

به نام خدا

استفاده از شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی

**Using Social Networks in  
Academic Libraries**

Social network شبکه‌های اجتماعی  
وب سایت‌ها و برنامه‌هایی هستند که به کاربران  
و سازمان‌ها اجازه می‌دهند تا با هم ارتباط  
برقرار کرده و اطلاعات را با هم به اشتراک  
بگذارند.

شبکه‌های اجتماعی امروزه یکی از مهمترین  
کاربردهای اینترنت هستند.

اصطلاح شبکه اجتماعی برای نخستین بار، چنان‌که  
وبستر می‌گوید، در سال ۱۸۵۴ به کار رفته است.  
جان بارنز جامعه‌شناس استرالیایی، اصطلاح شبکه  
اجتماعی را در سال ۱۹۵۴ در یکی از مقالاتش به کار  
برده است، وی شبکه اجتماعی را از جنس یک  
«شبکه یا Network» می‌دید یعنی انسان‌ها را مانند  
گره‌های یک گراف می‌دید که خطوط ارتباطی متعدد  
میان آن‌ها وجود دارد (هر نفر با یک یا چند نفر دیگر  
دوست است و رابطه دارد)

تعریف شبکه های اجتماعی از Cambridge Dictionary:

a website or computer program that allows people to communicate and share information on the internet using a computer or mobile phone

یک وبسایت یا برنامه رایانه‌ای که به افراد اجازه می‌دهد با استفاده از رایانه یا تلفن همراه با اینترنت ارتباط برقرار کنند و اطلاعات را به اشتراک بگذارند

رسانه ها و شبکه های اجتماعی بهترین روش  
برای دستیابی به مراجعین کتابخانه هستند زیرا به  
آنها اجازه می دهد به راحتی اطلاعات را به  
اشتراک بگذارند و دریافت کنند.

در عصر مبتنی بر اطلاعات مدرن، رسانه های  
اجتماعی به عنوان ابزار کلیدی برای انتشار  
اطلاعات در نظر گرفته می شوند.  
مشکل واقعی پیش روی کارکنان اطلاعات امروزه  
مدیریت کارکنان، فناوری یا مجموعه نیست، بلکه  
تبدیل این منابع به خدمات است

از زمانی که اولین سایت شبکه اجتماعی [SixDegrees.com](http://SixDegrees.com) در سال ۱۹۹۷ راه اندازی شد، سایت های شبکه های اجتماعی راه درازی را پیموده اند.

به گفته DataReportal و تجزیه و تحلیل Kepios، از ژانویه ۲۰۲۲ نشان داد که بیش از ۴.۷۴ میلیارد کاربر شبکه اجتماعی در سراسر جهان وجود دارد.



Kepios یک مشاوره استراتژی است که به سازمان‌ها در سراسر جهان کمک می‌کند تا رفتارهای دیجیتالی در حال تکامل افراد را درک کنند و بفهمند که این تغییرات برای موفقیت مداوم چیست.

DataReportal یک کتابخانه مرجع آنلاین است که صدها گزارش رایگان از داده‌ها، چشم‌انداز و بینش کلی و روندها را ارائه می‌دهد تا در تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر کمک کند.

شبکه های اجتماعی چهار هدف اصلی زیر را  
برآورده می کند:  
اشتراک گذاری  
یادگیری  
تعامل  
بازاریابی

## انواع مختلف شبکه های اجتماعی

## Social Connections ارتباطات اجتماعی

Facebook فیس بوک

Myspace مای اسپیس

Instagram اینستاگرام

## Professional Connections ارتباطات حرفه ای

LinkedIn لینکدین

Microsoft Yammer مایکروسافت یامر

Microsoft Viva مایکروسافت ویوا

**Sharing of Ultimedia** به اشتراک گذاری چند رسانه ای

---

YouTube یوتیوب

Flickr فلیکر

**News or informational خبری یا اطلاع رسانی**

Reddit

Stack Overflow

Digg

## Communication ارتباط

WhatsApp

WeChat

Snapchat



## Educationl آموزشی

Google Classroom

LinkedIn Learning

ePals

یلتفرم های محبوب

## فیس بوک Facebook

در سال ۲۰۰۴ توسط مارک زاکربرگ ایجاد شد و متعلق به Meta Platforms است، فیس بوک افراد، مشاغل و سازمان ها را به هم متصل می کند، کارکرد آن به اشتراک گذاشتن فیلم، تصاویر، مطالب، نظرات و حتی تبلیغات می باشد.

