. (2022). Mapping Scientific Output in field of Social Networks Application to Libraries and Information centers. *Academic Librarianship and Information Research*, 56 (3), 81-98. DOI: <http://doi.org/10.22059/jlib.2022.348522.1635>



ترسیم نقشه تولیدات علمی کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در پایگاه اطلاعاتی وب‌آوساینس

حمیده الماسی راد^۱ | مهدی محمدی^۲ | جعفر عباداله عموقین^۳ | زینب صیامی^۴

۱. کارشناسی ارشد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم، قم، ایران. رایانامه: hamideh.rad.1230@gmail.com
۲. نویسنده مسئول، دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم، قم، ایران. رایانامه: Mahdi.mohammadi203@gmail.com
۳. استادیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم، قم، ایران. رایانامه: ebadollah2005@gmail.com
۴. کارشناسی ارشد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه قم، قم، ایران. رایانامه: zeynabsiami69@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: هدف از پژوهش حاضر، ترسیم نقشه علمی و تحلیل خوشه‌ای پژوهش‌های منتشر شده در حوزه پژوهش‌های کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی با استفاده از مدارک نمایه شده در پایگاه اطلاعاتی استنادی وب‌آوساینس است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۴/۱۹	روش‌شناسی: این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی است که با استفاده از روش تحلیل محتوا و با رویکرد توصیفی تحلیلی انجام شد. جامعه آماری، ۳۰۷ اثر منتشر شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی است که در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ در سایت وب‌آوساینس نمایه شده‌اند. ابزار گردآوری داده‌ها سبانه واریسی محقق‌ساخته است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، از نرم‌افزار اکسل و نرم‌افزارهای علم‌سنجی استفاده شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۱/۰۵/۲۸	یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد کلیدواژه رسانه‌های اجتماعی، کتابخانه‌های دانشگاهی، شبکه اجتماعی و تحلیل شبکه‌های اجتماعی بالاترین فراوانی را دارند. همچنین یافته‌ها نشان داد حوزه موضوعی شبکه‌های اجتماعی شامل ۹ خوشه است که اصلی‌ترین خوشه مربوط به خوشه دوم بوده که عمدتاً به رسانه‌های اجتماعی مربوط می‌شود و از ۱۲ کلیدواژه تشکیل شده است.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۱	نتیجه‌گیری: نتایج پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی در سال ۲۰۱۸ نقش و جایگاه ویژه‌ای داشته است. تعداد آثار این حوزه که در سال ۲۰۲۰ به مراتب کمتر از سال‌های قبل از خود بوده و تعداد آثار منتشر شده در این سال روند نزولی داشته است. با توجه به تحقیقات انجام شده در خصوص شبکه‌های اجتماعی و جنبه‌های مختلف آن پژوهش‌های متعددی صورت گرفته و همه ابعاد آن بررسی شده است. اما بررسی تحقیقات این حوزه با تأکید بر جنبه‌های مد نظر در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی صورت نگرفته بود و پژوهش حاضر می‌تواند پژوهشگران را با تحقیقات صورت گرفته آشنا ساخته و آنها را برای انجام پژوهش‌های کاربردی در راستای پر کردن خلأهای موجود راهنمایی کند.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۰۸/۰۱	کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، کتابخانه‌ها، مرکز اطلاع‌رسانی، نقشه علمی، تولیدات علمی.

استناد: الماسی راد، حمیده؛ محمدی، مهدی؛ عباداله عموقین، جعفر و صیامی، زینب (۱۴۰۱). ترسیم نقشه تولیدات علمی کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز

اطلاع‌رسانی در پایگاه اطلاعاتی وب‌آوساینس. *تحقیقات کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاهی*، ۵۶ (۳)، ۹۸-۸۱.

DOI: <http://doi.org/10.22059/jlib.2022.348522.1635>



© نویسندگان.

ناشر: دانشگاه تهران.

امروزه شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به مثابه یکی از بدیع‌ترین فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات ایجاد شده در قرن بیست‌ویکم است که توجه کاربران زیادی را به خود جلب کرده است (زارع ابراهیم‌آبادی و میراسماعیلی، ۱۳۹۴) و در حال حاضر به یکی از مهمترین ابزارهای ارتباطی در سطح جامعه و جهان تبدیل شده که تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی، تبادل اطلاعات و نظرات از شناخته شده‌ترین کارکردهای شبکه‌های اجتماعی هستند (هاشمی و سلطانی‌فر، ۱۳۹۴). بیشتر شرکت‌ها بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی، توانمندی بالایی برای انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات را دارند. از طرفی، در دنیای کنونی، مطالعه تنها محدود به کتاب، مجله یا روزنامه نمی‌شود و محمل‌های جدید که برای مطالعه به وجود آمده، راه را برای افزایش مطالعه گشوده است تا در هر زمان و مکانی بتوان به جستجوی سریع منابع دلخواه برای مطالعه دست یافت. بنابراین، شبکه‌های اجتماعی به فراخور ماهیت و عملکرد خود به محملی برای اطلاع‌رسانی و دانش‌اندوزی تبدیل شده‌اند (دادگران، خرازی‌آذر و دبلشکی، ۱۳۹۶). در این میان کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به عنوان نهادهای اجتماعی، یکی از سازمان‌های مهم گردآوری، ذخیره و سازماندهی دانش بشمار می‌روند که در ارتقای سطح علمی و اقتصادی، و پیشرفت جامعه نقش مؤثری ایفا می‌نمایند (بوث^۱، ۱۹۹۳). کتابخانه‌ها با پیروی از شعار حضور در جایی که کاربران حضور دارند درصد فعالیت در بستر شبکه‌های اجتماعی برآمده‌اند و در این زمینه نه تنها صفحه‌های مخصوص به خود را ایجاد کرده‌اند، بلکه برای عملکرد بهینه، مطالعات متعدد و برنامه‌های گام به گامی تدوین کرده‌اند (تاپر^۲، ۲۰۰۷، نقل در: سلیمی، ۱۳۹۶، ص ۶۸). در این راستا، به کارگیری شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها دارای مزایای بسیاری از جمله؛ ایجاد ارتباط دوسویه بین کتابخانه و مشتریان، تشکیل گروه‌هایی از کاربران برخط در این شبکه‌ها، آگاهی‌رسانی به کاربران کتابخانه درباره فعالیت‌ها و خدمات کتابخانه، دریافت بازخورد و اظهار نظرهای مشتریان و کاربران درباره محصولات و خدمات کتابخانه‌ای، امکان همکاری و مشارکت کتابداران در تبادل اطلاعات است (جلیل‌پور و عزیزخانی، ۱۳۹۴). از این‌رو، اگر کتابخانه‌ها درباره میزان استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی اطلاعات لازم را داشته باشند قادر خواهند بود تا با بهره‌گیری از قابلیت‌های متنوع این ابزارها، موجب تسهیل در ارائه خدمات شده و رضایت‌مندی بیشتری برای کاربران همراه داشته باشند (قاضی‌زاده و جهان‌شاهی، ۱۳۹۷).

با توجه به نقش پررنگ شبکه‌های اجتماعی در زندگی افراد در سال‌های اخیر و با نظر به این امر که پژوهش‌های متعددی در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی و کاربرد آنها در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی صورت گرفته است. بنابراین، ترسیم ساختار علمی و تحلیل هم‌واژگانی سبب می‌شود بروندادهای علمی دانشمندان این حوزه ترسیم و خوشه‌های موضوعی شکل گرفته در طول زمان مشخص گردد. همچنین می‌توان به این نتیجه رسید که در کدام زمینه‌ها بیشتر فعالیت شده و کدام قسمت‌ها نیاز به توجه بیشتری دارد. با توجه به نکات مطرح شده، پژوهش حاضر به دنبال آن بوده تا چارچوبی ساده و کاربردی پیش‌روی متولیان، مسئولان و علاقه‌مندان به کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها قرار دهد. از طرفی، داشتن تصویری کلی از موضوع پژوهش‌های انجام شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، به استادان و دانشجویان کمک می‌کند تا به سوی حوزه‌های تازه‌تر گام بر دارند. در این راستا، مسئله اصلی این پژوهش ترسیم نقشه علمی پژوهش‌های کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی منتشر شده در دنیا بر اساس اطلاعات موجود در پایگاه وب آو ساینس^۳ است و قصد دارد به سؤال‌های زیر پاسخ دهد:

۱. پژوهش‌های منتشر شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی موجود در پایگاه وب آو ساینس

در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ از نظر موضوعی به چه حوزه‌هایی پرداخته‌اند؟

۲. پرتکرارترین کلیدواژه‌های پژوهش‌های منتشر شده در خصوص کاربرد حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز

اطلاع‌رسانی موجود در پایگاه وب آو ساینس در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ کدامند؟

1. Booth

2. Topper

3. Web of Science (WOS)

۳. ساختار کلی شبکه کلیدواژه‌های پربسامد در پژوهش‌های منتشر شده در خصوص کاربرد حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی موجود در پایگاه وب آو ساینس در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ چگونه است؟
۴. مهمترین خوشه‌ها مبتنی بر تحلیل هم‌واژگانی پژوهش‌های منتشر شده در خصوص کاربرد حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی موجود در پایگاه وب آو ساینس در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ کدامند؟
۵. ارتباط واژگان در خوشه‌های تشکیل شده با یکدیگر در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی موجود در پایگاه وب آو ساینس در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ چگونه است؟

پژوهشگران حوزه علم‌سنجی معتقدند تحلیل حوزه‌های موضوعی نیازمند وجود نقشه دانش است. نقشه دانش به سیاست‌گذاران علم کمک می‌کند، به نوعی علاوه بر مشخص کردن ساختار اجزای یک نظام، منابع و مسیر جریان دانش، محدودیت‌ها و کمبودهای آن را روشن نماید (ناصری‌زده، طباطبائی‌ان و فاتح‌راد، ۱۳۹۱). یکی از روش‌های رایجی که برای تحلیل نقشه دانش در حوزه‌های مختلف رواج دارد، ارتباط بین واژه‌های استفاده شده در قسمت‌های مختلف مدرک است که از آن به عنوان هم‌واژگانی یاد می‌کنند (لیو، هو و وانگ^۱، ۲۰۱۲). در این نوع تحلیل این امکان فراهم می‌شود تا خوشه‌های موضوعی در حال ظهور و همچنین خوشه‌های توسعه یافته در راستای پیش‌بینی مسیر پژوهش‌های آتی آشکار شود (لی و سو^۲، ۲۰۱۰). بنابراین، ترسیم نقشه دانش در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی می‌تواند به ارتقای کمی و کیفی تولیدات علمی آن کمک نماید و منجر به هدایت مطالعات در این حوزه شود.

