J. SLIS, 17(1): 109-124, Spring 2025

ISSN: 2008-5222
slis.scu.ac.ir

Shahid Chamran University of Ahvaz

Journal of Studies in Library and Information Science
(*JSLIS*)

https://doi.org/10.22055/slis.2025.47943.1973

Research Paper

The role of scientific social networks in providing information needs (Case study: Faculty members of Lorestan University)

Jafar Ebadollah Amoughin [1]* , Nayere Jafari Far [2], Kianosh Salari [3]

1. Department of Knowledge and Information Science, University of Qom, Qom, Iran
2. MA of Knowledge and Information Science, Qom University of Medical Sciences, Qom, Iran
3. MA of Knowledge and Information Science, University of Qom, Qom, Iran

Article Info.

Received: 2024/09/08 **Accepted**: 2025/01/24

Abstract

Background and Objectives: The use of social media has surged globally in recent yearsWeb-based technologies that support the social architecture of a community and enhancethe effectiveness and value of personal interactions continue to emerge. The World Wide Web has been radically transformed, shifting from an information repository to a more social environment where users are not only passive receivers or active harvesters of information, but also creators of content. Web-based technologies now encompass the socializing features of virtual spaces that have emerged as zones for information sharing, collaboration, and community formation and extension Social media, derived from the social software movement, are a collection of Internet websites, services, and practices that support collaboration, community building, participation, and sharing "Social media are technologies that facilitate social interaction, make possible collaboration, and enable deliberation across stakeholders. These technologies now include blogs, wikis, media (audio, photo, video, text) sharing tools, networking platforms, as educators look for ways to engage and motivate students, social media technologies are becoming a viable supplement to the traditional learning environment. The information-seeking behavior of the IRAN's faculty members in social media requires examining problems and eliminating obstacles and acquiring the necessary skills for the presence of professors in these networks. Therefore, purpose of writing this article is to investigate the role of scientific social media in the information-seeking behavior of academic faculty members of Lorestan University in Iran.

Methodology: In terms of purpose, the article is practical and in terms of its descriptive nature and its implementation method, it is survey type. The statistical population studied in this research is the faculty members of Lorestan University. The sample size was calculated as 171 people according to Cochran formula and Krejcie and Morgan table. The data collection tool has been used and the options have been measured according to Likert scale (spectrum of five points). For the content validity of the questionnaire, to check the reliability of the questionnaires, the Cronbach's alpha coefficient of 0.87 was calculated,

Authors retain the copyright and full publishing rights.
This article is an open access article Shahid Chamran University of Ahvaz. Published by licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

which indicates the reliability at the desired level. To analyze the data, Kolmogorov-Smirnov test and Pearson correlation coefficient were used with the help of SPSS Statistics 23.

Findings: He investigation showed that the goals and motivations of information seeking have an average of 4.12 and a standard deviation of 0.57, information seeking skills have an average of 3.97 and a standard deviation of 0.62, information seeking ways have an average of 3.82 and a standard deviation of 0.66. Because all the variables have an average higher than the cut-off point (average) of the 5-point Likert scale (above 2.5), therefore, the variables had a favorable and high average and as influential components on meeting the information needs of faculty members in their information-seeking behavior. were known The findings indicate that among the types of scientific social media such as Facebook, LinkedIn, MySpace, Bookmark, Researchgate, Academia and Mendeley, the highest rate of use by the statistical population was given to LinkedIn and the lowest rate of use by the statistical population was given to Academia. Among the integrated web-mobile tools WeChat, Instagram, Telegram, WhatsApp, Tango, Imo, Line, Soroush and Eitaa, the highest usage rate of the statistical population was assigned to WhatsApp and the lowest usage rate of the statistical population was assigned to Eitaa. Among the multimedia tools, Skype, Google Video, Podcast and iTunes, the highest rate of use of the statistical population was given to Skype, and the lowest rate of use of the statistical population was given to iTunes. Among the microblocking tools, Twitter, Yammer and Tumblr, the highest usage rate of the statistical population was assigned to twitter, and the lowest usage rate of the statistical population was assigned to Yamer. Among the wiki tools, Google Document, ScienceWiki and Wikipedia, the highest rate of use in the statistical population was given to Wikipedia, and the lowest rate of use in the statistical population was given to ScienceWiki. The results of the investigation, which were proven through the Pearson correlation test, showed that there is a direct and significant relationship between the role of social media and the goals and motivations of the faculty members of Lorestan University to seek information at the rate of 0.469. There is a direct and significant relationship between the role of social media and the information seeking skills of Lorestan University faculty members at the rate of 0.571, and there is a direct and significant relationship at the rate of 0.646 between the role of social media and the ways of information seeking of Lorestan University faculty members. Finally, it was found that there is a direct and significant relationship between the role of social media and meeting the informational needs of Lorestan University faculty members at the rate of 0.610.

