تعامل انسان و اطلاعات، جلد۲ شماره۳
http://hii.khu.ac.ir
مقاله اصیل پژوهشی

کتابداران و سواد رسانه‌های اجتماعی: مطالعه موردی کتابداران دانشگاهی منطقه‌ی سیستان

مرضیه مروتی: مربی، کارشناس ارشد، عضو هیئت‌علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه زابل (نویسنده مسئول).
morovatim@yahoo.com
محمدامین عرفان منش: استادیار، دکتری، عضو هیئت‌علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی.

چکیده

زمینه و هدف: با توجه به توسعه رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و ضرورت برخورداری کتابداران از سواد رسانه‌های اجتماعی، پژوهش حاضر باهدف تبیین دیدگاه‌ها و تجربه‌های کتابداران در خصوص سواد رسانه‌های اجتماعی و راهکارهای ارتقای آن صورت گرفته است.

روش: این پژوهش یک مطالعه کیفی است که از طریق مصاحبه صورت گرفته است. جامعه‌ی آماری شامل ۴۰ نفر از کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاهی منطقه سیستان است که ۱۴ نفر از این افراد با روش نمونه‌گیری در دسترس جهت مصاحبه انتخاب شدند. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل محتوا انجام‌شده است.

یافته‌ها: مضامینی همچون آگاهی شبکه‌ای ازجمله شناخت انواع رسانه‌های اجتماعی و شیوه‌ی صحیح استفاده از هر یک از آن‌ها، آگاهی از حق مؤلف و رعایت حریم شخصی، مصرف نقادانه و ارزیابانه، تبادل اطلاعات و استفاده هدفمند از رسانه‌های اجتماعی ازجمله مسائلی بود که پاسخگویان در این پژوهش به عنوان مضامینی از سواد رسانه‌های اجتماعی مورد اشاره قرار دادند. کتابداران مورد بررسی همچنین بر لزوم آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی تأکید داشتند.

نتیجه‌گیری: برنامه‌های آموزش رسمی و غیررسمی سواد رسانه‌های اجتماعی می‌بایست به عنوان ضرورت اساسی جامعه اطلاعاتی به‌طور جدی دنبال گردد. استفاده صحیح و مناسب از رسانه‌های اجتماعی نیاز به فرهنگ‌سازی دارد. همچنین توجه پژوهشگران به تولید آثار کاربردی درزمینه‌ی سواد رسانه‌های اجتماعی به ویژه در ارتباط با جامعه کتابداری و اطلاع‌رسانی ضروری به نظر می‌رسد.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌های اجتماعی، کتابدار

دریافت:
۱۱ دی ۱۳۹۴
ویرایش:
۲۰ فروردین ۱۳۹۵
پذیرش:
۱۱ اردیبهشت ۱۳۹۵

مقدمه

تا دهه‌ی ۱۹۶۰، سواد، معنای کلاسیک آن «خواندن، نوشتن و فهمیدن» بود و در تدریس و آموزش نقش اساسی داشت. از دهه‌ی ۱۹۶۰، سواد بصری[1] به رسانه‌ی فیلم مربوط شد و در دهه‌ی ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ تمرکز بر تلویزیون بود. از اواسط دهه‌ی ۱۹۹۰، سواد دیجیتالی و رسانه‌های دیجیتالی به ویژه اینترنت و وب توسعه یافتند (کفاش، ۱۳۹۱). در سی و چهارمین اجلاس عمومی یونسکو در سال ۲۰۰۷، یونسکو مدیران کل را به حمایت بیش از پیش از سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی باهدف ارائه‌ی فرصت به کاربران برای قضاوت آگاهانه در ارتباط با رسانه، منابع اطلاعاتی و گسترش مشارکت مدنی در رسانه‌ها دعوت نمود (ویلسون[2]، ۲۰۱۲). یونسکو همچنین شاخص‌هایی در زمینه سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی ارائه کرد.[3] امروزه با تحول فناوری‌ها در عرصه جهانی، سواد رسانه‌ای معنا و مفهوم جدیدی پیداکرده است. با ظهور وب۲، تحول عمیقی در فضای رسانه‌ای پدید آمد و رسانه‌های مبتنی بر فناوری وب ۲، تحت عنوان رسانه‌های اجتماعی[4] مطرح شدند. اصطلاح رسانه‌های اجتماعی برای نخستین بار در سال ۲۰۰۶ توسط کریس شیپلی[5] مطرح شد (سلطان آبادی، ۱۳۹۳؛ افتاده، ۱۳۸۹). رسانه‌های اجتماعی ابزارهای جدید مبتنی بر پیشرفت فناوری همچون وبلاگ‌ها، میکروبلاگ‌ها[6]، پادکست‌ها، ویکی‌ها، اجتماعات محتوامحور[7] و شبکه‌های اجتماعی هستند. هدف رسانه‌های اجتماعی، افزایش ارتباطات افراد و ایجاد فضایی برای تبادل اطلاعات است. همکاری و هم‌افزایی یکی از ویژگی‌های اصلی رسانه‌های اجتماعی است. این هم‌افزایی سبب پیشبرد و توسعه امور می‌شود (سلطان آبادی، ۱۳۹۳). شیپلی معتقد است که رسانه‌های اجتماعی، هدایت‌کننده‌ی

1. Visual Literacy
2. Wilson
3. http://www.unesco.org/new/en/communication -and-information/media-development/media literacy/globalframework-on-mil-indicators

4. Social Media
5. Chris Shipley
6. Microblogs
7. Content-based communities

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

رویدادهای آتی برای گفتگو هستند (افتاده، ۱۳۸۹). از دیدگاه کاپلن و هاینلین[8] (۲۰۱۰) رسانه‌های اجتماعی، گروهی از برنامه‌های کاربردی مبتنی بر اینترنت هستند که بر پایه‌ی فناوری وب۲، ایجاد شده‌اند و خلق و تبادل محتوا را به وسیله کاربر امکانپذیر می‌سازند. ذوالقدر و قاسم زاده (۱۳۹۲) معتقدند که رسانه‌های اجتماعی قابلیت تعامل دوجانبه با مخاطب مافوق هر گیرنده خاص را دارند. در این شکل ارتباطی یعنی ارتباط چند به چند، افراد امکان وارد و دریافت کردن اطلاعات به شبکه و از شبکه را دارند و به نحوی پویا، برای هدفی قابل انعطاف مرتبط هستند.

