



وساندهای اجتماعے در

راکزا اطلاع رسانے

مجموعه مقالات هشتمین همایش سوسلری

اتحادیه انجمنهای علمے - دانشجوهے

علم اطلاعات و دانش شناسے (ادکا)



انبارده انجمنهای علمے - دانشجوهے
علم اطلاعات و دانش شناسے ایران (ادکا)

www.ketab.ir

به کوشش

دکتر محمد امین عرفان منش، مهدی رحمانی و میلاد روشنی

همایش رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی (هشتمین: ۱۳۹۴: تهران)
رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی- به کوشش محمد امین عرفان‌منش،
مهدی رحمانی و میلاد روشنی
تهران: کتابدار، ۱۳۹۴
۴۹۲ ص. (کتابدار: ۳۱۸)

شناسه افزوده: عرفان‌منش، محمد امین، ۱۳۶۰-
شناسه افزوده: رحمانی، مهدی، ۱۳۷۱-
شناسه افزوده: روشنی، میلاد، ۱۳۷۲-
موضوع: رسانه‌های اجتماعی- کتابخانه‌ها- کنگره‌ها
رده کنگره: ۱۳۹۴ ۵۷۴۰۲ Z ۶۷۲/۵
رده دیویی: ۰۲۰/۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی: ۲۱۸۸۸۸۷



www.ketabdar.org
mohseni@ketabdar.org

عنوان: رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی
به کوشش: دکتر محمد امین عرفان‌منش، مهدی رحمانی و میلاد روشنی
مجموعه کتابدار: ۳۱۸
نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۴ / شمارگان: ۳۵۰۰ نسخه
قیمت: ۳۵۰۰۰ تومان
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۴۱-۱۲۹-۷
تلفن: ۶۶۴۱۵۵۶۴ / ۶۶۴۱۵۵۶۱
همراه: ۰۹۱۲۱۸۸۳۵۸۱

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱۷
سخن دبیر اجرایی همایش.....	۱۹
بهره‌گیری از رسانه‌های اجتماعی جهت اشاعه تولیدات علمی: مطالعه آلت‌متریک مقاله‌های پراستناد علم اطلاعات و کتابداری در سال ۲۰۱۲ (الهه حسینی).....	۲۳
چکیده.....	۲۳
مقدمه.....	۲۳
پیشینه پژوهش.....	۲۴
روش‌شناسی پژوهش.....	۲۶
یافته‌های پژوهش.....	۲۷
بحث و نتیجه‌گیری.....	۳۲
منابع.....	۳۳
خدمات مرجع ۲: ارائه مدل پیشنهادی بر اساس نظرات کتابداران دانشگاهی (صنم ابراهیم‌زاده، ناهید پروینی).....	
چکیده.....	۳۵
مقدمه.....	۳۶
روش.....	۳۹
یافته‌ها.....	۴۰
نگرش کتابداران در استفاده از ابزارهای وب ۲.۰ در خدمات مرجع به چه میزان است؟.....	۴۰
توصیف مدل.....	۴۴
بحث و نتیجه‌گیری.....	۴۴

منابع ۴۶

الگوی استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به عنوان غنی‌ساز در فرایند ارائه خدمات

کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی (صدیقه افلاکی، عصمت مومنی) ۴۷

چکیده ۴۷

مقدمه و بیان مسئله ۴۸

جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی ۴۸

تبیین نظریه ارتباط‌گرایی به عنوان چارچوب نظری تحقیق ۵۱

فرصت‌ها و چالش‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در کتابخانه‌ها ۵۲

