

چالش‌های کتابداران در استفاده علمی از رسانه‌های اجتماعی و راهکارها

فائقه محمدی^۱

چکیده

رسانه‌های اجتماعی در منابع اطلاعاتی گوناگون تعاریف متعددی دارند. در یک نگاه مشترک، رسانه‌های اجتماعی به عنوان نرم افزارهای کاربردی و سیار وب ۲,۰ توصیف شده‌اند که به کاربران اجازه می‌دهند تا در یک تعامل اجتماعی هم‌زمان، دانشی را خلق کرده و به اشتراک بگذارند. این رسانه‌ها کاربر محور و چند منظوره بوده و محدود به زمان و مکان نیستند. اخیراً مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌ها توجه خاصی به استفاده از رسانه‌های اجتماعی داشته‌اند. مروری بر مطالعات قبلی بیانگر این واقعیت است که با وجود اینکه کتابداران به استفاده از این رسانه در کتابخانه‌ها نگرشی مثبت دارند با این حال آنها عملاً در استفاده واقعی از این ابزارها با چالش‌هایی مواجه‌اند. در این مقاله، با استفاده از روش پژوهش کتابخانه‌ای، ابتدا تعاریفی کلی از رسانه‌های اجتماعی مطرح شده است. سپس مسائل و چالش‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی از جنبه‌های گوناگون بررسی شده است. در خاتمه مقاله نیز راهکارهایی از قبیل ایجاد انگیزه در کتابداران، تدوین خط مشی استفاده و نیز تشویق پژوهشگران به انجام پژوهش‌های بیشتر در این زمینه به منظور رفع چالش‌های موجود پیشنهاد شده است.

کلیدواژه‌گان: رسانه‌های اجتماعی، کتابداران، استفاده علمی، چالش‌ها و راهکارها

۱. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه تبریز؛ faeghehmohammadi@yahoo.com

کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی از جمله مراکز علمی هستند که وظیفه خدمت‌رسانی به اқشار گوناگون جامعه را به عهده دارند. مخاطبان آنها می‌توانند اқشار دانشگاهی، دانش‌آموزان، پژوهشگران، کودکان و نوجوانان، نوسوادلان، معلولین و غیره باشند. با توجه به گستردگی ارائه خدمات به طیف وسیعی از مخاطبان در کتابخانه و مراکز اطلاعاتی، استفاده از فناوری‌های نوین می‌تواند نقشی سازنده در جهت نیل به اهداف سازمانی ایفا کند.

به منظور بررسی نقش و جایگاه رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی ضروری است تا ابتدا تعریف کلی از این ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی داشته باشیم.

در طی سال‌های اخیر رسانه‌های اجتماعی به چند روش توصیف شده‌اند. لغت‌نامه آکسفورد^۱ رسانه‌های اجتماعی را به عنوان وب سایت‌ها و عمل‌گره‌هایی توصیف می‌کند که کاربران را به ایجاد و اشتراک محتوا و یا سهیم شدن در رسانه‌های اجتماعی قادر می‌سازد.

بردلی^۲ (۲۰۱۲) عبارت رسانه‌های اجتماعی را در ارتباط با استفاده از فناوری وب برای تبدیل کردن ارتباطات به مکالمات تعاملی توصیف می‌کند.

کاپلن و هنلین^۳ (۲۰۱۰) رسانه‌های اجتماعی را به عنوان یک برنامه کاربردی اینترنتی که براساس زیرساخت‌های فناورانه و ایدئولوژیکی وب ۲٫۰ بنا شده و اجازه ایجاد و معاوضه محتوای ایجاد شده به کاربران را می‌دهد، توصیف کرده‌اند.

برایان سولیس^۴ (۲۰۱۰) یکی از نویسندگان برجسته در زمینه رسانه‌های نوین، رسانه‌های اجتماعی را وسیله‌ای برای همگانی کردن اطلاعات توصیف می‌کند که مردم را از خوانندگان مطالب به نشردهندگان اطلاعات تبدیل می‌کند.

بر طبق تعاریف فوق‌الذکر رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان نرم افزارهای کاربردی و سیار وب ۲٫۰ تعریف شوند که به کاربران اجازه می‌دهند تا در یک تعامل اجتماعی هم‌زمان، دانشی را خلق کرده و به اشتراک بگذارند. این رسانه‌ها کاربر محور و چند منظوره بوده و محدود به زمان و مکان نیستند.