در دنیای امروز افراد جامعه با سطح تحصیلات، شغل و اهداف مختلف از مزایای گوناگون انواع رسانه‌های اجتماعی آگاه بوده و از آن استفاده می‌کنند. علاوه بر توانایی‌هایی که لازم بود افراد جامعه در گذشته در ارتباط با رسانه‌های جمعی بدانند، در رسانه‌های اجتماعی مسائل تازه‌ای ایجاد شده که برخورد صحیح با آن‌ها مستلزم رسیدن به توانمندی‌های جدیدی است که تحت عنوان سواد رسانه‌های اجتماعی[9] مطرح شده است و می‌بایست به‌عنوان ضرورت اساسی جامعه اطلاعاتی مورد توجه قرار گیرد. در سال‌های اخیر اندیشمندان، سواد رسانه-های اجتماعی را با رویکردهای متفاوت مورد توجه قرار داده‌اند. برخی بر توانمندی کاربران در به کارگیری تکنیکی انواع رسانه‌های اجتماعی تاکید دارند و برخی مصرف منتقدانه را دارای اهمیت بیشتری می‌دانند (مولایی، ۱۳۹۰). تلیمن[10] (۲۰۱۰) بر این باور است که دانستن چگونگی استفاده از ابزارهایی مانند توییتر[11]، فیس بوک[12] و غیره نشان دهنده داشتن سواد این حوزه نیست. از دیدگاه وی سواد رسانه‌های اجتماعی عبارت از داشتن مهارت کافی در برقرای ارتباط مناسب و مسئولانه و توانایی ارزیابی انتقادی گفت‌وگوها در عرصه‌ی فناوری‌های اجتماعی است. رینگلد[13] (۲۰۱۰) معتقد است که در مواجهه با رسانه‌های اجتماعی، داشتن مهارت‌های رمزگذاری و رمزگشایی به تنهایی کافی نیست. دسترسی به انواع متفاوت رسانه‌های اجتماعی تنها افرادی را توانمند می-کند که بدانند چگونه این رسانه‌ها را به کار گیرند. از این رو فراتر از مهارت‌ها در استفاده از رسانه‌های اجتماعی باید از سوادها سخن گفت. از دیدگاه او رسانه‌های اجتماعی شامل پنج سواد اصلی شامل توجه و دقت، مشارکت، همکاری، مصرف نقادانه و آگاهی شبکه‌ای می‌باشد. از نظر عبودیت (۱۳۹۳) سواد اطلاعاتی در عصر رسانه‌های اجتماعی یک «فراسواد[14]» را طلب می‌کند که نیازمند دارا بودن آگاهی انتقادی درباره چرایی فعالیت‌هایی است که با اطلاعات انجام می‌دهیم. به نظر می‌رسد کاربران رسانه‌های اجتماعی همچون هر رسانه‌ی دیگری با مجهز شدن به سواد رسانه‌های اجتماعی، متحمل آسیب‌های کمتری از سوی این ابزارها شده و جامعه نیز نسبت به مشکلات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی فضای مجازی مصونیت بیشتری خواهد داشت. اهمیت این موضوع به تلاش‌های گسترده ملی و بین‌المللی در این زمینه انجامیده است. برای نمونه کمیسیون خدمات عمومی استرالیا[15] در سال ۲۰۱۲ بخشنامه‌ای برای حضور رسانه‌ای و آنلاین سازمان‌ها ابلاغ کرد. این بخشنامه از یادداشت‌ها و مصاحبه‌های مطبوعاتی تا محتوای اینترنت را شامل می‌شود. در این بخشنامه حتی درباره مدت زمان مجاز استفاده از تلفن‌های هوشمند توسط کارکنان در محل کار اظهار نظر شده است. بخش‌هایی از این بخشنامه به توصیه‌ها و رفتارهای اخلاق حرفه‌ای در محیط آنلاین و تهدیدها و فرصت‌های این فضا اشاره دارد. همچنین وزارت امور داخلی نیوزیلند در سال ۲۰۱۱ طرح «رسانه‌های اجتماعی در دولت» را ارائه کرد. هدف از تدوین این طرح، تشویق سازمان‌های دولتی برای استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی و ارائه‌ی نمای کلی از نقاط قوت، نقاط ضعف، مزایا و خطرات این مجموعه ابزار بسیار مهم و به سرعت در حال رشد بود. همچنین در سال ۲۰۱۲ دفتر کابینه بریتانیا راهنمای استفاده از رسانه‌های اجتماعی سازمانی را برای کارکنان دولت ابلاغ کرد (امامی، ۱۳۹۲).

پیشرفت‌های حاصل از فناوری اطلاعات و ارتباطات همراه با تحول رسانه‌ای، حوزه‌های بسیار گوناگونی را تحت تأثیر قرار داده است. رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های مرتبط با آن سیمای کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی را متحول کرده و فرصت‌های جدیدی برای کتابداران و اطلاع رسانان به ویژه در کتابخانه‌های دانشگاهی به وجود آورده است (کیم و عباس[16]، ۲۰۱۰؛ سی، شی و چن[17]، ۲۰۱۱؛ جهان و احمد[18]،

8. Kaplan & Haenlein
9. Social Media Literacy
10. Tillman
11. Twitter
12. Facebook
13. Rheingold

14. Post- Literacy
15. APSC
16. Kim & Abbas

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

۲۰۱۲؛ چو و دو، ۲۰۱۳؛ ظهوریان و ابریزه[19]، ۲۰۱۴؛ کالینز و کوان هاسه[20]، ۲۰۱۴؛ بسین ارس[21]، ۲۰۱۴؛ کمانی[22]، ۲۰۱۵؛ ظهوریان، ۱۳۹۳). با توجه به توسعه رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی و ضرورت برخورداری کتابداران از سواد رسانه‌های اجتماعی، آگاهی از دیدگاه کتابداران به مقوله سواد رسانه‌های اجتماعی موضوعی جالب به نظر می‌رسد که می‌تواند در ارائه راهکارهای مورد نظر جهت ارتقای سواد رسانه‌های اجتماعی مؤثر واقع شود. از این‌رو، هدف از این مقاله تبیین دیدگاه‌ها و تجربه‌های کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاهی منطقه سیستان در خصوص سواد رسانه‌های اجتماعی می‌باشد. مطالعه حاضر بر آن است که در راستای هدف ذکر شده به سئوالات زیر پاسخ گوید:

۱. دیدگاه کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاهی منطقه سیستان در مورد سواد رسانه‌های چگونه است؟

۲. مهم‌ترین راهکارهای ارتقای سواد رسانه‌های اجتماعی از نظر کتابداران کدامند؟

پیشینه پژوهش

اصطلاح کتابخانه ۲ که اولین بار توسط کیسی[23] (۲۰۰۵) به کار رفت، ناظر بر کاربرد فناوری‌های وب۲ در کتابخانه‌ها است. منس[24] (۲۰۰۶) بیان می‌کند که وبلاگ‌ها اولین رسانه‌های اجتماعی بودند که به وسیله کتابداران مورد استفاده قرار گرفتند. مرور مطالعات انجام‌شده نشان می‌هد که زوایای گوناگون کاربرد رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها مورد توجه محققان و پژوهشگران بوده است. اصنافی (۱۳۸۴) ضمن مطالعه‌ای که در ارتباط با کاربرد وبلاگ‌ها در کتابخانه‌ها انجام داد بیان می‌کند که وبلاگ‌ها می‌توانند شبکه‌ای از کتابخانه‌های بدون مرز ایجاد کنند و مجرای دسترسی به اطلاعات را افزایش دهند. فیلیپس[25] (۲۰۱۱) در پژوهشی پیرامون کاربرد شبکه‌ی فیسبوک در کتابخانه‌های دانشگاهی به این نتیجه رسید که کتابخانه‌های دانشگاهی می‌توانند از شبکه‌های اجتماعی برای اهداف گوناگون حرفه‌ای مانند بازاریابی، نزدیک ساختن خود به مخاطبان، تعامل با کاربران، اطلاع‌رسانی خدمات کتابخانه همچون معرفی منابع جدید، فناوری‌های نو و کارگاه‌های آموزشی استفاده نمایند. ظهوریان (۱۳۹۳) ضمن مطالعه‌ی انگیزه‌ها و موانع کاربست رسانه‌های اجتماعی توسط کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی بیان می‌کند که ابزارهای رسانه‌های اجتماعی نه تنها برای برقراری ارتباط با کاربران، بلکه برای تسهیل تعامل کتابداران با یکدیگر نیز مناسب هستند. مطالعه‌ی اسلام و حبیبه[26] (۲۰۱۵) در کتابخانه‌های دانشگاهی بنگلادش نشان داد که در بسیاری از این کتابخانه‌ها از شبکه‌های اجتماعی فیسبوک و لینکداین[27] برای بازاریابی خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی استفاده می‌شود. همچنین استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای بازاریابی تولیدات کتابخانه، اشتراک اخبار و وقایع کتابخانه، ویدئو کنفرانس و تبلیغات متداول است. نتایج پژوهش کالینز و کوان‌هاسه (۲۰۱۴) نشان داد که توییتر و فیس بوک، ابزارهای رسانه‌های اجتماعی محبوب کتابداران دانشگاهی انتاریو کانادا طی سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۱۲ بوده است. یافته‌های مطالعه‌ی چو و دو (۲۰۱۳) در کتابخانه‌های دانشگاهی اروپا و شمال امریکا نیز نشان داد که این دو ابزار رایج‌ترین رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده بودند. هارینارایانا و راجو[28] (۲۰۱۰) ضمن بررسی کاربرد ابزارهای وب ۲ در وب سایت‌های کتابخانه‌های صد دانشگاه برتر دنیا به این نتیجه رسیدند که بیش‌تر کتابخانه‌های دانشگاهی برای انتشار اخبار و اشاعه خدمات کتابخانه از آر. اس. اس[29] و وبلاگ استفاده می‌کنند و پادکست، ویدکست[30] و ویکی کمترین کاربرد را دارند.

علی‌رغم اهمیت رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، نتایج برخی مطالعات بیانگر آن است که پذیرش و یا کاربرد رسانه‌های اجتماعی در برخی از کتابخانه‌ها در سطح پایینی بوده است. اناری، عاصمی و ریاحی نیا (۱۳۹۲) ضمن بررسی میزان استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش بین کتابداران اصفهان به این نتیجه رسیدند که میزان استفاده کتابداران دانشگاه اصفهان از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی به ویژه میکروبلاگ‌ها در روند اشتراک دانش پایین است. نتایج پژوهش مرادی و همکاران (۲۰۱۱)

17. Si, Shi & Chen
18. Jahan & Ahmed
19. Zohoorian & Abrizah
20. Collins & Quan-Haase
21. Biçen Aras
22. Kamani
23. Casey
24. Maness
25. Philips

26. Islam & Habiba
27. LinkedIn
28. Harinarayana & Raju
29 . RSS
30. Vidcast

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

در بررسی کاربرد ابزارهای وب ۲ در کتابخانه های دانشگاهی خاورمیانه نیز نشان داد که میزان استفاده از ابزارهای وب ۲ در کتابخانه های خاورمیانه و ایران به ویژه از لحاظ سازماندهی و اشاعه اطلاعات پایین است. از سوی دیگر اسفندیاری مقدم و حسینی شعار (۲۰۱۱) و لین[۳۱] (۲۰۰۸) استفاده کتابداران از رسانه‌های اجتماعی را در کتابخانه‌های دانشگاهی مورد بررسی‌شان پایین گزارش کردند.