Discussion: The results of this research showed that scientific social networks play a role in meeting the information needs of Lorestan University faculty members. Therefore, it is suggested to the officials and faculty members of the university that by supporting scientific organizations such as university scientific associations, as well as software support and creating appropriate mechanisms, and by carrying out projects related to social networks and studying official sources and specialized standards, in pursuit of updating the information and concepts you need. Therefore, it is recommended to university officials to strengthen digital infrastructure, internet speed, and easier access to scientific platforms and social media to ensure optimal use by faculty members, and to improve faculty members' skills in effectively using social media in the scientific information seeking process by developing training programs and holding workshops, and to monitor the status of social media use by implementing monitoring and evaluation programs and providing feedback to faculty members to improve and modify information seeking behaviors.

Keywords: Social media, Social networks, Information needs, Information motives, Information seeking behavior, Faculty members, Lorestan university

***Corresponding author:** Email: ebadollah2005@gmail.com

How to Cite: Ebadollah Amoughin, J., Jafari Far, N., & Salari, K. (2025). The role of scientific social networks in providing information needs (Case study: Faculty members of Lorestan University). *Journal of Studies in Library and Information Science, 17*(1), 109-124.

فصلنامه
مطالعات کتابداری و علم اطلاعات. سال ۱۷، شماره ۱، بهار ۱۴۰۴

مقاله پژوهشی

نقش رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان

جعفر عباداله عموقین[1]* ، نیره جعفری‌فر[2]، کیانوش سالاری [3]

۱. گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه قم، قم، ایران
۲. کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی قم، قم، ایران
۳. کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه قم، قم، ایران

اطلاعات مقاله

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۸ **تاریخ پذیرش:** ۱۴۰۳/۱۱/۰۵

چکیده

هدف: این مقاله به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان می‌پردازد.

روش‌شناسی: این مقاله از نوع پیمایشی است. جامعه آماری براساس فرمول کوکران و جدول کرجسی و مورگان تعیین و شامل ۱۷۱ عضو هیأت علمی دانشگاه لرستان است.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان داد، در بین انواع رسانه‌های اجتماعی علمی بالاترین میزان استفاده جامعه آماری به لینکداین، در بین ابزارهای تلفیقی وب–موبایل، بالاترین میزان استفاده جامعه آماری به واتساپ، در بین ابزارهای چندرسانه‌ای، بالاترین میزان استفاده به اسکایپ، در بین ابزارهای میکروبلاکینگ، بالاترین میزان استفاده به توییتر و در بین ابزارهای ویکی، بالاترین میزان استفاده به ویکی‌پدیا تعلق گرفت. آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان رابطه مستقیم و معناداری به میزان ۰/۴۶۹ وجود دارد. بین نقش رسانه‌های اجتماعی و مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان رابطه مستقیم و معناداری به میزان ۰/۵۷۱وجود دارد و بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان رابطه مستقیم و معنادار به میزان ۰/۶۴۶ وجود دارد.

