

ORIGINAL ARTICLE

Evaluation of the Viewpoints of Public Librarians in Markazi Province Regarding Activity in Virtual Space

Shanaz Mirzakhani¹ , Mahdi Mohammadi^{2*} 

1. Msc. Department of Knowledge and Information Science, University of Qom, Qom, Iran.

2. Associate Professor, Department of Knowledge and Information Science, University of Qom, Qom, Iran.

*Correspondence

Mahdi Mohammadi

E-mail:

mahdi.mohammadi2023@gmail.com

Receive Date: 11/Apr/2025

Revise Date: 21/May/2025

Accept Date: 11/June/2025

How to cite

Mirzakhani, S., Mohammadi, M. (2025). Evaluation of the Viewpoint of Public Librarians in Markazi Province Regarding Activity in Virtual Space. *Digital and Smart Libraries Researches*, 12(1), 29-50.

ABSTRACT

Given the activity of public libraries in virtual networks, this research aims to investigate the perspectives of librarians in public libraries of Markazi Province regarding activities in messaging applications and social networks. Methodology: The present research is applied and conducted using a survey method with a descriptive-analytical approach. The statistical population of this research consists of 113 librarians working in 72 public libraries in Markazi Province, all of whom were studied. Ultimately, 91 individuals (80.53%) responded to the questionnaire, and data analysis was performed based on these 91 returned questionnaires. Descriptive statistics, frequency, and the Chi-square test were used to analyze the results, using SPSS statistical software. From the perspective of librarians in Markazi Province, among messaging applications and social networks, the most important network in terms of ease of use, security, practicality, and filtering is WhatsApp, with 68.4% ranking it as the top priority, Bale with 36.3% as the second priority, and Telegram with 34.1% as the third priority. Among social networks, Instagram holds the top priority with 98.9%, Facebook is the second priority with 60.4%, and YouTube is the third priority with 60.4%. In terms of subject matter, the most frequent posts concern library events, followed by informational posts, educational posts, research posts, entertainment, and occasion-related posts. Among informational posts, book introductions are the top priority, followed by author introductions, educational posts, database introductions, and other items. Among entertainment posts, crafts are the top priority, followed by origami, painting, and poetry reading. Posts are primarily in the form of videos and photos, followed by text, and finally podcasts. Librarians are moderately familiar with podcast production, citing the lack of appropriate tools as the reason for not producing podcasts. They consider leveraging the experience of their colleagues and engaging in activities in virtual space as benefits of using virtual space for promotion. Among the disadvantages of using virtual space, they identify threats to privacy and weaknesses in librarianship.

KEYWORDS

Social Networks, Messaging Networks, Podcasts, Public Libraries, Librarians of Markazi Province.



© 2025, by the author(s). Published by Payame Noor University, Tehran, Iran.

This is an open access article under the CC BY 4.0 license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

پژوهش‌های کتابخانه‌های دیجیتال و هوشمند

سال دوازدهم، شماره یک، پیاپی چهل و چهار، بهار ۱۴۰۴ (۵۰-۲۹)

doi:10.30473/mrs.2025.74249.1616

E-ISSN: 2538-5356

P-ISSN: 2383-1049

«مقاله پژوهشی»

ارزیابی دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی در مورد فعالیت در فضای مجازی

شهناز میرزاخانی^۱، مهدی محمدی^{۲*}

چکیده

با توجه به فعالیت کتابخانه‌های عمومی در شبکه‌های مجازی این پژوهش قصد دارد دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی در مورد فعالیت در شبکه‌های پیام‌رسان و شبکه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار دهد. پژوهش حاضر کاربردی و با روش پیمایشی و با رویکرد توصیفی، تحلیلی انجام شده است. جامعه آماری این پژوهش را ۱۱۳ کتابدار شاغل در ۷۲ کتابخانه عمومی استان مرکزی تشکیل می‌دهند که همه آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفتند و نهایتاً ۹۱ نفر (۸۰/۵۳ درصد) به پرسشنامه پاسخ دادند که تجزیه و تحلیل داده‌ها بر اساس این ۹۱ پرسشنامه برگشتی صورت گرفته است. برای تجزیه و تحلیل نتایج حاصله از آمار توصیفی و فراوانی و آزمون کای-دو با نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شد. از دیدگاه کتابداران استان مرکزی، از میان شبکه پیام‌رسان و شبکه‌های اجتماعی، مهم‌ترین شبکه از لحاظ راحتی استفاده، امنیت، کاربردی بودن و فیلترینگ پیام‌رسان واتس‌آپ با ۶۸/۴ درصد در اولویت اول به با ۳۶/۳ درصد اولویت دوم و تلگرام با ۳۴/۱ درصد در اولویت سوم و از میان شبکه اجتماعی اینستاگرام ۹۸/۹ درصد در اولویت اول فیس‌بوک با ۶۰/۴ درصد در اولویت دوم یوتوب با ۶۰/۴ درصد در اولویت سوم قرار دارد. بیشترین پست‌ها از لحاظ موضوع رویدادهای کتابخانه پس از آن اطلاع‌رسانی، پست آموزشی، پست پژوهشی، سرگرمی و مناسبی است و از میان پست‌های اطلاع‌رسانی، معرفی کتاب در اولویت است. پس از آن معرفی نویسنده، پست آموزشی، معرفی پایگاه اطلاعاتی و سایر موارد است و از میان پست‌های سرگرمی کاردهی در اولویت است. پس از آن آروگامی، نقاشی و شعرخوانی است. پست‌ها از نظر قالب فیلم و عکس است؛ بعد از آن متنی و در نهایت پادکست است. کتابداران به‌طور متوسط با تولید پادکست آشنایی دارند، نداشتن ابزار مناسب را دلیل عدم تولید پادکست عنوان کرده‌اند. از مزایای استفاده از فضای مجازی بهره‌گیری از تجربه همکارانشان و انجام فعالیت در فضای مجازی فضای مناسبی برای تبلیغ می‌دانند و از میان معایب استفاده از فضای مجازی تهدید حریم خصوصی و ضعف در کار کتابداری می‌دانند.

واژه‌های کلیدی

شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های پیام‌رسان، پادکست، کتابخانه‌های عمومی، کتابداران استان مرکزی.

۱. کارشناسی ارشد، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه قم، قم، ایران.
۲. دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه قم، قم، ایران.

*نویسنده مسئول: مهدی محمدی
رایانامه:

mahdi.mohammadi203@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۲۲

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۲۱

استناد به این مقاله:

میرزاخانی، شهناز و محمدی، مهدی (۱۴۰۴).
ارزیابی دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی
استان مرکزی در مورد فعالیت در فضای مجازی،
پژوهش‌های کتابخانه‌های هوشمند و دیجیتال،
۲۹-۵۰، (۱)۱۲.

حق انتشار این مستند، متعلق به نویسندگان آن است. ۱۴۰۴ ©. ناشر این مقاله، دانشگاه پیام نور است.

این مقاله تحت گواهی زیر منتشر شده و هر نوع استفاده غیرتجاری از آن مشروط بر استناد صحیح به مقاله و با رعایت شرایط مندرج در آدرس زیر مجاز است.

This is an open access article under the CC BY (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).<https://lib.journals.pnu.ac.ir>

مقدمه

ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها هم برای کتابداران و هم برای کاربران مفید است. کتابداران می‌توانند با ارائه خدمات و گزارش وقایع کتابخانه به وسیله رسانه‌های اجتماعی به‌صورت مثبت در زمینه افزایش استفاده، شهرت کتابخانه، آموزش کاربران و تغییر دیدگاه آن‌ها استفاده کنند. علاوه بر این، می‌توانند از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار بازاریابی برای مطلع‌سازی کاربران درباره اخبار، حوادث، کارگاه‌ها، نمایشگاه‌ها، تسهیلات، ارتقای مجموعه و خدمات استفاده کنند. همچنین، می‌توانند به‌صورت موثری از رسانه‌های اجتماعی برای ارائه خدمات متمرکز و روشن استفاده کنند (ماماتا و نیکام، ۲۰۱۶).

محیط کتابخانه‌ها مانند سایر ارگان‌ها و سازمان‌ها باید در حال تغییر باشند. مشروط به این که این تغییر هدفمند، با برنامه و به موقع باشد. در گذشته ارائه خدمات کتابخانه‌ها تنها به صورت فیزیکی بود و افراد تنها از طریق مراجعه به کتابخانه می‌توانستند نیاز اطلاعاتی خود را رفع کنند. اما در شرایط کنونی بر اساس تحولات بوقوع پیوسته به‌ویژه بعد از ایام کرونا، بسیاری از نهادها از جمله کتابخانه‌ها خدمات خود را از طریق فضای مجازی ارائه کردند و دیگر نیازی به مراجعه حضوری کتابخانه‌ها نیست. نهاد کتابخانه‌های عمومی در راستای اهداف اجتماعی اجرای فعالیت‌های از راه دور، عمدتاً الکترونیکی و آنلاین، و به روش‌های گسترده، متنوع و خلاقانه به کتابداران کتابخانه‌های عمومی توصیه کرد که کتابداران فعالیت‌های خود را جهت ترویج کتاب و کتاب‌خوانی، به دلیل راحت بودن و در دسترس بودن شبکه اجتماعی مجازی مانند اینستاگرام و بله به اعضای خود ارائه دهند. تا بتواند رسالت خود که همان فرهنگ‌سازی و ارتقاء جایگاه مطالعه در جامعه است را به خوبی انجام دهند. به همین جهت بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات برای ارائه خدمات و برنامه‌ها در هر کتابخانه عمومی ضروری شد پس کتابخانه‌ها باید صفحه مجازی در شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های پیام‌رسان فعال کنند و چندین سرویس و برنامه از طریق آن‌ها اجرا شود^۲.

کتابداران هم به ترویج انتشار اطلاعات، آموزش و فعالیت‌های فرهنگی از طریق شبکه‌های اجتماعی پرداختند. به نظر می‌رسد استفاده از شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های پیام‌رسان نقش بسزایی در پیشبرد اهداف کتابخانه‌ها داشتند. با توجه به مزایا و معایب استفاده از شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی

در کتابخانه‌ها و تصور برخی از کتابداران که چنین تصور می‌کنند با توجه به حضوری بودن خدمات کتابخانه‌ها دیگر نیازی به ارائه این گونه خدمات نیست، دو دیدگاه مثبت و منفی در بین کتابداران نسبت به ارائه خدمات در فضای مجازی وجود دارد. لذا ما در این پژوهش در صدد مطالعه دیدگاه کتابداران در خصوص فعالیت در فضای مجازی پرداختیم. لذا، مسئله اصلی پژوهش حاضر این است که دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی را در مورد فعالیت در فضای مجازی چیست و آنان در خصوص فعالیت در شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های پیام‌رسان تا چه میزان با امکانات فضای مجازی آشنایی دارند و تا چه اندازه از این ابزارها جهت خدمات‌دهی به مراجعان خود استفاده می‌کنند.

ضرورت انجام این پژوهش برای نهاد کتابخانه‌های عمومی در جهت برنامه‌ریزی برای افزایش و گسترش فعالیت و ارائه خدمات کتابخانه‌های عمومی در فضای مجازی یا همان شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی در قالب‌ها جدید و موضوعات متنوع برای علاقه‌مند کردن اعضا و پیشبرد هدف نهاد کتابخانه‌های عمومی که همان ترویج فرهنگ کتاب و کتاب‌خوانی است می‌باشد. زمانی که کتابداران احساس کنند که در تصمیمات و برنامه‌ریزی‌های نهاد نظرات و دیدگاه‌های آن‌ها هم مورد توجه قرار گرفته انگیزه آن‌ها برای انجام فعالیت و ارائه خدمات بهتر، افزایش پیدا می‌کند و نتیجه این رضایت شغلی را به‌دنبال خواهد داشت. در این پژوهش قصد داریم به سؤالات زیر پاسخ‌های لازم را فراهم سازیم.