ارائه الگویی مفهومی و جامع در غنی‌سازی هرچه بیشتر استفاده از شبکه‌های ۵۳

تبیین سه مولفه اصلی الگو: کتابدار، کاربر، محتوا ۵۴

عامل درگیر شدن ۵۷

عامل تعامل ۵۷

عامل بازخورد ۵۷

نتیجه‌گیری ۵۸

منابع ۵۸

بررسی میزان آشنایی و عوامل مؤثر بر بهره‌گیری کتابداران کتابخانه‌های عمومی شهر

مشهد از شبکه‌های اجتماعی وب‌پایه (عطیه باغستانی تجلی، فهیمه صبوری) ۶۱

چکیده ۶۱

مقدمه ۶۲

تاریخچه شبکه‌های اجتماعی ۶۲

تاریخچه شبکه‌های اجتماعی در ایران ۶۳

بیان مسئله ۶۵

پیشینه پژوهش ۶۶

برسش‌های اساسی ۷۰

روش پژوهش ۷۰

یافته‌های پژوهش ۷۱

بحث و نتیجه‌گیری ۷۸

فهرست منابع ۷۹

بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبادلات علمی: مطالعه کتابداران دانشگاه‌های

دولتی شهر تهران (طاهره امینی) ۸۳

چکیده ۸۳

مقدمه ۸۳

پیشینه پژوهش ۸۵

برسش‌های پژوهش ۸۶

۸۷.....	روش‌شناسی پژوهش
۸۸.....	یافته‌های پژوهش
۹۶.....	بحث و نتیجه‌گیری
۹۷.....	منابع

بررسی شکاف مهارتی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی- تعاملی توسط کتابداران کتابخانه

۹۹.....	مرکزی دانشگاه‌های دولتی شهر تهران (مهناز ریزان ، علیرضا اسفندیاری مقدم)
۹۹.....	چکیده
۱۰۰.....	مقدمه
۱۰۳.....	پرسشهای پژوهش
۱۰۴.....	پیشینه پژوهش
۱۰۶.....	روش
۱۰۷.....	یافته‌های پژوهش
۱۱۰.....	نتیجه‌گیری
۱۱۲.....	منابع

کارآیی رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی: مطالعه موردی دانشگاه‌های دولتی

۱۱۵.....	تهران (عاطفه زارعی، محمدکریم بیات)
۱۱۵.....	چکیده
۱۱۶.....	مقدمه
۱۱۷.....	بیان مسئله
۱۱۹.....	پیشینه پژوهش
۱۱۹.....	پیشینه پژوهش در ایران
۱۲۰.....	پیشینه پژوهش در خارج
۱۲۲.....	روش پژوهش
۱۲۳.....	یافته‌ها
۱۲۶.....	بحث و نتیجه‌گیری
۱۲۷.....	پیشنهادات
۱۲۸.....	منابع

مطالعه تأثیر ارائه فعالیت‌های انجمن علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران در فیسبوک (شهلا لطفی)

۱۳۱.....	چکیده
۱۳۱.....	مقدمه
۱۳۳.....	اهداف و سوالات پژوهش
۱۳۳.....	روش پژوهش
۱۳۴.....	یافته‌ها

نتیجه‌گیری.....	۱۳۹
پیشنهادهایی برای آینده.....	۱۳۹
منابع.....	۱۴۰
دیدگاه مسئولان کتابخانه‌های عمومی استان کرمانشاه در زمینه پایش آلودگی اطلاعات در	
رسانه‌های اجتماعی (احسان کرمی، رضوان اجاقی).....	۱۴۱
چکیده.....	۱۴۱
مقدمه.....	۱۴۲
مرور مطالعات پیشین.....	۱۴۴
روش پژوهش.....	۱۴۵
نتایج پژوهش.....	۱۴۷
بحث و نتیجه‌گیری.....	۱۵۶
منابع.....	۱۵۷
استفاده از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی در بین اعضای کتابخانه‌های عمومی شهر کرمانشاه	
و تأثیر آن بر عادات خواندن آنان (شیوا یاری).....	۱۵۹
چکیده.....	۱۵۹
مقدمه.....	۱۶۰
اهداف پژوهش.....	۱۶۲
سؤالات پژوهش.....	۱۶۲
فرضیه‌های پژوهش.....	۱۶۳
پیشینه پژوهش.....	۱۶۳
روش پژوهش.....	۱۶۶
یافته‌ها.....	۱۶۷
بحث و نتیجه‌گیری.....	۱۷۴
پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی.....	۱۷۹
منابع.....	۱۷۹
گونه‌شناسی رسانه‌های اجتماعی در محیط‌های آنلاین (قاسم آزادی احمدآبادی).....	
چکیده.....	۱۸۱
مقدمه.....	۱۸۱
رسانه‌ها و کارکرد آن‌ها.....	۱۸۲
رسانه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی لحظه‌ای.....	۱۸۴
رسانه‌های اجتماعی و تعامل.....	۱۸۶
دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی.....	۱۸۷
پروژه‌های مشارکتی.....	۱۹۱
بلاگ‌ها.....	۱۹۲