بر طبق تعاریف فوق یکی از مهم‌ترین مزایای استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، برقراری تعامل بین کاربران و کتابداران می‌باشد که از این طریق رسانه‌های اجتماعی در یک جریان دو سویه مدیریت دانش، به شیوه‌ای فعال کتابداران و کاربران کتابخانه‌ها را در ارتباط با همدیگر قرار می‌دهند.

-
1. Oxford DICTIONary
 2. Bradley
 3. Kaplan & Haenlein
 4. Solis

همچنین این ابزارها زمینه‌ای فراهم می‌آورند که کتابداران خلاقیت‌های خود را به نمایش بگذارند. برای مثال با استفاده از شبکه‌های اجتماعی کتابداران عکس‌ها و ویدیوهایی را از محیط کتابخانه، منابع، خدمات و کاربران واقعی کتابخانه تهیه کرده و در دسترس کاربران شبکه‌های اجتماعی قرار می‌دهند تا زمینه را برای بازاریابی کتابخانه فراهم کنند. قرار دادن چنین تبلیغاتی در شبکه‌های اجتماعی پرترفدار از قبیل یوتیوب^۱، فیس بوک^۲ و توییتر^۳ می‌تواند دامنه استفاده از کتابخانه‌ها را به صورت سودمندی گسترش دهد. همچنین کتابداران این توانایی را دارند تا مطالب پست شده از طرف کاربران را تحت کنترل خود داشته باشند تا در صورت مغایرت با برنامه‌ها، اهداف و سیاست های کتابخانه آنها را فیلتر کنند(فرناندز ۲۰۰۹)^۴.

باوجود مزایایی که رسانه‌های اجتماعی دارند مطالعات پیشین بیانگر این واقعیت است که در برخی موارد نیز استفاده از این ابزارهای ارتباطی دوسویه مشکلات و موانعی را نیز برای کتابخانه‌ها و کتابداران فراهم می‌آورند.

از پانزده سال گذشته در ارتباط با رسانه‌هایی اجتماعی در کتابخانه‌ها و منابع علمی بیش از ۸۵۰۰ مقاله پژوهشی نمایه شده است که از این تعداد درصد قابل توجهی از این پژوهش‌ها به بررسی مسائل و چالش‌های مطرح شده در زمینه استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها می‌پردازد(گها و هال ۲۰۱۵)^۵. نتایج تحقیقات پیشین بیانگر این واقعیت است که چالش‌های به-کارگیری رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها می‌تواند ریشه در عوامل گوناگون درون سازمانی و برون سازمانی داشته باشد. عوامل درون سازمانی در برگیرنده مسائلی از قبیل علایق و قابلیت‌های فردی کتابداران بوده در حالی که مسائل درون سازمانی عواملی مانند غیرشفاف بودن نحوه بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی توسط کتابخانه‌ها و کتابداران را هدف قرار می‌دهد که این خود ناشی از فقدان خطمشی‌های مدون و نیز بی‌کفایتی مدیریتی در بهره‌مندی از رسانه‌های اجتماعی در درون سازمان هایی مانند کتابخانه‌ها می‌باشد.

در ادامه به بررسی پاره‌ای از مسائل و چالش‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی می‌پردازیم.

1. Youtube
2. Face book
3. Tweeter
4. Fernandez
5. Gaha & Hall

برخی از چالش‌های مطرح در استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط کتابداران

بررسی پیشینه در این تحقیق نشان داد که با وجود مزایای فراوانی که رسانه‌های اجتماعی در پیشبرد اهداف کتابخانه‌ها در عصر کنونی می‌توانند داشته باشند کتابداران در استفاده از این ابزارها عملاً با چالش‌هایی مواجهند. این چالش‌ها باعث بی‌میلی کتابداران در به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی می‌شود. در این مقاله با استناد به برخی منابع مرتبط، این چالش‌ها به سه دسته کلی الف: چالش‌های فردی کتابداران ب: چالش‌های سازمانی و فناوری؛ ج: فقدان پژوهش‌های کافی مرتبط با موضوع تقسیم‌بندی شده‌اند که در زیر به آنها اشاره می‌شود.

الف. چالش‌های فردی کتابداران

مهارت‌ها و نیز دیدگاه‌های کتابداران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی تأثیر فراوانی در وارد کردن این فناوری نوین به کتابخانه‌ها دارد.