- ۱- کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی از نظر راحتی استفاده و امنیت و کاربردی بودن و فیلترینگ کدامیک از شبکه‌های ارتباطی را در اولویت قرار می‌دهند؟
- ۲- کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی از نظر راحتی استفاده و امنیت و کاربردی بودن و فیلترینگ کدامیک از شبکه‌های اجتماعی را در اولویت قرار می‌دهند؟
- ۳- کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی تا چه میزان از شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی استفاده می‌کنند؟
- ۴- کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی بیشتر در تولید محتوای دیجیتالی چه گروه سنی را مد نظر قرار می‌دهند؟
- ۵- کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی بیشتر چه نوع محتوای و در چه قالب را در اولویت تولید قرار دادند؟
- ۶- میزان آشنایی و تولید محتوای پادکست در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی تا چه حد است؟
- ۷- از نظر کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی معایب و مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه‌ها چیست؟

پیشینه پژوهش

در حوزه شبکه‌های اجتماعی در داخل و خارج از کشور پژوهش‌های متعددی صورت گرفته است که از آن جمله می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد:

مجیدی قهرودی و همکاران (۱۳۹۱)، در تحقیقی به منظور بررسی میزان استفاده از پادکست و وودکستینگ در تبلیغات اینترنتی تجاری- بازرگانی از دیدگاه مدیران شرکت‌های تبلیغاتی شهر تهران، با روش پیمایشی و توزیع پرسشنامه بین ۳۱۲ شرکت‌های تبلیغاتی شهر تهران دریافتند که بیشتر مدیران تبلیغاتی آشنایی چندانی با پادکست و وودکستینگ نداشتند و استفاده چندانی از این نوع تبلیغات در کارهایشان نمی‌کردند. آن‌ها بیشتر از بنر و موتورهای جستجو استفاده می‌کردند. از نظر آن‌ها، استقبال چندانی از این نوع تبلیغات نشده است و شاید دلیل عمده آن سوددهی کم پادکست و وودکستینگ و آشنا نبودن مخاطبان با این نوع تبلیغات باشد. همچنین این شرکت‌های تبلیغاتی کمتر از افراد متخصص در زمینه پادکست و وودکستینگ استفاده می‌کنند و این می‌تواند در آینده که پیشرفت‌های بیشتری در این زمینه صورت می‌گیرد برایشان مشکل‌ساز باشد.

تاج‌الدینی و همکاران (۱۳۹۴)، در پژوهش کیفی به منظور بررسی رویکرد کتابداران کتابخانه‌های عمومی کرمان نسبت به استفاده از شبکه‌های اجتماعی با استفاده از روش نمونه‌گیری گلوله برفی دریافتند که کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر کرمان، شبکه‌های اجتماعی را برای فعالیت‌های فردی- شخصی، فعالیت‌های حرفه‌ای، ارتباطات دانشی، اشتراک مسائل دینی و مذهبی مورد استفاده قرار می‌دهند، همچنین کتابداران دیدگاه مثبتی به کاربرد شبکه‌های اجتماعی دارند اما جوامع علمی با هدف ارتباط‌های سازمانی و حرفه‌ای کتابداران از طریق اشتراک دامنه خاص از دانش، در حاضر به صورت عملی در کتابخانه‌های عمومی شهر کرمان وجود ندارد.

باغستانی تجلی و صبوری (۱۳۹۴)، در پژوهشی به منظور بررسی میزان آشنایی و عوامل مؤثر بر بهره‌گیری کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر مشهد از شبکه‌های اجتماعی وب پایه دریافتند که از دیدگاه کتابداران، شبکه‌های اجتماعی به ترتیب در تسهیل ارتباطات علمی، اشاعه گزینشی اطلاعات، معرفی رشته به جامعه، مدیریت، خدمات امانت و تحویل مدرک، سازماندهی اطلاعات، مجموعه‌سازی و خدمات مرجع امکان به کارگیری دارد. و کتابداران مشغله کاری و نداشتن اوقات فراغت، فیلتر بودن، پایین بودن سرعت اینترنت، ترس از سوءاستفاده و تهدید حریم خصوصی، مشکلات شخصی و

کاری، آشنا نبودن با ماهیت و نحوه استفاده از پایگاه‌ها و عدم امنیت داده‌ها را مهمترین موانع استفاده از شبکه‌ها دانستند.

جلیل‌پور و عزیزخانی (۱۳۹۴)، در پژوهشی به منظور تبیین بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی و پرداختن به مزایا و چالش‌های آن در یک پژوهش کتابخانه‌ای با مطالعه منابع مکتوب و الکترونیکی دریافتند که بازاریابی از طریق رسانه‌های اجتماعی یکی از راه‌هایی است که می‌تواند در رشد و تکامل محصولات و خدمات کتابخانه‌ای بسیار کارآمد باشد. رسانه‌های اجتماعی به دلیل داشتن ویژگی‌هایی چون ارتباط دوسویه، شکل‌گیری گروه‌های آنلاین، و غیره می‌تواند برای کتابخانه‌ها در تشویق و ترغیب مشتریان به استفاده از محصولات و خدمات کتابخانه‌ای بسیار مؤثر باشند. گذشته از این، بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی به‌منظور جذب مشتریان، دریافت آرای مشتریان و تحلیل آن‌ها، افزایش سرانه مطالعه، ترویج فرهنگ کتابخوانی، کسب وجهه برای کتابخانه‌ها، اطلاع‌رسانی درباره محصولات و خدمات کتابخانه، از بین رفتن محدودیت‌های زمانی و مکانی و جذب مشتریان پیوسته و مشارکتی می‌تواند مؤثر واقع شود.

یاری (۱۳۹۵)، به‌منظور شناسایی کاربردهای رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی و موانع و مشکلات استفاده از این رسانه‌ها از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه در یک پژوهش کیفی با نظر خواهی از ۲۷ نفر از کتابداران کتابخانه‌های عمومی این استان از طریق مصاحبه عمیق دریافت که موانع و مشکلات شامل دو دسته موانع و مشکلات شخصی و غیر شخصی می‌باشد. موانع شخصی به خود کتابدار و ویژگی‌های شخصی آنان برمی‌گردد. این موارد شامل آگاهی و شناخت ناکافی کتابداران از انواع رسانه‌های اجتماعی، فقدان یا کمبود مهارت و سواد کار با رسانه‌ها (شامل سواد اطلاعاتی، سواد رایانه‌ای، سواد رسانه‌ای و سواد شبکه‌ای) و مدیریت آنها، بی‌انگیزگی در به کارگیری رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های عمومی، بی‌علاقگی به استفاده از رسانه‌ها، ناتوانی در تولید محتوا، دیدگاه و نگرش منفی نسبت به رسانه‌های اجتماعی، ترس و بالا بودن سن کتابداران است. موانع و مشکلات غیرشخصی نیز فراتر از شخص و به خود رسانه، سازمان (کتابخانه‌های عمومی) و همچنین مردم و کاربران کتابخانه مربوط می‌شود.

دادگران و همکاران (۱۳۹۶)، با هدف بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی بر ترویج فرهنگ کتابخوانی؛ در یک پژوهش پیمایشی از نوع توصیفی و تحلیلی و نظرخواهی از ۴۱۸ نفر از دنبال‌کنندگان صفحه کتابدونی در شبکه اجتماعی

بیشترین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ایجاد تعامل میان کتابداران و کاربران به ترتیب در اینستاگرام، تلگرام و واتساپ صورت گرفته است. انواع درخواست‌های کاربران کتابخانه‌های عمومی در شبکه‌های اجتماعی مجازی در دو مقوله اصلی درخواست‌های اطلاعاتی (امانات و عضویت، و منابع یابی) و درخواست‌های سرگرم‌کننده (آموزشی، مشاوره‌ای و اطلاع-رسانی) بوده است. همچنین موانع ایجاد تعامل از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز در دو مقوله موانع انسانی (اجتماعی-اقتصادی و فردی) و موانع زیرساختی (کارکردی و فناوریانه) دسته‌بندی کرده‌اند.

مردانی و جنوی (۱۴۰۰)، در پژوهشی به‌منظور بررسی تأثیر حضور شبکه‌های اجتماعی در بهبود وضعیت اطلاع‌رسانی و جذب مخاطبین کتابخانه‌های عمومی شهر تهران از دید کتابداران در یک پژوهش پیمایشی دریافتند که از دید کتابداران استفاده از شبکه‌های اجتماعی در بهبود اطلاع‌رسانی و جذب مخاطب به کتابخانه‌های عمومی مؤثر بوده است. کتابداران علاقه‌مند به دریافت آموزش در این رابطه هستند. بنابراین ارتقاء زیرساخت‌های لازم برای بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی بایستی در مدنظر تصمیم‌سازان و سیاست‌گذاران کتابخانه‌های عمومی قرار گیرد. کتابداران اعتقاد دارند مخاطبان‌شان بیشتر محتوای اطلاع‌رسانی را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. معرفی منابع، مطالب سرگرمی و علمی نیز از محتوای موردعلاقه مخاطبان است

رادفورد^۱ (۲۰۰۸)، تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های عمومی از طریق مصاحبه با ۷ نفر از کارکنان کتابخانه‌های عمومی ایالات متحده آمریکا و نیوزیلند بررسی کرد. یافته‌ها نشان داد پاسخگویان نرم‌افزارهای اجتماعی را به عنوان ابزاری برای ارائه خدمات کتابخانه که واقعاً منعکس‌کننده خواسته‌ها و نیازهای کاربران است، توصیف کردند. آنان نشان دادند که این نرم‌افزارها از دو راه برای دستیابی به این هدف کمک می‌کند: اولاً نرم‌افزارهای اجتماعی کاربران را قادر می‌سازد که از راهی که مایلند با کتابخانه تعامل برقرار کنند؛ ثانیاً عناصر مشارکتی نرم‌افزارهای اجتماعی، ارائه بازخورد توسط کاربران را در تمامی جنبه‌های خدمات کتابخانه به شکل آسان‌تری میسر ساخته است

سکر^۲ (۲۰۰۸)، در مقاله کتابخانه‌ها و نرم‌افزار فیس‌بوک در آموزش در مرکز آموزش از راه دور، دانشگاه لندن استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک را به‌عنوان یکی از ابزارهای مورد

اینستاگرام دریافتند که حدود ۸۰/۳ درصد از افراد پاسخگو چندین بار در روز به اینستاگرام سر می‌زنند که بیشترین تعداد افراد را تشکیل می‌دهند. مهمترین مشکل استفاده از اطلاعات مربوط به کتاب در اینستاگرام، سرعت کم اینترنت، نبود آزادی بیان، به روز نبودن اطلاعات، بارگذاری اطلاعات، ضعف در نرم افزار به ترتیب به‌عنوان گزینه‌های مربوط به مهمترین مشکل در رابطه با استفاده از اطلاعات مربوط به کتاب در اینستاگرام انتخاب شده‌اند. مهمترین موضوعات و عکس‌ها جهت به اشتراک‌گذاری در اینستاگرام، گزینه فرهنگی، هنری، دل نوشته، علمی، خبری و سیاسی از دید پاسخگویان در اینستاگرام بوده‌اند.

زارع‌زاده و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به‌منظور مشخص ساختن وضعیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران در یک پژوهش توصیفی _ تحلیلی و نظر خواهی از ۱۵۹ کتابدار و ۱۹۶ کاربر دریافتند که کتابداران و کاربران از برنامه‌های موبایلی رسانه‌های اجتماعی بیشترین استفاده را دارند. کتابداران از رسانه‌های اجتماعی در امور کتابخانه‌ای و پژوهشی کم استفاده می‌کنند، اما کاربران بیشتر از آن‌ها و در حد متوسط از رسانه‌های اجتماعی در این امور 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 علاوه بر تلگرام و اینستاگرام از لینکدین و ریسرچ گیت نیز نسبت به سایر رسانه‌های اجتماعی استفاده بیشتری می‌کنند

نریمانی و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهشی با هدف شناسایی ارتباط میان محتوای ارائه‌شده در صفحات اینستاگرام کتابخانه‌های عمومی ایران و نحوه مشارکت کاربران آن‌ها ۱۰۱۳۲ پست از ۱۱۰ صفحه اینستاگرام کتابخانه عمومی ایران مورد واکاوی قرار دادند. آن‌ها با تحلیل محتوای پست‌های ارسال شده دریافتند که بیشترین محتوای ارائه شده در پست‌های صفحات اینستاگرام کتابخانه‌های عمومی، متعلق به دسته‌های رویدادهای انجام‌شده، معرفی منابع کتابخانه و اطلاع‌رسانی رویدادهای آینده بوده است. در زمینه مشارکت کاربران در بین قالب‌های استفاده‌شده نیز، قالب‌های عکس و متن، عکس و فیلم و متن به ترتیب بیشترین مشارکت را دریافت کردند.

نارمنجی (۱۴۰۰)، در شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به منظور ایجاد تعامل در کتابخانه‌های عمومی در یک پژوهش کیفی به‌روش تحلیل مضمون با انجام مصاحبه با ۲۵ نفر از کتابداران دریافت که

محتوای کمی صفحات فیسبوک ده کتابخانه دانشگاهی فیلیپین دریافت که میزان مشارکت در بیشتر کتابخانه‌ها کم است.