۱۹۳	 جوامع محتوایی
۱۹۴	 سایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی
۱۹۵	 دنیای بازی‌های مجازی
۱۹۵	 دنیاهای اجتماعی مجازی
۱۹۶	 بحث و نتیجه‌گیری
۱۹۷	 منابع

بدیلی برای کلاس محوری: بهره‌گیری از ابزارهای وب ۲ برای ارتقاء بهره‌وری آموزش

۱۹۹	 عالی (صنم ابراهیم‌زاده، محسن حاجی‌زین‌العابدینی، ناهید پروینی)
۱۹۹	 چکیده
۲۰۰	 مقدمه
۲۰۱	 معرفی ابزارهای وب ۲.۰
۲۰۱	 وبلاگ
۲۰۲	 ویکی
۲۰۲	 شبکه‌های اجتماعی
۲۰۲	 بوک‌مارک‌های اجتماعی
۲۰۲	 آر اس اس
۲۰۳	 یادکست‌ها
۲۰۳	 ابزارهای وب ۲.۰ در آموزش عالی
۲۰۳	 وبلاگ
۲۰۳	 ویکی
۲۰۴	 آر اس اس
۲۰۴	 بوک‌مارک‌های اجتماعی
۲۰۴	 اشتراک‌گذاری تصاویر و اسلایدها
۲۰۴	 یادکست‌ها
۲۰۴	 نیازهای آموزش عالی
۲۰۶	 وب ۲.۰: فرصت‌ها و چالش‌ها برای آموزش عالی
۲۰۷	 بحث و نتیجه‌گیری
۲۰۸	 منابع

بررسی میزان رضایت و استفاده از پایگاههای اطلاعاتی و رسانه‌های جمعی توسط

دانشجویان کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد دانشگاه شیراز (ابراهیم امامی، آذر ناصرالمعمار،

۲۱۱	 زهرا آسمانی)
۲۱۱	 چکیده
۲۱۲	 مقدمه
۲۱۲	 بیان مساله پژوهش
۲۱۳	 اهمیت مساله

۲۱۳	اهداف پژوهش
۲۱۳	سوالات پژوهش
۲۱۴	پیشینه پژوهش در ایران
۲۱۵	پیشینه پژوهش در خارج از کشور
۲۱۶	روش پژوهش
۲۱۷	یافته‌های پژوهش
۲۲۱	نتیجه‌گیری
۲۲۲	منابع

نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در گسترش همکاری‌های علمی پژوهشگران (معصومه

۲۲۳	انصاری، مریم پورثانی)
۲۲۳	چکیده
۲۲۴	مقدمه
۲۲۵	شبکه‌های اجتماعی
۲۲۶	ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی
۲۲۷	قدرت پنهان شبکه‌های اجتماعی
۲۲۷	اهداف و کارکردهای ویژه شبکه‌های اجتماعی
۲۲۹	اهمیت شبکه‌های اجتماعی در تولید علم
۲۳۱	نتیجه‌گیری
۲۳۲	منابع

آلودگی اطلاعات در شبکه‌های اجتماعی علمی و ارائه راهکارهای مناسب خودآرشیوی:

مطالعه موردی شبکه‌های اجتماعی علمی آکادمیا و مندلی (شیما بهرام‌سری، سارا احمدی

۲۳۵	زاده، محمد رضا نیازمند)
۲۳۵	چکیده
۲۳۶	مقدمه و بیان مسئله
۲۳۷	روش پژوهش
۲۳۷	پیشینه پژوهشی
۲۴۱	یافته‌ها
۲۴۲	فواید خود آرشیوی
۲۴۲	معایب خود آرشیوی
۲۴۳	بحث و نتیجه‌گیری
۲۴۵	راهکارهای پیشنهادی
۲۴۶	منابع

