





## نقش و جایگاه شبکه های اجتماعی در خدمات کتابخانه

گردآوری و تدوین: س. کاشیان  
کارشناس علم اطلاعات و دانش شناسی  
زمستان ۱۴۰۳

امروزه شبکه‌های اجتماعی به عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی و اطلاع‌رسانی در جهان شناخته می‌شوند. این پلتفرم‌ها نه تنها نحوه تعامل افراد با یکدیگر را تغییر داده‌اند، بلکه نقش مهمی در ارائه خدمات مختلف، از جمله خدمات کتابخانه‌ها ایفا می‌کنند. با رشد تولیدات اطلاعاتی و نیاز کتابخانه‌ها به همگام شدن بیشتر با نیازهای کاربران و پاسخگویی به موقع و مناسب به آنها، ضروری است تا کتابخانه‌ها نیز با آخرین تحولات و پیشرفت‌های فناوری همگام شده و همواره خدماتشان را روزآمد و ابزارهای آسایش کاربران در کتابخانه‌ها را فراهم کنند. از آنجا که افراد زمان زیادی را به حضور در شبکه‌های اجتماعی یا رسانه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند کتابخانه‌ها نیز به عنوان نهادهای اجتماعی از این موقعیت استفاده کرده می‌توانند به عنوان پل‌هایی بین دنیای دیجیتال و فیزیکی عمل کنند و با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به مخاطبان بیشتری دسترسی پیدا کنند، خدمات خود را بهبود بخشند و تعامل با کاربران را تقویت کنند. انطباق‌پذیری کارکنان، توجیه مدیران و جذب مشتریان از عوامل مهمی است که باید به آن بسیار توجه نمود. این تغییر هر چند دشوار می‌نماید ولی امکان‌پذیر است. در این ارائه، به بررسی نقش و جایگاه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی در ارتقای خدمات کتابخانه‌ها و چگونگی استفاده موثر از این ابزارها برای تحقق اهداف کتابخانه‌ها می‌پردازیم.

## اهمیت موضوع

کتابخانه ها همواره بزرگترین فراهم کننده منابع علمی و تسهیل کننده دسترسی به این منابع بوده و هستند. پویایی کتابخانه ها با حرکت از الواح گلی به سمت کارت های فهرستنویسی و سپس به سمت دیجیتالی شدن صورت گرفته و مهمترین نقش را در تهیه اطلاعات به منزله یک رسانه اجتماعی داشته اند. مفهوم کتابخانه از یک مکان فیزیکی که برای دریافت اطلاعات باید به طور حضوری به کتابخانه مراجعه می شد به یک فضای مجازی اجتماعی تغییر کرده و دسترسی به آن از طریق ارتباط و همکاری در دانش موجود ممکن است.

شناسایی و استفاده مناسب از فناوری ها و ابزارهای وب ۲ و کاربردهای آن ها بویژه شبکه های اجتماعی در مواجهه با افزایش روزافزون حجم اطلاعات، نیازها و انتظارات متنوع کاربران مورد توجه کتابخانه ها قرار گرفته و به اتخاذ سیاست های مناسب در گردآوری، سازماندهی، مدیریت، و اشاعه اطلاعات در کتابخانه ها می انجامد. گرچه کتابخانه ها همیشه از طریق اطلاعات با افراد در ارتباطند، رسانه ها و شبکه های اجتماعی امروزه نقش مهمی برای کاربران کتابخانه، در بازاریابی اطلاعات ایفا و کتابخانه را قطب بزرگ اجتماعی معرفی می کنند.

# ...اهمیت موضوع

کتابخانه‌ها باید به این ایده توجه کنند که نسل حاضر به اینترنت و رسانه‌های اجتماعی برای کسب هر نوع اطلاعات مربوط به زندگی، آموزش و پژوهش، امور اقتصادی، سفر و سرگرمی و حتی خرید و مد خود وابسته است. آنچه مسلم است اینکه مخاطب امروزی مخاطبی منفعل نبوده، بلکه مخاطبی فعال و فراتر از آن، مخاطبی هوشمند است. برای چنین مخاطبانی استفاده از ابزارهای رسانه ای و اطلاع رسانی یکسویه ای چون وبسایت های کتابخانه ها دیگر کارساز نبوده و کتابخانه ها بایستی در صدد استفاده از ظرفیت های رسانه های تعاملی برآیند. یکی از ابزارهایی که بتواند این نیازها را پوشش دهد، شبکه ها و رسانه های اجتماعی است.

استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها یک رویکرد ضروری است که امکان ارائه و اشتراک افکار و اندیشه‌ها را برای تمام اقشار جامعه فراهم کرده‌است و کتابداران نیز به پذیرش و استفاده از این شبکه‌های اجتماعی برای به‌روز بودن در عصر جدید اطلاعات احتیاج دارند.

# سیر تحول کتابخانه‌ها

در گذشته، کتابخانه‌ها مکان‌هایی بودند که کتاب‌ها و اسناد در آن‌ها نگهداری می‌شدند و دسترسی به آن‌ها برای عموم محدود بود. با پیشرفت و ظهور فناوری‌های نوین مانند هوش مصنوعی و یادگیری ماشین فناوری، کتابخانه‌ها به مکان‌هایی تبدیل شده‌اند که به صورت خودکار و هوشمندانه منابع و اطلاعات را با دسترسی آسان مدیریت و ارائه می‌دهند.

## ۱. کتابخانه‌های سنتی: مکان‌هایی برای نگهداری کتاب‌ها و اسناد

تمرکز بر مجموعه‌های فیزیکی مانند کتاب‌ها، نسخه‌های خطی و اسناد. دسترسی محدود به منابع و نیاز به مراجعه حضوری.

## ۲. ظهور فناوری‌های دیجیتال در قرن ۲۰ دهه ۱۹۶۰:

معرفی سیستم‌های کامپیوتری برای فهرست‌نویسی و مدیریت منابع. ایجاد پایگاه‌های داده دیجیتال و امکان جستجوی سریع‌تر.

## ۳. کتابخانه‌های دیجیتال در دهه ۱۹۹۰ با ظهور وب و موتورهای جستجو:

دیجیتالی‌سازی منابع و دسترسی آنلاین به کتاب‌ها، مقالات و سایر مواد.

گسترش دسترسی به اطلاعات از راه دور و بدون نیاز به حضور فیزیکی در کتابخانه

## ۴. کتابخانه‌های هوشمند و یکپارچه از ۲۰۱۰:

استفاده از فناوری‌های پیشرفته مانند هوش مصنوعی ارائه خدمات شخصی‌سازی شده و تعاملی به کاربران.

## ۵. کتابخانه‌های مجازی و مبتنی بر ابر:

دسترسی جهانی به منابع از طریق فضای ابری

ادغام با شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال برای افزایش تعامل و مشارکت کاربران



# سیر تحول و تکامل شبکه های اجتماعی

اولین ایده های شبکه سازی اجتماعی در دهه ۱۹۷۰ شکل گرفتند با پلتفرم هایی مانند **CBBS (Bulletin Board System)** که کاربران از طریق مودم به آن متصل می شدند تا پیام ها و اطلاعات را به اشتراک بگذارند. این سیستم ها، مبنای تعاملات اجتماعی دیجیتال مدرن بودند.

• دهه ۱۹۹۰: آغاز دوران وب، اولین سایت های اجتماعی به شکل امروزی مانند **Six Degrees** در سال ۱۹۹۷ ایجاد شدند که کاربران می توانستند پروفایل بسازند و با دیگران ارتباط برقرار کنند.

• اوایل ۲۰۰۰: با ظهور پلتفرم هایی مثل **Friendster** و **MySpace**، مفهوم شبکه های اجتماعی به طور گسترده تری مورد توجه قرار گرفت. تمرکز این شبکه ها بیشتر بر ارتباطات شخصی بود.

• سال ۲۰۰۴: فیسبوک تأسیس و به سرعت به یکی از بزرگ ترین و تأثیرگذارترین شبکه های اجتماعی تبدیل شد و فضای اجتماعی دیجیتال را متحول کرد.

• سال ۲۰۰۶: توئیتر تأسیس شد که به کاربران امکان می دهد تا پیام های کوتاه (توئیت) ارسال کنند و با هم تعامل داشته باشند.

• سال های ۲۰۱۰ به بعد: با ظهور پلتفرم های جدید نظیر اینستاگرام و اسنپ چت، شکل دهی به شکل های جدیدی از تعامل اجتماعی و محتوای بصری آغاز شد.