راچمن و همکاران^۵ (۲۰۱۸)، در تحقیقی با هدف شناسایی کاربرد استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط کتابخانه‌های دانشگاهی در اندونزی به بررسی مشکلات استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط کتابخانه‌های در اندونزی می‌پردازد. از مجموع کتابخانه‌های پاسخگو تنها ۳۲ کتابخانه دانشگاهی از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و همچنین کتابخانه‌های دانشگاهی در اندونزی بیشتر از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ خدمات، امکانات و مجموعه‌های خود انتشار هرگونه اطلاعات مهم مرتبط با کتابخانه استفاده می‌کنند. کتابخانه‌های پاسخگو از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی متنوعی مانند وات‌ساپ، اینستاگرام، توییتر، لاین، فیس‌بوک، و اشتراک‌گذاری ویدیو (کانال یوتیوب) به طور گسترده استفاده می‌کنند. نتایج نظرسنجی همچنین نشان داد که فیس‌بوک بیشترین استفاده را در رسانه‌های اجتماعی توسط کتابخانه‌های پاسخ‌دهنده دارد و پس از آن اینستاگرام و توییتر قرار دارند. این مطالعه همچنین نشان داد که کمبود زمان و منابع انسانی مشکل اصلی در مدیریت حساب‌های رسانه‌های اجتماعی است.

الجمی و دایوی^۶ (۲۰۲۱)، در پژوهشی به منظور شناسایی نحوه استفاده کتابخانه‌های عمومی از توییتر در ماه‌های اولیه پس از شیوع همه‌گیری COVID-19 پس از تجزیه و تحلیل محتوا ۹۴۵۰ توییت منتشر شده توسط ۳۸ کتابخانه عمومی در شهر نیویورک بین دسامبر ۲۰۱۹ تا آوریل ۲۰۲۰ دریافتند که ۸۵٫۵ درصد از توییت‌های منتشر شده توسط کتابخانه‌های عمومی نیویورک مربوط به ارتباطات منظم کتابخانه‌ها، مانند اطلاعیه‌های به‌روزرسانی خدمات کتابخانه، توصیه‌های کتاب، مطالعه‌ها و فعالیت‌های پیشنهادی، جشن‌های مناسبت‌ها یا افراد خاص، و اطلاعیه‌های رویدادهای آینده است. در همین حال، ۱۴٫۵ درصد از توییت‌های منتشر شده از ژانویه/آوریل ۲۰۲۰ به-

طور مستقیم و صریح مربوط به COVID-19

بود. کتابخانه‌های عمومی نیویورک جزئیات خدمات کتابخانه از راه دور موجود در طول تعطیلی، و همچنین پیام‌های آرامش‌بخش و حمایت‌کننده اجتماعی را منتشر کردند.

از مرور پژوهش‌های ذکر شده می‌توان به این نتیجه رسید که در بیشتر این پژوهش‌ها انگیزه کتابداران برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی ارتقای خدمات کتابخانه‌ها، بازاریابی

استفاده کتابداران و کتابخانه‌ها معرفی کرد. بنابر یافته‌های این پژوهش، مهم‌ترین موانع به کارگیری این ابزارها، آشنا نبودن با نحوه استفاده مؤثر از این ابزارها در کتابخانه‌ها، طرز تفکر کتابداران که این ابزارها را صرفاً تفریحی و غیر حرفه‌ای انگاشتند، مسائل امنیتی و حفظ حریم خصوصی بود.

شاکل و روبینا^۱ (۲۰۱۲)، در پژوهشی به منظور تعیین میزان کاربرد و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی و مطالعه نگرش پاسخگویان نسبت به سودمندی رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی کتابخانه‌ای، در یک پژوهش پیمایشی بت نظر خواهی از کتابداران و دانشگاهیان مدرسه LIS شاغل در دانشگاه بهال‌الدین زکریا مولتان و دانشگاه اسلامی بهال‌پور دریافتند که نگرش پاسخگویان مثبت بوده و اکثریت موافق استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای جلب توجه کاربران آنلاین بوده و به یادگیری از راه دور و به اشتراک‌گذاری دانش موافق بودند. پاسخ‌دهندگان استفاده از فیس‌بوک، ویکی، لینکدین، بلاگ، یوتیوب و گروه‌های آنلاین را برای بازاریابی خدمات مختلف کتابخانه توصیه کردند.

سینگاه^۲ و سارماه^۳ (۲۰۱۵)، در پژوهشی استفاده از فناوری‌های وب ۲٫۰ را در میان کتابداران دانشگاهی ایالت آسام هند بررسی کردند. بر اساس یافته‌ها، به ترتیب بلاگ‌ها، ویکی‌ها، آر. اس. اس، سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، پادکست و پیام‌های فوری بیشترین کاربرد را در شغل کتابداران داشت. مهم‌ترین اهداف استفاده کتابداران از ابزارهای وب ۲٫۰، انتشار اخبار، وقایع و اطلاعیه‌های کتابخانه، آگاهی‌رسانی به کاربران در خصوص موضوعات جدید، مشارکت در بحث‌ها و تعاملات، اشتراک اطلاعات در خصوص کتاب‌ها و مجلات الکترونیکی جدید، ارائه تورهای کتابخانه‌ای و آموزش سواد اطلاعاتی و برقراری ارتباط ذکر شدند. اولویت کاربرد این ابزارها از دیدگاه کتابداران تسهیل در به دست آوردن بازخورد از کاربر و درک علائق خوانندگان، توسعه اشتراک دانش، همکاری و افزایش مشارکت و تعامل کاربران و ارتباط با کاربران بود. فقدان مهارت، فقدان امکانات، فقدان زیرساخت‌ها، فقدان زمان و فقدان علاقه موانع کتابداران در استفاده از این ابزارها بیان شد.

پنافلور^۴ (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان فراتر از لایک‌ها: ارزیابی مشارکت کاربر در فیسبوک در میان کتابخانه‌های دانشگاهی فیلیپین، به بررسی عملکرد صفحات فیسبوک دانشگاهی از نظر نوع محتوای ارائه شده و مشارکت کاربران پرداخت. وی با تحلیل

1. Shakeel & Rubina
2. Singah & Sarmah
3. Sarmah
4. Penafloor

5. Rachman; Mutiarani & Pottery

6. Al Jami & Davey

دسترس‌پذیری شبکه‌ها تعلق داشت که افراد به ثبت دیدگاه خود می‌پرداختند. پرسش‌نامه تهیه شده برای تعیین روایی و پایایی بین چند نفر از استادان رشته علم اطلاعات توزیع شد. پس از جمع‌آوری نظرات متخصصان و اعمال آن‌ها در پرسش‌نامه، پرسش‌نامه نهایی تهیه شد. پرسش‌نامه تهیه شده بین همه کتابداران (۱۱۳ نفر) توزیع شد و در نهایت ۹۱ کتابدار (۸۰/۵ نفر) به پرسش‌نامه پاسخ دادند. برای بررسی پایایی درونی پرس-شنامه از آلفای کرونباخ محاسبه استفاده شد و با توجه به این که مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از (۰/۷) قرار گرفته است پایایی درونی تمامی بعدها مورد تأیید قرار گرفت. مقدار این آمارها نشان می‌دهد که پرسش‌نامه‌ها از پایایی بالایی برخوردارند.

یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل داده‌ها در دو بخش توصیفی و تحلیل استنباطی صورت گرفته است. برای پاسخگویی به سؤالات پژوهش از آمار توصیفی در حد فراوانی و درصد و برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آمار استنباطی و آزمون خی-دو استفاده شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار آماری SPSS استفاده شده و یافته‌ها در قالب جدول و نمودار عرضه می‌شود. جدول (۱) اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان را نشان می‌دهد.

کتابخانه‌ها، از بین رفتن محدودیت زمانی و مکانی برای ارائه خدمات به کاربران می‌باشد. همچنین از معایب استفاده از فضای مجازی پژوهشگران داخلی و خارجی فیلتر بودن شبکه‌های اجتماعی و شبکه‌های پیام‌رسان، سرعت پایین اینترنت، تهدید حریم خصوصی، آشنا نبودن کتابداران و کاربران با ماهیت و نحوه استفاده از این شبکه‌ها می‌دانند و از دیدگاه پژوهشگران بیشترین استفاده کتابداران از شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام و وات‌ساپ است. در این پژوهش‌ها اصلاً به خلاقیت کتابداران در تولید محتوا برای شبکه‌های مجازی اشاره‌ای نشده و موضوع پادکست کمتر مورد مطالعه قرار گرفته است.

روش انجام پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی و به روش پیمایشی توصیفی انجام شده است. جامعه آماری آن را ۱۱۳ کتابدار شاغل در ۷۲ کتابخانه تحت پوشش نهاد کتابخانه‌های عمومی در استان مرکزی تشکیل می‌دهند. با توجه به محدود بودن جامعه آماری تمامی آن‌ها مورد مطالعه قرار گرفتند. برای گردآوری داده‌ها از پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده شده است. پرسش‌نامه تهیه شده محقق ساخته بود که از ۴ بخش تشکیل شده بود. بخش اطلاعات اطلاعات جمعیت‌شناختی پاسخ‌دهندگان، بخش دوم استفاده کتابداران از شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی، بخش سوم امنیت شبکه از نظر کتابداران و بخش چهارم به قابلیت سهولت و

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

مؤلفه	فراوانی	درصد فراوانی
جنسیت	زن	۵۴
	مرد	۳۷
	کل	۹۱
سن	۲۴-۳۴	۲۱
	۳۵-۴۴	۵۹
	۴۵-۵۴	۹
	۵۵ سال به بالا	۲
	کل	۹۱
رشته تحصیلی	علم اطلاعات و دانش شناسی	۵۶
	غیر علم اطلاعات و دانش شناسی	۳۵
	کل	۹۱
میزان تحصیلات	کاردانی	۸
	کارشناسی	۴۱
	کارشناسی ارشد	۳۸
	دکتری	۳
	دیپلم	۱
	کل	۹۱

ادامه جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی پاسخ دهندگان

درصد فراوانی	مؤلفه	فراوانی	درصد فراوانی
۳۶/۳	کمتر از ۵ سال	۳۳	
۶۲/۶	بیش از ۵ سال	۵۷	
۱/۱	عدم پاسخ	۱۰	
۱۰۰	کل	۱۰۰	

سابقه عضویت در شبکه‌های اجتماعی

بیشتر آن‌ها در کتابخانه‌های شهری مشغول به کار هستند. ۶۲/۶ درصد کتابداران بیش از ۵ سال سابقه عضویت در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان دارند و ۳۶/۳ درصد کتابداران هم سابقه کمتر از ۵ سال عضویت در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان را دارند که می‌توان نتیجه گرفت که بیشتر کتابداران استان مرکزی با فضای مجازی آشنا هستند.

در مورد سؤال اول پژوهش مبنی بر این که «کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی از نظر راحتی استفاده و امنیت و کاربردی بودن و فیلترینگ کدامیک از شبکه‌های ارتباطی را در اولویت قرار می‌دهند؟» داده‌های جدول (۲) فراهم شده است.

همان‌طور که داده‌های جدول (۱) نشان می‌دهد، از میان ۹۱ کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی که در این پژوهش شرکت کرده‌اند ۵۴ کتابدار خانم و ۳۷ کتابدار آقا می‌باشند که میانگین سنی آن‌ها بین ۳۵-۴۴ سال است و می‌توان نتیجه گرفت که بیشتر کتابداران خانم‌های جوان هستند.

از نظر تحصیلات، ۵۶ کتابدار در رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی (کتابداری) و ۳۵ نفر دیگر در رشته غیر علم اطلاعات و دانش‌شناسی تحصیل کرده‌اند و بیشترین مدرک در بین کتابداران کارشناسی و کارشناسی ارشد است و تعداد کمی از آن‌ها دارای مدرک کاردانی یا دیپلم هستند که البته از میان کتابداران استان مرکزی، تنها ۳ کتابدار دارای مدرک دکترا هستند که می‌توان بیان کرد بیشتر کتابداران استان مرکزی تحصیل کرده و آشنا با علم اطلاعات و دانش‌شناسی هستند و

جدول ۲. توزیع فراوانی راحتی استفاده شبکه‌های پیام‌رسان

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
بله	۲۵	۲۷/۵	۲۹	۳۱/۹	۲۹
ایتا	۱	۱/۱	۱۸	۱۹/۸	۹
سروش	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۷
آی‌گپ	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۳
تلگرام	۱۰	۱۱	۲۰	۲۲	۳۱
اسنپ‌چت	۰	۰/۰	۱	۱/۱	۰
وایبر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۳
وی‌چت	۲	۲/۲	۰	۰/۰	۱
واتساپ	۵۳	۵۸/۲	۲۳	۲۵/۳	۹

نکته دومی که در انتخاب شبکه‌های اجتماعی مطرح است؛ امنیت اطلاعاتی است که کاربران خیلی بدان توجه دارند. در این پژوهش امنیت شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی نیز از کتابداران پرسیده شد که جدول (۳) داده‌های آماری پاسخ‌ها را نشان می‌دهد.

همان‌طور که داده‌های جدول (۲) نشان می‌دهد، در بین شبکه‌های داخلی؛ ۳۱/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان «بله» را در اولویت دوم و سوم خود قرار دادند و فقط ۲۷/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان این رسانه را در اولویت اول خود انتخاب کردند. در حالی که در بین رسانه‌های خارجی ۵۸/۲ درصد از پاسخ‌دهندگان واتساپ را در اولویت اول انتخاب کردند.