جستجو در خصوص سواد رسانه‌های اجتماعی در کتابداران و متخصصان اطلاع‌رسانی در پایگاه‌های اطلاعاتی مختلف با نتایج معدودی همراه بود. در مطالعه‌ای مرتبط با پژوهش حاضر، مورفی و مولایسن[۳۲] (۲۰۰۹) بر ضرورت آموزش مهارت‌های شبکه‌های اجتماعی کتابداران جهت بهره گیری هر چه بیشتر این افراد از برنامه‌های کاربردی اجتماعی جدید و در حال ظهور تأکید می‌کنند و کتابداران را مسئول اجرای خدمات شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه می‌دانند. سکر[۳۳] (۲۰۰۸) ضمن بررسی کاربرد شبکه‌ی اجتماعی فیسبوک در کتابخانه‌ها دریافت که آشنا نبودن با نحوه استفاده مؤثر از شبکه اجتماعی در کتابخانه‌ها، مهم‌ترین عامل بازدارنده‌ی کتابداران در به‌کارگیری آن‌ها است. عارف و محمود[۳۴] (۲۰۱۲) نیز ضمن مطالعه نقش کتابداران در دنیای دیجیتال بیان می‌کنند که موانع متعددی همچون نبود امکانات و زیرساخت‌های فناورانه و کمبود سواد رایانه‌ای بر سر راه استفاده کتابداران از رسانه‌های اجتماعی وجود دارد. به طور کلی بررسی پژوهش‌های انجام‌شده نشان از آن دارد که گرچه موضوع رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها در دو دهه‌ی اخیر مورد توجه پژوهشگران بوده است، اما سواد رسانه‌های اجتماعی و چگونگی ارتقاء آن از دیدگاه کتابداران چندان مورد توجه قرار نگرفته است. در چنین شرایطی آگاهی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی از مفهوم سواد رسانه‌های اجتماعی، کسب مهارت‌های اساسی در دسترسی، تحلیل، ارزیابی و استفاده از این رسانه‌ها در جهت ارائه خدمات اطلاعاتی و همچنین آموزش این مهارت‌ها به کاربران خود از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. از این‌رو انجام پژوهش حاضر در راستای مطالعه آگاهی نمونه‌ای از کتابداران دانشگاهی از ابعاد مختلف مفهوم سواد رسانه‌های اجتماعی و همچنین روش‌های ارتقاء آن حایز اهمیت است.

روش

این پژوهش یک مطالعه کیفی است که از طریق مصاحبه صورت گرفته است. جامعه آماری پژوهش شامل ۴۰ نفر از کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاهی منطقه سیستان است. دانشگاه‌های مورد بررسی در این پژوهش شامل دانشگاه علوم پزشکی زابل (کتابخانه مرکزی و کتابخانه‌های تابعه)، دانشگاه زابل (کتابخانه مرکزی و پردیس جدید)، دانشگاه آزاد اسلامی واحد زابل، دانشگاه پیام نور واحد زابل و دانشکده علوم قرآنی زابل بودند. بررسی سایر شهرستان‌های منطقه سیستان حاکی از عدم وجود دانشگاه و یا کتابخانه دانشگاهی در این شهرستان‌ها بود. معیارهای ورود به مطالعه شامل کتابدار بودن، تمایل به انجام مصاحبه و توانایی در بیان دیدگاه‌ها و تجربه‌ها بود. انجام مصاحبه تا رسیدن به اشباع اطلاعاتی یا تا جایی که با ادامه مصاحبه، اطلاعات جدیدی از افراد به دست نمی‌آمد، ادامه یافت. بدین ترتیب ۱۴ نفر از میان ۴۰ کتابدار شاغل در کتابخانه‌های دانشگاهی منطقه سیستان بر اساس روش نمونه‌گیری در دسترس مورد مطالعه قرار گرفتند. علت انتخاب محل مورد نظر در پژوهش حاضر، دسترسی یکی از پژوهشگران به کتابخانه‌های مذکور جهت مطالعه بود. جهت جمع‌آوری داده‌ها از مصاحبه‌ی بدون ساختار استفاده شد. این روش به دلیل عمیق بودن و انعطاف‌پذیری، مناسب‌ترین شیوه جهت تحقیقات کیفی می باشد. پرسش اولیه بسیار کلی مطرح می‌گردد و پاسخ تفسیری و توضیحی مشارکت کننده، هدایتگر مسیر سئوالات بعدی خواهد بود (ایلو و کینگاس ، ۲۰۰۸). به منظور تعامل بهتر، ابتدا از افراد مورد مطالعه در مورد اطلاعات فردی و مقطع تحصیلی‌شان سئوال شد. سپس دو سئوال باز شامل «وقتی می‌گوییم سواد رسانه‌های اجتماعی چه به ذهن شما می‌آید؟» و «برای ارتقاء سواد رسانه‌ای کتابداران چه باید کرد؟» از آن‌ها پرسیده شد. بقیه سئوالات در ضمن گفت و گو، جنبه کاوشی داشتند. مدت زمان مصاحبه‌ها بین بیست تا سی دقیقه بود که در محیط کتابخانه در فضایی مناسب و آرام انجام می‌گرفت. پس از مصاحبه، پاسخ‌های ثبت شده چندین بار مرور شده و مضامین با توجه به تکرار و ارتباط در دسته‌هایی قرار گرفتند. نام هر دسته بیانگر محتوای آن

31. Linh
32.Murphy & Moulaison
33. Secker
34. Arif & Mahmood

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

مضامین و نشان دهنده مفاهیم مورد نظر پاسخگویان است.

یافته‌ها

شرکت کنندگان پژوهش شامل ۱۴ کتابدار، ۶ نفر با تحصیلات کارشناسی و کارشناسی ارشد در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی و ۸ نفر با تحصیلات کارشناسی و کارشناسی ارشد در رشته‌های دیگر بودند. نتایج نشان داد که به طور کلی کتابداران تحصیلکرده در رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی، آشنایی بیش‌تر و دید گسترده‌تری نسبت به مفهوم سواد رسانه‌های اجتماعی دارند، هرچند که در میان سایر کتابداران نیز پاسخ‌ها نشان دهنده‌ی شناخت نسبی آن‌ها به این مسأله بود. یافته‌های پژوهش نشان داد که به طور کلی شناخت کتابداران مورد بررسی از مفهوم سواد رسانه‌های اجتماعی در سطح بالایی قرار ندارد. بیشتر پاسخگویان در ضمن مصاحبه بیان داشتند که کتاب و یا مقاله‌ای در زمینه سواد رسانه‌های اجتماعی مطالعه نکرده‌اند، به علاوه این‌که افراد مورد بررسی بیش‌تر دانسته‌های خود را در این زمینه براساس تجارب شخصی خود و یادگیری غیررسمی از طریق ارتباط با دوستان، خانواده، همکلاسی‌ها و همکاران خود ذکر کردند. مضامین برگرفته شده از این مطالعه عبارتند از:

آگاهی شبکه‌ای

- شناخت انواع رسانه‌های اجتماعی و شیوه صحیح استفاده از آن‌ها

کتابداران مشارکت کننده در این مطالعه به آگاهی شبکه‌ای برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی اذعان داشتند و آن را لازمه سواد رسانه‌های اجتماعی می‌دانستند. آن‌ها شناخت انواع رسانه‌های اجتماعی و شیوه صحیح استفاده از هر یک از آن‌ها را ضروری می‌دانستند:

«سواد رسانه‌های اجتماعی یعنی این که انواع گوناگون رسانه-های اجتماعی با فرمت‌ها و ویژگی‌هایشان را بشناسیم»

«سواد رسانه‌های اجتماعی یعنی در استفاده از نمادها، تصاویر و به طور کلی امکاناتی که سازندگان این رسانه‌ها برای مقاصد مورد نظر نصب کرده‌اند، مهارت داشته باشیم.»

»تا حالا ساختار بعضی از رسانه‌ها رو درک نکردم. مثلا فقط اسم پادکست رو شنیده‌ام و از نحوه عملکردش چیزی نمی دانم. یا در مورد ویکی پدیا نمی‌دانم چطور مطلبی اضافه یا ویرایش میشود. فکر می‌کنم این‌ها مربوط به سواد رسانه‌ای است که باید آموخته شود، مخصوصا درمورد آن‌هایی که در کتابخانه کاربرد دارند«.

«بعضی از شبکه‌ها که خیلی مفید و علمی هستند و خیلی به درد دانشجوها و اساتید می‌خورند فیلتر هستند. شاید بخاطر همین هست که خیلی‌ها از این رسانه‌ها آگاهی ندارند و روش استفاده از آن‌ها را نمی‌دانند.»

- آگاهی از حق مؤلف و رعایت حریم شخصی

کتابداران همچنین معتقد بودند که آگاهی از حق مؤلف و رعایت حریم شخصی، ازجمله ویژگی‌های فرد باسواد رسانه-های اجتماعی است:

»هنگام استفاده از رسانه‌های اجتماعی باید احساس مسئولیت داشته باشیم. باید به افراد یاد داده شود که این بجز کنترل بیرونی به یک کنترل درونی هم نیاز دارد«.

»اگر قوانین و مقررات رسانه‌های اجتماعی را ندانیم با مشکلات زیادی مواجه خواهیم شد«.

»حق مؤلف رعایت نمی شود. کتاب، خبر، داستان، مطلب علمی و مطالب مختلف دیگر بدون رعایت حق مؤلف نوشته، کپی برداری و یا ارسال می‌شوند«.

بعضی از پاسخ دهندگان نگرانی خود را در استفاده‌های نادرست از رسانه‌های اجتماعی بیان داشتند:

»من دیده‌ام که افراد در شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ‌ها به راحتی وارد حریم خصوصی یکدیگر می‌شوند. انگار نمی‌دانند که انسان‌ها در فضای مجازی هم حرمت و احترام دارند «.

«افراد هر چه دوست دارند در گروه‌های مختلف ارسال می-کنند، بدون آنکه راجع به آن فکر کنند.»

- مصرف نقادانه و ارزیابانه

کتابداران مورد مطالعه همچنین به توانایی ارزیابی و نقد پیام ها و اطلاعات به عنوان سواد رسانه‌های اجتماعی اشاره کردند:

«این‌که بتوانیم محتوای پیام‌هایی را که دریافت می‌کنیم ارزیابی کرده و متوجه شویم که پیامی خوب هست یا بد، درست هست یا نادرست، معنای سواد رسانه‌های اجتماعی هست که لازم است آموخته شود».

»تشخیص خوب از بد در فضای مجازی دشوارتر از محیط طبیعی است. جذابیت‌های فضای مجازی قدرت تشخیص را از فرد می‌گیرد. باید توانایی نقد و ارزیابی رسانه‌های اجتماعی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

را داشته باشیم تا دچار اشتباه نشویم«.
«تشخیص منبع معتبر از غیرمعتبر در فضای مجازی دشوار است. فکر می‌کنم در این زمینه هم نیاز به آموزش وجود دارد.»
«اعتبار نویسنده برای ارزیابی اثر اهمیت دارد. وقتی از شبکه-های مجازی کتابخوانی استفاده می‌کنیم، اعتبار نویسنده باید برای انتخاب در نظر گرفته شود. پس اگر بتوانیم اطلاعات معتبر رو از غیر معتبر تشخیص دهیم می‌توانیم بگوییم که باسواد هستیم.»
«سواد رسانه‌های اجتماعی یعنی از تأثیرات فردی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، مذهبی، سیاسی و ... این رسانه‌ها آگاه باشیم.»
«سواد رسانه‌های اجتماعی یعنی توانایی تجزیه و تحلیل و تفسیر پیام‌های رسانه‌های اجتماعی».

- تبادل اطلاعات

کتابداران در این مطالعه بر این نظر بودند که دانش و مهارت ترکیب و تبادل اطلاعات با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، بخش دیگری از مفهوم سواد رسانه‌های اجتماعی است:
«اگر کتابدارها بدانند و بتوانند از امکانات رسانه‌های اجتماعی مانند وبلاگ‌ها و شبکه‌ها برای ارتباطات علمی مثلا با ناشران و کاربران و حتی با کتابخانه‌های دیگر استفاده کنند، باسواد رسانه اجتماعی هستند».
«به نظر من افراد باید بدانند که گرفتن بازخورد از مخاطبان در وبلاگ‌هایشان، فرآیند تبادل اطلاعات رو بهبود می بخشد.»
«جامعه اطلاعاتی باید بداند که به جز شیوه‌ها و ابزارهای سنتی تبادل و انتقال اطلاعات، روش‌ها و ابزارهای جدیدی تحت عنوان رسانه‌های اجتماعی هستند که به این امر سرعت و سهولت می‌بخشند.»
«خودم و بیش‌تر دوستانم می‌دانیم چگونه از وبلاگ و بعضی از شبکه‌های اجتماعی مانند واتس اپ، اینستاگرام، تانگو، و وایبر برای اشتراک اطلاعات استفاده کنیم که البته اغلب جنبه سرگرمی دارد تا علمی».