# سیر تکاملی رسانه‌های اجتماعی

اولین رسانه‌های اجتماعی مانند بلاگ‌ها و ویدیوهای آنلاین در اوایل ۲۰۰۰ به وجود آمدند. به مرور زمان، پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب (۲۰۰۵) به بازار آمدند که تمرکز بیشتری بر روی تولید و اشتراک‌گذاری محتوا داشتند. واتس‌آپ (۲۰۰۹) اگرچه ابتدا به‌عنوان یک برنامه پیام‌رسانی شروع به کار کرد، اما به تدریج به یکی از ابزارهای اصلی ارتباطات اجتماعی تبدیل شد. واتس‌آپ در سال ۲۰۱۴ توسط فیسبوک خریداری شد. تلگرام (۲۰۱۳) در قالب یک پیام‌رسان و شبکه اجتماعی یک برنامه با امنیت بالا که تمرکز خود را روی سرعت انتقال داده و پیام‌هایی با محتوای صوتی، تصویری و متنی و... قرار داد. اسنپ‌چت (۲۰۱۱) با معرفی مفهوم «استوری» (پیام‌های موقت) تحولی در نحوه تعاملات اجتماعی ایجاد کرد. این پلتفرم به‌ویژه در میان نوجوانان محبوب شد. تیک‌تاک (۲۰۱۶) پلتفرم چینی با تمرکز بر ویدیوهای کوتاه و موزیکال که به سرعت در سراسر جهان محبوب شد. رسانه‌های اجتماعی در واقع به عنوان یک ابزار قدرتمند برای اطلاع‌رسانی و جلب توجه به موضوعات مختلف عمل می‌کنند.

# شبکه و رسانه اجتماعی چیست؟

## تعریف رسانه‌های اجتماعی

رسانه اجتماعی (Social media) فناوری‌های تعاملی مبتنی بر کامپیوتر هستند که ایجاد و تسهیم اطلاعات، ایده‌ها، علاقه‌مندی‌ها یا سایر احساسات را از طریق روابط و شبکه‌ها را تسهیل می‌کنند. از آنجا که عنصر کانونی این حوزه همان شبکه روابط میان افراد است گاهی به آن شبکه اجتماعی نیز گفته می‌شود.

## تعریف شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی (Social network) ساختاری اجتماع‌محور برای ارتباط میان افراد است که بوسیله کانال‌های فناوری‌محور باهم مرتبط می‌شوند. این مفهوم تضمینی از شبکه‌های کامپیوتری در عرصه زندگی اجتماعی است. هریک از افراد گره‌های این شبکه هستند که توسط اینترنت باهم متصل گردیده‌اند.

به طور خلاصه شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی مجموعه‌ای از پلتفرم‌های دیجیتال هستند که امکان تعامل، اشتراک‌گذاری و ارتباط و مشارکت، محاوره، آزاداندیشی و اجتماعی شدن را در گروهی از کاربران فراهم می‌کنند؛ اساس این کارکردها و کاربردها فناورانه بوده و مبتنی بر وب ۲ ساخته شده‌اند که اجازه ایجاد و تغییر در محتوا را به کاربران می‌دهند.



# تفاوت شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی

بسیاری از ما این دو اصطلاح را به جای هم استفاده می‌کنیم، اما در واقع اهداف و کاربردهای آن‌ها کاملاً متفاوت است. زمانی که کلمه «اجتماعی» را از هر دو اصطلاح رسانه‌های اجتماعی (Social Media) و شبکه‌های اجتماعی (Social Networks) حذف کنیم، تنها رسانه‌ها (media) و شبکه‌ها (networks) باقی می‌ماند و این دو کلمه اصلی‌ترین تفاوت بین آن‌هاست.

رسانه‌ها مسوول پخش پیام به توده‌ها هستند در حالی که شبکه‌ها مسوول تعامل با مردم به صورت جداگانه هستند؛ به عبارتی بهتر رسانه‌های اجتماعی کانالی برای پخش پیام است و به عنوان یک استراتژی محسوب می‌شوند، پلتفرم‌هایی که بر روی تولید و اشتراک‌گذاری محتوا تمرکز دارند و کاربران می‌توانند اطلاعات و اخبار را از آن‌ها دریافت کنند. این پلتفرم‌ها از نظر کاربردی فراگیرتر و کلی‌تر بوده و بیشتر به عنوان منبع خبری و محتوایی عمل می‌کنند.

در حالی که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به عنوان یک وسیله یا ابزار برای اتصال با سایر افراد استفاده شود. این پلتفرم‌ها بیشتر بر روی ایجاد ارتباطات اجتماعی و اشتراک‌گذاری تجربیات متمرکز هستند. در واقع شما می‌توانید این دو را در زیر چتر وب ۲ قرار دهید.

این تفاوت‌های ظریف باعث می‌شود هر کدام نقش خاصی در زندگی شخصی و حرفه‌ای ما داشته باشند. تفاوت اصلی بین شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی به نوع تعامل و محتوا بستگی دارد.