جدول ۳. توزیع فراوانی امنیت شبکه‌های پیام‌رسان از دیدگاه کتابداران

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
بله	۲۳	۲۵/۳	۳۳	۳۶/۳	۲۵
ایتا	۶	۶/۶	۱۳	۱۴/۳	۱۶
سروش	۰	۰/۰	۹	۹/۹	۹
آی‌گپ	۰	۰/۰	۲	۲/۲	۱
تلگرام	۲۱	۲۳/۱	۱۸	۱۸/۸	۲۲
اسنپ‌چت	۰	۰/۰	۱	۱/۱	۰
وایبر	۰	۰/۰	۲	۲/۲	۵
وی‌چت	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۱
واتساپ	۴۱	۴۵/۱	۱۳	۱۴/۳	۱۲

مهم در انتخاب شبکه‌های ارتباطی، «کاربردی بودن» شبکه‌ها بود که در مطالعه حاضر این مهم نیز مد نظر پژوهشگران بود و نظر کاربران را در این خصوص جویا شدند. جدول (۴) داده‌های آماری نظرهای پاسخ‌دهندگان را نشان می‌دهد.

همان‌طور که داده‌های جدول (۳) نشان می‌دهد، ۴۵ درصد از پاسخ‌دهندگان «واتساپ» را از نظر امنیت گزینه اول خود انتخاب کردند. تلگرام با ۲۳/۱ درصد در رتبه دوم و «بله» با ۲۵/۳ درصد در رتبه سوم قرار گرفت. یکی دیگر از معیارهای

جدول ۴. داده‌های آماری شبکه‌های پیام‌رسان از لحاظ کاربردی بودن

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
بله	۱۲	۱۳/۲	۳۲	۳۵/۲	۳۰
ایتا	۱	۱/۱	۱۶	۱۷/۶	۱۴
سروش	۲	۲/۲	۱	۱/۱	۳
آی‌گپ	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۲
تلگرام	۱۷	۱۸/۷	۲۵	۲۷/۵	۳۰
اسنپ‌چت	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۳
وایبر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۶
وی‌چت	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
واتساپ	۵۹	۶۴/۸	۱۷	۱۸/۷	۳

یکی دیگر از معیارهای انتخاب شبکه‌های ارتباطی از دیدگاه کاربران، فیلترینگ و نحوه تعامل آن شبکه با مسئله فیلترینگ هست. شبکه‌های ارتباطی و اجتماعی از این نظر نیز مورد مطالعه قرار گرفتند. جدول (۵) نظر پاسخ‌دهندگان را در این خصوص نشان می‌دهد.

همان‌طور که داده‌های جدول (۴) نشان می‌دهد؛ نرم‌افزار اطلاع‌رسانی «واتساپ» با ۶۴/۸ درصد در رتبه اول، تلگرام با ۱۸/۷ درصد در رتبه دوم و «بله» با ۱۳/۲ درصد در رتبه سوم قرار گرفت. «آی‌گپ» ۴/۴ درصد در اولویت آخر قرار گرفت.

جدول ۵. داده‌های آماری شبکه‌های پیام‌رسان از لحاظ فیلترینگ

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی
بله	۷	۷/۷	۳۱	۳۴/۱	۳۹
ایتا	۵	۵/۵	۳	۳/۳	۴
سروش	۰	۰/۰	۵	۵/۵	۱۰
آی‌گپ	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۳
تلگرام	۲۳	۲۵/۳	۲۷	۲۹/۷	۲۶
اسنپ‌چت	۳	۳/۳	۱	۱/۱	۱

ادامه جدول ۵. داده‌های آماری شبکه‌های پیام‌رسان از لحاظ فیلترینگ

وایبر	۱	۱/۱	۲	۲/۲	۵	۵/۵	۵	۵/۵	۵
وی‌چت	۱	۱/۱	۲	۲/۲۲	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۲/۲
واتساپ	۵۱	۵۶	۲۰	۲۲	۳	۳/۳	۱۱	۱۲/۱	۳/۳

همان‌طور که داده‌های جدول (۵) نشان می‌دهد، ۵۶ درصد از پاسخ‌دهندگان از لحاظ فیلترینگ «واتساپ» را در رتبه اول، «تلگرام» را با ۲۵/۳ درصد در اولویت دوم و «بله» را ۷/۷ درصد در رتبه سوم ارزیابی کردند.

از آمارهای به‌دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه کتابداران استان مرکزی از میان شبکه پیام‌رسان مهم‌ترین شبکه از لحاظ راحتی استفاده، امنیت، کاربردی بودن و فیلترینگ پیام‌رسان واتساپ تشخیص داده شده است و از دیدگاه آن‌ها، شبکه پیام‌رسان «آی. گپ» در اولویت آخر انتخاب قرار دارد. از نظر پژوهشگر، به‌نظر می‌رسد امکان تعامل با اعضا از طریق تماس‌های صوتی و تصویری واتساپ و یا فیلترینگ شدن تلگرام باعث شده است که بیشتر کتابداران این شبکه پیام‌رسان را در اولویت قرار دهند که نتیجه این پژوهش با نتایج مرکز افکارسنجی دانشجویان ایران (ایسپا) «واتساپ» در ایران با استقبال زیادی مواجه شده است. در آذر سال ۱۳۹۴، ۱۶٫۶ درصد ایرانیان از این پیام‌رسان استفاده می‌کرده‌اند و طی نظرسنجی‌های ایسپا روند نوسانی را در میزان اعضا داشته است و در فروردین ۱۳۹۷، قبل از اعمال سیاست فیلترینگ تلگرام میزان استفاده از واتساپ ۱۱٫۹ درصد بوده

است. بعد از فیلتر تلگرام و کاهش ۱۰ درصد کاربران آن، میزان استفاده از واتساپ ۱۲ درصد افزایش یافته و به ۲۵ درصد رسید و این روند صعودی ادامه پیدا کرد تا جایی که در آخرین نظرسنجی ایسپا در تیر ۱۴۰۰ میزان استفاده از واتساپ به ۷۱٫۴ درصد رسیده است. درواقع داده‌ها نشان می‌دهد کاربران پیام‌رسان‌های اجتماعی واتساپ را جایگزین تلگرام کرده‌اند. همچنین با نظر نارمنجی (۱۴۰۰)، بیشترین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای ایجاد تعامل میان کتابداران و کاربران به ترتیب در اینستاگرام، تلگرام و واتساپ است و از نظر اقتصاد آنلاین (۱۴۰۰)، واتساپ و اینستاگرام به ۲ گزینه اصلی فعالیت در شبکه‌های مجازی برای کاربران ایرانی در سال گذشته تبدیل شده‌اند. به‌نظر می‌رسد که فیلتر شدن شبکه تلگرام در این موضوع دخیل بوده‌است، همسو است.

در پاسخ به سوال دوم پژوهش مبنی بر این که «کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی از نظر راحتی استفاده و امنیت و کاربردی بودن و فیلترینگ کدامیک از شبکه‌های اجتماعی را در اولویت قرار می‌دهند؟»، داده‌های جدول (۶) فراهم شده است.

جدول ۶. توزیع فراوانی شبکه‌های اجتماعی از لحاظ راحتی استفاده

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد
اینستاگرام	۸۷	۹۵/۶	۴	۴/۴	۰
فیسبوک	۱	۱/۱	۵۹	۶۴/۸	۱۸
لینکدین	۰	۰/۰	۳	۳/۳	۶۱
یوتیوب	۰	۰/۰	۱۲	۱۳/۲	۷
اسکایپ	۰	۰/۰	۵	۵/۵	۳
توییتر	۰	۰/۰	۶	۶/۶	۲
فیلکر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
دیسکورد	۰	۰/۰	۲	۲/۲	۰
ردیت	۳	۳/۳	۰	۰/۰	۰

شبکه‌های اجتماعی یوتیوب و لینکدین هست. امنیت معیار دوم در انتخاب شبکه اجتماعی از نظر کاربران هست که جدول (۷) نظر پاسخ‌دهندگان را در این مورد نشان می‌دهد

همان‌طور که داده‌های جدول (۶) نشان می‌دهد؛ ۹۵/۶ درصد از پاسخ‌دهندگان اینستاگرام را راحت‌ترین شبکه اجتماعی انتخاب کردند. ردیت و فیسبوک در رتبه‌های دوم و سوم قرار گرفتند. نقطه قابل توجه در این خصوص عدم علاقه‌مندی کتابداران بر

جدول ۷. داده‌های آماری شبکه‌های اجتماعی از لحاظ امنیت

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد
اینستاگرام	۶۶	۷۲/۵	۱۱	۱۲/۱	۷
فیسبوک	۵	۵/۵	۵۳	۵۸/۲	۱۹
لینکدین	۹	۹/۹	۴	۴/۴	۵۵
یوتیوب	۵	۵/۵	۷	۷/۷	۷
اسکایپ	۳	۳/۳	۳	۳/۳	۰
توییتر	۰	۰/۰	۱۳	۱۴/۳	۲
فیلکر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
دیسکورد	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
ردیت	۳	۳/۳	۰	۰/۰	۰

از لحاظ امنیت اینستاگرام با ۷۲/۵ درصد در اولویت اول و لینکدین با ۹/۹ درصد در رتبه دوم و فیسبوک و یوتیوب با ۵/۵ درصد در رتبه سوم قرار دارد. توییتر، فیلکر و دیسکورد شبکه‌های اجتماعی هستند که پاسخ‌دهندگان رغبتی به آن‌ها

جدول ۸. داده‌های آماری شبکه‌های اجتماعی از لحاظ کاربردی

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد
اینستاگرام	۸۶	۹۴/۵	۳	۳/۳	۰
فیسبوک	۲	۲/۲	۵۱	۵۶	۲۱
لینکدین	۲	۲/۲	۱	۱/۱	۴۷
یوتیوب	۱	۱/۱	۲۷	۲۹/۷	۱۰
اسکایپ	۰	۰/۰	۵	۵/۵	۰
توییتر	۰	۰/۰	۴	۴/۴	۱۱
فیلکر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
دیسکورد	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
ردیت	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰

همان‌طور که داده‌های جدول (۸) نشان می‌دهد، ۹۴/۵ درصد از پاسخ‌دهندگان اینستاگرام را کاربردی‌ترین شبکه اجتماعی معرفی کردند. فیسبوک و لینکدین در رتبه‌های دوم و سوم قرار دارند. اسکایپ، توییتر، فیلکر، دیسکورد و ردیت از سوی هیچ

جدول ۹. داده‌های آماری شبکه‌های اجتماعی از لحاظ فیلترینگ

اولویت	اولویت اول	اولویت دوم	اولویت سوم	اولویت چهارم	اولویت پنجم
نام شبکه	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد	فراوانی درصد
اینستاگرام	۶۷	۷۳/۶	۶	۶/۶	۱۲
فیسبوک	۷	۷/۷	۵۴	۵۹/۳	۱۲
لینکدین	۴	۴/۴	۵	۵/۵	۴۹
یوتیوب	۱۲	۱۳/۲	۱۳	۱۴/۵	۲
اسکایپ	۱۱	۱۲/۱	۰	۰/۰	۱
توییتر	۱	۱/۱	۱۳	۱۴/۳	۱۰
فیلکر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
دیسکورد	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰
ردیت	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰

همان‌طور که داده‌های جدول (۹) نشان می‌دهد، پاسخ-دهندگان اینستاگرام را با ۷۳/۶ درصد در رتبه اول، یوتیوب را با ۱۳/۲ درصد در رتبه دوم و اسکایپ را با ۱۲/۱ درصد در رتبه سوم انتخاب کردند. در پاسخ به سؤال سوم پژوهش مبنی

جدول ۱۰. داده‌های شبکه‌های پیام رسان برای ارائه کارها و فعالیت‌های کتابخانه از دیدگاه کتابداران

اولویت نام شبکه		اولویت اول		اولویت دوم		اولویت سوم		اولویت چهارم		اولویت پنجم	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
بله		۴۳	۴۷/۳	۲۲	۴۲/۲	۱۵	۱۶/۵	۵	۵/۵	۳	۳/۳
ایتا		۶	۶/۶	۲۳	۲۵/۳	۲	۲/۲	۷	۷/۷	۴	۴/۴
سروش		۰	۶/۶	۵	۵/۵	۹	۹/۹	۳۸	۴۱/۸	۲۵	۲۷/۵
گپ		۰	۰/۰	۲	۲/۲	۲	۲/۲	۵	۵/۵	۲	۲/۲
تلگرام		۴	۴/۴	۱۶	۱۷/۶	۳۴	۳۷/۴	۲۵	۲۷/۵	۱۰	۱۱
اسنپ‌چت		۰	۰/۰	۰	۰/۰	۱	۱/۱	۳	۳/۳	۴۱	۴۵/۱
وایبر		۰	۰/۰	۰	۰/۰	۸	۸/۸	۰	۰/۰	۰	۰/۰
وی‌چت		۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۳	۳/۳	۳	۳/۳
واتساپ		۳۸	۴۱/۸	۲۳	۲۵/۳	۲۰	۲۲	۵	۵/۵	۳	۳/۳