مدیریت اجتماعی ارتباط با مشتری و ارائه چارچوبی مفهومی جهت پیاده سازی سیستمهای SCRM در کتابخانه ها و مراکز اطلاع رسانی (میترا حیدر تأمین، حمید امان الهی نیک،

سعید امان الهی نیک) ۲۴۹

چکیده ۲۴۹

مقدمه ۲۵۰

مدیریت ارتباط با مشتری ۲۵۱

مدیریت اجتماعی ارتباط با مشتری ۲۵۴

کتابخانه ها و مدیریت ارتباط با مشتری ۲۵۸

چارچوب ایجاد مدیریت ارتباط با مشتری اجتماعی در کتابخانه ها ۲۶۰

نتیجه گیری ۲۶۲

منابع ۲۶۳

اشتراک دانش در عصر وب ۲ (پری حسین زاده و معصومه عبداللهی) ۲۶۵

چکیده ۲۶۵

مقدمه ۲۶۶

وب ۲ از نگاهی دیگر ۲۶۶

اشتراک دانش ۲۶۷

چالش های اشتراک دانش در اجتماعات مجازی ۲۷۴

نتیجه گیری ۲۷۴

منابع ۲۷۵

بهره برداری از شبکه های اجتماعی در آرشیوها (نیره خداداد شهری) ۲۷۷

چکیده ۲۷۷

مقدمه ۲۷۸

اینترنت و وب ۲۷۹

وب ۲.۰ ۲۸۰

شبکه های اجتماعی ۲۸۱

کاربرد شبکه های اجتماعی در آرشیوها ۲۸۳

جنبه ابزاری: آرشیو ۲ ۲۸۴

جنبه سندی: آرشیو محتوای شبکه های اجتماعی ۲۸۶

مزایا و معایب کاربرد شبکه های اجتماعی در آرشیو ۲۸۷

بحث و نتیجه گیری ۲۹۰

آیا شما وقایع و رویدادهای مثبت و منفی زندگی خود را در فیسبوک به اشتراک

می گذارید؟ افشای اطلاعات ... (رامین اصغریان، محمد قزل باش) ۲۹۵

چکیده ۲۹۵

مقدمه ۲۹۶

۲۹۷.....	فاش‌سازی رویدادهای مهم زندگی در فیسبوک
۲۹۷.....	موضوعات رویدادهای مهم زندگی ILE
۲۹۹.....	حریم خصوصی
۲۹۹.....	شرکت‌کنندگان و روش‌های اساسی
۳۰۰.....	نتایج نظر سنجی
۳۰۱.....	نتایج کلی
۳۰۲.....	نتایج نظر سنجی
۳۰۳.....	بررسی پایانی
۳۰۴.....	منابع

بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی: مزایا و چالشها (پیمان جلیپور، رباب عزیزخانی)

۳۰۷.....	چکیده
۳۰۷.....	مقدمه
۳۰۸.....	مفهوم بازاریابی در کتابخانه‌ها
۳۱۰.....	تعریف رسانه‌های اجتماعی
۳۱۱.....	بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی
۳۱۵.....	مزایای بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی
۳۱۶.....	چالشهای بازاریابی در کتابخانه‌ها از طریق رسانه‌های اجتماعی
۳۱۷.....	نتیجه‌گیری
۳۱۸.....	منابع

سواد رسانه‌های اجتماعی: مفاهیم و کاربردها (معصومه روزبهانی)

۳۲۱.....	چکیده
۳۲۲.....	مقدمه
۳۲۳.....	رخداد اصطلاح سواد در متون
۳۲۳.....	سواد رسانه‌ای و سواد رسانه‌های اجتماعی
۳۲۷.....	آموزش سواد رسانه‌ای و سواد رسانه‌های اجتماعی
۳۲۸.....	مزیت‌های آموزش سواد رسانه‌ای
۳۲۹.....	مهارت‌های مرتبط با سواد رسانه‌های اجتماعی
۳۳۱.....	نقش شبکه‌های اجتماعی در آموزش سواد رسانه‌های اجتماعی
۳۳۲.....	بحث و نتیجه‌گیری
۳۳۳.....	منابع