# تفاوت شبکه اجتماعی با رسانه اجتماعی



شبکه‌های اجتماعی



رسانه‌های اجتماعی

# نمونه های شبکه و رسانه های اجتماعی

## • شبکه های اجتماعی علمی پژوهشی معروف



ACADEMIA

ResearchGate



ResearchGate  
Academia.edu  
Mendeley  
ORCID  
Google Scholar



## • رسانه های اجتماعی داخلی

آپارات، روبیکا، ایتا، بله، سروش



آی گب



ایتا



بله



روبیکا



سروش



گب



آپارات  
الترتیب ویدیو

## • شبکه های اجتماعی معروف:



فیسبوک Facebook  
اینستاگرام Instagram  
توییتر Twitter  
لینکدین LinkedIn  
پینترست Pinterest

## • رسانه های اجتماعی معروف:



یوتیوب YouTube  
تیک تاک TikTok  
ردیت Reddit  
تلگرام Telegram  
اسنپ چت Snapchat ترکیب شبکه اجتماعی و پیام رسانی

## وجوه مشترک

## کارکردهای شبکه های اجتماعی



- ارتباط و تعامل
- اشتراک گذاری اطلاعات و محتوا
- آموزش و یادگیری
- تبلیغات و بازاریابی
- سرگرمی
- هم افزایی و همکاری
- نظرسنجی و بازخورد
- اجتماع سازی و ایجاد جامعه



- مجموعه سازی
- سازماندهی منابع
- اشاعه اطلاعات
- ارتباط و تعامل با کاربران
- پشتیبانی از آموزش و پژوهش
- ترویج فرهنگ مطالعه و سواد اطلاعاتی
- تبلیغ خدمات و رویدادها و بازاریابی
- نظرسنجی از کاربران
- مدیریت امور، حفاظت و نگهداری منابع
- پشتیبانی از توسعه جامعه

## چرا کتابخانه‌ها از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند؟

تحويل اطلاعات با کیفیت به کاربران در قالب‌های مختلف، حیاتی‌ترین وظیفه کتابخانه‌ها و کتابداران است. امروزه رسانه‌های اجتماعی به ابزاری تحول‌آفرین برای کتابخانه‌ها تبدیل شده‌اند و به آن‌ها این امکان را می‌دهند که دامنه دسترسی خود را گسترش دهند، تعامل کاربران را افزایش دهند و به‌طور یکپارچه در زندگی دیجیتال کاربران خود ادغام شوند. با استفاده از این ابزار کتابخانه‌ها می‌توانند فاصله بین خدمات سنتی و انتظارات مدرن کاربران را پر کنند و اطمینان حاصل کنند که در یک فضای دیجیتال در حال تحول سریع، مرتبط باقی‌مانند.

بر اساس اطلاعات انجمن کتابخانه‌های آمریکا (American Library Association) کتابخانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی برای موارد ذیل استفاده می‌کنند:

- تبلیغ رویدادهای کتابخانه مانند مسابقات و نمایشگاه‌ها
- تبلیغ خدمات و کارگاه‌ها
- اطلاع‌رسانی به کاربران درباره تازه‌های مجموعه
- بهبود تدریس
- نظرسنجی و بازخورد
- ارائه دسترسی بهتر به اطلاعات و ارائه پیوندهایی به مقالات، ویدیوها یا محتواهای مفید و مرتبط وب

شاید بهترین دلیل استفاده از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی مسئله **حضور** کتابخانه‌هاست؛ **حضور در جایی که کاربران هستند.**

# نقش رسانه های اجتماعی در کتابخانه

هدف اصلی استفاده از رسانه های اجتماعی در کتابخانه ها افزایش تعامل، گسترش دسترسی و بهبود تجربه کلی کاربر است.

در ذیل به برخی نقش های رسانه های اجتماعی اشاره و در ادامه نگاهی عمیق تر به نقش رسانه های اجتماعی در کتابخانه ها داریم:

- افزایش دیده شدن و دسترسی با تبلیغ منابع و خدمات کتابخانه در پلتفرم های رسانه های اجتماعی
- تسهیل ارتباط معنادار و تعامل سریعتر کاربران با کتابخانه و بالعکس
- افزایش سرعت در پاسخگویی به موقع به کاربران و بهبود تجربه کاربران
- دسترسی سریع کاربران به اطلاعات مورد نیاز بدون محدودیت مکان و زمان در کتابخانه ها برای ارائه خدمات بهتر و مطلوب تر
- تسهیل در شناسایی کاربران بالقوه و بالفعل و تشکیل گروه ها و اجتماعات یا مشتریان آنلاین و تقویت مشارکت اجتماعی در حوزه های مختلف
- افزایش تعداد کاربران و مشتریان کتابخانه و جذب مخاطبان جوان
- تشویق مشارکت فعال کاربران در رویدادها و ابتکارات کتابخانه
- برجسته سازی اینکه چه نوع محتوایی می تواند در رسانه های اجتماعی توسط کتابخانه منتشر شود
- ترویج منابع دیجیتال و فیزیکی و حمایت از سواد دیجیتال و مهارت های کاربران
- تشویق به یادگیری مادام العمر با به اشتراک گذاری محتوای آموزشی و اطلاع رسانی، از جمله نقد کتاب، کارگاه ها، آموزش ها و سایر منابع مرتبط
- حرکت کتابخانه از حالت انفعال به سمت فعال بودن



# ایجاد پل ارتباطی بین کتابخانه و کاربران

شبکه ها و رسانه های اجتماعی بستری مناسب برای ایجاد پل ارتباطی بین کتابخانه و کاربران هستند. به دلیل کارکرد شبکه ای و ارتباطی این پلتفرم ها امکان ایجاد ارتباط دوطرفه با کاربران، امکان دریافت بازخورد مستقیم از کاربران، پاسخگویی به سوالات و نیازهای کاربران و ایجاد فضایی برای گفت و گو و تعامل به راحتی برای کتابخانه ها فراهم می شود.



## افزایش دیده شدن و دسترسی



رسانه‌های اجتماعی به‌طور قابل توجهی دیده شدن کتابخانه‌ها را افزایش می‌دهد و به آن‌ها این امکان را می‌دهد که با مخاطبان فراتر از موقعیت جغرافیایی خود ارتباط برقرار کنند. کتابخانه‌ها می‌توانند از پست‌ها، ویدیوها و داستان‌ها برای اعلام رویدادهایی مانند کارگاه‌ها، سخنرانی‌های نویسندگان و برنامه‌های آموزشی استفاده کنند. به اشتراک‌گذاری به‌روزرسانی‌ها، تازه‌ها، مجموعه‌های ویژه و منابع دیجیتال، کاربران را از آنچه کتابخانه برای ارائه دارد مطلع می‌کند و هم کاربران فیزیکی و هم دیجیتال را جذب می‌کند که این کارکردها در تسهیل ارتباط معنادار و تعامل سریعتر کاربران با کتابخانه و بالعکس تأثیر بسزایی دارد.

رسانه‌های اجتماعی همچنین به کتابخانه‌ها این امکان را می‌دهند که تصویر فضایی صرفاً فیزیکی را بشکنند و خود را به‌عنوان مراکز دانش قابل دسترس برای کاربران در هر نقطه از جهان معرفی کنند. این مسئله باعث افزایش شناخت عمومی از کتابخانه و ایجاد هویت دیجیتال قوی و دارای شهرت و نهایتاً افزایش تعداد کاربران و مشتریان کتابخانه برای کتابخانه‌ها می‌شود.

# اطلاع رسانی و تبلیغات

با توجه به اهمیت روزافزون استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، کتابخانه‌ها باید استراتژی‌های مناسبی را برای بهبود اطلاع‌رسانی و تبلیغات خود تدوین کنند. این شبکه‌ها امکان ارتباط مستقیم و سریع با کاربران را فراهم می‌آورند و می‌توانند به بهبود آگاهی و استفاده از خدمات کتابخانه کمک کنند.

- محتوای جذاب: استفاده از محتوای بصری و ویدئویی می‌تواند جذابیت بیشتری را برای کاربران ایجاد کند. به عنوان مثال، ارائه تورهای مجازی از کتابخانه



- معرفی کتاب‌ها و منابع جدید به صورت ویدئو می‌تواند توجه بیشتری جلب کند.

- اطلاع‌رسانی درباره ساعت کاری، رویدادها و نمایشگاه‌ها برنامه‌های کتابخانه

- معرفی و تبلیغ رویدادهای فرهنگی و آموزشی مانند سمینارها و کارگاه‌ها به‌طور آنلاین

- اعلام تخفیف‌ها، پیشنهادات ویژه یا مسابقات جهت ترغیب کاربران

- استفاده از تبلیغات هدفمند برای جذب کاربران و مخاطبان جدید

- آگاه‌سازی کاربران از خدمات مختلف ارائه شده در کتابخانه مانند رزرو کتاب، خدمات مرجع و انتشار گزینشی اطلاعات (SDI)

## تسهیل دسترسی به منابع اطلاعاتی

همانطور که گفتیم یکی از اهداف اصلی کتابخانه ها در استفاده از رسانه های اجتماعی گسترش دسترسی است. امروزه رسانه های اجتماعی ابزاری فناورانه برای کتابخانه ها هستند که به آن ها امکان گسترش دامنه دسترسی خارج از محدودیت های زمان و مکان را فراهم می کنند.

