

۲۰۸۲۴۸۶

رسانه ها و شبکه های اجتماعی کاربرد در کتابخانه های دانشگاهی

تألیف و گردآوری:

سیده زهرا کمال پور

شماره ۱۰۰۰

بہ اہتمام: سیدہ زہرا کمال پور

ناشر: صبح امروز

نوبت چاپ: اول - زمستان ۱۳۹۸

لستوگرافى و چاپ: چاپخانه امروز خراسان جنوبى ۰۵۶-۳۲۴۴۴۵۲۴

طراح: حسن آهني

شایک : ۰۲-۰-۶۸۸۴-۶۲۲-۹۷۸

شمارگان : ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

انتشارات صبح امروز

تلفن: ۰۵۶-۳۳۴۴۴۵۲۴ ایمیل: nashremrooz@gmail.com
 بیرجند - خیابان مدرس - مدرس ۲۲ - پلاک ۲۲۸ - واحد ۲



پیشگفتار

کتابخانه های دانشگاهی به عنوان مراکز مهم اطلاع رسانی با گردآوری و انتقال اطلاعات علمی، کانون تامین امکانات تحقیقی برای استادان، محققان و دانشجویان است و به عنوان سازمانی که کیفیت ارائه خدمات آن پیوند نزدیکی با تحقیق و توسعه و مسائل بنیادی علمی و فرهنگی جامعه دارد، نیازمند اتخاذ تمهیدات لازم برای ارائه مطلوب ترین خدمات ممکن است. لذا کتابداران کتابخانه های دانشگاهی و متحصان اطلاع رسانی وظیفه دارند تا با ایجاد بستری مناسب، زمینه لازم را برای ارتباط و تعامل میان اساتید و دانشجویان فراهم سازند.

رسانه ها و شبکه های اجتماعی با توجه به ویژگی تعاملی و رایگان بودن، به طور گسترده در کتابخانه ها قابل استفاده اند. به طریقی که سروژه کتابخانه ها آخرین فن آوری و روندها را برای جذابیت خدمات و کاربرپسند بودن کتابخانه کار می گیرند. کتابخانه های دانشگاهی نیز همواره در استفاده از فن آوری های جدید و تجهیزات پیشرفته برای ارائه خدمات و ایجاد فضایی بهتر و راحت تر برای تحقیق و پژوهش پیشرو بوده و هستند.

کتاب حاضر براساس کاربردهای رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی تهیه و گردآوری شده است. در بخش اول که فصل های ۱ تا ۳ در بر می گیرد، مفاهیم، مبانی و نظریه ها، کاربردها و اهداف رسانه ها، شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی مورد بررسی قرار گرفته اند. در بخش دوم کتاب در فصول ۴ و ۵ به ترتیب پژوهش های انجام گرفته در زمینه کاربرد رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی و کاربردهای این نوع رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی ارائه شده اند و در انتهای فصل ۵، به ارائه پیشنهاد های اجرایی استفاده از رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی پرداخته شده است. امید است با شناسایی تاثیر و کاربردهای رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی در جهت رفع موانع، محدودیت ها و مشکلات استفاده از این ابزارها در کتابخانه های دانشگاهی گامی مهم برداشته شود تا بستر مناسب و زمینه های لازم برای ارتباط و تعامل میان اساتید و دانشجویان در راه کسب دانش فراهم گردد.

بخش اول: مقدمه ای بر رسانه ها و شبکه های اجتماعی

فصل اول: مفاهیم رسانه های اجتماعی ۹

مقدمه ۱۰

۱-۱ تعاریف و مفهوم رسانه های اجتماعی ۱۰

۲-۱ چارچوب زنبوریک رسانه های اجتماعی ۱۳

۳-۱ نظریه های رسانه های اجتماعی ۱۵

۱-۳-۱ نظریه غنا یا توانگری رسانه ای ۱۶

۱-۳-۲ نظریه سرشت رسانه ها ۱۸

۴-۱ انواع رسانه های اجتماعی ۱۹

۱-۵-۱ ویژگی های رسانه های اجتماعی ۲۶

فصل دوم: شبکه های اجتماعی ۳۲

مقدمه ۳۳

۱-۲ مفاهیم شبکه های اجتماعی ۳۳

۲-۲ تفاوت رسانه ها و شبکه های اجتماعی ۳۵

۳-۲ نظریه های شبکه های اجتماعی ۳۸

۴-۲ ویژگی ها و مزایای شبکه های اجتماعی ۴۱

۵-۲ پیامدهای منفی و معایب شبکه های اجتماعی ۴۶

۶-۲ انواع شبکه های اجتماعی ۴۸

۷-۲ کارکردهای شبکه های اجتماعی ۶۳

۲-۷-۱ سازماندهی انواع گروه های اجتماعی مجازی ۶۳

۲-۷-۲ توسعه مشارکت های اجتماعی ۶۳

۲-۷-۳ به اشتراک گذاشتن علاقه مندی ها توسط اعضا ۶۳

۲-۷-۴ ایجاد محتوا توسط اعضا ۶۴

۲-۷-۵ تبلیغات هدفمند اینترنتی ۶۴

۲-۸ ویژگی های مشترک شبکه های اجتماعی ۷۳

فصل سوم: کتابخانه های دانشگاهی	۷۶
مقدمه	۷۷
۱-۳ تعریف کتابخانه دانشگاهی	۷۷
۲-۳ مفهوم کتابخانه های دانشگاهی	۷۸
۳-۳ اهداف کتابخانه های دانشگاهی	۷۸
۴-۳ وظایف کتابخانه های دانشگاهی	۷۹

بخش دوم: رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی

فصل چهارم: پذیرش های انجام شده در زمینه رسانه ها و شبکه های اجتماعی و کاربردهای آن ها در کتابخانه های دانشگاهی	۸۱
مقدمه	۸۲
۱-۴ پژوهش های انجام گرفته در زمینه شناسایی رسانه های اجتماعی مورد استفاده در کتابخانه ها	۸۲
۲-۴ پژوهش های انجام شده در زمینه انواع رسانه های اجتماعی و کاربردهای آن ها در کتابخانه های دانشگاهی	۹۶

فصل پنجم: کاربردهای رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی	۱۲۴
مقدمه	۱۲۵
۱-۵ ویژگی رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه ها	۱۲۵
۲-۵ مزایای رسانه ها و شبکه های اجتماعی برای کتابخانه های دانشگاهی	۱۲۸
۳-۵ استفاده از رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی	۱۲۹
۳-۵ کاربردهای اصلی رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی	۱۳۲
۴-۵ پیشنهاد های اجرایی برای استفاده از رسانه ها و شبکه های اجتماعی در کتابخانه های دانشگاهی	۱۳۳