سیکر^۱ (۲۰۰۸) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافته که در سال‌های اولیه حضور رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها، کتابداران تمایل چندانی به استفاده از رسانه‌های اجتماعی نداشته‌اند. مهم‌ترین دلیل عدم تمایل کتابداران به استفاده از این ابزارها، عدم آشنایی کافی آنها با این رسانه‌ها بوده است. کتابداران، رسانه‌های اجتماعی را تنها به‌عنوان ابزاری جهت سرگرمی تلقی کرده و به جنبه‌های استفاده علمی این ابزارها واقف نبودند. در این زمینه چاونر^۲ (۲۰۰۸) نیز نتیجه‌گیری کرده که موقعیت شغلی و سطح تحصیلی کتابداران نیویورک در میزان و نحوه استفاده آنها از رسانه‌های اجتماعی تأثیر دارد. همچنین کتابداران در زمینه عدم آشنایی خود با نحوه استفاده از رسانه‌های اجتماعی ابراز نگرانی کرده و در عین حال این ابزارها را به‌عنوان عاملی جهت از بین بردن حریم خصوصی افراد تلقی کرده‌اند. عارف و محمود^۳ (۲۰۱۲) فقدان سواد دیجیتالی کارکنان را مهم‌ترین مانع در استفاده کتابداران از رسانه‌های اجتماعی عنوان کرده‌اند.

بنا بر اظهارات ظهوریان (۲۰۱۴) با توجه به اینکه روز به روز نرم‌افزارهای متعددی قابل استفاده می‌شود لازم است کتابداران از طریق خودآموزی، نرم‌افزارهای مختلف را شناخته و به‌کار گیرند در حالی که اکثر کتابداران فاقد چنین مهارت و انگیزه‌ای می‌باشند.

1. Secker
2. Chawner
3. Arif & Mahmood

ب. چالش‌های سازمانی و فناوری

علاوه بر مسائل فردی کتابداران در زمینه به‌کارگیری مؤثر رسانه‌های اجتماعی برای انجام امور علمی و تخصصی در کتابخانه‌ها، چنین به‌نظر می‌رسد که عوامل سازمانی و فناوری نیز در رسیدن به این هدف بی‌تأثیر نیستند.

در مورد کشف موانع و چالش‌ها در استفاده از رسانه‌های اجتماعی در امور علمی چو و دو^۱ (۲۰۱۲) پیمایشی را بین کتابخانه‌های دانشگاهی در آسیا، آمریکای شمالی و اروپا انجام داده‌اند. یافته‌ها نشان داد که مهم‌ترین چالش‌ها در پیاده‌سازی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز دانشگاهی، مربوط به زمان، نیروی انسانی و مسائل مربوط به تغییرات فناوری بوده است. بر این اساس خدماتی همچون بودجه‌بندی، استخدام نیروی انسانی و ارائه خدمات آموزشی و پژوهشی در کتابخانه‌ها می‌توانند تحت تأثیر این فناوری‌های نوین واقع شوند. کمیته برنامه‌ریزی انجمن کتابخانه‌های دانشکده ای و پژوهشی^۲ (۲۰۱۰).

عارف و محمود (۲۰۱۲) نیز نبود امکانات رسانه‌ای وسخت افزاری را از مهم‌ترین موانع استفاده کتابداران پاکستانی از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها دانسته‌اند.

ظهوریان^۳ (۲۰۱۴) موانع و محدودیت‌ها در زمینه گردش کاری از قبیل فقدان زمان کافی برای کتابداران جهت یادگیری، برنامه‌ریزی، ایجاد و نگهداری و به‌روزرسانی رسانه‌های اجتماعی در انجام انواع خدمات کتابخانه‌ای را از جمله موانع به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها مطرح کرده است. همچنین بنا به اظهارات وی اکثر کتابخانه‌ها فاقد خط مشی مکتوب و منسجم به‌منظور راهنمایی کتابداران هستند. بنابراین، کتابداران نمی‌توانند از استراتژی مشخص و از پیش تعیین شده ای در هنگام استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها تبعیت کنند. همچنین مشکل دیگر در این زمینه این است که بنا بر تصمیم‌گیری‌های مدیریتی، برخی کتابخانه‌ها استفاده از این ابزارها را به زمان‌ها و ساعات خاصی در طی ساعات کاری کتابخانه و یا خارج از ساعات کاری آن محدود می‌کنند.

ج. چالش فقدان نتایج پژوهشی کافی در زمینه استفاده علمی از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها

دوشی و بودنر^۴ (۲۰۱۱) و ظهوریان (۲۰۱۴) به این نتیجه دست یافتند که تحقیقات توصیفی انجام یافته در ارتباط با استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها ناکافی بوده و قادر به پاسخگویی به

1. Chu & Du
2. ACRL Research Planning & Review Committee
3. Zohoorian
4. Doshi & Bodnar

بسیاری از مسائل نیستند. برای مثال بر اساس یافته آنها تاکنون تحقیقی مشخص نکرده که هر بخش از کتابخانه چگونه باید از رسانه‌های اجتماعی بهره برد و یا اینکه مطالب پست شده چگونه باید روزآمد سازی و مدیریت شوند. این نویسندگان با اشاره به وجود چنین شکاف اطلاعاتی در تحقیقات انجام یافته پیشین نیاز به انجام ارزیابی‌های کیفی در موضوع مورد بحث را با استفاده از تفکر انتقادی پیشنهاد می‌کنند.