- اشتراک گذاری منابع دیجیتال کتابخانه: کتابخانه ها لینک کتاب های الکترونیکی، مقالات، پایگاه های داده و سایر منابع دیجیتال را در شبکه های اجتماعی به اشتراک می گذارند.
- ارائه لینک مستقیم به فهرست کتاب ها و منابع کتابخانه (OPAC) و جست و جو و رزرو کتاب
- انتشار ویدیوها و مطالب و محتوای آموزشی
- دسترسی آسان: کاربران می توانند به راحتی و از طریق پست ها یا لینک های مستقیم به منابع دسترسی پیدا کنند.



# ترویج منابع دیجیتال و فیزیکی

در عصر دیجیتال، کتابخانه‌ها باید به‌طور مؤثری هم منابع فیزیکی و هم دیجیتال خود را به نمایش بگذارند. رسانه‌های اجتماعی یک پلتفرم ایده‌آل برای این ترویج دوگانه فراهم می‌کنند. برجسته‌سازی اینکه چه نوع محتوایی می‌تواند در رسانه‌های اجتماعی توسط کتابخانه منتشر شود مهم است. کتابخانه به عنوان مرکز دانش و اطلاع رسانی امکان انتشار هر نوع مطلب و محتوا و منبعی را ندارد و ملزم به رعایت این مسئله مهم در اشتراک دانش در فضای شبکه‌ها و رسانه‌های مجازی می‌باشد.

کتابخانه‌ها می‌توانند از طریق به‌اشتراک‌گذاری آموزش‌ها، اینفوگرافیک‌ها یا لینک‌های سریع، کاربران را به سمت کتاب‌های الکترونیکی، کتاب‌های صوتی، پایگاه‌های داده و سایر منابع دیجیتال راهنمایی کنند. در عین حال، پست‌هایی درباره منابع فیزیکی منحصر به فرد، مانند کتاب‌های خاص و مرجع یا فضاهای مطالعه بازسازی‌شده و ارائه خدمات مرجع حضوری کاربران را تشویق می‌کند که به‌صورت حضوری بازدید کنند. این توانایی برای ترویج خدمات ترکیبی اطمینان می‌دهد که کتابخانه‌ها به ترجیحات کاربران سنتی و کسانی که به دنبال راحتی آنلاین هستند، پاسخ می‌دهند.



## ارائه خدمات مرجع دیجیتال

خدمات مرجع و مشاوره مرجع از کارکردهای مهم هر کتابخانه ای است. این خدمت نیز با استفاده از بستر پلتفرم های شبکه ها و رسانه های اجتماعی رونق می گیرد.

پاسخ گویی به سوالات: کاربران می توانند سوالات خود را در بخش نظرات یا پیام های مستقیم در صفحه و کانال کتابخانه در پلتفرم مطرح کنند و کتابداران به آن ها پاسخ می دهند.

اشتراک منابع: کتابخانه ها لینک منابع دیجیتال، مقالات، کتاب های الکترونیکی و پایگاه های داده را به اشتراک می گذارند.

آموزش و راهنمایی: از طریق پست ها، ویدیوها و وبینارها، کاربران را در استفاده از منابع و خدمات کتابخانه راهنمایی می کنند.

پشتیبانی از پژوهش ها: با معرفی منابع مرجع معتبر اعم از کتاب ها و نشریات تخصصی در هر حوزه موضوعی و ارائه لینک دسترسی و همکاری در جستجوی محتوای مفید به کاربران کمک می کنند.



# تقویت مشارکت اجتماعی

کتابخانه‌ها همیشه فضاهای متمرکز بر جامعه بوده‌اند و رسانه‌های اجتماعی این نقش را با تقویت تعامل در زمان واقعی افزایش می‌دهند. از طریق ویژگی‌های تعاملی مانند جلسات پرسش و پاسخ زنده، نظرسنجی‌ها و بازخوردها و ارزیابی خدمات کتابخانه، رویدادهای کتابخوانی، کارگاه‌های آموزشی و نشست‌های فرهنگی به تناسب موضوعات مختلف کتابخانه‌ها می‌توانند با کاربران به‌طور نزدیک‌تری ارتباط برقرار کنند و با شناسایی کاربران بالقوه و بالفعل و تشکیل گروه‌ها و اجتماعات با مشتریان آنلاین به تقویت مشارکت اجتماعی در حوزه‌های مختلف بپردازند.