ادبیات موضوع و پیشینه پژوهش

استفاده از شبکه‌های اجتماعی روز به روز در حال فزونی است. گسترش شبکه‌های اجتماعی و دستیابی کاربران و سازمان‌ها به این ابزارها جهت برقراری ارتباط با مراجعان خود سبب شده تا پژوهشگران جنبه‌های مختلف این پدیده را در تحقیقات متعددی مورد بررسی قرار دهند؛ اما تعداد اندکی از آنها به کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی پرداخته‌اند که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

۱. مطالعات داخلی

لطفی (۱۳۹۳)، در پژوهشی به منظور بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در حمایت از فعالیت‌های انجمن‌های علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی، دریافت که انجمن‌های علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی ایرلند با میانگین (۲۷ درصد)، کانادا با میانگین (۲۶ درصد)، و آفریقای جنوبی با میانگین (۲۵ درصد) بیشترین فعالیت را روی شبکه اجتماعی فیس‌بوک داشته‌اند. اطلاع‌رسانی برگزاری همایش‌ها (۷۵ درصد)، انتشار اخبار جدید کتابداری (۷۰ درصد)، ارائه آگهی‌های تفریح به مناسبت‌های مختلف به افراد برجسته کتابداری (۶۰ درصد) و ارائه اطلاع‌رسانی برگزاری کارگاه‌های آموزشی (۵۰ درصد) بیشترین فعالیت‌های ارائه شده توسط انجمن‌های علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی کشورهای مورد مطالعه بوده است.

کشوری و همتی (۱۳۹۷)، پژوهشی با هدف ترسیم نقشه علمی و تحلیل خوشه‌ای مقالات منتشر شده در حوزه کتابخانه‌های عمومی با استفاده از مدارک نمایه شده در پایگاه وب آوساینس انجام دادند. این پژوهش کاربردی و با روش تحلیل هم‌واژگانی انجام شده است. جامعه آماری پژوهش را کلیه مقالات نمایه شده در پایگاه وب آوساینس در موضوع کتابخانه‌های عمومی تشکیل می‌دهند که تعداد آنها، ۱۱۶۴ رکورد بوده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از سه نرم‌افزار ییب اکسل^۳، وی.او.اس. ویور^۴، و نت‌دراو^۵ انجام شده است. یافته‌ها نشان داد کلیدواژه‌های «کتابخانه‌های عمومی - کتابخانه‌های دانشگاهی»، «اینترنت -

1. Liu, He, Wang

2. Lee, Su

3. Bib Excel

4. VOSviewer

5. NetDraw

کتابخانه‌های عمومی»، و «خدمات کتابخانه- کتابخانه‌های عمومی» بیشترین هم‌رخدادی را در میان متون مورد مطالعه داشته‌اند. از طرفی، تحلیل خوشه‌ای کلیدواژه‌ها نشان داد تعداد ۱۱ خوشه اصلی از کلیدواژه‌های مورد بررسی تولید شد که مهمترین خوشه مربوط به «مسائل اجتماعی» در پژوهش‌های کتابخانه‌های عمومی بوده است، پس از آن «رسانه‌های اجتماعی»، «فناوری‌های ذخیره و بازیابی اطلاعات»، «اطلاعات سلامت»، «کتاب و موضوعات مربوطه»، «خط مشی‌های کتابخانه»، «اشتراک منابع»، «تعاملات اجتماعی کتابخانه‌ها»، «ارتباط با سایر انواع کتابخانه‌ها»، «توسعه و سانسور در مجموعه»، و «مدیریت» مهمترین گرایش‌های پژوهشگران حوزه کتابخانه‌های عمومی در سطح بین‌المللی هستند.

بیات، اسفندیاری‌مقدم و علیپور حافظی (۱۳۹۷)، پژوهشی با هدف شناسایی انواع رسانه‌های اجتماعی و کاربرد آنها در کتابخانه‌های دانشگاهی انجام دادند. این پژوهش کاربردی و با رویکرد اسنادی است. جامعه آماری این پژوهش شامل پژوهش‌هایی است که به کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی پرداخته است. بررسی پژوهش‌ها نشان داد که کاربردهای گوناگونی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی بسیار متنوع است و بیشتر کاربردهایی که می‌توان از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی انتظار داشت، در مقالات بررسی شده به آنها اشاره شده است. همچنین یافته‌ها نشان داد که کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی بسیار متنوع است و رسانه‌های اجتماعی گوناگون در فعالیتهای روزمره کتابخانه‌های دانشگاهی نقش دارند.

زارع‌زاده و دیگران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به منظور مطالعه وضعیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران دریافتند که کتابداران (۳/۳۵ درصد) و کاربران (۴/۱۶ درصد) از برنامه‌های موبایلی رسانه‌های اجتماعی بیشترین استفاده را دارند. کتابداران از رسانه‌های اجتماعی در امور کتابخانه‌ای و پژوهشی کمتر استفاده می‌کنند، اما کاربران بیشتر از آنها و در حد متوسط از رسانه‌های اجتماعی در امور پژوهشی استفاده می‌کنند. کتابداران از تلگرام و اینستاگرام برای امور پژوهشی و خدمات کتابخانه‌ای بیشترین میزان استفاده را دارند. کاربران نیز برای انجام خدمات کتابخانه‌ای از تلگرام و اینستاگرام بیش از سایر رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. برای امور پژوهشی افزون بر تلگرام^۱ و اینستاگرام^۲ از لینکدین^۳ و ریسرچ‌گیت^۴ نیز نسبت به سایر رسانه‌های اجتماعی استفاده بیشتری می‌کنند.

محمدی، حیدری و شاه‌محمدی (۱۳۹۷) در پژوهشی به منظور بررسی میزان استفاده کتابخانه‌های عضو مکتا از شبکه‌های اجتماعی دریافتند که بیشترین استفاده از کتابخانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی در اطلاع‌رسانی است و ارتباط کاری با سایر کتابخانه‌ها و آموزش مراجعه‌کنندگان در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارد. در بخش امانت کتابخانه نیز از شبکه‌های اجتماعی به قصد رزرو منابع مورد درخواست تا حد کمی استفاده می‌کنند. همچنین یافته‌ها نشان داد که ابزارهای تلفیقی وب- موبایل با ۲۵/۷ درصد بیشترین و ابزارهای میکرو بلاگینگ با ۴/۲ درصد کمترین میزان استفاده در کتابخانه‌ها را داشته است.

نریمانی، زره‌ساز و صراف‌زاده (۱۴۰۰) به منظور تحلیل محتوای پست‌های ارسالی بر روی صفحات اینستاگرامی کتابخانه‌های عمومی و ارزیابی میزان مشارکت کاربران با بررسی ۱۰۱۳۲ پست از صفحه اینستاگرامی ۱۱۰ کتابخانه عمومی با استفاده از روش تحلیل محتوا دریافتند که بیشترین پست‌های ارسالی به صفحات اینستاگرامی کتابخانه‌های عمومی مربوط به رویداد انجام شده بوده و بیشترین میزان مشارکت کاربران به ترتیب متعلق به رویدادهای انجام شده و معرفی منابع کتابخانه‌ها و اطلاع‌رسانی رویدادهای آینده بوده است.

صیامی، عباداله عموقین و محمدی (۱۴۰۱)، در پژوهشی به ترسیم نقشه علمی و تحلیل خوشه‌ای پژوهش‌های منتشر شده در حوزه پژوهش‌های کاربرد بازاریابی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی با استفاده از مدارک نمایه شده در پایگاه وب آو ساینس پرداخته‌اند. این پژوهش از نوع تحقیقات کاربردی و با روش علم‌سنجی است. برای تجزیه و تحلیل آماری از نرم‌افزارهای اکسل،

1. Telegram

2. Instagram

3. LinkedIn

4. ResearchGate

وی.او.اس. ویور و یوسی.آی.نت^۱ استفاده شده است. یافته‌ها نشان داد که کلیدواژه‌های بازاریابی با فراوانی ۹۴، بازاریابی کتابخانه‌های با فراوانی ۵۷، کتابداری با فراوانی ۵۴ و رسانه‌های اجتماعی با فراوانی ۵۳ بیشترین فراوانی را میان متون مورد مطالعه داشته‌اند. از طرفی، تحلیل خوشه‌های کلیدواژه‌ها نشان داد که حوزه موضوعی بازاریابی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی از هفت خوشه تشکیل شده است. خوشه سوم عمدتاً به بازاریابی در کتابخانه‌ها مربوط می‌شود و نشان می‌دهد ظهور بازاریابی در کتابخانه‌ها و به کارگیری آن در بازاریابی از جمله مهمترین مباحث مد نظر پژوهشگران این حوزه است.