حال سوالی که اینجا مطرح می‌شود این است که چه راهکارهایی می‌توان به کاربرد تا بتوان چالش‌های مطرح شده در این مقاله را از میان برداشت تا کتابداران به استفاده از این ابزارها تمایل بیشتری از خود نشان دهند؟

راهکارهای افزایش استفاده کتابداران از رسانه‌های اجتماعی

در ادامه بحث حول محور مسائل مربوط به استفاده از رسانه‌های اجتماعی، با استناد به تحقیقات پیشین این مقاله برآنست تا سه راهکار را ارائه کند. این راهکارها عبارتند از:

۱. ایجاد انگیزه در کارکنان؛
۲. تدوین و به‌کارگیری خط‌مشی استفاده از این ابزارها در کتابخانه‌ها؛
۳. تشویق پژوهشگران و دانشجویان به انجام پژوهش‌های مرتبط با موضوع از طریق استادان دانشگاه‌ها.

۱. ایجاد انگیزه در کتابداران در راستای استفاده از رسانه‌های اجتماعی

آبراهام مازلو^۱ یکی از اندیشمندان برجسته مدیریت کلاسیک در "نظریه سلسله مراتبی نیازها" به این نکته اشاره دارد که هر چقدر اعتماد به نفس و احساس پذیرش توسط اجتماع در فردی بیشتر باشد این امر باعث افزایش انگیزه وی جهت دستیابی به اهداف سازمان می‌شود. بنابراین مدیران کتابخانه‌ها باید به ایجاد انگیزه در افراد چه از طریق آموزش‌های فردی و یا تعاملات گروهی توجه خاصی داشته باشند. داشتن انگیزه مانند نیروی محرکه‌ای است که می‌تواند افراد را به استفاده از فناوری‌های نوین تشویق و ترغیب کند. ایجاد انگیزه در افراد به‌منظور استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند گروهی یا فردی باشد.

1. Abraham Maslow

ایجاد انگیزه از طریق آموزش‌های فردی کتابداران

یکی از وظایف مهم مدیریتی جهت تحقق اهداف سازمانی، ایجاد انگیزه در اعضای سازمان است. کمبل^۱ (۲۰۰۶) در طی پژوهشی دریافت که در زمینه به‌کارگیری فناوری‌های نوین در یک سازمان هر چه تمایل و انگیزه کارکنان آن سازمان به یادگیری نحوه استفاده از این فناوری‌ها بیشتر باشد، مقاومت آنها در مقابل ایجاد تغییر کمتر بوده و آن سازمان آمادگی بیشتری برای پذیرش و استفاده از آنها را خواهد داشت. بنابراین سازمان‌هایی مانند کتابخانه‌ها موظفند تا به‌منظور استفاده بهینه از فناوری‌های نوین به‌طور مستمر به آموزش و ایجاد انگیزه در کارکنان بپردازند. برگزاری کارگاه‌های آموزشی یکی از روش‌های انگیزش افراد سازمانی در جهت پذیرش و استفاده از فناوری‌های نوین از قبیل رسانه‌های اجتماعی است.

ایجاد انگیزه از طریق تعاملات گروهی

در حال حاضر فقدان ارتباطات مفید و سازنده بین کارکنان در اکثر سازمان‌ها، چالشی مدیریتی محسوب می‌شود. در کتابخانه‌ها نیز همانند همه سازمان‌ها این مشکل باعث می‌شود که کارکنان کتابخانه بدون هم‌فکری و مساعدت‌های سودمند هر کدام در انزوا به انجام وظایف خود بپردازند. این در صورتی است که براساس نظریه نیازهای مازلو برقراری ارتباطات مفید و سازنده در بین اعضای یک سازمان می‌تواند باعث ایجاد حس پذیرش آنها توسط سایر افراد سازمان شده و انگیزه افراد را در راستای نیل به اهداف سازمان افزایش دهد. دستیابی به این هدف می‌تواند از طریق به اشتراک گذاشتن عقاید و افکار در یک محیط تعاملی فراهم شود. بنابراین استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بستری مناسب در برقراری ارتباط بین افراد درون سازمان مهیا سازد.