- استفاده هدفمند

پاسخگویان بر این باور بودند که در استفاده از رسانه‌های اجتماعی باید هدفمند عمل کرده و در انتخاب نوع رسانه و نوع هدف باید دقت نمود:
«من هنوز نمی دانم که کدام رسانه اجتماعی برای استفاده های علمی مثلا اطلاع‌رسانی یک خبر مفیدتر، کم هزینه‌تر و یا ایمن‌تر است. بیش‌تر انتخاب‌ها بر اساس آزمون و خطاست. این می‌تواند نشان دهد که باسواد رسانه‌های اجتماعی نیستیم.»
«به نظر من افراد تحصیلکرده بهتر از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، مثلا اساتید نسبت به دانشجوها.»
«یک بار برای انجام جستجو و بازیابی اطلاعات در اینترنت با چند نفر از اساتید رشته مشورت کردم و آن زمان بود که متوجه شدم اطلاعاتم در زمینه ویکی‌ها و سایت‌های معتبر کم است.»
کتابداران مورد بررسی همچنین بر توجه به عامل زمان در کاربرد رسانه‌های اجتماعی تاکید داشته و مدیریت زمان را در استفاده بهینه از رسانه‌های اجتماعی لازم می‌دانستند:
«افراد وقت زیادی را در رسانه‌های اجتماعی می‌گذرانند، بدون آن‌که سودی برایشان داشته باشد. خیلی خوب می‌شود که آموزش استفاده بهینه از این رسانه‌ها را ما کتابداران یاد بگیریم و به کاربران نیز یاد دهیم.»
«گاهی وقت‌ها ساعت‌ها در شبکه‌های اجتماعی، مطالب مختلف را جستجو و مطالعه می‌کنم. احساس می‌کنم که این کارم بدون هدف است و وقت زیادی تلف می‌شود. به نظرم یک دلیل مهم این هست که یاد نگرفتیم چطور از این رسانه-ها استفاده کنیم.»

راهکارهای ارتقای سواد رسانه‌های اجتماعی

- آموزش

کتابداران نیاز به آموزش برای استفاده درست و مؤثر از رسانه-های اجتماعی را لازم دانسته و بر لزوم آموزش رسمی و غیر رسمی سواد رسانه‌های اجتماعی تاکید داشتند:
«کار کردن با رسانه‌های اجتماعی نیاز به آموزش دارد.»
«دوره دانشجویی برای آموزش دیر است. باید از همان دبیرستان آموزش داده شود تا وقتی افراد به دانشگاه آمده و یا در کتابخانه شاغل می‌شوند، بتوانند به راحتی از رسانه‌های اجتماعی استفاده کنند.»
«باید دانشگاه‌ها و سازمان مادر کتابخانه‌ها، کارگاه‌های آموزشی و جلسه‌های توجیهی برای کتابدارهایشان برگزار کرده و رسانه‌های اجتماعی و نحوه کارکردشان را در کتابخانه معرفی کنند.»
«آگاهی و اطلاعات لازم از نحوه به کارگیری رسانه‌های

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

اجتماعی می‌تواند تأثیر استفاده از آن‌ها را افزایش دهد.»
«افراد باید در ابتدا نسبت به رسانه‌های اجتماعی آشنایی پیداکرده و سپس به عضویت شبکه‌ها و گروه‌های اجتماعی درآید.»
برخی از پاسخگویان رسانه‌های جمعی را وسیله‌ای مناسب جهت ارتقای آگاهی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌دانستند:
«رسانه‌های اجتماعی باید از طریق رسانه‌هایی مانند تلویزیون و ماهواره که همه افراد مشاهده می‌کنند آموزش داده شود.»
«من تاکنون کتابی که این مسائل را آموزش بدهد نخوانده‌ام. اگر چنین کتاب‌هایی منتشر شود خوب است».
کتابداران همچنین به ضرورت آموزش برای استفاده درست و مؤثر از رسانه‌های اجتماعی در بعد مسائل اخلاقی و حریم خصوصی نیز اشاره کردند:
«اگر سرفصل‌های درسی برای آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی در دانشگاه و حتی کتاب‌های دبیرستان گنجانده شود، از خیلی از مسائل که اغلب ناآگانه اتفاق می‌افتد، پیشگیری می‌شود».

- فرهنگ‌سازی

لزوم فرهنگ‌سازی در ارتباط با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، از دیگر مسائلی بود که کتابداران ضمن بیان دیدگاه‌ها به آن اشاره کردند:
«اول باید فرهنگ استفاده از این رسانه‌ها نهادینه شود.»
«کاش در کشور برنامه‌هایی ساخته شود که جنبه‌های مثبت رسانه‌های اجتماعی را نشان دهد تا مردم مطلوب تر از آن‌ها استفاده کنند.»