۲. مطالعات خارجی

آهارونی (۲۰۱۲)، به بررسی استفاده از فیس‌بوک در کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی آمریکا به عنوان ابزاری برای بازاریابی پرداخته است. یافته‌ها نشان داد که کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی آمریکا از فیس‌بوک^۲ به عنوان وسیله‌ای برای ارائه اخبار و اطلاعات به مشتریان خود استفاده می‌کنند.

الکیندی و السقری (۲۰۱۳)، در پژوهشی به بررسی استفاده از وبگاه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به عنوان ابزاری برای بازاریابی و ترویج کتابخانه‌ها و خدمات اطلاعاتی پرداخته است. آنان برای بازاریابی خدمات کتابخانه‌ها پس از تحلیل محتوای کیفی صفحات فیس‌بوک ۲۰ کتابخانه یک طرح جامعی را پیشنهاد کردند و محتوای رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌ها در ۱۱ نوع (اخبار عمومی، اطلاعیه‌ها در مورد کتاب‌های جدید، کارگاه‌ها و برنامه‌ها و ...) طبقه‌بندی کردند.

پالم (۲۰۱۴)، در پژوهشی به توصیف استفاده از رسانه‌های اجتماعی کتابخانه دانشگاهی: مطالعه موردی تویتتر و فیس‌بوک از استرالیا پرداخته است. ایشان به این نتایج دست یافت که ارزش بالقوه رسانه‌های اجتماعی برای کتابخانه‌های دانشگاهی نسبتاً به رسمیت شناخته شده است. استفاده از تویتتر و فیس‌بوک به طور هدفمند برای تعامل بین کاربران و کتابخانه صورت می‌گیرد و در تویتتر سه دسته کاربر با کتابخانه در تعامل هستند: آنهایی که تعامل و ارتباط قوی دارند، دسته دوم آنهایی که ارتباط ضعیف دارند و دسته سوم آنهایی که به طور غیرمستقیم از طریق تویت با کتابخانه در ارتباط هستند که این ارتباطات را با یک نمودار تصویری نمایش داده است.

الدیهانی و الواحدی (۲۰۱۵)، در پژوهشی با تحلیل محتوای تویتت‌های ۱۷ کتابخانه دانشگاهی، چهار دسته اصلی: اخبار و اطلاعیه‌ها، مجموعه کتابخانه، خدمات کتابخانه و فناوری، همراه با چندین زیرمجموعه درون آنها را برای دسته‌بندی تویتت‌های کتابخانه‌ای ارائه کرده است. همچنین یافته‌ها نشان داد که کتابخانه‌های دانشگاهی از تویتتر به عنوان یک ابزار چندمنظوره استفاده می‌کنند. اخبار و اطلاعیه‌ها و به دنبال آن مجموعه‌های کتابخانه و خدمات کتابخانه بالاترین نمره را به عنوان نوع اطلاعاتی که اغلب در تویتتر کتابخانه‌ها منتشر می‌شوند، دریافت کردند. زیرشاخه‌هایی که بالاترین امتیاز را کسب کردند، بازاریابی و اخبار کتابخانه، پاسخ‌ها و مراجعات و کتاب‌ها بود. کتابخانه‌های دانشگاهی مایل به ارسال لینک‌ها بیشتر از سایر قالب‌های محتوایی بودند. گالیز (۲۰۱۸) در پژوهشی به منظور کشف و تجسم ساختار فکری و شناختی تحقیقات شبکه اجتماعی در حوزه علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی، با تحلیل داده‌های نمایه شده در پایگاه داده وب‌اوساینس دریافت که مهمترین مجلات، مجلات علم‌سنجی و مجله انجمن علوم و فناوری اطلاعات آمریکا هستند. تجزیه و تحلیل استنادی اسناد، آثار ولسرمن و فاوست (۱۹۹۴)، فریمن (۱۹۷۹)، واتس و استروگانز (۱۹۹۸)، اوتو و روسو (۲۰۰۲) را برجسته کرده است.

الواذی و الدیهانی (۲۰۱۹) در تحقیقی به بررسی استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی منابع و خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی کویت پرداخته است. یافته‌ها نشان داد که کتابداران دید مثبتی نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی منابع اطلاعاتی و کتابخانه‌ها دارند اما از نظر آنان پشتیبانی مدیریتی در زمینه استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی کتابخانه‌ها ضعیف است.

1. Ucinet

2. FaceBook

چپیاراشا، اونی‌یانچا و وایزما (۲۰۲۲) به منظور بررسی دیدگاه کتابداران دانشگاه‌های زیمباوه در خصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه‌ها در یک پژوهش آمیخته با استفاده از روش‌های کمی و کیفی دیدگاه کلیه کتابداران ۱۳ دانشگاه زیمباوه را جویا شدند. یافته‌های آنها نشان داد که کتابداران معتقدند که استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در ارائه خدمات کتابخانه‌ای در مقایسه با روش‌های قبلی بسیار راحت و مفید است اما در کتابخانه‌ها امکانات و ابزارهای استفاده از آنها برای کتابداران فراهم نیست.

۳. جمع‌بندی از مرور پیشینه‌ها

با بررسی پیشینه‌های پژوهش حاضر، می‌توان نتیجه گرفت که تعدد پژوهش‌های مربوط به شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، گواه بر آن است که این مسئله همواره موضوعی مهم و قابل توجه برای پژوهشگران است. اما پژوهشی که مستقیماً به ترسیم نقشه علمی شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی پرداخته باشد موجود نیست. لذا، این پژوهش سعی دارد تا به ترسیم نقشه علمی پژوهش‌های کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی منتشر شده موجود در پایگاه وب آو ساینس درباره زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ با استفاده از تحلیل هم‌واژگانی این حوزه بپردازد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های کاربردی است که با استفاده از روش تحلیل محتوا انجام شد و از رویکرد توصیفی تحلیلی برای توصیف و ارزیابی محتوای پژوهش‌های جامعه هدف استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، تمام منابع منتشر شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی است که تعداد ۳۰۷ اثر را بر اساس موضوع در برمی‌گیرد. داده‌های پژوهش در آبان ۱۳۹۹ استخراج شدند. برای تعیین جامعه پژوهش، با مراجعه به سایت وب آو ساینس از طریق جستجوی پیشرفته و ترکیب دو کلیدواژه (Social Networks* AND library) = TS تمامی آثار هدف در بازه زمانی ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ شناسایی و انتخاب شدند. بدین صورت که پس از جستجو با کمک استراتژی تعداد ۴۴۰ مدرک بازیابی شد. پس از بازیابی مدارک جهت دستیابی به اهداف پژوهش و اطمینان از داده‌های بازیابی شده یک بار از طریق پایگاه وب آو ساینس کل مدارک بازیابی شده به صورت موردی، مورد بررسی قرار گرفت. پس از بررسی مشخص شد که تنها ۳۰۷ مدرک مرتبط با هدف پژوهش است. لذا پس از استخراج داده‌ها با فرمت Plain Text، ۱۳۳ مدرک غیر مرتبط با جامعه پژوهش از فایل خروجی وب آو ساینس حذف شدند.

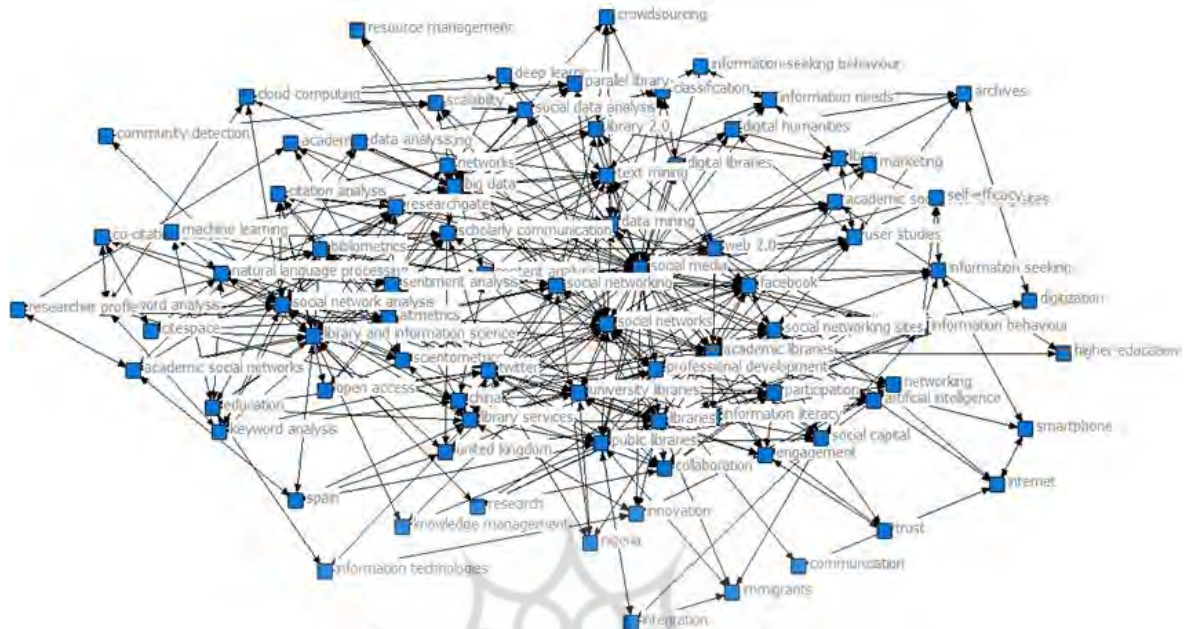
یکبار دیگر جهت اطمینان از داده‌های استخراج شده با هدف پژوهش داده‌ها به فایل اکسل منتقل و مورد بررسی قرار گرفتند. پس از حصول اطمینان از جامعه پژوهش با هدف مورد نظر به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخته شد. جهت تحلیل بخشی از داده‌های پژوهش لازم بود تا داده‌ها یکدست‌سازی شوند. به همین منظور داده‌های مربوط به نویسندگان، کشورها و سازمان‌ها وارد نرم‌افزار اکسل شد و تمامی آنها به صورت چشمی مورد بررسی و یکدست‌سازی شدند.