اخلاق رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه با تأکید بر مدل PAPA (معصومه دالوند)

۳۳۵.....	چکیده
۳۳۵.....	مقدمه

۳۳۶	شبکه‌های اجتماعی و کتابخانه ۲
۳۳۷	قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی
۳۳۹	چارچوب نظری استفاده از رسانه‌های اجتماعی
۳۴۰	کاربرد مدل PAPA برای خطرات اخلاقی ناشی از به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی
۳۴۳	بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادات
۳۴۶	منابع

نقش آموزشی شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی (طاهره رائی، مونا

۳۴۹	طاووسی)
۳۴۹	چکیده
۳۴۹	مقدمه
۳۵۱	وب ۲ و کتابخانه ۲
۳۵۴	آموزش کاربران توسط کتابداران
۳۵۵	شبکه‌های اجتماعی و محیط یادگیری الکترونیکی
۳۵۶	چشم‌انداز و آینده شبکه‌های اجتماعی
۳۵۸	نتیجه‌گیری
۳۵۹	منابع

"ضرورت یادگیری و استفاده از فناوری‌های شبکه‌های اجتماعی برای دانشجویان علم

۳۶۱	اطلاعات و دانش‌شناسی" (مژده درمنده، افسانه سلطانی)
۳۶۱	چکیده
۳۶۲	مقدمه و بیان مساله
۳۶۳	مرور ادبیات پژوهش
۳۶۵	روش‌شناسی پژوهش
۳۶۶	تحلیل یافته‌ها
۳۶۸	نتیجه‌گیری
۳۶۹	پیشنهاده‌ها
۳۷۰	منابع

امکان‌سنجی ایجاد خدمات مرجع الکترونیکی با دیدگاه کاربرمحور مطالعه موردی:

۳۷۱	کتابخانه مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران (مرضیه سکندری)
۳۷۱	چکیده
۳۷۲	مقدمه
۳۷۳	بررسی‌های پژوهش
۳۷۳	پیشینه پژوهش
۳۷۴	روش پژوهش
۳۷۵	یافته‌های پژوهش

۳۸۰	 بحث و نتیجه‌گیری
۳۸۲	 منابع
۳۸۵	 بررسی رابطه ارتباطات علمی و رسانه‌ها با تاکید بر رسانه‌های اجتماعی
۳۸۵	 مهناز شمسی، مریم سلیمانی
۳۸۵	 چکیده
۳۸۵	 مقدمه و بیان مسئله
۳۸۸	 روش‌شناسی پژوهش
۳۸۸	 مبانی نظری پژوهش
۳۸۸	 ارتباطات علمی چیست؟
۳۸۹	 انواع ارتباطات
۳۸۹	 عناصر مدل‌های ارتباطی
۳۹۰	 رسانه
۳۹۱	 رسانه‌های اجتماعی
۳۹۳	 بحث و نتیجه‌گیری
۳۹۵	 منابع
۳۹۷	 رسانه‌های اجتماعی و جامعه اطلاعاتی (گلنسا گلینی‌مقدم، فاطمه همتی)
۳۹۷	 چکیده
۳۹۸	 مقدمه
۳۹۸	 روش‌شناسی
۳۹۸	 جامعه اطلاعاتی
۳۹۹	 از رسانه تا رسانه‌های اجتماعی
۴۰۲	 جامعه اطلاعاتی، رسانه‌های اجتماعی و نظریه مارکس
۴۰۳	 بحث و نتیجه‌گیری
۴۰۴	 منابع
	 بازاریابی محصولات و خدمات اطلاعاتی در رسانه‌های اجتماعی (علیرضا عبدی نسب، گلنسا گلینی‌مقدم)
۴۰۵	 چکیده
۴۰۶	 مقدمه
۴۰۷	 جامعه اطلاعاتی
۴۰۷	 طبقه‌بندی جامعه اطلاعاتی
۴۰۹	 محصولات و خدمات جامعه اطلاعاتی
۴۰۹	 رسانه‌های اجتماعی
۴۱۰	 ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی
۴۱۲	 بازاریابی