نتیجه‌گیری: نتایج حاصل نشان داد رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی اعضای هیأت علمی دانشگاه لرستان نقش دارند. لذا به مسئولان دانشگاه پیشنهاد می‌شود که با تقویت زیرساخت‌های دیجیتال، سرعت اینترنت و دسترسی آسان‌تر به پلتفرم‌های علمی و رسانه‌های اجتماعی استفاده بهینه اعضای هیأت علمی را فراهم و با توسعه برنامه‌های آموزشی و برگزاری کارگاه‌ها، مهارت اعضای هیأت علمی جهت استفاده مؤثر از رسانه‌های اجتماعی را در فرآیند اطلاع‌یابی علمی بهبود داده و با اجرای برنامه‌های پایش و ارزیابی بر وضعیت استفاده از رسانه‌های اجتماعی نظارت و با ارائه بازخورد به اعضای هیأت علمی زمینه بهبود و اصلاح رفتارهای اطلاع‌یابی میسر گردد.

کلیدواژه‌ها: *رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، نیاز اطلاعاتی، انگیزه‌های اطلاعاتی، رفتار اطلاع‌یابی، اعضاء هیأت علمی، دانشگاه لرستان*

***نویسنده مسئول**

ایمیل: ebadollah2005@gmail.com

استناد به این مقاله: عباداله عموقین، جعفر، جعفری، نیره، سالاری، کیانوش (۱٤۰٤). نقش رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان. *مطالعات کتابداری و علم اطلاعات*، *۱۷* (۱)، ۱۰۹-۱۲۴.

Authors retain the copyright and full publishing rights.
This article is an open access article Shahid Chamran University of Ahvaz. Published by licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

مقدمه و بیان مسئله

بدون شک در عصر حاضر به سبب وجود اینترنت و پدیده‌هایی چون فضای مجازی، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان پل ارتباطی بین انسان و شاهراه اصلی کسب دانش به‌عنوان ثروت و قدرت به حساب می‌آیند. دلایل متعددی برای استفاده‌کنندگان از اینترنت وجود دارد تا از رسانه‌های نوین جهت اطلاع‌یابی بهره گیرند (Bayat & Manouchehri, 2015). رسانه‌های نوین که شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایل پایه، به‌روزشده‌ترین نسخه این نسل رسانه‌ها هستند و همچنین توسعه خدمات آنلاین و تسهیل دسترسی به اینترنت پر سرعت برای کاربران باعث شده که اثرگذاری این رسانه ها تحولات شگرفی را در نظام آموزشی و پژوهشی کشورها ایجاد نموده و سبب دگردیسی رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی، دانشجویان و محققان بشود. در تعریف رفتار اطلاع‌یابی آمده (Nokarizi & Davrpanah, 2006)، رفتار اطلاع‌یابی سطح جزئی‌تر رفتار به‌کار گرفته شده از سوی جستجوگر در تعامل با نظام‌های اطلاع‌رسانی به‌منظور تأمین نیاز اطلاعاتی است. رسانه‌های اجتماعی بخش اساسی ارتباطات روزانه کاری در حوزه تحقیقات علمی کشور است. با بیان این که آنچه امروزه در اکثر محافل علمی باعث تحولاتی در ارتباطات بین افراد یا حتی سازمان‌ها یا نهادهای مختلف علمی شده رسانه‌های اجتماعی است (Samiei, 2015 ;Zarei & Bayat, 2014) رسانه‌های اجتماعی را ابزارهای مبتنی بر اینترنت و وب ۲ معرفی نموده‌اند که برای به اشتراک‌گذاری، بحث و تبادل بر اطلاعات و تعامل میان افراد استفاده می‌گردند. اصطلاح رسانه‌های اجتماعی اغلب به فعالیت‌هایی در زمینه ادغام فناوری، تعامل اجتماعی، ساختار متون، تصاویر، فیلم‌ها و صدا اشاره دارد. علی‌رغم سرمایه‌گذاری‌هایی که در جهت ایجاد و توسعه زیرساخت‌های اطلاعاتی و تأمین منابع علمی در دانشگاه‌ها صورت می‌گیرد، اما این پیش‌فرض وجود دارد که به‌خاطر شیوه‌های نامناسب رفتارهای اطلاع‌یابی از هزینه‌های انجام‌شده به درستی بهره‌گیری نشود (Eftekhar et al., 2022). به‌طورکلی رفتارهای اطلاع‌یابی استفاده‌کنندگان امروزه به دلیل پیشرفت‌های لحظه‌ای در فناوری‌های اطلاعاتی نوین و همچنین نیاز استفاده‌کنندگان برای روزآمدسازی اطلاعات مورد نیاز حائز اهمیت است. ابزارهای نوین ارتباطی از اواخر دهه ۱۳۷۰ در ایران روند عمومی شدن خود را طی کردند و در دهه ۱۳۸۰، تأثیراتی که این ابزارهای ارتباطی بر رسانه‌های سنتی ایران داشتند، به‌خوبی مشهود است. امروزه رسانه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین رسانه‌های ارتباطی دنیا محسوب می‌شوند. رسانه‌های اجتماعی برخلاف رسانه‌های جمعی در فضای غیررسمی با هدف تولید محتوا شکل گرفته و رشد پیدا کرده‌اند. در واقع رسانه های اجتماعی نمایی از ابزارهای آنلاین است که کاربران از آن برای اشتراک محتوا پروفایل‌ها، نظرات، دیدگاه‌ها، تجربیات و افکار استفاده می‌کنند (Galyani-Moghaddam et al., 2018)؛ بنابراین رسانه اجتماعی تسهیل‌کننده گفت‌وگوها و کنش‌های متقابل برخط بین کاربران مجازی محسوب می‌شود. از جمله ابزارهای رسانه اجتماعی که مورد توجه محققان و اعضاء هیأت علمی برای استفاده درنظر گرفته شده شبکه‌های اجتماعی علمی، ابزارهای تلفیقی وب–موبایل، ابزارهای چندرسانه‌ای (Microblogging) میکروبلاگینگ و ویکی‌ها هستند. طی بررسی‌های انجام‌شده مشخص شده است که کاربردهای گوناگون رسانه‌های اجتماعی در دانشگاه‌ها بسیار متنوع است (Moradavisi et al., 2021؛ Bayat et al., 2018).