جهت تحلیل داده‌های مربوط به روند سالانه تولیدات علمی، میزان تولیدات علمی کشورها، نویسندگان، سازمان‌ها، روش‌شناختی، موضوعات هسته، قالب مدارک و زبان مدارک از نرم‌افزار اکسل استفاده شد و با کمک آمار توصیفی (تعداد تولیدات علمی، نرخ رشد و توزیع فراوانی) تحلیل شدند. همچنین جهت تحلیل هم‌واژگانی موضوعات مطرح شده در تولیدات علمی در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی پس از یکدست‌سازی واژگان کلیدی، جهت ترسیم شبکه هم‌واژگانی از نرم‌افزار وی‌اواس. ویور استفاده شد. قابل ذکر است که جهت واضح بودن موضوعات در نقشه هم‌واژگان، واژگانی که دارای بسامد بالایی بودند ترسیم شد.

روش‌شناسی پژوهش

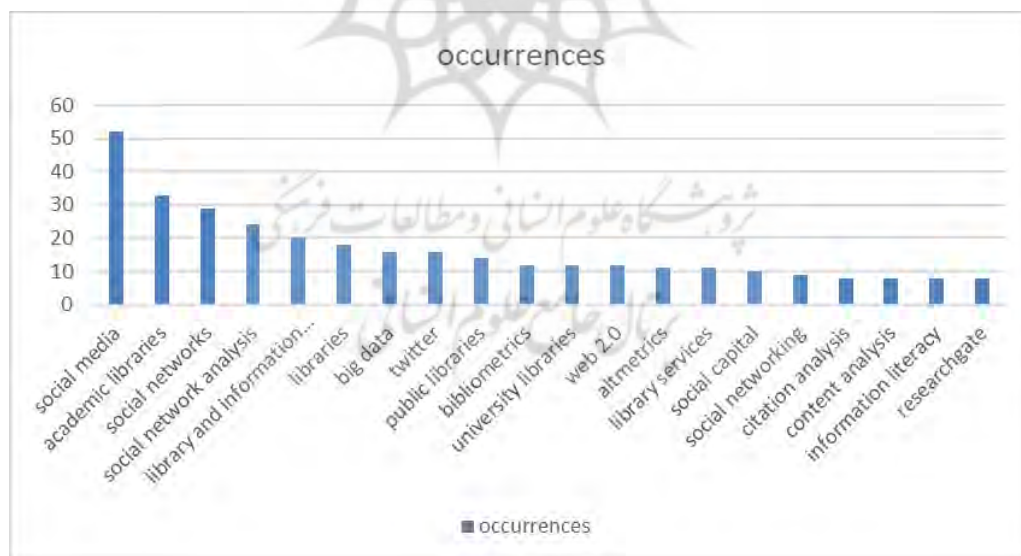
در این بخش، یافته‌های به دست آمده برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش، به ترتیب سؤال‌های ارائه می‌شوند.

پاسخ به سؤال دوم پژوهش: پرتکرارترین کلیدواژه‌های پژوهش‌های منتشر شده در خصوص کاربرد حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی کدامند؟



شکل ۳. هم‌واژگانی پژوهش‌های منتشر شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی

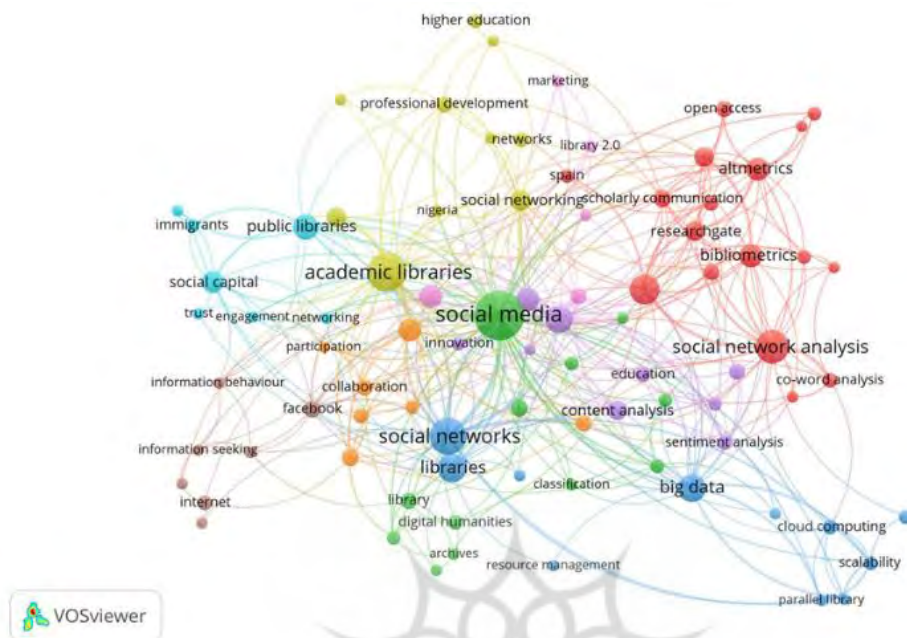
برای مشخص‌تر شدن ارتباط بین واژه‌ها و بررسی خوشه‌ها، نقشه هم‌واژگانی حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به وسیله نرم‌افزار یوزینت ترسیم شد که شکل ۳ قابل مشاهده است.



نمودار ۱. بسامد واژگان در پژوهش‌های منتشر شده در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی

بر اساس یافته‌های نمودار ۱ از مجموعه ۸۷ عنوان کلیدواژه در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، کلیدواژه رسانه اجتماعی با فراوانی ۵۲، کتابخانه‌های دانشگاهی با فراوانی ۳۳، شبکه اجتماعی با فراوانی ۲۹ و تحلیل شبکه‌های اجتماعی با فراوانی ۲۴ بالاترین فراوانی نسبت به سایر کلیدواژه‌ها را دارا بودند.

پاسخ به سؤال سوم پژوهش: ساختار کلی شبکه کلیدواژه‌های پُرسامد در پژوهش‌های منتشر شده در خصوص کاربرد حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی چگونه است؟



شکل ۴. ساختار شبکه کلیدواژه‌های پرسامد در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی

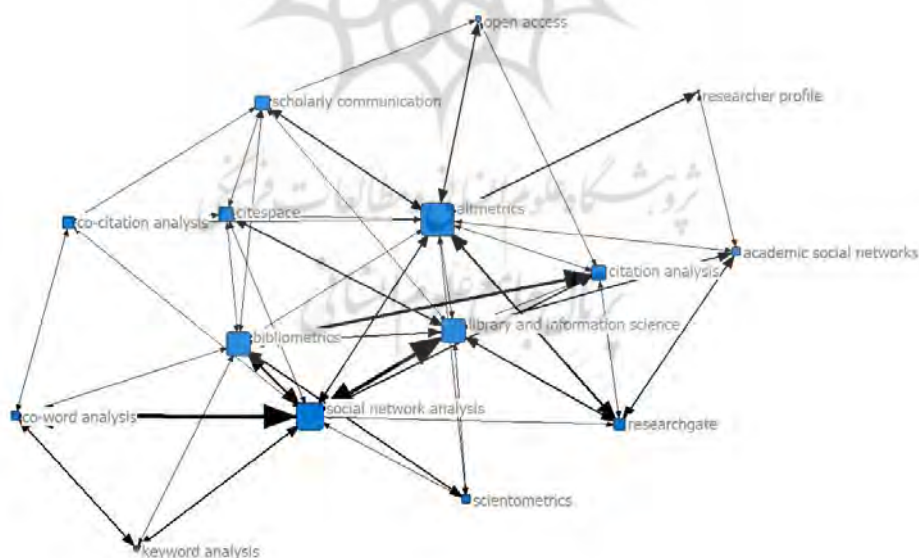
شکل ۴، ساختار شبکه کلیدواژه‌های پرسامد در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی با استفاده از نرم‌افزار وی.ا.و.اس. ویور را نشان می‌دهد. بزرگی دایره‌ها نشان‌دهنده کاربرد بیشتر آن کلیدواژه‌ها در توصیف مدارک است که کلیدواژه‌های رسانه‌های اجتماعی، کتابخانه‌های دانشگاهی، شبکه اجتماعی و تحلیل شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌ترین دایره و در نتیجه پُرسامدترین کلیدواژه‌های حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی است. رنگ دایره‌ها نیز نشان‌دهنده خوشه‌های کلیدواژه‌هاست. به عنوان مثال، همان‌طور که در تصویر مشخص است رنگ قهوه‌ای شامل کلیدواژه‌هایی مانند "ارتباطات"، "فیس‌بوک"، "رفتار اطلاعاتی"، "جستجوی اطلاعات"، "اینترنت"، "خودکار آمدی"، "گوشی‌های هوشمند" است که به هم مرتبط هستند. افزون بر این، دوری و نزدیکی کلیدواژه‌ها نشان می‌دهد، آنها چه مقدار به هم دیگر و به مفهوم اصلی، یعنی "شبکه‌های اجتماعی" مرتبط هستند. به عنوان مثال، قرار گرفتن دایره "کتابخانه دانشگاهی" در نزدیکی دایره "شبکه اجتماعی" نشان‌دهنده ارتباط نزدیک آنهاست و محل قرار گرفتن دایره "کتابخانه" به معنای ارتباط دور آن با "شبکه اجتماعی" است که در ادامه به تبیین هر یک از خوشه‌ها خواهیم پرداخت.