بحث و نتیجه گیری

این مطالعه دیدگاه‌ها و تجربه‌های کتابداران دانشگاهی منطقه سیستان را در ارتباط با سواد رسانه‌های اجتماعی به تصویر کشیده است. کتابداران به مضامینی همچون آگاهی شبکه‌ای ازجمله شناخت انواع رسانه‌های اجتماعی و شیوه صحیح استفاده از هر یک از آن‌ها، آگاهی از حق مؤلف و رعایت حریم شخصی و نیز مصرف نقادانه و ارزیابانه، تبادل اطلاعات و استفاده هدفمند به عنوان مضامین سواد رسانه های اجتماعی اشاره کردند. نتایج پژوهش همچنین نشان داد که کتابداران سواد خود را در زمینه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تجربیات و یادگیری‌های غیررسمی عنوان نمودند. ارتقای سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران نیازمند شناخت جامع آنها از این مقوله است. لذا می‌بایست توجه ویژه بدان مبذول داشت. کانون این توجه در گام اول، به آموزش کتابداران و و در گام دوم، آموزش دانشجویان به عنوان کتابداران آینده معطوف می‌گردد. آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی یا سواد اطلاعاتی۲ می‌بایست در دوره‌های آموزشی ضمن خدمت برای کتابداران و اطلاع‌رسانان و همچنین در برنامه درسی دانشجویان علم اطلاعات و دانش-شناسی گنجانده شود. برگزاری دوره‌های آموزشی از طریق مراکز دانشگاهی، انجمن‌های علمی و پژوهشگاه‌ها همچون انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، پژوهشگاه ارتباطات و فناوری اطلاعات و نیز قطب‌های علمی و مراکز پژوهشی زیر نظر وزارت علوم تحقیقات و فناوری می‌تواند بسیار سودمند باشد. بدیهی است که با گسترش روزافزون رسانه‌های اجتماعی، ارتباط جامعه اطلاعاتی و به خصوص کتابداران و اطلاع‌رسانان با این رسانه-ها را نمی‌توان نادیده گرفت. استفاده مناسب از رسانه های اجتماعی نیازمند سواد رسانه‌های اجتماعی است و این موضوع می‌بایست به‌عنوان یکی از ضرورت مهم جامعه اطلاعاتی مورد توجه قرار گرفته و اقدامات لازم بویژه در زمینه آموزش در برنامه‌ریزی‌های مدیران و متولیان کتابخانه ها و مراکز اطلاع-رسانی به صورت نظام‌مند دنبال شود. چنان‌که نتایج برخی مطالعات (ظهوریان، ۱۳۹۳؛ سکر، ۲۰۰۸؛ عارف و محمود، ۲۰۱۲) نشان داد عدم آگاهی، آشنایی و نیز سواد رسانه‌ای در ارتباط با رسانه‌های اجتماعی از موانع مهم بر سر راه استفاده از رسانه‌های اجتماعی هستند. ظهوریان (۱۳۹۳) مشکل اساسی کتابداران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی را فقدان ساختار علمی و مشخصی می‌داند که متناسب با شیوه‌های خدمت‌رسانی در کتابخانه و خدمات اطلاع‌رسانی باشد. بنابراین استفاده از رسانه‌های اجتماعی نیازمند برنامه‌ی مدونی است تا کتابداران بتوانند بهتر و مؤثرتر از این ابزارها در ارائه خدمات کتابخانه استفاده نمایند. چو و دو (۲۰۱۳) بیان می‌کنند که همکاری کتابداران و کاربران، یکی از عوامل مهم در پیاده‌سازی موفق

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

رسانه‌های اجتماعی است. آن‌ها بر این باورند که نبود سیاست‌های مدون برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی ازجمله چالش‌های به‌کارگیری ابزارهای رسانه‌های اجتماعی به وسیله کتابداران دانشگاهی است.

همانگونه که کتابداران نیز اشاره کردند فرهنگ‌سازی و آموزش از طریق رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون برای استفاده صحیح از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بسیار مفید باشد. نمایش پیام‌ها و برنامه‌های آموزشی در ارتباط با مزایای استفاده درست از رسانه‌های اجتماعی و مسائل مرتبط با آنها همچون حق مؤلف، حریم شخصی، با توجه به محبوبیت رسانه‌ی ملی در میان اقشار مختلف می‌تواند در مرتفع نمودن بسیاری از چالشهای موجود مؤثر واقع شود. یافته‌های پژوهش نشان می–دهد که منابع اطلاعاتی قابل توجهی در کشور جهت ارتقای سواد رسانه‌های اجتماعی وجود ندارد و بنابراین توجه پژوهشگران به تولید آثار کاربردی در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد. بدون شک توجه به سواد رسانه‌های اجتماعی در جامعه‌ی اطلاعاتی بویژه کتابداران و اطلاع‌رسانان، ضرورتی اساسی در جهت استفاده حداکثری از ظرفیت رسانه‌های اجتماعی در جهت پیشرفت کشور می باشد. پژوهش‌های آینده می‌توانند با بررسی دیدگاه‌های کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی، تخصصی و عمومی در سایر نقاط کشور در خصوص سواد رسانه‌های اجتماعی، یافته های پژوهش حاضر را تکمیل نمایند. همچنین انجام مطالعاتی در خصوص سنجش میزان سواد رسانه‌های اجتماعی کتابداران و انجام اقدامات عملی در افزایش سطح سواد آن‌ها می‌تواند مفید باشد.

منابع

منابع فارسی

اسفندیاری مقدم، علیرضا و حسینی شعار، منصوره (۱۳۹۰). میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب ۲. کتابداری و اطلاع-رسانی، ۵۳ (۱)، ۵۵-۶۵.

اصنافی، امیررضا (۱۳۸۴). وبلاگ، ارمغان جدید اینترنت به کتابخانه‌ها. فصلنامه کتاب، ۶۱ (۱)، ۱۶۷-۱۷۳.

افتاده، جواد (۱۳۸۹). رسانه‌های اجتماعی و کتاب؛ بازگشت عموم و باز نشر کتاب. فصلنامه کتاب مهر، ۱، ۳۴-۴۷.

ذوالقدر، حسین، قاسم زاده عراقی، مرتضی (۱۳۹۲). بررسی انگیزه‌های کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی کاربران شبکه اجتماعی فیس بوک). پژوهش‌های ارتباطی، ۳(۳)، ۳۵-۵۸.

سلطان آبادی، محمود (۱۳۹۳). روزنامه نگاری در رسانه‌های اجتماعی. تهران: ثانیه.

اناری، فاطمه، عاصمی، عاصفه و ریاحی نیا، نصرت (۱۳۹۲). بررسی میزان استفاده از ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش بین کتابداران دانشگاه اصفهان. دانش شناسی، ۲۰(۱)، ۹-۲۳.

عبودیت، علی‌رضا (۱۳۹۳). سواد اطلاعاتی در فیسبوک: یک مطالعه تحلیلی. نشریه علمی تخصصی ادکا، ۱ (۱)، بازیابی ۳۰ مهر ۱۳۹۴، از: http://www.civilica.com/Paper-JR_ADKA-JR_ADKA-1-1_004.html

مولایی، محمدمهدی (۱۳۹۰). سواد رسانه‌های اجتماعی، سواد دهه جدید. مدیریت ارتباطات، ۱۵، ۶۸.