نتیجه گیری.....	۴۱۳
منابع.....	۴۱۳

بررسی رابطه میان مهارت‌های تفکر انتقادی و سواد رسانه‌ای کارمندان بخش مدیریت نقد و بررسی فضای مجازی و تحلیل پیام صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (مهناز کریم‌زاده، طاهره ابوالقاسم مسلمان).....

چکیده.....	۴۱۵
مقدمه.....	۴۱۵
مبانی نظری پژوهش.....	۴۱۷
پیشینه پژوهش.....	۴۱۸
پرسش‌های پژوهش.....	۴۲۰
روش پژوهش.....	۴۲۰
یافته‌های پژوهش.....	۴۲۱
بحث و نتیجه‌گیری.....	۴۲۴
منابع.....	۴۲۵

نقش شبکه‌های اجتماعی در افزایش تعاملات آرشویست با کاربر آرشیو: مطالعه موردی

شبکه‌های اجتماعی فیسبوک، توییتر، یوتیوب و فلیکر (عاطفه عبدی عاطفه عبدی).....	۴۲۷
چکیده.....	۴۲۷
مقدمه.....	۴۲۸
بیان مسئله و اهمیت پژوهش.....	۴۲۹
پیشینه پژوهش.....	۴۳۰
روش‌شناسی پژوهش.....	۴۳۱
یافته‌ها.....	۴۳۲
بحث و نتیجه‌گیری.....	۴۳۵
منابع.....	۴۳۵

کاربرد رسانه‌های اجتماعی در خدمات کتابخانه‌های دانشگاهی: معرفی پایگاه اشتراک

دانش (نعیمه ظریف قاسمیان).....	۴۳۹
چکیده.....	۴۳۹
مقدمه.....	۴۴۰
رسانه‌های اجتماعی.....	۴۴۰
کاربرد رسانه اجتماعی در کتابخانه.....	۴۴۴
کاربرد رسانه اجتماعی در کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد.....	۴۴۶
شبکه اجتماعی باد.....	۴۴۷
نتیجه‌گیری.....	۴۴۸
منابع.....	۴۵۰

شبکه‌های اجتماعی و نقش آن در آینده کتابخانه‌های عمومی (رضا عجم زبید، اسما

۴۵۳	 (قلی‌زاده)
۴۵۳	 مقدمه
۴۵۵	 شبکه‌های اجتماعی
۴۵۵	 شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدها (جدول SWOT)
۴۵۷	 کاربرد ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در کتابخانه‌ها
۴۵۷	 ارتباط اطلاعاتی
۴۵۹	 توزیع اطلاعات
۴۶۰	 سازماندهی دانش
۴۶۱	 نقش شبکه‌های اجتماعی در آینده کتابخانه‌های عمومی
۴۶۳	 بحث و نتیجه‌گیری
۴۶۴	 منابع

بررسی وضعیت سواد رسانه‌های اجتماعی در بین جوانان (مطالعه موردی شهر خوی) (بهناز

۴۶۷	 (ولی‌زاده، لیلا ذوالفقاری اصل)
۴۶۸	 مقدمه و بیان مسئله
۴۶۹	 پیشینه پژوهش
۴۷۰	 جمع‌بندی پیشینه‌ها
۴۷۱	 اهداف پژوهش
۴۷۱	 پرسش‌های پژوهش
۴۷۱	 روش‌شناسی پژوهش
۴۷۲	 یافته‌ها
۴۷۸	 نتیجه‌گیری
۴۷۹	 پیشنهادات
۴۷۹	 منابع