همان‌گونه که در جدول ۱ نمایان است مفاهیم متنوعی در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی وجود دارد که شامل ۹ خوشه است. خوشه اول از ۱۷ کلیدواژه تشکیل شده است و عمدتاً به تحلیل شبکه‌های اجتماعی مربوط می‌شود. خوشه دوم از ۱۲ کلیدواژه تشکیل شده است که اغلب به رسانه‌های اجتماعی مربوط می‌شود. خوشه سوم از ۱۱ کلیدواژه تشکیل شده و بیشتر به شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها مربوط می‌شود. در خوشه چهارم ۱۰ کلیدواژه مشاهده می‌شود که غالباً به کتابخانه‌های دانشگاهی می‌پردازد.

جدول ۱. کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در پایگاه داده وب‌اوساینس طی سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰

خوشه‌ها	کلیدواژه‌ها
خوشه ۱ (رنگ قرمز)	شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی، دگرسنجه‌ها، کتابسنجی، سایت اسپیس، تحلیل هم‌استنادی، هم‌خدای واژگان، تحلیل کلمات کلیدی، علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، دسترسی آزاد، پروفایل‌های محققان، ریسرچ‌گیت، ارتباطات علمی، علم سنجی، تحلیل شبکه‌های اجتماعی،
خوشه ۲ (رنگ سبز)	آرشیو، طبقه‌بندی، تحلیل داده، منابع انسانی دیجیتال، کتابخانه‌های دیجیتال، دیجیتال‌سازی، نیازهای اطلاعاتی، رفتار اطلاع‌یابی، کتابخانه، رسانه‌های اجتماعی، متن کاوی، مطالعات کاربران.
خوشه ۳ (رنگ آبی پر رنگ)	داده‌های بزرگ، رایانش ابری، شناخت جامعه، یادگیری عمیق، مدیریت دانش، کتابخانه‌ها، کتابخانه‌های موازی، مدیریت منابع، مقیاس‌پذیری، تحلیل داده‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی.
خوشه ۴ (رنگ زرد)	کتابخانه‌های دانشگاهی، وبگاه شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی، هوش مصنوعی، آموزش عالی، سواد اطلاعاتی، شبکه‌ها، پیشرفت حرفه‌ای، شبکه اجتماعی
خوشه ۵ (رنگ بنفش)	تحلیل محتوا، آموزش، فناوری اطلاعات، نوآوری، خدمات کتابخانه‌ای، یادگیری ماشینی، پردازش زبان طبیعی، تحلیل نظرها، توییت‌ر.
خوشه ۶ (آبی کم‌رنگ)	اشتغال، مهاجران، یکپارچه‌سازی، شبکه‌سازی، کتابخانه‌های عمومی، سرمایه اجتماعی، اعتبار
خوشه ۷ (رنگ نارنجی)	همکاری، کتابداران، مشارکت، پژوهش، وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی، کتابخانه‌های دانشگاهی
خوشه ۸ (رنگ قهوه‌ای)	ارتباطات، فیسبوک، رفتار اطلاع‌یابی، جستجوی اطلاعات، اینترنت، خودکار آمدی، گوشی‌های هوشمند
خوشه ۹ (رنگ صورتی)	اشتراک منابع، داده کاوی، کتابخانه ۲، بازاریابی، وب ۲

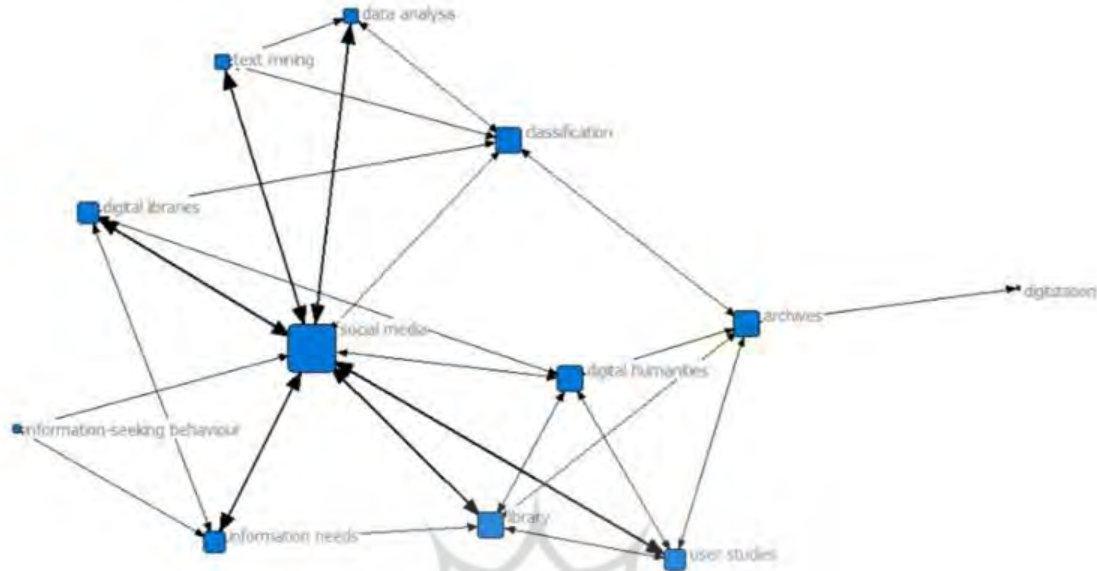
پاسخ به سؤال پنجم پژوهش: ارتباط واژگان در خوشه‌های تشکیل شده با یکدیگر چگونه است؟



شکل ۵. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۱

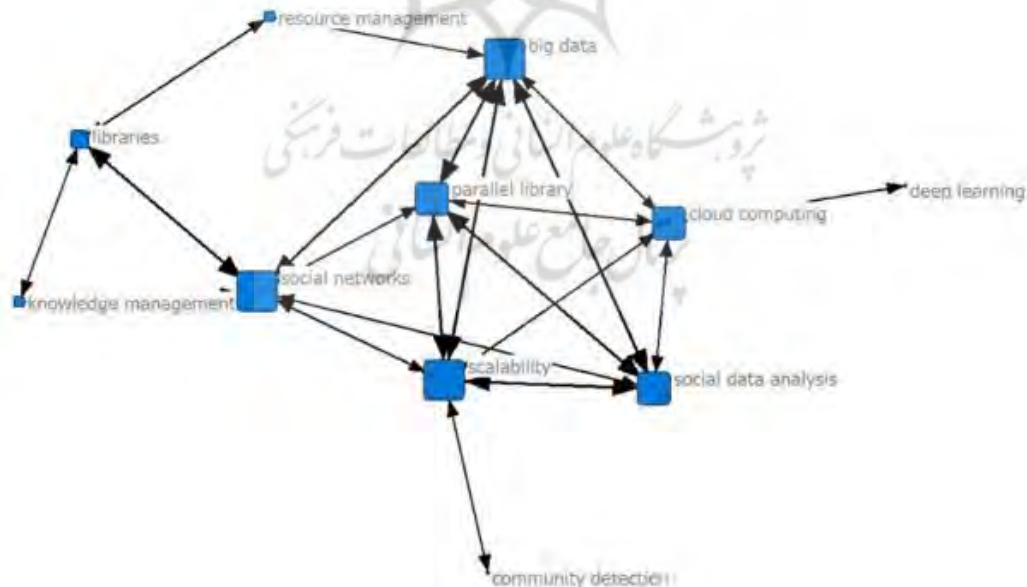
در این قسمت به تحلیل روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده هر خوشه پرداخته شده است. همان‌طور که در جدول ۱ نشان داده شده و در شکل ۵ قابل مشاهده است، خوشه یک از ۱۴ کلیدواژه تشکیل شده است. در این خوشه کلیدواژه‌های "دگرسنجه‌ها" (آلمتریکس)، "علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی"، "تحلیل شبکه‌های اجتماعی" بیشترین ارتباط را با سایر کلیدواژه‌ها دارند. در این

میان کلیدواژه "تحلیل شبکه اجتماعی" با کلیدواژه‌های "کتابشناسی"، "علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی" و "تجزیه و تحلیل کلمه مشترک" ارتباط قوی‌تری دارد.