بنابراین داشتن مهارت مناسب جهت اطلاع‌یابی با استفاده از فناوری‌های موجود رسانه‌های اجتماعی در جهت دهی مسیر حرکت علمی اعضاء هیأت علمی بسیار مهم است. فضای مجازی فرصت‌ها، امکانات و زمینه‌های بیشتری را در جهت تحقق اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی، مهارت‌های اطلاع‌یابی و راه‌های اطلاع‌یابی به‌منظور تأمین نیاز اطلاعاتی برای مخاطب فراهم می‌کند تا در سایه آن بتواند قدرت استدلال تفکر انتقادی درک بهتر و تصمیم‌گیری سریع در عرصه

زندگی داشته باشد (Famil Rohani & Mousavi, 2016). رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی کشور در رسانه‌های اجتماعی نیازمند بررسی مشکلات و از بین بردن موانع و کسب مهارت‌های لازم برای حضور اساتید در این شبکه‌هاست (Miri et al., 2019). از این‌رو در پژوهش حاضر با توجه به نقش مهم اعضاء هیأت علمی در پیشبرد برنامه‌های علمی و آموزشی دانشگاه‌ها بررسی و شناسایی رفتار اطلاع‌یابی آنان بیش از پیش ضرورت دارد و لازم است نقش رسانه‌های اجتماعی بر رفتار اطلاع‌یابی ایشان مورد رصد قرار گیرد. از این‌رو در مقاله حاضر به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان پرداخته شد تا راهنما و الگویی برای برنامه‌ریزی‌های آتی این دانشگاه باشد، بدین منظور پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به سؤالات و آزمون فرضیه‌های زیر است.