## یوتیوب: YouTube:

در سال ۲۰۲۴، یوتیوب بیش از ۲.۵ میلیارد کاربر داشت یوتیوب بستری برای سازندگان است تا محتوای تولید شده خود را به نمایش بگذارند؛ «سازندگان» می‌توانند از طریق تبلیغات، فروش کالا و اشتراک از کانال‌های YouTube خود درآمد کسب کنند.

## اینستاگرام: Instagram:

روی اشتراک گذاری رسانه های بصری مانند عکس ها و فیلم ها تمرکز دارد، شبیه به فیس بوک است .

اینستاگرام در سال ۲۰۱۰ توسط کوین سیستروم و مایک کریگر تأسیس شد و در سال ۲۰۱۲ توسط متا خریداری شد.  
در سال ۲۰۲۴ اینستاگرام ۲ میلیارد کاربر داشت.

## ایکس X:

یک شبکه اجتماعی که به افراد اجازه می دهد با پیام های کوتاهی به نام توییت ارتباط برقرار کنند.

X به عنوان توییت در سال ۲۰۰۶ توسط جک دورسی، نوآ گلس، بیز استون و ایوان ویلیامز تاسیس شد و توسط ایلان ماسک در اکتبر ۲۰۲۲ خریداری شد. ماسک در جولای ۲۰۲۳ نام آن را به "X" تغییر داد  
توییت twitter، اکنون ایکس است.

**Pinterest:**

این سایت توسط Paul ،Ben Silbermann و Sciarra و Evan Sharp در سال ۲۰۰۹ ایجاد شد. Pinterest ذخیره و به اشتراک گذاری تصویر را با استفاده از pinboard مجازی ترویج می کند.

دارندگان حساب با مرور وب یا Pinterest تصاویر را پیدا می کنند. سپس آن تصاویر را به پین برد آنلاین پین می کنند.

## اسنپ چت Snapchat

این برنامه چندرسانه ای را می توان در گوشی های هوشمند دارای سیستم عامل اندروید یا iOS استفاده کرد. اسنپ چت که در سال ۲۰۱۱ تأسیس شد، کاربران را قادر می سازد تا تصاویر یا ویدیوهایی به نام اسنپ را برای دوستان خود ارسال کنند. طبق اعلام شرکت اسنپ، اسنپ چت تا پایان سال ۲۰۲۱ روزانه ۳۱۹ میلیون کاربر فعال دارد.



دیگر شبکه های اجتماعی جهان:

اسکایپ Skype

واتس اپ Whtasapp

بادو Badoo

ردیت reddit

لاین Line

تارینگا Taringa

فور اسکوائر Foursquare

فلیکر Flickr

تتسنت کیو کیو TencentQQ

وی چت Wechat

تلگرام Telegram

کلاب هاوس Clubhouse

تامبلر Tumblr

تیک تاک TikTok

رنرن Renren

تگد Tagged

گزارش جهانی Digital 2023 از مجموعه  
Datareportal نشان می‌دهد که شبکه‌های  
اجتماعی پینترست، اینستاگرام، لینکدین، یوتوب و  
توییتر در ایران از محبوب‌ترین رسانه‌های  
اجتماعی جهانی هستند؛ چرا که بیشترین ترافیک  
ورودی را در بین شبکه‌های اجتماعی فراهم  
می‌کنند.

براساس گزارشی که Datareportal درباره نحوه فعالیت کاربران ایرانی در اینترنت در سال گذشته میلادی منتشر کرده، جمعیت ایران از سال ۲۰۲۲ تا ۲۰۲۳ به میزان ۵۵۸ هزار نفر افزایش داشته است. در این آمار آمده که ۴۸ میلیون نفر از جمعیت ۸۹ میلیونی ایرانیان، عضو شبکه‌های اجتماعی هستند. در واقع ۵۴ درصد جمعیت ایران عضو کاربران شبکه‌های اجتماعی هستند.