همان‌طور که داده‌های جدول (۱۰) نشان می‌دهد؛ ۴۷/۳ درصد از کتابداران نرم‌افزار کاربردی «بله» را انتخاب کردند. ۴۱/۸ درصد نیز نرم‌افزار واتساپ را انتخاب کرده بودند. ایتا با ۶/۶ درصد در رتبه سوم قرار گرفت. سروش، آی. گپ، اسنپ‌چت،

جدول ۱۱. داده‌های شبکه‌های اجتماعی برای ارائه کارها و فعالیت‌های کتابخانه از دیدگاه کتابداران

اولویت	اولویت اول		اولویت دوم		اولویت سوم		اولویت چهارم		اولویت پنجم	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
نام شبکه	۰/۰	۹۸/۹	۲	۲/۲	۱	۱/۱			۰	۰/۰
فیسبوک	۰	۰/۰	۵۵	۶۰/۴	۲۳	۲۵/۳	۸	۸/۸	۱	۱/۱
لینکدین	۱	۱/۱	۸	۸/۸	۵	۵/۵	۳	۳/۳	۶۶	۷۲
یوتیوب	۰	۰/۰	۱۴	۱۵/۴	۵۵	۶۰/۴	۱۴	۱۶/۴	۷	۷/۷
اسکایپ	۰	۰/۰	۶	۶/۶	۲	۲/۲	۰	۰/۰	۰	۰/۰
توییتر	۰	۰/۰	۶	۶/۶	۳	۳/۳	۶۲	۶۴/۱	۱۱	۱۲/۱
فیلکر	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۲	۲/۲	۲	۲/۲
دیسکورد	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۴	۴/۴
ردیت	۰	۰/۰	۰	۰/۰	۲	۲/۲	۲	۲/۲	۰	۰/۰

همان‌طور که داده‌های جدول (۱۱) نشان می‌دهد، ۹۸/۹ درصد از پاسخ‌دهندگان در بین شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام را انتخاب کردند. لینکدین تنها شبکه اجتماعی بعد از اینستاگرام بوده است. بقیه شبکه‌های اجتماعی از سوی کتابداران مورد استفاده قرار نگرفته است.

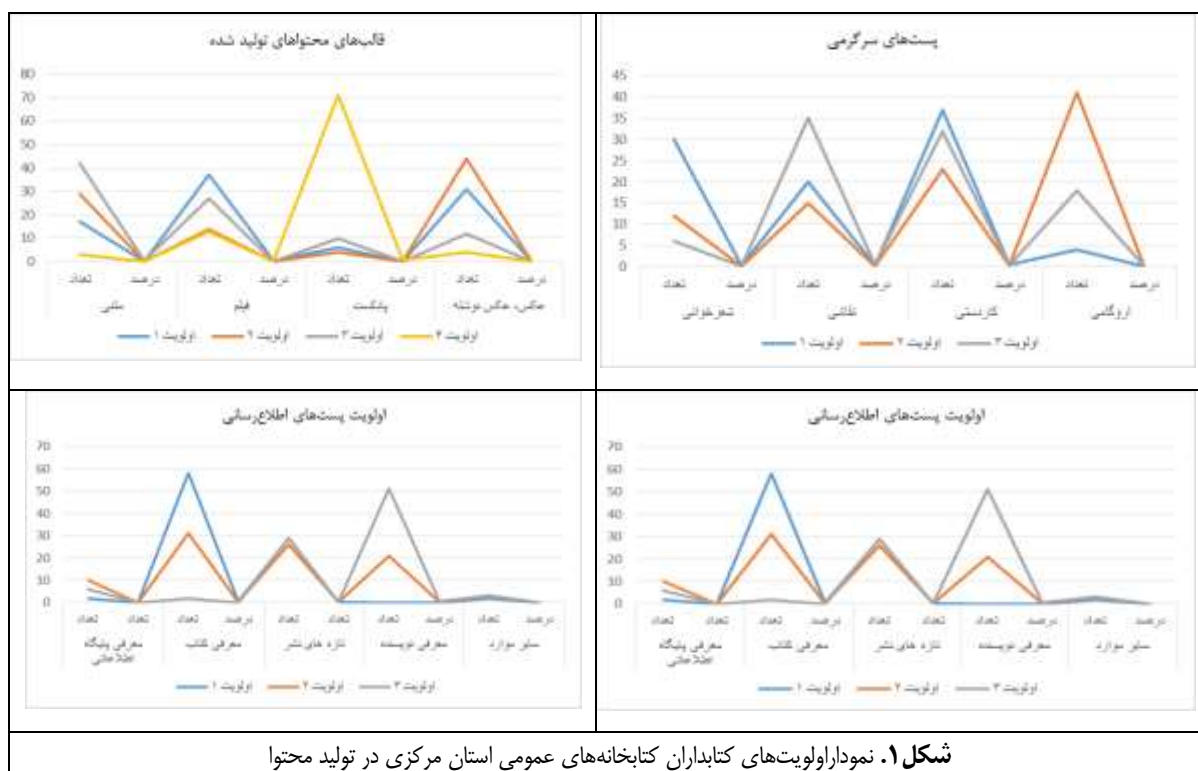
می‌توان نتیجه گرفت که کتابداران از شبکه پیام‌رسان «بله» و شبکه اجتماعی «اینستاگرام» بیشترین استفاده را دارند و همچنین از میان شبکه پیام‌رسان «بله» و شبکه اجتماعی «اینستاگرام»، شبکه اجتماعی اینستاگرام انتخاب اول کتابداران استان مرکزی برای ارائه کارها و فعالیت‌های کتابخانه می‌باشد علت اولویت قرار گرفتن شبکه پیام‌رسان «بله» ۱. فیلتر شدن شبکه‌های پیام‌رسان

با توجه به نتایج پژوهش می‌توان بیان کرد که بر اساس یافته‌های سوالات قبلی کتابداران بیشتر از شبکه‌های اینستاگرام و بله برای فعالیت در فضای مجازی استفاده می‌کنند پس به نظر می‌رسد که بیشتر استفاده کنندگان از این شبکه‌ها گروه بزرگسالان است پس با نتایج پژوهش همسویی پیدا می‌کند. همچنین با نتایج پژوهش اقتصاد آنلاین (۱۴۰۰)، نتایج بررسی‌های رسمی در مورد شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۹ بیش از ۶۵ درصد افراد ۱۵ ساله و بیشتر حداقل در یک شبکه اجتماعی عضو هستند، همسو است.

در پاسخ به سؤال پنجم پژوهش مبنی بر این که «کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی بیشتر چه نوع محتواها را در چه قالبی در اولویت تولید قرار دادند؟ داده‌های آماری نشان می‌دهد که از نظر کتابداران استان مرکزی بیشترین پست‌ها از لحاظ موضوع به رویدادهای کتابخانه اختصاص داشت. پس از آن اطلاع‌رسانی، پست آموزشی، پست پژوهشی، سرگرمی و مناسبتی است و از میان پست‌های اطلاع‌رسانی، معرفی کتاب در اولویت است. پس از آن معرفی نویسنده، پست آموزشی، معرفی پایگاه اطلاعاتی و سایر موارد است و از میان پست‌های سرگرمی کاردستی در اولویت است. پس از آن اروگامی، نقاشی و شعرخوانی است. پست‌ها از نظر قالب فیلم و عکس است. بعد از آن متنی و در نهایت پادکست است.

خارجی است ۲. یک شبکه ایرانی است و قابلیت ارسال و دریافت عکس، فیلم و فایل با سرعت بسیار بالا، ارسال و دریافت راحت تصاویر، فیلم‌ها و فایل‌های گوناگون، نگهداری مطمئن در زیرساخت ابری پایدار و سریع «بله» دسترسی مستقیم در هر زمان، هر مکان و با هر ابزار است. همچنین امکان گفتگو (چت) با دوستان، در یک محیط زیبا، راحت و با امکانات فراوان، تجربه‌ای یکپارچه در همه بسترهای همراه و ثابت (موبایل، وب و یا دسکتاپ)، ایجاد و ارسال استیکرهای مورد علاقه، در بستری تعاملی با دیگران وجود دارد. رسانه‌ای قدرتمند برای افراد و کسب و کارها است. دریافت و انتشار اطلاعات، افکار و اخبار از طریق کانال‌های گوناگون دارد. خدمات ویژه برای کانال‌های رسمی اشخاص حقیقی و حقوقی است و به‌نظر می‌رسد امنیت آن نسبت به شبکه‌های پیام‌رسان خارجی پایین است. ۳. پیام‌رسانی است که نهاد کتابخانه‌های عمومی آن را پیشنهاد داده است. پژوهشی که به‌طور کامل به بررسی شبکه اجتماعی بله پرداخته شده باشد یافت نشد و در مورد ویژگی‌های اینستاگرام هم در پاراگراف قبلی اشاره شد.

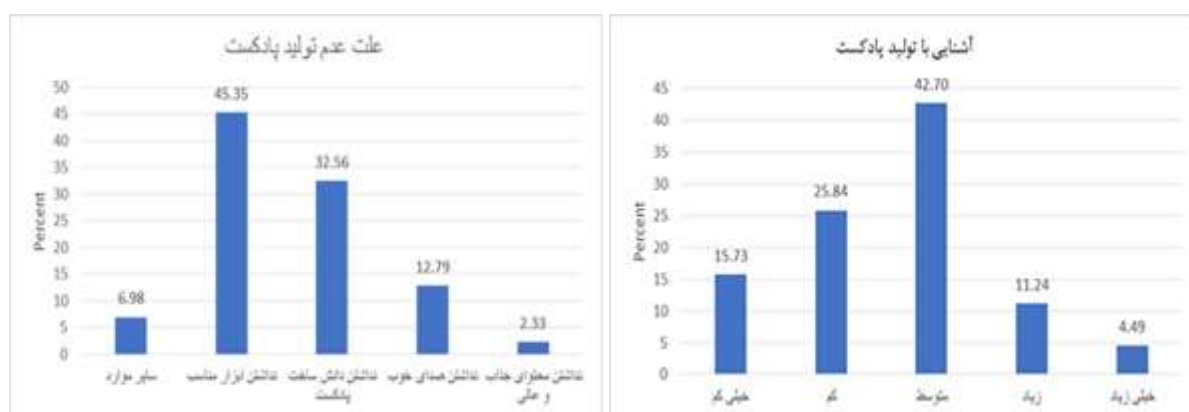
در پاسخ به سؤال چهارم پژوهش مبنی بر این که «کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی بیشتر در تولید محتوای دیجیتالی چه گروه سنی را مد نظر قرار می‌دهند؟». یافته‌ها نشان می‌دهد که کتابداران استان مرکزی گروه بزرگسالان را در اولویت اول خود برای تولید محتوای دیجیتالی قرار داده‌اند.



را دریافت کردند از این بابت هم یافته‌های پژوهش حاضر با یافته‌های مردانی و جنوی (۱۴۰۰)، همسوست چرا که یافته‌های آنان نشان داد که کتابداران اعتقاد دارند مخاطبان-شان بیشتر محتوای اطلاع‌رسانی را در شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. معرفی منابع، مطالب سرگرمی و علمی نیز از محتوای موردعلاقه مخاطبان است. نتایج پژوهش چو و دو (۲۰۲۱)، نشان داد که مهم‌ترین هدف کتابخانه‌ها در استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی انتشار اخبار و وقایع کتابخانه، ارائه منابع آنلاین، پرس و جو، ارائه اطلاعات کلی کتابخانه و تشکیل گروه‌های بحث بود. سینگاه و ساراما (۲۰۱۵)، مهم‌ترین هدف استفاده کتابداران از ابزارهای وب ۰٫۲ را انتشار اخبار، وقایع و اطلاعیه‌های کتابخانه، آگاهی‌رسانی به کاربران در خصوص موضوعات جدید، مشارکت در بحث‌ها و تعاملات، اشتراک اطلاعات در خصوص کتاب‌ها و مجلات الکترونیکی جدید، ارائه تورهای کتابخانه‌ای و آموزش سواد اطلاعاتی و برقراری ارتباط ذکر شدند. پنافلور (۲۰۱۸)، محتوای موجود در صفحات فیسبوک کتابخانه‌ها را به چهار دسته اطلاعات عمومی کتابخانه، رویدادهای کتابخانه و فعالیت‌های ترویجی، منابع کتابخانه‌ای و منابع اطلاعاتی خارجی و محتوای دانشگاهی و مربوط به دانشگاه تقسیم کرده است. گرزگورز و گمیترک (۲۰۲۱)، پست‌ها شامل متون، اطلاعات گرافیکی، توالی‌های ویدیویی و پیوندهایی برای هدایت توجه کاربر به اسناد، رویدادها و خدمات ارائه‌شده توسط کتابخانه برای تعامل با مشتریان در زمانی که مکان فیزیکی بسته بود، بوده است که در برخی موارد با نتایج پژوهش همسو است.