پرسش‌ها

پرسش اول: مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه کدام‌اند؟

پرسش دوم: میزان استفاده اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه از انواع ابزار رسانه‌های مجازی تعاملی چگونه است؟

فرضیه‌ها

پرسش سوم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد؟

پرسش چهارم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی و مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد؟

پرسش پنجم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد؟

پرسش ششم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد؟

پیشینه پژوهش

با جستجوی پایگاه‌های اطلاعاتی داخلی و خارجی[1]، این نتیجه به‌دست آمد که پژوهشی مشابه با پژوهش حاضر انجام‌نشده اما مواردی که تا حدودی مشابه بود در ادامه آمده است:

Khalili et al. (2023) در واکاوی تجارب زیسته پژوهشگران دانشگاه شهید مدنی آذربایجان در استفاده از شبکه‌های اجتماعی علمی با نمونه‌گیری هدفمند به مصاحبه نیمه‌ساختاریافته ۲۰ نفر تا مرحله اشباع نظری پرداختند. از یافته‌های حاصل از تجارب زیسته پژوهشگران ۳۴۹ کد استخراج و در ۱۸۰ واحد معنایی و ۲۹ مقوله قرار گرفت که در نهایت، چهار تم استخراج شد. تم‌ها عبارتند از نحوه آشنایی پژوهشگران با شبکه‌های‌اجتماعی‌علمی، زمینه‌ها و دلایل استفاده از شبکه‌های اجتماعی، قابلیت‌های شبکه‌های علمی و موانع و چالش‌های شبکه‌های علمی، از این‌رو نتیجه شد که قابلیت‌ها و امکانات فراهم‌شده در شبکه‌های اجتماعی علمی دلیل استفاده از این شبکه‌ها است. آشنایی بیشتر پژوهشگران با این قابلیت‌ها، تقویت و رفع کاستی‌های این شبکه‌ها منجر به استفاده بیشتر از این فضای آنلاین

1. MagIran, SID, Ganj, IranDoc, ISC & ISI, Scopus, ProQuest, Springer, Sage, Wiley, Taylor & Francis

جامعه علمی خواهد شد.

Eftekhar et al. (2022) با هدف بررسی تأثیر رسانه‌های نوین در اطلاع‌یابی، بر مبنای مدل الیس در حوزه‌های علمیه، به روش پیمایشی با ابزار گردآوری پرسش‌نامه به مطالعه ۳۲۳ طلبه استان فارس و استان بوشهر پرداختند. بررسی منابع اطلاعاتی (۳/۱۳)، مرور سایت‌های اینترنتی و شبکه‌های اجتماعی مرتبط با موضوع (۳/۹۲)، استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی (۳/۴۸)، مطالعه چکیده یا خلاصه مقاله یا کتاب (۲/۴۸)، به‌ترتیب جهت تشخیص نیاز اطلاعاتی، شناسایی، جستجو، رویارویی با منابع اطلاعاتی، توسط طلاب در اولویت اول قرار گرفته بود. نتایج این تحقیق نشان داد که طلاب حوزه‌های علمیه استان فارس و استان بوشهر با توجه به نقش رسانه‌های نوین از مدل استاندارد رفتار اطلاع‌یابی تبعیت نکرده و میزان پیروی پاسخگویان از مراحل رفتار اطلاع‌یابی مناسب کم است.

Galyani-Moghaddam et al. (2018) با هدف تبیین نقش رسانه‌های اجتماعی در ارتباطات علمی اعضای هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی در پژوهشی پیمایشی-تحلیلی با استفاده از پرسش‌نامه محقق ساخته براساس مدل لانه زنبوری کیتزمان در رسانه‌های اجتماعی و مدل دانشگاه نامرئی (مدل زاکالا) در ارتباطات علمی بوده ۱۵۰ نفر از اعضای هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی تهران را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های پژوهش نشان داد که میانگین استفاده از انواع رسانه‌های اجتماعی ۲/۱۳ پایین‌تر از حد متوسط بوده و ارتباطات علمی اعضای هیات علمی دانشگاه علامه طباطبائی در گوگل اسکالر بیشتر از سایر رسانه‌ها بوده است. بیشترین ارتباط اعضای هیات علمی با متخصصان داخل کشور بود و بیشترین علت حضور آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی، آشنایی آنان با دیگر تخصص‌ها و استفاده از توان متخصصان رشته‌های دیگر بوده است.