با این وجود تعداد کاربران اینترنت در ایران بیشتر از این رقم است و برآورد شده که نزدیک به ۷۰ میلیون نفر در ایران از اینترنت استفاده می‌کنند، این آمار از دیدگاه اتحادیه بین‌المللی مخابرات ارائه شده است.

از بین جمعیت آنلاین ایران، بیش از ۷۵ درصد  
آنها کاربران موبایل هستند و ۲۳ درصد از لپتاپ  
و کامپیوتر استفاده می‌کنند.

JAN  
2023

## SHARE OF WEB TRAFFIC BY DEVICE

PERCENTAGE OF TOTAL WEB PAGES SERVED TO WEB BROWSERS RUNNING ON EACH KIND OF DEVICE



IRAN

MOBILE  
PHONES



**75.41%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+13.6% (+900 BPS)**

LAPTOP AND  
DESKTOP COMPUTERS



**23.21%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**-28.2% (-913 BPS)**

TABLET  
DEVICES



**1.37%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**+9.6% (+12 BPS)**

OTHER  
DEVICES



**0.01%**

YEAR-ON-YEAR CHANGE  
**[UNCHANGED]**

29

**SOURCE:** COMSCORE/STATISTA. **NOTES:** FIGURES REPRESENT THE PERCENTAGE OF WEB PAGES SERVED TO BROWSERS RUNNING ON EACH TYPE OF DEVICE COMPARED WITH THE TOTAL NUMBER OF WEB PAGES SERVED TO BROWSERS RUNNING ON ANY DEVICE BY BROWSERS. 2022 FIGURES DO NOT INCLUDE TRAFFIC FROM BROWSERS RUNNING ON SMART TV'S, AND FIGURES OF 2023 FROM A STARTING POINT OF 0% (TOTAL TRAFFIC FROM SMART TV'S). "BPS" MEANS BASKET POINTS, AND INDICATE THE ABSOLUTE CHANGE. FIGURES ARE ROUNDED TO 100,000,000.

we  
are  
social

Meltwater

براساس این گزارش، ترافیک اینترنت در رسانه‌های اجتماعی پینترست، اینستاگرام، یوتوب و توییتر در ایران بیشتر از سایر رسانه‌های اجتماعی است

تعداد کاربران تلفن همراه در ایران به ۱۲۶.۹ میلیون می‌رسد

نزدیک به ۹۵ درصد ترافیک وبسایت‌ها از طریق گوشی اندروید و ۵.۱۲ درصد از طریق گوشی‌های اپل است.

بیشترین موتور جستجویی که توسط ایرانیان استفاده می‌شود، موتور جستجوی گوگل است که محبوبیتی بیش از ۹۹ درصد در ایران دارد.

موتور جستجوی محبوب بعدی ایرانیان بینگ Bing است و از بین مرورگرهای اینترنتی نیز کروم محبوب‌ترین مرورگر ایرانیان است. مرورگر Safari و مایکروسافت اج در جایگاه بعدی قرار دارند.



بیشترین عبارتی که ایرانیان در گوگل جستجو کردند، عبارت دانلود بوده و پس از آن عباراتی نظیر آهنگ، فیلم، ایران، عکس، بازی، ماشین و... بوده است. نام دو استارتاپ دیوار و دیجی کالا نیز در بین بیشترین عبارات جستجو شده ایرانیان در سال گذشته میلادی به چشم می خورد.