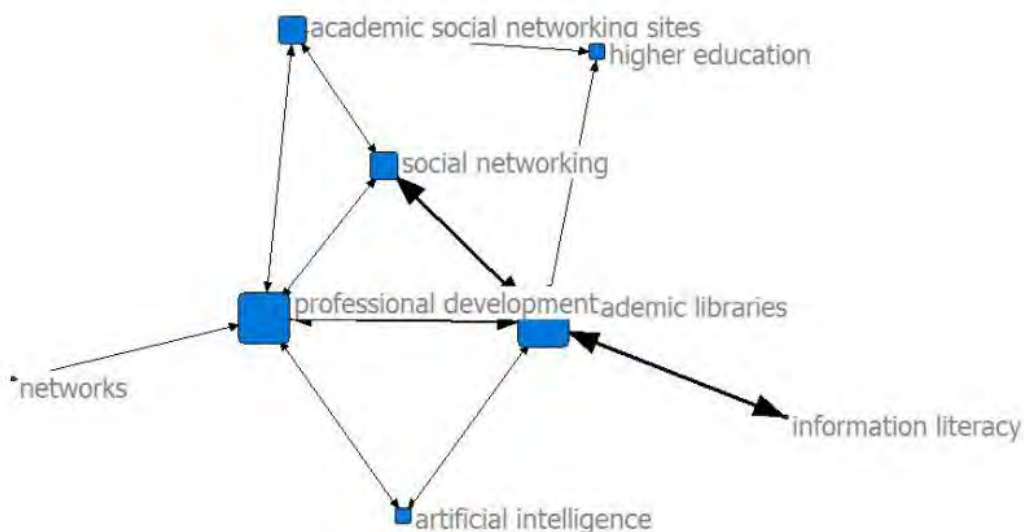
شکل ۶. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۲

خوشه دو از ۱۲ کلیدواژه تشکیل شده است. در میان این کلیدواژه‌ها، کلیدواژه "رسانه اجتماعی" با ۹ پیوند مهمترین کلیدواژه این خوشه محسوب می‌شود. در عین حال، قوی‌ترین پیوند در این خوشه میان کلیدواژه "رسانه اجتماعی" با کلیدواژه‌های "تحلیل داده‌ها"، "کتابخانه دیجیتال"، "کتابخانه"، "مطالعات کاربر"، و "استخراج متن" برقرار است.



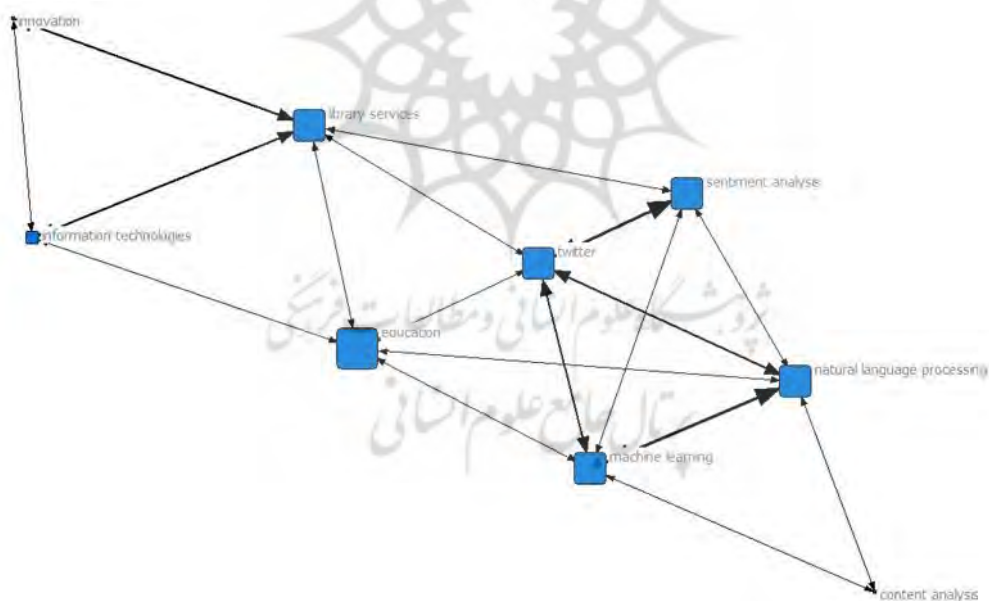
شکل ۷. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۳

خوشه سه از ۱۱ کلیدواژه تشکیل شده است. از میان این تعداد کلیدواژه "داده‌های بزرگ" به عنوان مهمترین کلیدواژه این خوشه است؛ زیرا این کلیدواژه بیشترین پیوند را با سایر کلیدواژه‌های این خوشه دارد.



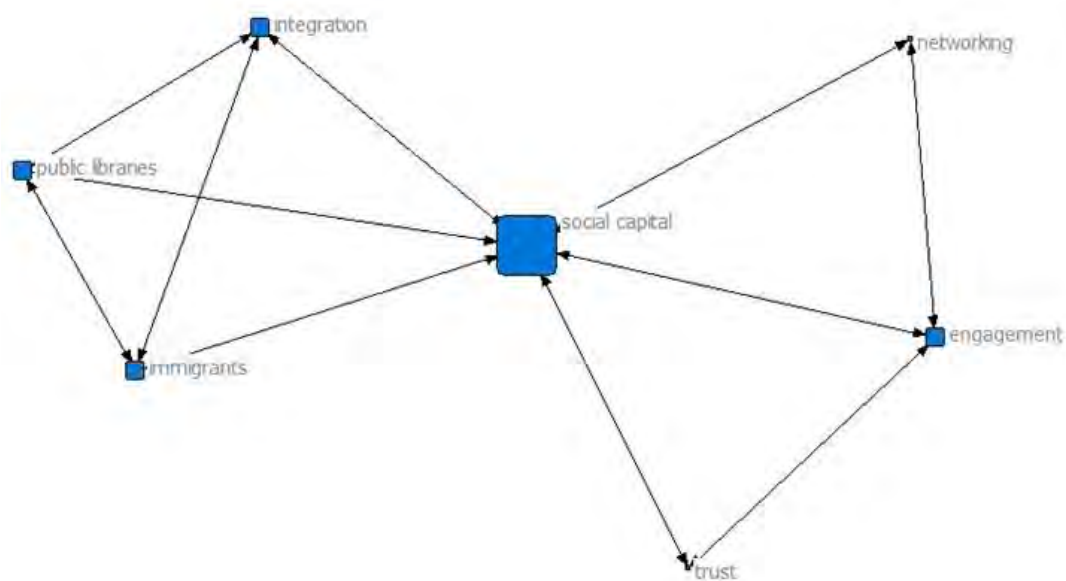
شکل ۸. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۴

خوشه چهار از ۸ کلیدواژه تشکیل شده است. در میان این کلیدواژه‌ها، کلیدواژه "کتابخانه‌های دانشگاهی" با ۶ پیوند مهمترین کلیدواژه این خوشه محسوب می‌شود. در عین حال، قوی‌ترین پیوند در این خوشه میان کلیدواژه "کتابخانه‌های دانشگاهی" با کلیدواژه‌های "سواد اطلاعاتی"، "شبکه اجتماعی" و "توسعه حرفه‌ای" برقرار است



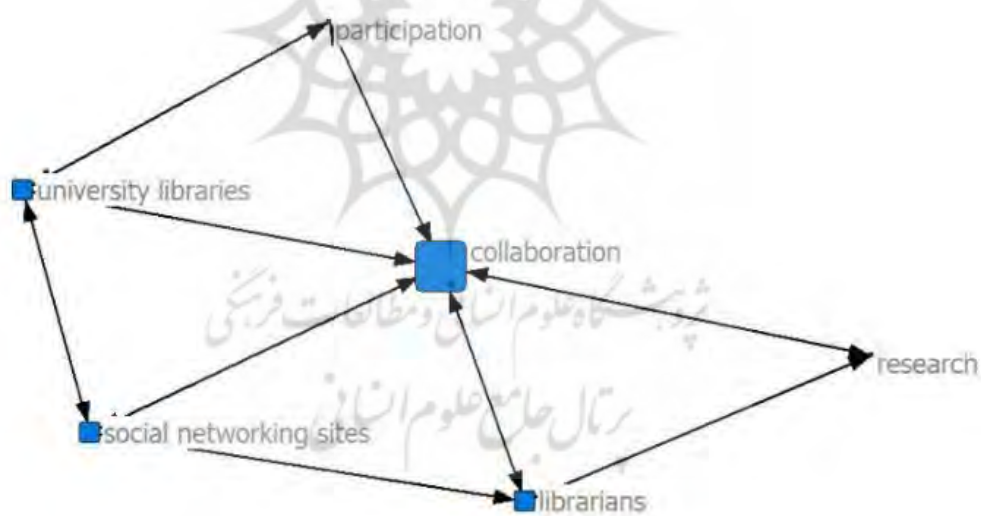
شکل ۹. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۵

خوشه پنج از ۹ کلیدواژه تشکیل شده است. در این خوشه کلیدواژه‌های "خدمات کتابخانه"، "پردازش زبان طبیعی"، "توییت"، "آموزش" و "یادگیری ماشین" بیشترین ارتباط را با سایر کلیدواژه‌ها دارند. تمامی این کلیدواژه پنج پیوند با سایر کلیدواژه‌های این خوشه دارد.