Rudbari (2016) در بررسی میزان استفاده ۱۶۶ اعضای هیات علمی دانشگاه ارومیه از شبکه‌های اجتماعی علمی و نقش آن‌ها در تأمین نیازهای اطلاعاتی دریافت به اشتراک‌گذاری مقالات توسط اعضای هیات علمی، ارتباط با دوستان و محققان آشنا، هدف عمده پیوستن آن‌ها به این شبکه‌ها شناخته شد. در مجموع یافته‌های گردآوری شده نشان داد که میزان حضور اعضای هیات علمی در شبکه‌های اجتماعی علمی در حد متوسط می‌باشد و این شبکه‌ها به عنوان یک مجرای ارتباط علمی جای خود را در میان اعضای هیات علمی به خوبی باز نکرده است.

Mirzaei et al. (2016) در بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در تبادلات علمی ۳۵۱ دانشجو تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی دریافتند ۷۰٪ دانشجویان بیش از یک ساعت در روز از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. از بین شبکه‌های اجتماعی، تلگرام با ۶۶/۷ ٪ بیشترین استفاده را بین پاسخگویان داشت. تلفن همراه با ۶۳/۸ ٪ مهم‌ترین ابزار مورد استفاده برای دسترسی به شبکه‌های اجتماعی است. با توجه به یافته‌ها، استفاده از شبکه‌های اجتماعی در تبادل‌های علمی میان دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه رازی اثرگذار نیست.

Samiei (2015) به شناسایی نقش رسانه‌های اجتماعی در تبادل دانش بین متخصصان حفاظت رقمی بر مبنای مدل لانه زنبوری مبتنی بر مطالعه دلفی از طریق ۱۵ سوال باز در بین ۲۰ متخصص عضو یک گروه تخصصی حفاظت رقمی با بافت‌های مختلف فرهنگی اعم از کتابخانه، موزه، آرشیو پرداخت براساس یافته‌ها میزان آشنایی پاسخ‌دهندگان نسبت به برنامه فیسبوک ۲۵٪ و برنامه لینکدین (LinkedIn) ٪۲۲ ، ویکی‌ها ۱۵٪، یوتیوب ۱۰٪، توییتر ۸٪ است و هیچ‌یک با دروازه پژوهشی که وب‌سایت اجتماعی مخصوص متخصصان است، آشنا نبودند و درصد صفر بود. ۹۰٪ متخصصان انحراف فکری را در فیسبوک و یوتیوب، ۱۰درصد هم اتلاف زمان بهره‌وری، بهره‌وری پایین در یوتیوب و توییتر را از معایب استفاده از رسانه‌های اجتماعی در تحقیقات علمی بیان کردند. نتایج نشان داد در بین رسانه‌های اجتماعی مورد

بررسی ، فیسبوک و لینکدین در ۷ شاخص کلیدی مدل لانه زنبوری بیشترین کاربرد را دارند.