امامی، حسین (۱۳۹۲). رسانه‌های اجتماعی برای سازمان‌های دولتی، چگونه. مدیریت ارتباطات، ۳۹، ۶۰.

کفاش، حمیدرضا (۱۳۹۱). سواد رسانه‌ای و سیر تاریخی آن. رشد تکنولوژی آموزشی، ۲۸ (۱)، ۴-۷.

منابع لاتین

Arif, M., Mahmood, K. (2012). The changing role of librarians in the digital world: Adoption of Web 2.0 technologies by Pakistani librarians. Electronic Library, 30 (4), 469-479.

Biçen Aras, B. (2014). University libraries and social media policies. Journal of Balkan Libraries Union, 2 (1), 21-27.

Casey, M. (2005). Working towards a definition of library 2.0. Retrieved September 30, 2015 from :http://www.librarycrunch.com/2005/10/working_towards_a_definition_o.html

Collins, G. & Quan-Haase, A. (2014). Are social media ubiquitous in academic libraries? A longitudinal study of adoption and usage patterns. Journal of Web Librarianship, 8 (1), 48-68.

Chu, S.K.W. & Du, H.S. (2013). Social networking tools for academic libraries'. Journal of Librarianship & Information Science, 45 (1), 64-75.

Elo, S. & Kyngas, H. (2008). The qualitative content analysis process. Journal of Advanced Nursing, 62 (1), 107-115.

Jahan, I. & Ahmed, S.Z. (2012). Students' perceptions of academic use of social networking sites: a survey of university students in Bangladesh. Information Development, 28 (3), 235-247.

Harinarayana, N.S. & Raju, N.V. (2010). Web 2.0 features in university library web sites. The Electronic Library, 28 (1), 69-88.

Islam, M.M. & Habiba, U. (2015). Use of social media in marketing of library and information services in Bangladesh. DESIDOC Journal of Library & Information Technology, 35 (4), 299-303.

Kamani, P. (2015). The application of social media tools in academic libraries. Proceedings of the IATUL Conferences. Paper 5. Retrieved December 6, 2015 from http://docs.lib.purdue.edu/iatul/2015/posters/5

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]
[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

Rheingold, H. (2010). Attention, and other 21st-century social media literacies. EDUCAUSE Review, 45 (5), 14-24.

Tillman, K. (2010). Do media literacy, digital literacy and social media literacy intersect? Edelman Digital, Retrieved December 6, 2015 from: http://www.edelmandigital.com/2010/ 04/01/do-media-literacydigital- literacy-and-social-media-literacy-intersect/

Secker, J. (2008). Case study 5: libraries and Facebook. LASSIE: Libraries and Social Software in Education, Centre for Distance Education, University of London, London.

Si, L., Shi, R. & Chen, B. (2011). An investigation and analysis of the application of Web 2.0 in Chinese university libraries. Electronic Library, 29 (5), 651-668.

UNESCO (2013). Global Framework on MIL Indicators. Retrieved September 30, 2015 from: http://www.unesco.org/new/en/ communication-and-information/media-development/media literacy/globalframework- on-mil-indicators.

Wilson, C. (2012). Media and information literacy: Pedagogy and possibilities. Comunicar, 39, 15-22.

Zohoorian-Fooladi N. & Abrizah A. (2014). Personifying academic librarians' social media presence. Malaysian Journal of Library & Information Science, 19 (3), 13-26.

Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53 (1), 59–68.

Kim, Y.M. & Abbas, J. (2010). Adoption of library 2.0 functionalities by academic libraries and users: A knowledge management perspective. Journal of Academic Librarianship, 36 (3), 211-218.

Linh, N.C. (2008). A survey of the application of Web 2.0 in Australasian university libraries. Library Hi Tech, 26 (4), 630 – 653.

Maness, J. (2006). Library 2.0 theory: Web 2.0 and its implications for libraries. Webology, 3 (2). Retrieved December 10, 2015 from http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html

Moradi, S., Alipour, O., Saberi M., & Falahati, A. (2011). Web 2 applications in the academic libraries of Middle East countries. Library and Information Science, 14 (2), 107-131.

Murphy, J. & Moulaison, H. (2009). Social networking literacy competencies for librarians: Exploring considerations and engaging participation. In Association of College and Research Libraries (ACRL) 14th National Conference, Pushing the Edge: Explore, Engage, Extend, Seattle, Washington (US), 14 March 2009. (Conference paper) Retrieved December 28, 2015 from http://eprints.rclis.org/13142/

Phillips, N.K. (2011). Academic library use of Facebook: Building relationships with students. Journal of Academic Librarianship, 37 (6), 512–522.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]

Human Information Interaction. Vol. 2, No. 3
http://hii.khu.ac.ir
Original Article

Librarians and Social Media Literacy: A Case Study of University Librarians in Sistan District

Marzieh Morovati, (Corresponding author) Lecturer, MSc, Faculty Member at University of Zabol, Department of Information & Knowledge Science, Zabol, Iran. morovatim@yahoo.com
Mohammadamin Erfanmanesh, Assistant professor, PhD, Faculty Member at Shahid Beheshti University, Department of Information & Knowledge Science, Tehran, Iran.

Abstract

Background and Aim: According to the social media development in libraries and necessity of social media literacy for librarians, the aim of this study was to elucidate the viewpoints and experiences of librarians about social media literacy. Also**,** strategies for increasing librarians' social media literacy was suggested.
Method: A qualitative study with University librarians in Sistan district was performed using interview method. Fourteen out of 40 university librarians were studied using convenience sampling method. Content analysis approach was used to analyze data.
Results: Themes such as "Network awareness**,** proper incorporation and understanding of social media, observance of copyright law and personal privacy, critical and evaluative use, exchange of information, and targeted use," were derived from findings. Librarians accentuated the importance of social media literacy education.
Conclusion: Planning for formal and informal instruction of social media literacy as an essential part of information society should be pursued thoroughly. Social media literacy culture requires to be promoted. Attention to the production of practical works in social media literacy field is essential, especially among librarians.

Keywords: Social media literacy, Social media, Librarian

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

[DOR: 20.1001.1.24237418.1394.2.3.4.5]