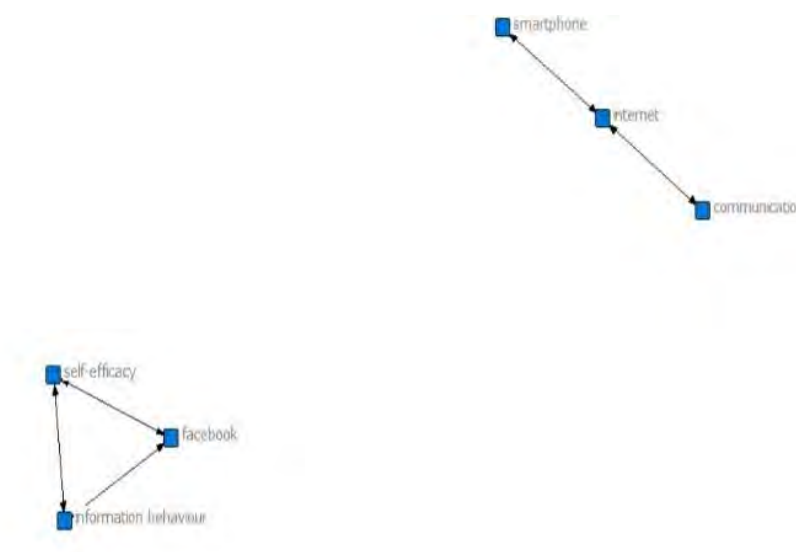
شکل ۱۰. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۶

کلیدواژه "سرمایه‌های اجتماعی" مهمترین کلیدواژه خوشه ۶ است؛ زیرا این کلیدواژه بیشترین پیوند را با سایر کلیدواژه‌های این خوشه دارد.



شکل ۱۱. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۷

خوشه ۷ از ۶ کلیدواژه تشکیل شده است. در میان این کلیدواژه‌ها، کلیدواژه "همکاری" با ۶ پیوند مهمترین کلیدواژه این خوشه محسوب می‌شود.



شکل ۱۲. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۸

همان‌طور که شکل ۱۲ نشان می‌دهد، کلیدواژه‌های "ارتباطات"، "گوشی‌های هوشمند"، "اینترنت"، "فیس بوک"، "رفتارهای اطلاعاتی" و "خودکارآمدی" یک بار به هم پیوند داده شده‌اند.



شکل ۱۳. روابط میان کلیدواژه‌های تشکیل‌دهنده خوشه ۹

همان‌طور که شکل ۱۳ نشان می‌دهد، کلیدواژه "کتابخانه ۲" و "تأمین منابع عمومی" با سایر کلیدواژه‌ها ارتباط بیشتری دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

کتابخانه‌ها با استفاده از شبکه‌های اجتماعی و با توجه به اینکه اطلاعات و علم به عنوان یک سرمایه تلقی می‌شود می‌توانند حضوری پررنگ داشته باشند و همگام با پیشرفت فناوری پیش روند. در این راستا، ارزیابی فعالیت‌ها و تولیدات علمی ضمن اینکه معرف وضعیت فعالیت‌های علمی و پژوهشی جامعه مورد بررسی است، می‌تواند عنصری مفید و کارآمد برای مدیریت، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در امر تحقیق و توسعه باشد. بنابراین، ترسیم نقشه تولیدات علمی ضمن هدف‌مند کردن حرکت‌های علمی و تعیین اولویت‌های پژوهشی به شناسایی نقاط ضعف و کمبودهای موجود در تولید اطلاعات علمی منجر می‌شود. در نتیجه، شناسایی کلمات کلیدی در پژوهش‌های هر حوزه به آن حوزه جهت موفقیت و رسیدن به نتیجه مطلوب و کارایی مناسب کمک قابل توجهی خواهند داشت.

ترسیم نقشه‌های علمی نشان داد که در میان ۸۷ عنوان کلیدواژه در حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی، کلیدواژه شبکه اجتماعی، کتابخانه‌های دانشگاهی، شبکه اجتماعی و تحلیل شبکه‌های اجتماعی پُربسامدترین کلیدواژه‌های هستند. این نتایج نشان می‌دهد که اکثریت مطالعات این حوزه در شبکه‌های اجتماعی بر کتابخانه‌های دانشگاهی تأکید داشته‌اند و شبکه‌های اجتماعی هنوز به عنوان موضوع تحقیقاتی در سایر کتابخانه‌ها ظهور نکرده است و کتابخانه‌ها به میزان کافی از آن بهره نمی‌برند. پالم (۲۰۱۴)، در پژوهش خود بیان کرده است طیف وسیعی از مطالعات موردی استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های دانشگاهی نشان داده‌اند که کاملاً با یافته‌های پژوهش همخوانی دارد. همچنین کلمات کلیدی منعکس شده در پژوهش کشوری و همتی (۱۳۹۷) و گالیز (۲۰۱۸)، با پژوهش حاضر مطابقت دارد که کلیدواژه شبکه اجتماعی، تحلیل شبکه‌های اجتماعی و کتابخانه‌های دانشگاهی در صف کلیدواژه‌های پژوهش قرار داشت.

همان‌طور که تحلیل خوشه‌ای کلیدواژه‌ها نتایج نشان می‌دهد که حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های و مراکز اطلاع‌رسانی از ۹ خوشه تشکیل شده است. در میان کلیدواژه‌ها، کلیدواژه "شبکه اجتماعی" با ۹ پیوند مهمترین کلیدواژه خوشه دو محسوب می‌شود و خوشه سه عمدتاً به شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها مربوط می‌شود. در یافته‌های پژوهش کشوری و همتی (۱۳۹۷)، کلیدواژه‌های نسبتاً مشابهی با پژوهش حاضر مشاهده می‌شود و البته به لحاظ اولویت‌بندی موضوعات تفاوت‌هایی مشاهده شد. با بررسی خوشه‌ها و اهمیت موضوعات دیگر نظیر وبگاه شبکه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، فناوری اطلاعات، توییت، فیس‌بوک و گوشی‌های هوشمند، نشان‌دهنده استفاده کتابخانه‌ها از سایر رسانه‌های اجتماعی است که کاملاً با پژوهش‌های بیات، اسفندیاری مقدم و علیپور حافظی (۱۳۹۷)، زارع‌زاده و دیگران (۱۳۹۷)، آهارونی (۲۰۱۲) و الاوازی و الدیهانی (۲۰۱۹) مطابقت دارد. یافته‌های پژوهش زارع‌زاده و دیگران (۱۳۹۷) و الدیاهانی و الواحیدی (۲۰۱۵) نیز نشان داد کتابخانه‌های از توییت، تلگرام و اینستاگرام برای امور پژوهشی و خدمات کتابخانه‌ای بیشترین میزان استفاده را دارند که تا حدودی با یافته‌های پژوهش همخوانی دارد.

نتایج کلی پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی در حوزه کنابداری و اطلاع‌رسانی در سال ۲۰۱۸ نقش و جایگاه ویژه‌ای داشته است. تعداد آثار این حوزه که در سال ۲۰۲۰ به مراتب کمتر از سال‌های قبل از خود بوده و تعداد آثار منتشر شده در این سال روند نزولی داشته است. از سوی دیگر، مطالعات نشان می‌دهد پژوهشگران حوزه شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، تا حدودی به این حوزه توجه کرده‌اند و بیشترین فعالیت در کتابخانه‌ها در شبکه اجتماعی فیس‌بوک بوده است و برای تقویت و ارتقای اثربخشی در کتابخانه‌ها به سایر شبکه‌های اجتماعی توجه نکرده‌اند و این مسائل مورد غفلت قرار گرفته و شکاف‌های موضوعی به وجود آورده است. در حالی که لینکدین، آکادِمیا، اینستاگرام و گوگل پلاس از دیگر شبکه‌های اجتماعی هستند که از طریق آنها می‌توان به ترویج و تبلیغ محصولات و خدمات کتابخانه‌ای پرداخت و با فراهم ساختن گروه‌های خاص افراد مانند همکاران، دوستان، کاربران و دانشجویان منابع اطلاعاتی مورد نیاز هر گروه را به اشتراک گذاشت. یافته‌های این بخش با پژوهش آهارونی (۲۰۱۲)، لطفی (۱۳۹۳) و بیات، اسفندیاری مقدم و علیپور حافظی (۱۳۹۷)، همخوانی دارد که بیان کرده‌اند بیشترین فعالیت در شبکه اجتماعی مربوط به فیس‌بوک بوده و کتابخانه‌های از آن به عنوان وسیله‌ای برای ارائه اخبار و اطلاعات به مشتریان خود استفاده می‌کنند. به طور کلی با توجه به پیشرفت‌های معدود و انتشار آثار در قالب‌های متفاوت، هنوز شکاف‌هایی در این حوزه وجود دارد و سایر شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها جایگاه خود را پیدا نکرده‌اند. بنابراین، آثاری که در زمینه رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های منتشر شده است نمی‌تواند کامل و کافی باشند و برای تحقیقات بعدی در آینده می‌توان در این زمینه بیشتر بررسی یا پژوهش نمود. در این راستا، پژوهشگران با دانش حرفه‌ای و نگارش آثار در موارد مطرح شده جهت ارائه خدمات کتابخانه‌ای باید نقش مهمتری ایفا کنند و به انتشار آثار بیشتر همت گمارند.

سپاسگزاری

این اثر برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشجو حمیده الماسی‌راد با عنوان «تحلیل موضوعی و روش‌شناختی پژوهش‌های حوزه کاربرد شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی»، ۱۳۹۹، رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه قم است. بدین‌وسیله از حمایت معنوی دانشگاه قم قدردانی به عمل می‌آید.