Hariri & Anbari (2013) در مقاله‌ای به مطالعه نقش شبکه های اجتماعی تخصصی وبی فارسی در فرایند اشتراک دانش پرداختند. براساس نتایج این پژوهش، عملکرد شبکه‌های اجتماعی تخصصی داخلی در رفع نیازهای اطلاعاتی کاربران، ترغیب آنان به مشارکت دانش، جلب اعتماد و اطمینان آن‌ها، تأثیر در ارتقای سطح دانش تخصصی و افزایش تعاملات این کاربران متوسط رو به پایین ارزیابی شد. کاربران بزرگ‌ترین مشکل موجود در شبکه‌های اجتماعی تخصصی داخلی را اطلاع‌رسانی نامناسب و ناشناخته بودن این شبکه‌ها در اطلاع‌یابی اعلام کردند. بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی فارسی و اشتراک دانش کاربران آن‌ها رابطه مثبت و معنی‌داری وجود داشت. از جمله پیشینه‌های خارجی مرتبط با موضوع مقاله می‌توان به Choi (2024) در پژوهشی به روش مرور نظامند ۹۳ مقاله در زمینه فعالیت اطلاع‌یابی دانشگاهیان در وب اجتماعی بین سال‌های ۲۰۱۹-۲۰۲۳ را رصد کردند، نتایج بررسی نشان داد، حجم تولیدات علمی این حوزه در سال‌های مختلف همواره روند ثابتی را حفظ کرده است. با این حال مقالات محدودی در مورد نقش وب اجتماعی در دانشگاه‌ها وجود دارد. توجه به اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی کاربران به عنوان رایج‌ترین موضوع پژوهشی این حوزه تشخیص داده شد. Alhoori et al. (2019) در مقاله آناتومی الگوهای رفتار اطلاع‌یابی علمی در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی دانشگاهی دریافتند اطلاعات کمی در مورد نیازهای اطلاعاتی علمی بین‌المللی و رفتار اطلاع‌یابی از رسانه‌های اجتماعی دانشگاهی وجود دارد. در مقاله با پرداختن به این شکاف‌ها از طریق تجزیه و تحلیل عمیق نیازهای اطلاعاتی و رفتار جستجوی اطلاعات محققان، اعم از دانشجویان و اساتید، در دو دانشگاه، یکی در ایالات متحده و دیگری در قطر است. الگوهای رفتاری جدیدی را از سوی محققان که درگیر فرآیند جستجوی اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی دانشگاهی هستند را شناسایی و توصیف کردند. تجزیه و تحلیل نشان داد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی اثرات قابل توجهی بر فعالیت‌های مختلف علمی دارد. علاوه بر این، مطالعه نشان داد تفاوت‌هایی بین دانشجویان و اعضای هیأت علمی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی دانشگاهی وجود دارد و بین محققان براساس رشته‌های تحصیلی تفاوت‌هایی در الگوی اطلاع‌یابی در رسانه‌های اجتماعی دانشگاهی وجود داشت. Hamid et al. (2016) در بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان بین‌المللی در یک مطالعه مرور نظامند پس از بررسی ۷۱ مقاله دریافتند بررسی رفتار اطلاع‌یابی دانشجویان بین‌المللی خاطر نشان می‌کند، ایشان به رسانه‌های اجتماعی به عنوان منبع اطلاعاتی توجه برجسته‌ای داشته‌اند. علاوه بر این، تحقیق نیازهای اطلاعاتی دانشجویان بین‌المللی را شناسایی کرده و آن‌ها را براساس نقش رسانه‌های اجتماعی در برآوردن نیازهای اطلاعاتی دسته‌بندی کرد. نتایج بررسی نشان داد که در حوزه نقش آفرینی رسانه‌های اجتماعی بر رفتار اطلاع‌یابی کمبود منابع تحقیقی وجود دارد و لازم به انجام مطالعات بیشتر در این زمینه است. Nández & Borrego (2013) در بررسی پروفایل کاربران شبکه علمی آکادمیا در ۱۲ دانشگاه در شهر کاتالان (Catalan) شبکه به تعیین وضعیت اطلاع یابی علمی کاربران از آن پرداختند، بدین منظور، در مرحله اول پژوهش، به بررسی پروفایل کاربران مورد مطالعه پرداخته شد؛ مرحله دوم این پژوهش با استفاده از ابزار پرسش‌نامه انجام شد. این پرسش‌نامه ۷۶۶ نفر از دانشجویانی که عضو شبکه آکادمیا بودند تکمیل شد. نتایج نشان دادکه از دیدگاه این افراد پراهمیت ترین کاربرد این شبکه اجتماعی به اشتراک‌گذاری مقالات و کم اهمیت‌ترین کاربرد آن شغل یابی بوده است. دلایل حضور این افراد در شبکه آکادمیا به‌ترتیب اولویت اطلاع‌یابی کاربران، در تماس بودن با سایر محققان و انتشار نتایج تحقیقات و دنبال کردن نتایج تحقیقات دیگران تشخیص داده شد. بررسی پیشینه های پژوهش خاطر نشان کرد انجام این پژوهش نقش موثری در پیشبرد و ارتقاء تولیدات علمی اعضاء هیأت علمی خواهد داشت و ضرورت انجام آن را خاطرنشان کرد.