از دیدگاه ارتباطات و تعاملات درون سازمانی، رسانه‌های اجتماعی پتانسیل خلق دانش جمعی و مدیریت آن را دارند. اعضای این نوع رسانه‌ها می‌توانند با به اشتراک گذاشتن دانش فردی خود، دانش جمعی را بوجود آورده و مدیریت کنند. در این زمینه لازم نیست که کارکنان عضو شبکه آنچه را مورد نیاز کاربران است حدس بزنند بلکه آنها باید آنچه را که بنظرشان با ارزش است به اشتراک بگذارند تا اعضای دیگر گروه نیز از آن دانش بهره‌مند شده و در صورت نیاز با بیان نظرات و دیدگاه‌های خود آن را بهبود بخشند.

رسانه‌های اجتماعی به اعضای سازمان اجازه می‌دهند تا دانش و ایده‌ها را به صورت جاری دریافت کنند و دانش جاری را به محض انتشار به اشتراک بگذارند. به‌عنوان یک سیستم تعاملی، کارکنان کتابخانه می‌توانند امور خود را سازماندهی کنند. وقتی نیاز جدیدی بروز می‌کند می‌توان گروه جدیدی برای بحث درباره آن شکل داد و با به اشتراک گذاشتن نظرات و عقاید، نسبت به رفع نیازها

اقدام کرد. ارائه نظرات و پیشنهادات اعضای گروه به منظور راه‌اندازی خدمات نوین یا بهبود خدمات در حال ارائه در کتابخانه می‌تواند منجر به ارتقای کیفیت ارائه خدمات در کتابخانه شود.

۲. تدوین و به‌کارگیری خطمشی در استفاده کتابخانه‌ها از رسانه‌های اجتماعی

علیرغم نقش سازنده‌ای که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند در توسعه روابط اجتماعی داشته باشند، طبق نظر گاه‌ها و هال^۱ (۲۰۱۵) موضوع وضع قوانین و خطمشی‌ها در استفاده از رسانه‌های اجتماعی تا حد زیادی مورد بی‌توجهی واقع شده است. بنابراین دور از انتظار نیست اگر چنین تصور کنیم که فقدان خطمشی‌ها در استفاده از رسانه‌های اجتماعی می‌تواند باعث ایجاد مقاومت کتابداران در مقابل تغییرات فناورانه شده و مانع ارائه خدمات مطلوب در کتابخانه‌ها شود.

زمانی که ما عملکرد سازمان‌ها را بررسی می‌کنیم خطمشی‌ها اغلب ابزارهای هماهنگی محسوب می‌شوند. سوانسون^۲ (۲۰۱۲) ادعا می‌کند ابزارهای هماهنگی به اعضای سازمانی اجازه می‌دهند تا احساس کنند که متعلق به یک جامعه‌ای بزرگتر هستند. همچنین برای آنها این امکان را فراهم می‌سازند تا ارزیابی کنند که آیا سازمان به اهدافش می‌رسد یا نه؟ مهم‌ترین موانع بر سر راه موفقیت چیست؟ آیا مکان خوبی برای کار است؟ چه فناوری مفید است؟ چه کسی مشکلات را حل می‌کند؟ چه کسی مشکلات را ایجاد می‌کند؟ چه کسی اجازه صحبت کردن درباره مشکلات را دارد و از این قبیل سوالات.

با این پیش فرض، در حالت کلی می‌توان گفت که خطمشی استفاده از رسانه‌های اجتماعی باید بیانگر مقاصد و شرح اهداف بوده و برای بهره‌برداری از فناوری به صورت هدفمند بسط و توسعه یابد. در تدوین خطمشی‌ها برای مثال در ارتباط با مزیت‌هایی که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند برای کتابخانه‌ها داشته باشند اگر این مزایا به روشنی طرح شوند می‌تواند بخشی از اهداف کتابخانه باشند. مزایای مطرح شده در خطمشی‌ها در ارتباط با استفاده از رسانه‌های اجتماعی، با توجه به نوع کتابخانه‌ها و رویکرد آنها به رسانه‌های اجتماعی می‌توانند متفاوت باشند. بیان مزیت‌ها فرصتی برای برجسته کردن پتانسیل رسانه‌های اجتماعی و پیشبرد نوآوری‌ها فراهم می‌آورد. سطح تعریف "رسانه‌های اجتماعی"^۳ در خطمشی‌ها به سازمان و سطح آگاهی کارکنان آن بستگی دارد. فهرست دستورالعمل‌ها می‌تواند در طولانی مدت به زبان ساده تبدیل شوند، به طوری که نویسندگان فقط به آن دسته از دستورالعمل‌هایی که ضروری هستند توجه کنند. فهرست‌هایی که بیش از حد طولانی و از هم گسیخته باشند کارکنان را از خواندن دستورالعمل‌ها و درک درست اهداف و به‌کارگیری این دستورالعمل‌ها در راستای تغییر رویه‌هایشان باز می‌دارند.