رسانه‌های اجتماعی و تجارت الکترونیک؛ سرمایه‌گذاری بر اذهان در قرن ۲۱ (فرحناز

۴۸۱	 (فتح‌اله‌زاده)
۴۸۱	 مقدمه
۴۸۲	 بازاریابی رسانه‌های اجتماعی و تاثیر آن بر روی کسب و کار
۴۸۴	 رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و بهبود تجارت الکترونیک
۴۸۶	 ارزش و ضدارزش در بازارهای الکترونیکی
۴۸۷	 مدل نیروهای پنجگانه پورتر
۴۸۹	 استراتژی‌های بازاریابی الکترونیکی
۴۹۱	 نتیجه‌گیری
۴۹۱	 منابع

پیش‌گفتار

استاتید، همکاران و دانشجویان ارجمند

با عرض ادب و احترام، خوشوقتم که از سوی کمیته برگزاری هشتمین همایش اتحادیه انجمن‌های علمی دانشجویی علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران (ادکا) با عنوان "رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی" که در ۲۰ آبان ماه ۱۳۹۴ در دانشگاه شهید بهشتی تهران برگزار خواهد شد، جهت مشارکت فعال در این همایش دعوت به عمل آورم. امروزه رسانه‌های اجتماعی جزء جدایی‌ناپذیری از زندگی ما محسوب می‌شوند. مزایای این رسانه‌ها در برقراری ارتباط، اشاعه اطلاعات و ارائه خدمات، سازمان‌های مختلف را نیز به استفاده از آن‌ها تشویق نموده است. کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی در سراسر جهان نیز در سالیان اخیر از این ابزارها برای مقاصد اجتماعی و حرفه‌ای خود بهره‌جسته‌اند. با این وجود به نظر می‌رسد که جامعه کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران تاکنون نتوانسته است به نحو مطلوب از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی جهت عملکرد مناسب‌تر و ارائه خدمات بهتر به مخاطبان خود بهره‌گیرد. از این رو همایش حاضر با هدف هم‌اندیشی متخصصان حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی و سایر حوزه‌های مرتبط، به بررسی ابعاد مختلف نظری و کاربردی رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی می‌پردازد. امید است پژوهشگران و علاقه‌مندان این حوزه با مشارکت چشمگیر خود ما را در برگزاری همایشی پربار و باشکوه یاری رسانند.

دکتر محمد امین عرفان منش

دبیر علمی همایش رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی

سخن دبیر اجرایی همایش

گسترش روزانه رسانه‌های اجتماعی در تمامی ارتباطات، به‌ویژه ارتباطات علمی و اطلاع‌رسانی امری الکار نشدنی است. امروزه سرعت رشد و پیشرفت این رسانه‌ها به حدی رسیده است که هر هفته یا حتی روزانه به‌تعداد رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی اضافه می‌شوند و امکانات جدیدتری را در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند. افزایش لحظه به لحظه مخاطبان رسانه‌های اجتماعی باعث جلب توجه سازمان‌ها، نهادها، مراکز و موسسه‌های مخاطب مدار شده است؛ دوری و عقب ماندن از این رسانه‌ها به منزله از دست دادن مخاطبین و مشتریان است. مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌ها از جمله سازمان‌هایی هستند که در استفاده از رسانه‌های اجتماعی پیشتازند، بنابراین باید فرصت‌هایی برای مدیران این موسسات، مخاطبان، دانشجویان، پژوهشگران و علاقه‌مندان این عرصه فراهم می‌شد تا بتوانند بررسی صحیحی درباره کارایی این رسانه‌ها داشته باشند.

هشتمین همایش ملی اتحادیه انجمن‌های علمی- دانشجویی علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران (ادکا) با عنوان «رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی» با هدف تعامل بین پژوهشگران و دانشجویان رشته‌های مختلف دانشگاهی، موسسات درگیر با رسانه‌های اجتماعی، محققان، صاحب نظران و علاقه‌مندان این زمینه برگزار شد. امید است با این‌گونه برنامه‌ها زمینه تبادل نظر و تعامل بین تمامی علاقه‌مندان و همچنین افزایش کارایی علمی رسانه‌های اجتماعی فراهم شود.

میلاد روشنی

دبیر اجرایی همایش رسانه‌های اجتماعی در مراکز اطلاع‌رسانی