با به اشتراک‌گذاری فضایی برای تبادل نظر، پیشنهاد کتاب و گفتگوی علمی و فرهنگی، کتابخانه می‌تواند حس حضور و مشارکت کاربران را تقویت کند. کتابخانه‌ها همچنین از این پلتفرم‌ها برای برجسته‌سازی دستاوردها یا تجربیات کاربران استفاده می‌کنند و ارتباطات عاطفی قوی‌تری با مخاطبان خود برقرار می‌کنند. این تعامل فعال پیوندهای اجتماعی را تقویت کرده و نقش کتابخانه را به‌عنوان فضایی خوشامدگو برای همه تقویت می‌کند.



## دستیابی به مخاطبان جوان تر

جذب نسل‌های جوان تر برای کتابخانه‌ها یک اولویت است و رسانه‌های اجتماعی یک راه مؤثر برای دستیابی به این هدف فراهم می‌کنند. کاربران جوان تر بیشتر احتمال دارد که با محتوای بصری جذاب، ترند و قابل ارتباط تعامل کنند. کتابخانه‌ها از رسانه‌های اجتماعی برای ایجاد و تولید محتوای خلاقانه مانند ویدئوها، تصاویر، و پست‌های تعاملی جهت جلب توجه جوانان می‌توانند استفاده نمایند. برگزاری مسابقات، چالش‌ها یا اشتراک‌گذاری مقالات و کتاب‌های جدید به صورت گرافیکی، ویدیوهای کوتاه، پست‌های طنزآمیز، نقد و نظر و پیشنهاد کتاب، چالش‌های خواندن یا هشتگ‌های خلاقانه، برگزاری نشست‌های آنلاین با نویسندگان و فعالان فرهنگی در جهت ترویج فرهنگ خواندن و ارتقاء کتابخوانی در جذب مخاطبان جوان تر تاثیرگذارند.

**با ملاقات با جوانان‌ها در جایی که هستند—رسانه‌های اجتماعی—کتابخانه‌ها اطمینان می‌دهند که در زندگی نسل‌های آینده مرتبط و**

**ضروری باقی بمانند.**



# آموزش و آگاهی بخشی



رسانه‌های اجتماعی نقش کتابخانه را به‌عنوان یک نهاد آموزشی تقویت می‌کنند. کتابخانه با حفظ حضور آموزشی آنلاین، به مأموریت خود در ترویج یادگیری و آموزش مداوم ادامه می‌دهند.

**آموزش و توانمندسازی کاربران** و آموزش مهارت‌های اطلاعاتی: کتابداران می‌توانند از طریق رسانه‌های اجتماعی به آموزش مهارت‌های اطلاعاتی، از جمله ارزیابی منابع، جستجوی موثر، و استناددهی صحیح بپردازند.

**برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آنلاین:** رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان بستری برای برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی آنلاین مورد استفاده قرار گیرند.

**اشتراک‌گذاری آموزش‌ها و راهنماها:** کتابخانه‌ها می‌توانند آموزش‌ها، راهنماها، و ویدئوهای آموزشی خود را از طریق رسانه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند.

**ارائه نقد و بررسی‌های حرفه‌ای:** کتابخانه‌ها به کاربران کمک می‌کند تا با مطالعه نقد ها انتخاب‌های بهتری داشته باشند.

**پشتیبانی از تحقیقات علمی:** کتابخانه‌ها با ارائه دسترسی به مقالات، مطالعات و پایان‌نامه‌ها به اعضای خود و ایجاد گروه‌های تخصصی و پژوهشی برای تبادل اطلاعات اشتراک‌گذاری نتایج تحقیقات و پروژه‌ها در بستر شبکه‌ها از پژوهش‌های علمی حمایت می‌کنند.