JAN  
2023

## TOP YOUTUBE SEARCHES

QUERIES WITH THE GREATEST VOLUME OF YOUTUBE SEARCH ACTIVITY BETWEEN 01 JANUARY 2022 AND 31 DECEMBER 2022



IRN

#	SEARCH QUERY	INDEX
01	فیلم	100
02	آهنگ	53
03	آهنگ	35
04	TATALOO	20
05	تلو	19
06	ایران	18
07	MUSIC	17
08	یونگ	17
09	رقص	16
10	فیلم سینمایی	14

#	SEARCH QUERY	INDEX
11	فیلم هندی	12
12	پاشی	12
13	ASMR	11
14	PUTAK	10
15	فرهاد	9
16	DANCE	9
17	BTS	9
18	فیلم ایرانی	9
19	AMIR TATALOO	8
20	ری آکشن	8

شبکه های اجتماعی ایرانی

## روبرد: robord

در سال ۱۳۹۹ توسط یک تیم ۴ نفره شروع به فعالیت کرد. روبرد یک شبکه اجتماعی بومی برای برقراری ارتباط و شبکه‌سازی تخصصی بین افراد حرفه‌ای مثل دانشجویان، فارغ‌التحصیلان، شاغلان، افراد جویای کار، محققان و حتی مجموعه‌های علمی مانند تشکلات دانشجویی، دانشگاه‌ها، موسسات آموزشی و کسب و کارها است.

سروش:

سروش یک نرم افزار پیام رسان ایرانی است که در سال ۱۳۹۴ در اختیار کاربران قرار گرفت. سروش از جمله مهمترین پیام رسان های داخلی است پیام رسان سروش دارای امکانات و ویژگی های اولیه تلگرام بوده و می تواند امکاناتی همچون ایجاد گروه، سوپرگروه، کانال، مدیریت پیشرفته کانال، تماس صوتی و... را فراهم آورد.

سروش پلاس:

نسخه جدیدی از پیام رسان ایرانی سروش است، که امکاناتی از قبیل: تماس ویدیویی، آپلود ویدیو، آپلود فایل صوتی، قابلیت دانلود، بات های مفید، قابلیت جستجوی کلی در کانال ها، گروه ها و چت ها، امکان پین کردن پیام ها، مدیریت و نگه داری چند حساب کاربری، قابلیت ذخیره سازی داده های مورد نظر در فضای ابری و ویژگی مهم پرداخت معتبر و امن، به پلتفرم جدید افزود.

از مهم ترین امکانات ارائه شده در این نسخه می توان به تماس تصویری و میزان فضای ابری آن اشاره کرد

نزدیکا nazdika:

برنامه اجتماعی نزدیکا نمونه مشابه اینستاگرام  
است که امکاناتی را مشابه با اینستاگرام در اختیار  
کاربران قرار می دهد.

روبیکا:

یکی از پرطرفدارترین اپلیکیشن‌ها در ایران، شبکه اجتماعی روبیکا است. این شبکه اجتماعی در سال ۹۷ توسط شرکت توسعه دهنده توسکا در اختیار کاربران قرار گرفت. از مهم‌ترین ویژگی‌های این شبکه اجتماعی می‌توان به ارائه انواع فیلم و سریال‌های جدید اشاره کرد. به صورت کلی در مورد اپلیکیشن روبیکا، باید بگوییم که با یک نرم‌افزار همه‌کاره مواجه هستید که تلاش کرده بسیاری از خدمات اپلیکیشن‌های مختلف را به صورت یکجا، فراهم کند.



آی گپ:

این شبکه اجتماعی در سال ۹۴ با هدف تبادل پیام های متنی، عکس، موسیقی و... در اختیار کاربران قرار گرفت. این شبکه اجتماعی کاملاً شبیه به اپلیکیشن تلگرام است.

## لوکوبوک lookobook

لوکوبوک یک شبکه اجتماعی ایرانی در زمینه نویسندگی و کتابخوانی است که با هدف حمایت از نویسندگان جوان و گسترش فرهنگ کتاب و کتابخوانی پایه گذاری و تشکیل شده. این شبکه اجتماعی در سال 1396 تشکیل و امروزه بیش از 40 هزار کاربر ثبت نام شده را دارد و تقریباً نیمی از کاربران عضو شده، در شبکه فعال هستند. در این شبکه اجتماعی کاربران علاوه بر امکانات شبکه های اجتماعی، امکان نویسندگی، خرید و دانلود کتاب های الکترونیکی را دارند.