در پاسخ به سؤال ششم پژوهش مبنی بر میزان آشنایی و تولید محتوای پادکست در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی تا چه حد است؟ آمار نشان می‌دهد حدود ۴۳٪ کتابداران استان مرکزی به‌طور متوسط با تولید پادکست آشنایی دارند حدود ۴۰ درصد کتابداران استان برای محتوای دیجیتالی پادکست تولید کرده‌اند. و از میان عوامل عدم تولید پادکست ۴۵ درصد کتابداران نداشتن ابزار مناسب را دلیل عدم تولید پادکست عنوان کرده‌اند.

به‌نظر می‌رسد، در زمان آغاز به فعالیت کتابداران در شبکه‌های اجتماعی به‌دلیل تعطیلی کتابخانه‌ها در همه‌گیری کرونا کتابداران بیشتر رویدادهای کتابخانه را در فضای مجازی به اشتراک می‌گذاشتند اما بعد از مدتی سایر موارد هم به اشتراک گذاشته شد و علت این که از میان پست‌های اطلاع‌رسانی معرفی کتاب مورد پسند کتابداران است. معمولاً اعضای کتابخانه در زمان مراجعه به کتابخانه قبل از انتخاب از کتابدار مشواره می‌گیرند پس معرفی کتاب در فضای مجازی می‌تواند برای کاربران بیشتر از بقیه موارد مفید باشد. در فضای فیزیکی کتابخانه ساخت کاردستی در بخش کودک یکی از کارهای مورد علاقه اعضای کودک کتابخانه‌ها بود با تعطیلی کتابخانه چون اعضای کودک نمی‌توانستند به کتابخانه مراجعه کنند آموزش کاردستی‌هایی که در فضای مجازی توسط کتابداران به اشتراک گذاشته می‌شد بسیار پر طرفدار بود. از دیدگاه کتابداران، قالب فیلم در اولویت اول است به‌نظر می‌رسد چون امروزه زمان و حوصله برای خواندن مطالب متنی نداریم همچنین فیلم با جذابیت‌های صوتی و بصری که دارند می‌تواند برای انتقال پیام و آموزش مفیدتر باشد. نتایج این پژوهش با نتایج پژوهش نریمانی، زره‌ساز و صراف‌زاده (۱۴۰۰) همسو است چرا که یافته‌های آنان نیز نشان داد که پست‌های منتشرشده در صفحات اینستاگرام کتابخانه‌های عمومی ایران به ده دسته اطلاع‌رسانی رویدادهای آینده، رویدادهای انجام‌شده، اطلاعیه‌های عمومی در مورد کتابخانه، اخبار محلی و عمومی، فناوری، پیام‌های الهام‌بخش و احساسی، معرفی منابع کتابخانه، پست‌های مناسبی، پشت‌صحنه و سایر موارد تقسیم‌شده بود. بیشترین محتوای ارائه شده در پست‌های صفحات اینستاگرام کتابخانه‌های عمومی، متعلق به دسته‌های رویدادهای انجام‌شده، معرفی منابع کتابخانه و اطلاع‌رسانی رویدادهای آینده بوده است. بیشترین میزان مشارکت کاربران به ترتیب متعلق به دسته‌های رویدادهای انجام‌شده، معرفی منابع کتابخانه و اطلاع‌رسانی رویدادهای آینده است. در زمینه مشارکت کاربران در بین قالب‌های استفاده شده نیز، قالب‌های عکس و متن، عکس و فیلم و متن به‌ترتیب بیشترین مشارکت



شکل ۲. میزان آشنایی و تولید محتوای پادکست در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی

کشور کلاس‌ها و آموزش‌های مفید و مناسب برای تولید پادکست برگزار کند و همچنین ابزار مناسب برای تولید پادکست در اختیار هر کتابخانه تهیه کند می‌تواند شاهد تولید پادکست‌هایی باکیفیت در راستای اهداف برای گسترش فرهنگ کتاب و کتابخوانی و تبلیغ کتابخانه‌ها در جامعه باشد که نتیجه این پژوهش با پژوهش قهرودی و نوری‌نسب عسگرآبادی (۱۳۹۱) همسو است که معتقد بودند که بیشتر مدیران تبلیغاتی آشنایی چندانی با پادکست و وودکستینگ نداشتند. پس برای تولید پادکست باید با روش تولید آن آشنا شد و همچنین قبل از شروع باید هر دو گروه تجهیزات سخت افزاری و نرم افزاری، توجه داشت.

در پاسخ به سؤال هفتم پژوهش مبنی بر دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی در خصوص فعالیت در فضای مجازی چیست داده‌های جدول (۱۲) فراهم شده است.

با توجه به ویژگی پادکست‌ها که در هر زمان می‌توان به راحتی از آن استفاده کرد و در مورد مطالب گوناگون و برای اهداف مختلف پادکست تولید کرد به نظر من چون پادکست تقریباً در شبکه‌ها اجتماعی جدید است کتابداران آشنایی با پادکست و روش تولید آن ندارند برخی هم علاقه‌ای برای تولید پادکست ندارند یا شاید صدای خوبی ندارد تعدادی هم که آشنایی کمی با تولید پادکست دارند ابزار مناسبی برای تولید پادکست ندارند در بیشتر کتابخانه‌ها تنها کتابداران با گوشی خود اقدام به ضبط صدا و تولید پادکست می‌کنند که به نظر می‌رسد که حتی گوشی بیشتر کتابداران فاقد برنامه‌های ادیت و ویرایش و غیره به دلیل نبودن ابزار مناسب کیفیت پادکست‌های تولیدی کتابداران در مقایسه با سایر پادکست‌ها از کیفیت پایین‌تری دارند و کمتر مورد استفاده قرار می‌گیرد و این کار باعث بی‌انگیزگی کتابدار می‌شود پس اگر نهاد کتابخانه‌های عمومی

جدول ۱۲. داده‌های آماری بر دیدگاه کتابداران در خصوص فعالیت در فضای مجازی

مقیاس‌ها / مولفه‌ها	خیلی کم	کم	متوسط	زیاد	بسیار زیاد	میانگین	انحراف معیار
	درصد	درصد	درصد	درصد	درصد	فراوانی	درصد
میزان مشارکت کاربران در تعامل برقرار کردن و لایک کردن پست‌ها	۸	۹	۱۹	۲۱/۳	۴۱	۴۶/۱	۴۱
از نظر شما تا چه اندازه فعالیت در فضای مجازی باعث ترغیب مراجعه فیزیکی اعضا به کتابخانه شده است ؟	۷	۷/۹	۱۸	۲۰/۲	۴۰	۴۴/۹	۴۰
از نظر شما تا چه اندازه مدت زمان عضویت اعضا کتابخانه در مشارکت در شبکه‌ها تأثیرگذار است؟	۸	۹	۲۲	۲۴/۷	۳۶	۴۰/۴	۳۶
از نظر شما تا چه اندازه تایید شدن و مشارکت کاربران را در پیشرفت کاریتان موثر می‌دانید ؟	۲	۲/۲	۵	۶/۵	۳۶	۴۰/۴	۳۶

نشان می‌دهد که از دیدگاه کتابداران استان مرکزی انگیزه فردی و رضایت شغلی در پیشرفت فعالیت در فضای مجازی را با بیشترین مقدار میانگین برابر ۴/۲۵ درصد در استفاده از فضای مجازی برای بهره‌گیری از تجربه همکاران‌شان را از سایر موارد مفید می‌دانند. همچنین از نظر کتابداران نوع و اندازه کتابخانه و منابع و کتابدار در فعالیت در فضای مجازی تأثیرگذار است و برای انجام فعالیت در فضای مجازی با بیشترین مقدار میانگین برابر ۳/۹۳ درصد فضای مناسبی برای تبلیغ می‌دانند.

داشتن انگیزه برای انجام هر فعالیتی ضروری است ولی تنها داشتن انگیزه برای رسیدن به هدف کافی نیست با توجه به نظر کتابداران استان مرکزی باید اشاره کرد که کتابداران متأسفانه از جنبه حقوق و درآمد رضایت شغلی ندارند و این مورد باعث شده است که انگیزه کتابداران برای فعالیت در فضای مجازی کاهش یابد ولی با توجه به حضور همه کتابداران در شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام و پیام‌رسان «بله» باعث شده کتابداران از کارها و فعالیت‌های سایر کتابداران در سراسر ایران آگاه شوند این مورد باعث شده است که بتوان از برخی کارها و پست‌های اشتراکی ایده گرفت و بهره برد. به نظر می‌رسد که با توجه به نتایج کتابخانه‌های عمومی شهری در مقایسه با کتابخانه‌های روستایی فعالیت بیشتری در فضای مجازی دارند همچنین کتابخانه‌های عمومی مرکزی در هر شهر با توجه به امکانات بیشتر و منابع بیشتر به علت داشتن تعداد اعضای بیشتر باید فعالیت‌های زیادتری در فضای مجازی داشته باشند اگر کتابداران و مسئولان بتوانند طبق برنامه‌ریزی دقیق فعالیت‌های کتابخانه خود را در فضای مجازی سامان دهند این فضا می‌تواند فضایی مناسب و بدون هزینه برای تبلیغ کتابخانه باشد. راجمن و بوتری (۲۰۱۴)، در یافته‌های پژوهش خود نشان داد که کتابخانه‌های دانشگاهی در اندونزی بیشتر از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ خدمات، امکانات و مجموعه‌های خود و انتشار هرگونه اطلاعات مهم مرتبط با کتابخانه استفاده می‌کنند که با نتایج این پژوهش جهت تبلیغ خدمات کتابخانه همسو است. همچنین نتایج احمدخان و روبینا (۲۰۱۲)، نشان داد استفاده از رسانه‌های اجتماعی در بازاریابی خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی در کتابخانه‌ها اجتناب‌ناپذیر است و جهت ارائه خدمات و بازاریابی برای کتابخانه از روش‌های سنتی بیشتر کاربرد دارند و کاربرد آن‌ها نیز نزدیک‌تر شدن بیشتر به کاربران و ارتباط با آنان و به اشتراک‌گذاری اطلاعات از طریق رسانه‌های اجتماعی است.

از میان معایب استفاده از فضای مجازی از دیدگاه کتابداران استان مرکزی برای بیشترین مقدار میانگین برابر

همان‌طور که داده‌های جدول (۱۲) نشان می‌دهد؛ کتابداران استان مرکزی، تأیید شدن و مشارکت کاربران در پیشرفت کاریشان را با بیشترین مقدار میانگین برابر ۳/۶۲ درصد در استفاده از فضای مجازی برای اطلاع‌رسانی و ارتباط‌گیری بیشتر با اعضا مفید می‌دانند. همچنین از نظر آن‌ها مدت زمان عضویت اعضای کتابخانه در مشارکت در شبکه‌ها با کمترین مقدار میانگین برابر ۲/۸۸ درصد تأثیری کمتری داشته است. زمانی که کتابداران بدانند که پست‌های به اشتراک گذاشته آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی دیده شده و حتی لایک شده‌اند انگیزه‌شان برای ادامه فعالیت بهتر در فضای مجازی افزایش می‌یابد و همچنین کتابداران تلاش می‌کنند تا اعضای بیشتری را جذب شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی کتابخانه خود کنند. با استفاده روز افزون از شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران به نظر می‌رسد که فقط اعضای با سابقه کتابخانه پیگیر فعالیت‌های کتابخانه در فضای مجازی نیستند بلکه به-نظر می‌رسد که حتی کسی که برای اولین بار به کتابخانه مراجعه کند و از فعالیت‌های کتابخانه در فضای مجازی آگاه شود حتماً پیگیر این فعالیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی کتابخانه می‌شود که جلیل‌پورو عزیزخانی (۱۳۹۴)، رسانه‌های اجتماعی به دلیل داشتن ویژگی‌هایی چون ارتباط دوسویه، شکل‌گیری گروه‌های آنلاین، و غیره می‌توانند برای کتابخانه‌ها در تشویق و ترغیب مشتریان به استفاده از محصولات و خدمات کتابخانه‌ای بسیار مؤثر باشند به این موارد اشاره دارد.