# مزایای استفاده از شبکه‌های اجتماعی

نقاط قوت

- افزایش دسترسی به خدمات کتابخانه
- کاهش هزینه‌های تبلیغات
- ایجاد تصویر مثبت از کتابخانه
- این یک رویکرد بسیار موفق برای جذب کاربران جدید اعضای بالقوه است.
- از طریق رسانه‌های اجتماعی، کتابخانه‌ها می‌توانند خود را به یک پایگاه خواننده وسیع‌تر معرفی کنند، بدون توجه به مرزهای جغرافیایی.
- شبکه‌های اجتماعی کشف منابع کتابخانه‌ای را برای دانش‌آموزان تسهیل می‌کنند.
- به‌طور فعال دانش‌آموزان را به بازدید از کتابخانه‌ها (هم به صورت آنلاین و هم آفلاین) تشویق می‌کند.
- به کتابخانه‌ها در ایجاد یک شبکه همکاری کاربران کمک می‌کند.
- تعامل فعال کتابخانه‌ها با کاربران را تسهیل می‌کند.
- رسانه‌های اجتماعی به کاربران این امکان را می‌دهند که شرکت کنند، تعامل داشته باشند، ارتباط برقرار کنند، رأی دهند و اطلاعات را به اشتراک بگذارند.
- گزینه‌های اضافی برای ترویج خدمات کتابخانه‌ای بیش از روش‌های سنتی ارائه می‌دهد.
- برای آموزش کاربران درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر کتابخانه‌ها، درک اهمیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی و پیاده‌سازی صحیح آن بسیار مهم است.

# چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی

مدیریت حرفه‌ای محتوا: کتابخانه‌ها باید به طور مداوم محتوای مرتبط و جذاب منتشر کنند. این کار نیازمند زمان و منابع انسانی است و ممکن است برای کتابخانه‌های کوچک‌تر و با نیروی انسانی کمتر چالش‌برانگیز باشد.

حریم خصوصی و امنیت اطلاعات: نظارت بر تعاملات کاربران و حفظ حریم خصوصی آن‌ها یکی از چالش‌های مهم است. کتابخانه‌ها باید مطمئن شوند که اطلاعات شخصی کاربران به درستی مدیریت و محافظت می‌شود.

تنوع و تطابق با نیازهای کاربران: کاربران کتابخانه‌ها دارای نیازها و علایق متنوع هستند. ایجاد محتوای مناسب برای جلب توجه همه گروه‌ها می‌تواند دشوار باشد.

آموزش و سواد دیجیتال: برخی از کاربران ممکن است به اندازه کافی با فناوری‌های جدید آشنا نباشند. کتابخانه‌ها باید برنامه‌های آموزشی برای کمک به کاربران در استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی طراحی کنند. کتابداران نیز نیاز به آشنایی بیشتر با سواد رسانه و دیجیتال هستند.

نیاز به مدیریت زمان در تعامل با کاربران: پاسخگویی به سوالات و نظرات کاربران در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند زمان‌بر باشد. کتابخانه‌ها نیاز دارند که به سرعت و به طور مؤثر به کاربران پاسخ دهند تا ارتباط خوبی برقرار کنند.

تغییرات الگوریتمی: پلتفرم‌های رسانه اجتماعی به طور مداوم الگوریتم‌های خود را تغییر می‌دهند. این می‌تواند بر نحوه دیده شدن محتوا و دسترسی کاربران به اطلاعات مؤثر باشد و کتابخانه‌ها باید به این تغییرات پاسخ دهند.

محدودیت‌های زیرساختی فنی: برخی کتابخانه‌ها دارای زیرساخت‌های فیزیکی مناسبی برای میزبانی کارگاه‌ها و آموزش‌های مرتبط با رسانه‌های اجتماعی نیستند، که می‌تواند بر توانایی آن‌ها در جذب کاربران جدید تأثیر بگذارد.

محدودیت‌های قانونی: قوانین و مقررات مربوط به حریم خصوصی و مالکیت معنوی ممکن است کتابخانه‌ها را در استفاده از محتوای آنلاین محدود کند.



- <https://lifewebco.com/difference-between-social-networks-social-media> تیم محتوای لایف وب. شبکه‌های اجتماعی یا رسانه‌های اجتماعی: آشنایی با کاربردهای آن‌ها.
- Bakshi Adil , Ahsan Haifa .Social Networking as a Tool for Libraries: A Case Study of University of Kashmir. International Journal for Multidisciplinary Research <https://www.ijfmr.com/papers/2024/1/12403.pdf>
- Ahuja Yogita .Use of Social Media in Academic Library services: A case Study of DPSRU Library. Library Philosophy and Practice (e-journal). <https://digitalcommons.unl.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=15628&context=libphilprac>
- مردانی فریبا ، جنوی المیرا .تأثیر شبکه های اجتماعی در بهبود وضعیت اطلاع رسانی و جذب مخاطبین کتابخانه های عمومی شهر تهران از دید کتابداران. علوم و فنون مدیریت اطلاعات. ۱۴۰۰، (۱)۷.