نوا:naval:

نوا یک شبکه اجتماعی است با قابلیت ارسال پیام های متنی، صوتی، تصویری، انواع فایل، ایجاد گروه، تماس صوتی و تصویری

از دیگر شبکه های اجتماعی ایران می توان به موارد زیر  
اشاره کرد:

ویسگون wisgoon

کافه cafe-online.ir

نیو چت newblogs.rozblog

گپ gap.im

پاتوق patogh

فیس نما namaface

کمد komodaal

ایتا

هورسا hoorsa

توییتنا Tweetna

شاد

**بله**

شبکه های اجتماعی چندین پتانسیل قابل توجه را به کتابخانه ها ارائه می دهد آن ها روشی مناسب برای تبلیغ خدمات کتابخانه ها به کاربران است بیشتر مراجعین از خدمات گوناگون کتابخانه ها مانند رزرو کتاب، خدمات مرجع، و اشاعه اطلاعات گزیده (اشاعه گزینشی اطلاعات SDI) بی اطلاع هستند

## SDI: Selective Dissemination of Information

نوعی از ارائه و انتقال اطلاعات، به ویژه اطلاعات جدید و روزآمد، شامل جستجو و ارسال اطلاعات مورد نیاز هر فرد به طور انفرادی، منظم و مستمر است

اس دی آی یک نظام بازیابی ماشینی اطلاعات است که در آن با استفاده از کامپیوتر می توان اطلاعات مورد نیاز انتخابی هر فرد را برای او ارسال کرد.

## مزیت استفاده از شبکه های اجتماعی

- ترویج کتابخانه
- جذب و علاقمندی بیشتر مشتری به کتابخانه
- ارتقای خدمات کتابخانه‌ای
- تشویق مراجعین به بازدید از کتابخانه ها ، تشویق کاربران به مشارکت، تعامل، ارتباط، رأی دادن و به اشتراک گذاشتن اطلاعات
- آسان کردن تعامل کتابخانه ها با کاربران و ایجاد شبکه ای از همکاری کاربران
- جذب کاربران جدید
- آسان نمودن کشف منابع کتابخانه برای کاربران

پلتفرم‌ها Platforms کمک می‌کنند دو یا چند گروه مختلف که به هم نیاز دارند یا کارشان به هم ربط دارد، یکدیگر را زودتر پیدا کنند و راحت‌تر به هم وصل شوند.

نیز وب سایت شبکه های اجتماعی فرصت های بسیار خوبی را برای کتابداران فراهم می کند تا با کاربران خود تعامل داشته باشند زیرا آنها را در فضای اجتماعی دیجیتال کاربران خود قرار می دهد. از وب سایت ها می توان به طور موثر برای اطلاع رسانی و تبلیغات استفاده کرد



کتابداران می توانند از طریق تعامل با  
کاربر، اطلاعات دست اول را در مورد  
آنها به دست آورند

## استفاده را بهبود ببخشید **Improve usage**

پلتفرم های رسانه های اجتماعی برای تبلیغ کتاب ها و مجموعه ها به مشتریان شما مفید هستند. با آگاه کردن کاربران از آنچه ارائه می شود، استفاده را بهبود بخشید.

## اندازه گیری تاثیر **Measure impact**

می توان از آمار گوگل آنالیتیکس Google Analytics یا فیس بوک برای اندازه گیری تاثیر فعالیت های رسانه های اجتماعی خود استفاده کرد تا چگونگی کارکرد و میزان استفاده را بررسی و در برنامه ریزی استفاده کرد

پلتفرم مناسب را انتخاب کنید

## Choose the right platform

مخاطبان هدف خود را شناسایی کنید و تحقیق کنید تا ببینید در کدام کانال ها وقت خود را صرف می کنند. می توانید به صورت آنلاین تحقیق کنید تا ببینید کدام کانال ها توسط جمعیت های مختلف بیشتر استفاده می شود. به عنوان مثال، بیش از نیمی از کاربران اینستاگرام زیر ۳۴ سال دارند

## تحقیقات بازار **Market research**

از کانال‌های خود برای به دست آوردن اطلاعات در مورد مجموعه‌هایی که در بین کاربران محبوب یا نامحبوب هستند، یا هر حوزه دیگری که بتواند برای دیدگاه بهتر کمک کند، استفاده کنید.