همچنین نتایج پژوهش رادفورد (۲۰۰۸)، نرم‌افزارهای اجتماعی کاربران را قادر می‌سازد که از راهی که مایلند با کتابخانه تعامل برقرار کنند و عناصر مشارکتی نرم‌افزارهای اجتماعی، ارائه بازخورد توسط کاربران را در تمامی جنبه‌های خدمات کتابخانه به شکل آسان‌تری میسر ساخته است. نتایج سینگاه و سارما (۲۰۱۵)، نشان داد اولویت کاربرد این ابزارها از دیدگاه کتابداران تسهیل در به‌دست آوردن بازخورد از کاربر و درک علائق خوانندگان، توسعه اشتراک دانش، همکاری و افزایش مشارکت و تعامل کاربران و ارتباط با کاربران بود، با نتایج این پژوهش همسو است. در ادامه پژوهش‌هایی انجام شده در مورد ارتباط‌گیری اعضا با کتابخانه‌ها نتایج پژوهش چو و دو (۲۰۱۳)، نشان داد مزایای ابزارهای شبکه‌های اجتماعی اشتراک اطلاعات و دانش، ارتقای خدمات مرجع، کمک به ارتقای خدمات کتابخانه و تعامل و ارتباط با کاربران و همکاران عنوان شده تعامل و ارتباط‌گیری کاربران با کتابداران اشاره دارد.

در پاسخ به سؤال هشتم پژوهش مبنی بر از نظر کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان مرکزی معایب و مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه‌ها چیست؟ یافته‌ها

هیچ کدام از آنها اشاره‌ای به اینکه فعالیت کتابخانه‌ها در فضای مجازی باعث ضعف کتابداری می‌شود اشاره‌ای نشده است.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج به دست آمده؛ بیشتر کتابداران استان مرکزی با فضای مجازی آشنا هستند. از میان شبکه پیام‌رسان مهم‌ترین شبکه از لحاظ راحتی استفاده، امنیت، کاربردی بودن و فیلترینگ پیام‌رسان «واتساپ» تشخیص داده شد. از دیدگاه آنها شبکه پیام‌رسان «آی. گپ» در اولویت آخر انتخاب قرار دارد. به نظر می‌رسد امکان تعامل با اعضا از طریق تماس‌های صوتی و تصویری واتساپ و یا فیلترینگ شدن تلگرام باعث شده است که بیشتر کتابداران این شبکه پیام‌رسان را در اولویت قرار دهند.

علت اولویت قرار گرفتن شبکه پیام‌رسان «بله» از ۱. فیلتر شدن شبکه‌های پیام‌رسان خارجی است ۲. یک شبکه ایرانی است و قابلیت ارسال و دریافت عکس، فیلم و فایل با سرعت بسیار بالا، ارسال و دریافت راحت تصاویر، فیلم‌ها و فایل‌های گوناگون، نگهداری مطمئن در زیرساخت ابری پایدار و سریع «بله» دسترسی مستقیم در هر زمان، هر مکان و با هر ابزار است. همچنین امکان گفتگو (چت) با دوستان، در یک محیط زیبا، راحت و با امکانات فراوان، تجربه‌ای یکپارچه در همه بسترهای همراه و ثابت (موبایل، وب و یا دسکتاپ)، ایجاد و ارسال استیکرهای مورد علاقه، در بستری تعاملی با دیگران وجود دارد. رسانه‌ای قدرتمند برای افراد و کسب و کارها است. دریافت و انتشار اطلاعات، افکار و اخبار از طریق کانال‌های گوناگون دارد. خدمات ویژه برای کانال‌های رسمی اشخاص حقیقی و حقوقی است و به نظر می‌رسد امنیت آن نسبت به شبکه‌های پیام‌رسان خارجی پایین است ۳. پیام‌رسانی است که نهاد کتابخانه‌های عمومی آن را پیشنهاد داده است.

از آمارهای به دست آمده می‌توان نتیجه گرفت که از دیدگاه کتابداران استان مرکزی از میان شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین شبکه از لحاظ راحتی استفاده، امنیت، کاربردی بودن و فیلترینگ شبکه اجتماعی اینستاگرام تشخیص داده شده است. و از دیدگاه آنها شبکه اجتماعی ردیت در اولویت آخر انتخاب قرار دارد. کتابداران به این علت اینستاگرام را در اولویت قرار دادند زیرا اینستاگرام یک شبکه اجتماعی آنلاین برپایه تلفن همراه به اشتراک‌گذاری عکس و ویدئو است که به کاربران خود امکان می‌دهد تا اقدام به گرفتن عکس و ضبط ویدئو کنند و آن را در پلتفرم‌های دیگر به اشتراک بگذارند و سطح جهان نیز اینستاگرام نسبت به سایر شبکه‌های اجتماعی دارای بیشترین

۲/۷۳ درصد تهدید حریم خصوصی و ضعف در کار کتابداری می‌دانند. با توجه به معایب استفاده از فضای مجازی از دیدگاه کتابداران به نظر می‌رسد که فعالیت در فضای مجازی در برخی موارد حریم خصوصی کتابداران را تهدید می‌کند ولی نمی‌توان با قطعیت فعالیت در فضای مجازی را ضعف در کار کتابداری دانست زیرا فعالیت در فضای مجازی باید برای اعضای کتابخانه، هدفمند، به اندازه، مفید و جنبه اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات بهتر برای کتابخانه‌ها باشد نباید فقط جنبه آمارسازی داشته باشد تا کتابدار بتواند وقت کافی برای وظایف اصلی کتابداری داشته باشد و همچنین فعالیت در فضای مجازی نباید اولویت انتخاب برای کتابدار یا کتابخانه برتر باشد یا به عنوان مهم‌ترین کار کتابدار شناخته شود همچنین کتابداران بتوانند هم در فضای مجازی هم در فضای فیزیکی تعادل برقرار کنند در هر دو فضا می‌توانند بهترین خدمات را به اعضا و کاربران خود ارائه دهند چرا که با به وجود آمدن کتابخانه‌های دیجیتال که کتابخانه‌های سنتی از بین نرفته و یا با وجود کتاب‌های صوتی یا کتاب‌های الکترونیکی، کتابخوانی سنتی از بین نرفته پس باید فقط برنامه‌ریزی دقیقی در این مورد انجام شود. کتابداران علاوه بر فعالیت در فضای فیزیکی کتابخانه‌ها در فضای مجازی بتوانند نیازهای اطلاعاتی کاربران را فراهم کنند. نتایج این پژوهش در مورد معایب استفاده از فضای مجازی در کتابخانه‌ها با نتایج پژوهش باغستانی، تجلی و صوری (۱۳۹۴)، کتابداران مشغله کاری و نداشتن اوقات فراغت، فیلتر بودن، پایین بودن سرعت اینترنت، ترس از سوءاستفاده و تهدید حریم خصوصی، مشکلات شخصی و کاری، آشنا نبودن با ماهیت و نحوه استفاده از پایگاه‌ها و عدم امنیت داده‌ها را مهم‌ترین موانع استفاده از شبکه‌ها دانستند همچنین با نتایج بخشی‌زاده و همکاران (۱۳۹۹)، در بین تداعی‌های نامطلوب مطرح شده، تداعی‌های سرعت کم، عدم امنیت اطلاعات، تحمیل و اجبار و تعداد کاربران کم در هر دو گروه مشترک هستند. سکر (۲۰۰۸)، مهم‌ترین موانع به کارگیری این ابزارها، آشنا نبودن با نحوه استفاده مؤثر از این ابزارها در کتابخانه‌ها، طرز تفکر کتابداران که این ابزارها را صرفاً تفریحی و غیر حرفه‌ای انگاشتند، مسائل امنیتی و حفظ حریم خصوصی بود. کولینز و کوئن‌هاس (۲۰۱۲)، با محدودیت‌هایی مانند قطعی در اینترنت یا اینترنت بیسیم، مشکل امنیت، هزینه و فرصت‌های آموزشی و نبود علاقه و مهارت کارکنان در زمینه ارائه خدمات از طریق رسانه‌های اجتماعی روبرو هستند، همسو است زیرا در این پژوهش‌ها از بین رفتن حریم خصوصی اشاره شده است ولی در

سرعت رشد است (حسنی، ۱۳۹۸). همچنین به نظر می‌رسد که در ایران به دلیل فیلترشدن شبکه‌هایی مثل تلگرام، یوتیوب و توئیتر، اینستاگرام به عنوان اصلی‌ترین شبکه اجتماعی محسوب می‌شود که نتایج این پژوهش با نتایج زارعزاده (۱۳۹۷)، که بیان می‌کند کتابداران از تلگرام و اینستاگرام برای امور پژوهشی و خدمات کتابخانه‌ای بیشترین میزان استفاده را دارند همسو هست. همچنین راجمن و پوتری (۲۰۱۸)، نیز گزارش کردند که کتابخانه‌های پاسخگو از پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی متنوعی مانند واتساپ، اینستاگرام، توئیتر، لاین، فیس‌بوک، جهت اشتراک گذاری ویدیو (کانال یوتیوب) به‌طور گسترده استفاده می‌کنند. گرزگورزو گمیترک (۲۰۲۱)، معتقد است که کتابخانه‌های دانشگاهی لهستان بیشترین استفاده را از فیس‌بوک در طول قرنطینه و پس از آن اینستاگرام و توئیتر داشته‌اند. البته در تحقیق گرزگورزو گمیترک فیس بوک بیشترین کاربرد را دارد که با نتایج این پژوهش همسویی ندارد. شاید علت فیلترینگ در ایران باعث شده است که کتابداران نتوانند از این شبکه اجتماعی استفاده کنند.

علت اینکه از میان پست‌های اطلاع‌رسانی معرفی کتاب مورد پسند کتابداران است معمولاً اعضای کتابخانه در زمان مراجعه به کتابخانه قبل از انتخاب از کتابدار مشاوره می‌گیرند پس معرفی کتاب در فضای مجازی می‌تواند برای کاربران بیشتر از بقیه وارد مفید باشد. در فضای فیزیکی کتابخانه ساخت کاردستی در بخش کودک یکی از کارهای مورد علاقه اعضای کودک کتابخانه‌ها بود با تعطیلی کتابخانه چون اعضای کودک نمی‌توانستند به کتابخانه مراجعه کنند آموزش کاردستی‌هایی که در فضای مجازی توسط کتابداران به اشتراک گذاشته می‌شد بسیار پر طرفدار بود. از دیدگاه کتابداران، قالب فیلم در اولویت اول است به‌نظر می‌رسد چون امروزه زمان و حوصله برای خواندن مطالب متنی نداریم همچنین فیلم با جذابیت‌های صوتی و بصری که دارند می‌توانند برای انتقال پیام و آموزش مفیدتر باشد

زمانی که کتابداران بدانند که پست‌های به اشتراک گذاشته آن‌ها در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی دیده شده و حتی لایک شده انگیزه‌شان برای ادامه فعالیت بهتر در فضای مجازی افزایش می‌یابد و همچنین کتابداران تلاش می‌کنند تا اعضای بیشتری را جذب شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی کتابخانه خود کنند. با استفاده روزافزون از شبکه‌های اجتماعی توسط کاربران به نظر می‌رسد که فقط اعضای با سابقه کتابخانه پیگیر فعالیت‌های کتابخانه در فضای مجازی نیستند بلکه به‌نظر می‌رسد که حتی کسی که برای اولین بار به کتابخانه مراجعه کند و و از فعالیت‌های کتابخانه در فضای مجازی آگاه شود حتماً پیگیر این

فعالیت‌ها در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی کتابخانه می‌شود. از دیدگاه کتابداران استان مرکزی انگیزه فردی و رضایت شغلی در پیشرفت فعالیت در فضای مجازی تأثیرگذار است و استفاده از فضای مجازی برای بهره‌گیری از تجربه همکارانشان را از سایر موارد مفید می‌دانند. داشتن انگیزه برای انجام هر فعالیتی ضروری است ولی تنها داشتن انگیزه برای رسیدن به هدف کافی نیست با توجه به نظر کتابداران استان مرکزی باید اشاره کرد که کتابداران متأسفانه از جنبه حقوق و درآمد رضایت شغلی ندارند و این مورد باعث شده است که انگیزه کتابداران برای فعالیت در فضای مجازی کاهش یابد ولی با توجه به حضور همه کتابداران در شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام و پیام رسان بله باعث شده کتابداران از کارها و فعالیت‌های سایر کتابداران در سراسر ایران آگاه شوند این مورد باعث شده است که بتوان از برخی کارها و پست‌های اشتراکی ایده گرفت و بهره برد. همچنین از نظر کتابداران نوع و اندازه کتابخانه و منابع و کتابدار در فعالیت در فضای مجازی تأثیرگذار است و انجام فعالیت در فضای مجازی فضای مناسبی برای تبلیغ می‌دانند به نظر می‌رسد که با توجه به نتایج کتابخانه‌های عمومی شهری در مقایسه با کتابخانه‌های روستایی فعالیت بیشتری در فضای مجازی دارند. همچنین کتابخانه‌های عمومی مرکزی در هر شهر با توجه به امکانات بیشتر و منابع بیشتر به علت داشتن تعداد اعضای بیشتر باید فعالیت‌های زیادتری در فضای مجازی داشته باشند اگر کتابداران و مسئولان بتوانند طبق برنامه ریزی دقیق فعالیت‌های کتابخانه خود را در فضای مجازی سامان دهند این فضا می‌تواند فضایی مناسب و بدون هزینه برای تبلیغ کتابخانه باشد. از میان معایب استفاده از فضای مجازی تهدید حریم خصوصی و ضعف در کار کتابداری می‌دانند. با توجه به معایب استفاده از فضای مجازی از دیدگاه کتابداران به نظر می‌رسد که فعالیت در فضای مجازی در برخی موارد حریم خصوصی کتابداران را تهدید می‌کند ولی نمی‌توان با قطعیت فعالیت در فضای مجازی را ضعف در کار کتابداری دانست زیرا فعالیت در فضای مجازی باید برای اعضای کتابخانه، هدفمند، به اندازه، مفید و جنبه اطلاع‌رسانی و ارائه خدمات بهتر برای کتابخانه‌ها باشد نباید فقط جنبه آمارسازی داشته باشد تا کتابدار بتواند وقت کافی برای وظایف اصلی کتابداری داشته باشد و همچنین فعالیت در فضای مجازی نباید اولویت انتخاب برای کتابدار یا کتابخانه برتر باشد یا به عنوان مهم‌ترین کار کتابدار شناخته شود. همچنین کتابداران بتوانند هم در فضای مجازی هم در فضای فیزیکی تعادل برقرار کنند در هر دو فضا می‌توانند بهترین خدمات را به اعضا و کاربران خود ارائه دهند چرا که با به وجود آمدن کتابخانه‌های دیجیتال که کتابخانه‌های سنتی از بین نرفته و یا با