منابع

- بیات، محمدکریم؛ اسفندیاری مقدم، علیرضا و علیپور حافظی، حامد (۱۳۹۷). کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: فرا تحلیل مقالات بین‌المللی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۴(۱۴)، ۳۱۷-۳۶۵.
- جلیل‌پور، پیمان؛ عزیزخانی، رباب (۱۳۹۴). بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی: مزایا و چالش‌ها. *کتاب مهر*، (۱۷ و ۱۸)، ۲۶-۴۳.
- دادگران، سید محمد؛ خرازی آذر، رها، و دبلشکی، فرحناز (۱۳۹۶). نقش شبکه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی (مطالعه موردی؛ دنبال کنندگان صفحه کتابدونی در شبکه اجتماعی اینستاگرام). *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۶(۲۲)، ۲۳۴-۲۰۷.
- زارع ابراهیم‌آباد، اکرم، و میراسماعیلی، بی‌بی‌سادات (۱۳۹۴). بررسی تأثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر تغییر هویت فرهنگی و اجتماعی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران. *مدیریت فرهنگی*، ۹(۲۸)، ۷۳-۹۳.
- زارع‌زاده، فاطمه؛ شریف‌مقدم، هادی؛ خسروی، فریبرز و سلامی، مریم (۱۳۹۷). مطالعه وضعیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران. *کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۱(۳)، ۲۸-۵۶.
- سلیمی، زهرا (۱۳۹۶). *بررسی تأثیر بازاریابی مبتنی بر شبکه اجتماعی تلگرام بر میزان استفاده از خدمات کتابخانه مرکزی دانشگاه خوارزمی*. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه خوارزمی، تهران.
- صیامی، زینب؛ عباداله عموقین، جعفر و محمدی، مهدی (۱۴۰۱). ترسیم نقشه تولیدات علمی در حوزه کاربرد بازاریابی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی. *علوم و فنون مدیریت اطلاعات*، ۱۸(۱)، ۳۳۹-۳۵۸.
- قاضی‌زاده، حمید و جهانشاهی، زلیخا (۱۳۹۷). بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران کتابخانه‌های عمومی مطالعه موردی: کتابخانه‌های عمومی شهرستان تنکابن. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۴(۱)، ۱۴۹-۱۶۷.
- کشوری، مریم و همتی، زینب (۱۳۹۷). ترسیم نقشه علمی حوزه کتابخانه‌های عمومی با استفاده از تحلیل شبکه هم‌واژگانی. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۴(۴)، ۵۴۵-۵۶۸.
- لطفی، شهلا (۱۳۹۳). *نقش شبکه‌های اجتماعی در حمایت از فعالیت‌های انجمن‌های علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه الزهراء، تهران.
- محمدی، مهدی؛ حیدری، حدیثه و شاه‌محمدی، مرضیه (۱۳۹۷). *بررسی میزان استفاده کتابخانه‌های عضو مکتب از شبکه‌های اجتماعی*. همایش نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در امر آموزش، دانشگاه پیام نور قم، ۱۰ بهمن، قم.
- ناصری‌زده، محمود؛ طباطبائی‌ان، سید حبیب‌الله و فاتح‌راد، مهدی (۱۳۹۱). ترسیم نقشه دانش مدیریت فناوری در ایران با هدف کمک به سیاست‌گذاری دانش در این حوزه. *سیاست علم و فناوری*، ۱۵(۱)، ۴۵-۷۲.
- نریمانی، ایمان؛ زره‌ساز، محمد و صراف‌زاده، مریم (۱۴۰۰). تحلیل محتوای صفحات اینستاگرام کتابخانه‌های عمومی ایران و مشارکت کاربران آنها. *پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۱۱(۲)، ۳۳۴-۳۵۱.
- هاشمی، شهناز؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۳۹۴). شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های هوشمند در راستای برندینگ آنلاین. *رسانه*، ۳۴(۳)، ۷۹-۹۶.

References

- Aharony, N. (2012). Facebook use in libraries: an exploratory analysis. *In Aslib proceedings Emerald Group Publishing Limited*, 64 (4). 358-372. <https://doi.org/10.1108/00012531211244725>
- AlAwadhi, S., & Al-Daihani, S. M. (2019). Marketing academic library information services using social media. *Library Management*, 40(3/4), 228-239. <https://doi.org/10.1108/LM-12-2017-0132>
- Al-Daihani, S. M & AlAwadhi, S. A (2015). Exploring academic libraries' use of Twitter: a content analysis. *The Electronic Library*, 33 (6), 1002-1015. <https://doi.org/10.1108/EL-05-2014-0084>
- AlKindi, S. S., & Al-Suqri, M. N (2013). Social networking sites as marketing and outreach tools of library and information services. *Global Journal of Human-Social Science Research*, 13 (2).

- Bayat, M. K., Esfandiari Moghadam, A., & Alipour Hafezi, H. (2017). The use of social media in academic libraries: a meta-analysis of international articles. *Modern Media Studies*, 4(14), 317-365. (in Persian)
- Booth, J. (1993). Marketing public library services: the gap between theory and reality in Britain. *Library Management*, 14(1), 9-23.
- Booth, J. (1993). Marketing public library services: The gap between theory and reality in Britain. *Library Management*, 14(1), 9-23. <https://doi.org/10.1108/01435129310023466>
- Chiparousha, B., Onyancha, O. B., & Ezema, I. J. (2022). Factors influencing the use social media by academic librarians in Zimbabwe: a UTAUT model analysis. *Global knowledge memory and communication*. <https://doi.org/10.1108/GKMC-09-2021-0151>
- Dadgar, M., Kharazi Azari, Z., & Dilbashki, F. (2017). The role of social networks on the promoting of reading culture (the case study of followers of ketabdoni page in the book page on the Instagram social network). *Socio-cultural Strategy*, 6(22), 207-234. (in Persian)
- Galyez, C. (2018). Social network analysis research in library and information sciences: A co-citation and co-words analysis. *Revisal General de Information y Documentacion*, 28(2), 455-456. <http://dx.doi.org/10.5209/RGID.60805>
- Ghazizadeh, H., & Jahanshahy, Z. (2018). Utilization of social networks by public library users in the city of Tonekabon. *Research on Information Science & Public Library*, 24(1), 149-167. (in Persian)
- Hashemi, S., & SoltaniFar, M. (2013). Social networking; smart media in the service of online Branding. *Media*, 24(3), 79- 96. (in Persian)
- Keshvari, M., & Hemati, Z. (2018). Mapping scientific outputs of public libraries using co-word network analysis. *Research on Information Science & Public Library*, 24(4), 545- 568. (in Persian)
- Lee, P.-C., & Su, H. N. (2010). Investigating the structure of regional innovation system re-search through keyword co-occurrence and social network analysis. *Innovation*, 12(1), 26-40. <https://doi.org/10.5172/impp.12.1.26>
- Liu, G. Y., Hu, J. M., & Wang, H. L. (2012). A co-word analysis of digital library field in China. *Scientometrics*, 91(1), 203-217. <https://doi.org/10.1007/s11192-011-0586-4>
- Lotfi, S. (2014). *The role of social networks in supporting the activities of scientific associations of librarianship and information*. Master Thesis in Information Science and Knowledge, Al-Zahra University, Faculty of Educational Sciences and Psychology. (in Persian)
- Mohammadi, M., Heydari, H., & Shahmohammadi, M. (2018). Investigating the use of social networks by Makta member libraries. *Conference on the role of virtual social networks in the education of payam noor university of qom*. (in Persian)
- Narimani, I. (2019). *Analyzing the content presented on the Instagram pages of Iranian public libraries and how their users participate*. Master Thesis in Information Science and Knowledge, Kharazmi University, Tehran. (in Persian)
- Naseri Jezeh, M., Tabatabaeian, H., & Fatehrad, M. (2012). Science mapping of management of technology in iran: a tool for knowledge policy making. *Science and Technology Policy*, 5(1), 45-72. (in Persian)
- Palmer, S. (2014). Characterizing University Library Use of social media: A Case Study of Twitter and Facebook from Australia. *The Journal of Academic Librarianship*, 40(6), 611-619. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2014.08.007>
- Rashid, Y., Waseem, A., & Akbar, A. A. (2019). Value co-creation and social media a systematic literature review using citation and thematic analysis. *European Business Review*, 31(5), 761- 784. <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2018-0106>

- Siami, Z., Ebadullah Amuqin, J., & Mohammadi, M. (2022). Mapping Scientific Output in the Field of Marketing Application to Libraries and Information. *Information Management Science and Technology*, 8(1), 339-358. (in Persian)
- Zahra, S. (2017). *Investigating the effect of market marketing on telegram social network on the use of Kharazmi University Central Library services*. Master Thesis, Kharazmi University, Faculty of Psychology and Educational Sciences, Tehran. (in Persian)
- Zare Ebrahimabad, A., & Miresmaili, B. (2015). The effect of the social network Facebook on the social and cultural identity of students of Islamic Azad university. Science and Research Branch of Tehran. *Cultural Management*, 9(28), 73- 93. (in Persian)
- Zarezadeh, F., Sharif Moghadam, H., Khosravi, F. & Salami, M. (2018). The Status of using social media in the National Library and Archives of Iran. *Library and Information Sciences*, 21 (3). 28-56. (in Persian)