1. Gaha & Hall

2. Swanson

3. Social Media

همچنین ممکن است نویسندگان، مجموعه قواعدی را که کمتر حالت رسمی دارند به دستورالعمل های رسمی ترجیح داده و آن را به عنوان بهترین قواعد برای کاربرد رسانه‌های اجتماعی انتخاب کنند. بهترین شیوه‌ها بنا به موقعیت و وضعیت موجود می‌توانند تعیین شده و بنا به شرایطی در دستورالعمل‌ها گنجانده و یا کنار گذاشته شوند.

خطمشی استفاده از رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه بایستی به شیوه‌ای متفاوت از خطمشی روش های ارسال اطلاعات به سایت‌های رسانه‌های اجتماعی تهیه و تدوین شود.

برخی توصیه‌ها بیانگر این است که لازم است کتابخانه‌ها یک خطمشی مشخص برای عموم و یک خطمشی مجزایی برای کارکنان داشته باشند (سوانسون، ۲۰۱۲).^۱ آئین‌نامه‌های غیر شفاف و جمع-بندی نشده ممکن است موجب بروز وضعیت سردرگم کننده شود و در این حالت کارکنان تفسیر غلطی از سیاست‌های داخلی و عمومی خواهند داشت. خطمشی‌هایی که به صورت محرمانه و بدون مشارکت اعضای سازمان تهیه شوند کارایی لازم را نداشته و مورد بی‌توجهی واقع خواهند شد. با این حال لازم به توضیح است که به دلیل نیاز به انرژی و زمان مضاعف، مشارکت کلیه اعضای سازمان غیرممکن بنظر می‌رسد. بنابراین اولین قدم در ایجاد یک خطمشی مفید برای استفاده کتابخانه‌ها مشارکت دادن گروهی از افراد متخصص و با تجربه سازمان می‌باشد. لازم است تا گروه نویسندگان قبل از شروع کار از نیازهای کاربران و کارکنان کتابخانه آگاه بوده و سپس به منظور کشف نارسایی‌ها و کمبودهای موجود در خطمشی کنونی، به بررسی آن پرداخته و براساس آن به تهیه خطمشی جدید بپردازند. در نهایت وقتی کار باز بینی و باز نویسی تمام شد نویسندگان خطمشی باید آن را جهت تأیید به مدیران ارشد سازمان ارسال کنند.

مباحث مطرح شده بیانگر این نکته است که خطمشی شامل دستورالعمل‌های مکتوبی است که می‌تواند یک فرایند را تعریف و سازماندهی کند. این فرایند در هماهنگ کردن و استاندارد سازی اقداماتی که در میان مردم صورت می‌گیرد بسیار پراهمیت است. در دراز مدت این دستورالعمل‌های مکتوب می‌تواند تأثیر بسزایی در ایجاد ثبات و وحدت رویه داشته باشد. این دستورالعمل‌ها اقدامات را تحکیم و تثبیت می‌کنند و می‌توانند برای یادآوری و بخاطر سپردن مراحل انجام کار و فعالیت‌های پیچیده همچون پیاده‌سازی سیستم‌های کامپیوتری یا مدیریت اطلاعات شخصی کاربران مفید واقع شوند. خطمشی‌ها به طور طبیعی در طول زمان تغییر و تکامل می‌یابند. بنابراین لازم است اسناد مکتوبی که منتشر می‌شوند با گذشت زمان به روز شوند.

بازبینی و روزآمد سازی خطمشی‌ها

سوانسون^۱ (۲۰۱۲) در کتاب خود با عنوان "مدیریت رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها" تأکید کرده که خطمشی‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی زمانی می‌توانند مفید باشند که موجب ارائه خدمات واقعی شود و مرتباً روزآمد سازی شوند. در این کتاب نویسنده دلایل ضرورت بازبینی خط-مشی‌ها را چنین عنوان کرده است:

نخست، بازبینی دقیق خطمشی‌ها منجر به افزایش استفاده از فناوری‌های نوین می‌شود که یکی از اهداف مهم کتابخانه‌ها است.

ثانیاً، بازبینی خطمشی‌ها ارزش‌ها را به عملکردها متصل کرده و به اعضای سازمان در شناخت بهتر ارزش‌های سازمانی کمک می‌کنند.