با توجه به یافته‌های پژوهش و نبود زیرساخت‌های لازم بر تولید محتوای دیجیتالی بهتر است اداره کل استانی امکانات و وسایل و تجهیزات لازم را برای تولید محتوای دیجیتالی تهیه کرده و جهت استفاده در اختیار کتابداران کتابخانه‌ها قرار دهد.

پیشنهاد می‌گردد نهاد کتابخانه‌های عمومی برای نسبت به برگزاری کلاس‌ها برای تولید محتوا بازنگری کند تا بتواند کلاس‌ها و دوره‌های آموزشی مفیدتری برای کتابداران برگزار کند. همچنین مدیران نهاد کتابخانه‌های عمومی در برنامه‌ریزی آینده در حل مشکلات معیشتی کتابداران کوشا تر باشند تا موجب تشویق و انگیزه دادن به کتابداران شوند تا شاهد خلایق و نوآوری کتابداران در زمینه تولید محتوا بهتر در فضای مجازی باشند با ایجاد بستری مناسب با به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی و ارتباطی نوآوری جدیدی در فرهنگ کتاب و کتابخوانی در جامعه ایجاد کنند. پیشنهاد سوم با توجه به اینکه تولید و استفاده از پادکست تقریباً در شبکه‌های اجتماعی جدید است و کتابداران آشنایی با پادکست، روش تولید و ابزار مناسب برای تولید پادکست ندارند نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور کلاس‌ها و آموزش‌های مفید و مناسب برای تولید پادکست برگزار کند و همچنین ابزار مناسب برای تولید پادکست در اختیار هر کتابخانه تهیه کند.

وجود کتاب‌های صوتی یا کتابهای الکترونیکی، کتابخوانی سنتی از بین نرفته پس باید فقط برنامه‌ریزی دقیقی در این مورد انجام شود کتابداران علاوه بر فعالیت در فضای فیزیکی کتابخانه‌ها در فضای مجازی بتوانند نیازهای اطلاعاتی کاربران را فراهم کنند.

راهکارها

با توجه به نتایج این پژوهش پیشنهاد می‌شود:

۱. با توجه به حرکت جامعه جهانی به سمت فضای مجازی و فراگیر شدن استفاده از این فضا در ارائه خدمات اطلاع‌رسانی، پیشنهاد می‌گردد نهاد کتابخانه‌های عمومی سهم بیشتری از نمرات ارزشیابی کتابداران و کتابخانه‌ها را به فعالیت در فضای مجازی اختصاص دهند تا انگیزه‌های لازم را در کتابخانه‌ها و کتابداران جهت فعالیت در این فضا بوجود آورند

با توجه به یافته‌های پژوهش مبنی بر این که هنوز بخش اعظمی از کتابداران با با فناوری‌های تولید پادکست و غیره آشنایی ندارند توصیه می‌شود نهاد با برگزاری دوره‌های ضمن خدمات کتابداران را با ارائه یک سری از آموزش‌ها نسبت به کار با این گونه فناوری‌ها مسلط گرداند.

References

- Alajmi, B. M., & Albudaiwi, D. (2021). Response to COVID-19 pandemic: where do public libraries stand?. *Public Library Quarterly*, 40(6), 540-556.. <https://doi.org/10.1080/01616846.2020.1827618>
- Alajmi, B. M., & Albudaiwi, D. (2021). Response to COVID-19 pandemic: where do public libraries stand?. *Public Library Quarterly*, 40(6), 540-556. <https://doi.org/10.1080/01616846.2020.1827618>
- Baghestani-Tajali, A., & Sabouri, F. (2015). Study of the level of familiarity and factors affecting the use of social media networks by librarians in Mashhad public libraries in information centers. In *the collection of papers of the 8th National Conference of Iranian Students of Knowledge and Information Science Association (ADKA). Compiled by Mohammad Amin Erfanmanesh, Mehdi Rahmani and Milad Roshni*. Tehran: Chapar, 453-466. (In Persian)
- Collins, G., & Quan-Haase, A. (2012). Social media and academic libraries: Current trends and future challenges. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1), 1-4.. <https://doi.org/10.1002/meet.14504901272>
- Collins, G., & Quan-Haase, A. (2012). Social media and academic libraries: Current trends and future challenges. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1), 1-4. <https://doi.org/10.1002/meet.14504901272>
- Dadgaran, M., Kharrazi-Azar, R., & Delbashki, F. (2017). The role of social networks in promoting the culture of reading. Case study: followers of the Ketabdoni page on the social network Instagram. *Social and Cultural Strategy* 6(22), 207-234. (In Persian) [20.1001.1.22517081.1396.6.1.7.9](https://doi.org/10.1001.1.22517081.1396.6.1.7.9)
- Gmiterek, G. (2021). Polish university libraries social networking services during the COVID-19 pandemic spring term lockdown. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(3), 102331. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102331> Get rights and content

- Gmiterek, G. (2021). Polish university libraries social networking services during the COVID-19 pandemic spring term lockdown. *The Journal of Academic Librarianship*, 47(3), 102331. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2021.102331> Get rights and content
- Hamshahri Online (2021). *Iranians' use of social media, statistics on the use of WhatsApp, Telegram and Instagram*. (In Persian)
- Hassani, H. (2019). *Social Media, Instagram, Daily Life and Visual Culture*. Tehran: Research Institute for Culture, Art and Communication. (In Persian)
- Iran Public Libraries responding to COVID-19(2020).” *Iran Public Libraries Foundation (IPLF)-Planning Administration Standards Office*” <https://www.iranpl.ir>
- Iran Public Libraries responding to COVID-19(2020).” *Iran Public Libraries Foundation (IPLF)-Planning Administration Standards Office*” <https://www.iranpl.ir>
- Jalilpour, P & Azizkhani, R. (2015). Marketing in libraries through social media: *Benefits and challenges*. *Mehr Book* No. 17(18), 26-43. (In Persian)
- Khan, S. A., & Bhatti, R. (2012). Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. *Webology*, 9(1), 1-8. <http://www.webology.org/۲۰۱۲/v۹n۱/a۹۳.html>
- Khan, S. A., & Bhatti, R. (2012). Application of social media in marketing of library and information services: A case study from Pakistan. *Webology*, 9(1), 1-8. <http://www.webology.org/۲۰۱۲/v۹n۱/a۹۳.html>
- Khaniki, H., & Khojir, Y. (2019). The potential and challenges of virtual social networks for Iranian civil society. *New Media Studies*, 5(17), 35-69. (In Persian) <https://doi.org/10.22054/nms.2019.37923.638>
- Majidi Ghahrudi, N., & Nourinasb Asgarabadi, F. (2012). Investigating the use of podcasts and vodcasting in online advertising (commercial-commercial) from the perspective of advertising company managers. *Communication Culture*, 2(7), 165-194. (In Persian)
- Mamatha, N., & Nikam, K. (2016, February). Use of twitter in libraries at a glance. In *National Conference on Library and Information Services for all: Reaching the Unreached in the Digital Era (Special focus on information services for visually challenged)* (pp. 324-329). <http://eprints.unimysore.ac.in/id/eprint/18304>
- Mamatha, N., & Nikam, K. (2016, February). Use of twitter in libraries at a glance. In *National Conference on Library and Information Services for all: Reaching the Unreached in the Digital Era (Special focus on information services for visually challenged)* (pp. 324-329). <http://eprints.unimysore.ac.in/id/eprint/18304>
- Mardani, F., & Janavi, E. (2017). The impact of social networks on improving the information provision and attracting audiences of public libraries in Tehran from the perspective of librarians. *Information Management Sciences and Technologies*, 7(1), 53-76. (In Persian) [10.22091/stim.2020.5546.1395](https://doi.org/10.22091/stim.2020.5546.1395)
- Narmanji, M. (2014). Identifying opportunities and threats of using virtual social networks to create interaction in public libraries. *Information and Public Library Research*, 27(2), 227-259. (In Persian) [20.1001.1.26455730.1400.27.2.6.4](https://doi.org/10.1001.1.26455730.1400.27.2.6.4)
- Online Economy Editorial (2021). *Which social networks do Iranians use?* 27/06/1400. (In Persian)
- Peñaflor, J. (2018). Beyond “Likes” An assessment of user engagement in Facebook among Philippine academic libraries. *Library Management*, 39(1/2), 59-65.
- Peñaflor, J. (2018). Beyond “Likes” An assessment of user engagement in Facebook among Philippine academic libraries. *Library Management*, 39(1/2), 59-65.
- Rachman, Y. B., Mutiarani, H., & Putri, D. A. (2018). Content Analysis of Indonesian Academic Libraries' Use of Instagram. *Webology*, 15(2).
- Rachman, Y. B., Mutiarani, H., & Putri, D. A. (2018). Content Analysis of Indonesian Academic Libraries' Use of Instagram. *Webology*, 15(2)
- Rutherford, L. L. (2008a). Building participative library services: the impact of social software use in public libraries. *Library Hi Tech*, 26(3), 411-423. <https://doi.org/10.1108/07378830810903337>

- Seadle, M., & Rutherford, L. L. (2008). Building participative library services: the impact of social software use in public libraries. *Library Hi Tech*, 26(3), 411-423. <https://doi.org/10.1108/07378830810903337>
- Secker, J. (2008). Case study 5: libraries and Facebook. LASSIE: Libraries and Social Software in Education. *Centre for Distance Education, University of London*
- Secker, J. (2008). Case study 5: libraries and Facebook. LASSIE: Libraries and Social Software in Education. *Centre for Distance Education, University of London*
- Singha, S. C., & Sarmah, M. (2015). A new skyline of using Web 2.0 technology in endorsing the library services: a case Study among LIS professionals in selected university libraries of Assam state. *International Journal of Academic Library and Information Science*, 3(11), 322-329. <https://doi.org/10.14662/ijalis2015057>
- Singha, S. C., & Sarmah, M. (2015). A new skyline of using Web 2.0 technology in endorsing the library services: a case Study among LIS professionals in selected university libraries of Assam state. *International Journal of Academic Library and Information Science*, 3(11), 322-329. <https://doi.org/10.14662/ijalis2015057>
- Taheri, A., Ashrafi-Rizi, H., & Vasaedizadeh, M. (2019). Challenges and measures of public libraries for reopening and providing services during the COVID-19 crisis: An analysis of international guidelines and measures. *Health Information Management* 3(17), 140-146. (In Persian) <https://doi.org/10.22122/him.v17i3.4134>
- Taj al-Dini, U., Saadat Nasab, R., & Soleimani Nejad, A. (2015). A qualitative study of the approach of librarians of Kerman public libraries towards the use of social networks for knowledge sharing. *Library and Information Science*, 18(3), 135-156. (In Persian)
- Yari, Sh. (2016). Social media in public libraries: Understanding applications, barriers and problems of use. *Human and Information Interaction* 3(1), 80-95. (In Persian) [20.1001.1.24237418.1395.3.1.6.0](https://doi.org/10.1001.1.24237418.1395.3.1.6.0)
- Zarezadeh, F., Sharif Moghadam H., Khosravi, F., & Salami, M. (2018). Study of the status of social media use in the National Library and Archives Organization of Iran. *Library and Information Science*, 23(1). (In Persian) 28-56. [10.30481/lis.2018.67101](https://doi.org/10.30481/lis.2018.67101)