**Follow a** از یک خط مشی پیروی کنید  
**policy**

برای اطمینان از استفاده اخلاقی توسط همه  
کارکنان در سراسر حساب ها، یک خط مشی  
رسانه اجتماعی را اتخاذ کنید.

پلت فرم مدیریت

## Management platform

با یک پلتفرم مدیریت رسانه های اجتماعی کار خود را آسان تر کنید. تعدادی از پلتفرم های مدیریت رسانه های اجتماعی در دسترس هستند، که استفاده از آنها رایگان و آسان است، Hootsuite محبوب ترین آنها در بین کتابداران است و پس از آن Tweetdeck و Feedly قرار دارند.

## از قبل برنامه ریزی کنید **Plan ahead**

محتوای خود را با تقویم رسانه های اجتماعی برنامه ریزی کنید، در دراز مدت در وقت شما صرفه جویی می کند به تنوع محتوای شما کمک می کند. برای نمونه با برنامه ریزی برای فعالیت های مختلف در طول سال تحصیلی، می توانید در فصل امتحانات منابع مورد نیاز دانشجویان را به اشتراک بگذارید.



## اهل تعامل باشید **Be interactive**

علاوه بر ارسال محتوای خود، با محتوای سایر کاربران نیز تعامل و ارتباط داشته باشید؛ در جامعه آنلاین حضور داشته باشید.

## خدمات مشتری Customer service

دانشجویان تمایل دارند در رسانه های اجتماعی بسیار فعال باشند و کتابداران از پلتفرم های محبوب به عنوان راهی برای برقراری ارتباط با کاربران برای ارائه خدمات به مشتریان و همچنین شبکه سازی با کتابخانه های دیگر برای این منظور استفاده کرده اند.

## آموزش و یادگیری Teaching & learning

وب سایت هایی مانند YouTube برای جمع آوری اطلاعات جدید آموزش خود و همچنین آموزش کاربران مناسب هستند. خدمات کتابخانه ها می توانند از پلتفرم های رسانه های اجتماعی برای ارسال دیدگاه در مورد مطالب و مجموعه های خاص، برای آموزش و همچنین افزایش و بهبود منابع استفاده کنند

## گسترش Outreach

به اشتراک گذاری تصاویر و سایر محتواها راه خوبی برای آگاه کردن کاربران برای اطلاع از فعالیت های کتابخانه است

استراتژی رسانه های اجتماعی

## **Social media strategy**

یک استراتژی رسانه اجتماعی کتابخانه، برای دنبال کردن ایجاد کنید. کانال های خود را بر روی فعالیت هایی متمرکز کنید که با اهداف شما مطابقت دارند. اگر می خواهید کاربران بیشتری را جذب کنید، هدف پست های شما باید افزایش آگاهی از کتابخانه و جلب مشارکت کاربران باشد.

چگونه یک استراتژی رسانه های اجتماعی ایجاد کنیم

۱. مخاطبان خود را شناسایی کنیم
۲. اهداف مشخص و قابل اندازه گیری تعیین کنیم  
قابل دستیابی بودن- قابل اندازه گیری بودن
۳. پلتفرم مناسب انتخاب کنیم
۴. محتوای خود را برنامه ریزی کنیم
۵. نمایه خود را بهینه کنیم
۶. رقبا را بررسی کنیم
۷. یک تقویم محتوای رسانه های اجتماعی ایجاد کنیم
۸. عملکرد خود را پیگیری کنیم و در صورت لزوم استراژی خود را  
تغییر دهیم

ساده ترین و مهمترین گام های راهبردی  
برنامه ریزی  
اجرا  
ارزیابی و اصلاح  
حضور مستمر و پیگیرانه تا رسیدن به نتیجه  
مطلوب

## آموزش Training

اگر اعضای مختلفی از کارکنان کتابخانه در حساب‌های رسانه‌های اجتماعی پست می‌گذارند، آموزش‌های لازم را برنامه ریزی کنید و مطمئن شوید که همه کارکنان از تقویم و استراتژی یکسانی پیروی می‌کنند.



# با سپاس

تهیه و تنظیم  
سهیلا عقلی