ثالثاً، با توجه به این که انواع گوناگون کتابخانه هر کدام قوانین حقوقی خاص خود را می‌طلبند، بازبینی خطمشی‌ها به کارکنان و مدیران کتابخانه در حل مسائل حقوقی کمک می‌کند. مثلاً مسائل حقوقی که کتابداران کتابخانه‌های کودکان در رأس توجهات خود قرار می‌دهند با توجهات کتابدارانی که در کتابخانه‌های دانشگاهی فعالیت می‌کنند، متفاوت است.

در حالت کلی می‌توان گفت عواملی از قبیل کشور، منطقه، نوع کتابخانه و جامعه استفاده‌کننده تأثیر به‌سزایی در رعایت قوانین حقوقی در رابطه با کاربرد رسانه‌های اجتماعی خواهند داشت. لازم است تا نویسندگان خطمشی‌ها بدون توجه به نیازمندی‌های قانونی، در زمینه جمله‌بندی مسائل حقوقی که در متن خطمشی‌ها قید می‌شود بسیار با دقت و محتاطانه عمل کنند. لازم است که در مکتوب نمودن خط مشی‌ها از زبانی گویا و جملاتی واضح و بدون ابهام استفاده شود. همچنین استفاده از مثال‌ها و راهنمایی‌های واضح می‌تواند کارکنان را از دست و پنجه نرم کردن با مشکلات حقوقی نجات دهد.

نهایتاً مورد آخر اینکه بازبینی خطمشی می‌تواند مسئولیت‌ها را تعریف و یا باز تعریف کند. اینکه آیا رسانه اجتماعی در سطح بخش‌ها سازماندهی می‌شود یا یک رسانه اجتماعی واحدی برای کل کتابخانه حضور دارد؟ آیا رسانه اجتماعی مسئولیت‌هایی از تک تک اعضای کارکنان است؟ چه کسی می‌تواند ابزارهای جدید رسانه اجتماعی را تصویب کند؟ بیشتر سازمان‌ها در حال حاضر به این سوالات از طریق شناسایی ابزارها پاسخ می‌دهند، اما ممکن است پاسخ‌ها در خط مشی منعکس نشده باشند.

1. Swanson

سوانسون معتقد است با وجود اینکه جریان‌های کاری در سازمان‌ها اغلب نیاز به انعطاف‌پذیری دارند، تغییر خط‌مشی‌ها با توجه به مقتضیات گاهی می‌تواند مشکل باشد.

راه‌های به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی توسط مدیران و اعضای یک سازمان بمنظور نیل به اهداف سازمانی کتابخانه می‌تواند متفاوت باشد، بنابر این در همین راستا بازبینی خط‌مشی‌ها می‌تواند در یکپارچه کردن رویکردها و یا تغییر آنها عاملی مؤثر به‌شمار آید.

۳. تشویق پژوهشگران و دانشجویان به انجام پژوهش‌های مرتبط با موضوع از طریق استادان دانشگاه

با توجه به اینکه استفاده مؤثر و منطبق با نیازهای رسانه‌های اجتماعی می‌تواند نقش سازنده‌ای در بهبود و تسریع فعالیت‌های تخصصی کتابداران ایفا کند، با این حال در حال حاضر همانطور که بودنر و دوشی (۲۰۱۱) و ظهوریان (۲۰۱۴) بیان کرده‌اند نتایج پژوهشی کافی که بتواند راهنمای کتابداران در زمینه استفاده تخصصی آنها به تفکیک در بخش‌های گوناگون کتابخانه‌ها باشد در دسترس نیست. بنابر این لازم است تا استادان دانشگاه‌ها مخصوصاً استادان رشته‌های علوم انسانی و علوم ارتباطات از قبیل استادان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و نیز استادان علوم رسانه‌ای، پژوهشگران و دانشجویان را تشویق به انجام چنین پژوهش‌هایی کنند تا از این طریق نیازهای کنونی کتابداران در این زمینه بیشتر مشخص شود.

نتیجه‌گیری

در سال‌های اخیر رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان نوع جدیدی از ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی در سطح ملی و بین‌المللی مورد توجه بسیاری از مراکز علمی مانند کتابخانه‌ها واقع شده‌اند. این ابزارهای پر قدرت اجتماعی توان ایجاد تعامل بین مدیران، کارکنان و استفاده‌کنندگان کتابخانه‌ها را داشته و آنها را قادر می‌سازند تا در یک ارتباط گروهی به انتشار افکار، تبادل آرا و ارتقای سطح خدمات آموزشی و پژوهشی بپردازند. در مقایسه با خدمات سنتی کتابداری، استفاده از رسانه‌های اجتماعی در تعاملات گروهی باعث دسترسی سریع و آسان به منابع و خدمات اطلاعاتی گوناگون و ارتقا کیفیت منابع و ارائه خدمات از طریق کارمشرک گروهی می‌شوند. با توجه به اهمیت رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه و مراکز علمی فقدان استانداردها و ابزارهای هماهنگ‌کننده از قبیل خط‌مشی‌ها و راهنماها در راستای استفاده از رسانه‌های اجتماعی، گاهی مدیران، کاربران و کتابداران را در زمینه تصمیم‌گیری در مورد مسائلی از قبیل دسترسی کاربران و استفاده آنها از نظر مسائل اخلاقی و حقوقی دچار چالش می‌کند. بنابر این تدوین خط‌مشی‌ها و استفاده و به‌روزرسانی مستمر آنها در کتابخانه‌ها به‌منظور رفع این چالش‌ها و نیل به اهداف سازمانی ضروری است.

همانطور که در ابتدای این مقاله بحث شده بی‌میلی کارکنان کتابخانه و مقاومت آنها در استفاده از رسانه‌های اجتماعی چالش دیگری در راستای نیل به اهداف سازمان کتابخانه است. این عدم پذیرش می‌تواند نتیجه عدم اعتماد به نفس کارکنان و کتابداران در استفاده از ابزارهای فناوری نوین باشد. جهت رفع این چالش مدیران کتابخانه‌ها باید با استفاده از برنامه‌های آموزشی، کتابداران را به استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت اداره امور کتابخانه تشویق و ترغیب کنند. همچنین انجام پژوهش‌های تخصصی بیشتر در این زمینه و آگاهی بیشتر از نیازهای تخصصی کتابداران در استفاده تخصصی آنها در بخش‌های گوناگون کتابخانه باعث استفاده مؤثرتر از این رسانه‌ها توسط کتابداران می‌شود.

منابع

- ACRL Research Planning and Review Committee. (2010). 2010 top ten trends in academic libraries: a review of the current literature. *College & Research Libraries News*, 71(6), 286-292.
- Arif, M., & Mahmood, K. (2012). *The changing role of librarians in the digital world: Adoption of Web 2.0 technologies by Pakistani librarians. The Electronic Library*, 30(4), 469-479.
- Doshi, A. & Bodnar, J. (2011). Asking the right questions: A critique of Facebook, social media and libraries. *Public Services Quarterly*, 7, 102-110.
- Bradley, P. (2012). Why librarians must use social media. [Accessed 23rd December 2013]
Available from World Wide Web:
<http://www.slideshare.net/Philbradley/why-librarians-must-use-social-media>
- Campbell, D. J. (2006). Embracing change: Examination of a “capabilities and benevolence” beliefs model in a sample of military cadets. *Military Psychology*, 18 (2), 131-148.
- Chawner B. (2008). Spectators, not players: information managers’ use of Web 2.0 in New Zealand. *Electronic Library* 26: 630-649.
- Chu, S. K., & Du, H. S. (2012). Social networking tools for academic libraries. *Journal of Librarianship and Information Science*, 45(1), 64-75.
- Fernandez, J. (2009). A SWOT analysis for social media in libraries. *Online*, 33(5).
- Gaha, U., & Hall, S. (2015). Sustainable Use of Social Media in Libraries. *Codex: the Journal of the Louisiana Chapter of the ACRL*, 3(2), 47-67.

- Jain, P. (2014). Application of Social media in marketing library & information services: a global perspective. *International Journal of Academic Research and Reflection*, 2(2), 62-75.
- Kaplan, A. M. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizon*, 53, 59 - 68.
- Oxford Dictionary. (2013). Definition of social media in English. [Accessed 15th. june 2015]. Available from: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/social-media>.
- Secker, J. (2008). *Case study 5: libraries and Facebook. LASSIE: Libraries and Social Software in Education*, Centre for Distance Education, University of London, London.
- Solis, B. (2010) Defining Social Media: 2006 – 2010. [Accessed 23rd December 2013]. Available from: <http://www.briansolis.com/2010/01/defining-social-media-the-saga-continues/>
- Swanson, T. (2012). *Managing Social Media in Libraries: Finding collaboration coordination, and focus*. Elsevier.
- Zohoorian-Fooladi, N., & Abrizah, A. (2014). Academic librarians and their social media presence a story of motivations and deterrents. *Information Development*, 30(2), 159- 171.