روش‌شناسی پژوهش

مقاله از لحاظ هدف، کاربردی و از لحاظ ماهیت توصیفی و روش اجرای آن از نوع پیمایشی می‌باشد. جامعه آماری مورد مطالعه این پژوهش اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان است. حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران و جدول کرجسی و مورگان ۱۷۱ نفر محاسبه شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه بوده است. در پژوهش حاضر انواع ابزار رسانه‌های اجتماعی براساس یافته‌های Sfetcu (2017) و Khoei & Jafari Nadushan (2019) شناسایی گردید و در پنج حوزه شبکه‌های اجتماعی علمی، ابزارهای تلفیقی وب–موبایل، ابزارهای چندرسانه‌ای، ابزارهای میکروبلاکینگ و ابزارهای ویکی تقسیم‌بندی شد. برای سنجش و ارزیابی رفتار اطلاع‌یابی جامعه آماری در پژوهش مورد مطالعه از پرسش‌نامه محقق‌ساخته Rudbari (2016) به تعداد ۱۵گویه که اهداف و انگیزه‌ها و مهارت‌ها و راه‌های اطلاع‌یابی را مورد بررسی قرار داده بود، استفاده شده است و به منظور سنجش و ارزیابی متغیر رسانه‌های اجتماعی از پرسش‌نامه محقق‌ساخته Mirzaei et al. (2016) به تعداد ۲۵گویه استفاده گردید. در پرسش‌نامه برای پاسخگویی گزینه‌ها با توجه به مقیاس لیکرت طیف پنج‌تایی (خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) مورد سنجش واقع شده‌اند، در مقیاس به‌کار گرفته‌شده گزینه‌ها به‌ترتیب ارزش مکانی، رتبه ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ و گزینه‌های بی‌پاسخ رتبه صفر تعلق گرفت. با توجه به حداقل ۰ و حداکثر ۵ مقیاس، اگر رتبه لیکرت هریک از عبارت‌ها یا پرسش‌ها ۲/۵ به بالا یعنی متوسط، زیاد، بسیار زیاد بود. یعنی آن عبارت یا عامل از نظر پاسخگویان جز مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تأمین نیاز اطلاعاتی جامعه آماری استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. اختصاص رتبه‌های ۲/۵ و کمتر از آن به یک عبارت یا عامل مبین آن است که از نظر پاسخگویان آن عامل در رفتار اطلاع‌یابی جامعه آماری در استفاده از رسانه‌های اجتماعی نقش دارد. برای روایی پرسش‌نامه، روایی صوری–محتوایی استفاده شد. جهت بررسی پایایی پرسش‌نامه‌ها، ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۷ محاسبه گردید که حاکی از پایایی در سطح مطلوب است. جهت پاسخگویی به سؤالات تجزیه و تحلیل فرضیه‌ها از نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.۲۳ (Spss23) و آزمون‌های آماری کلموگروف–اسمیرنوف و همبستگی پیرسون که از جمله آزمون‌های پارامتریک است، بهره گرفته شد. با توجه به اینکه در صورت نرمال بودن توزیع داده‌های جمع‌آوری‌شده برای آزمون فرضیه‌ها می‌توان از آزمون‌های پارامتریک استفاده نمود و در صورت غیرنرمال بودن از آزمون‌های ناپارامتریک استفاده کرد. جهت بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای پژوهش از آزمون کلموگروف–اسمیرنوف استفاده شد.

بنابر نتایج آزمون کلموگروف–اسمیرنوف، متغیرهای رسانه‌های اجتماعی و رفتار اطلاع‌یابی و ابعاد آن شامل؛ اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی، مهارت‌های اطلاع‌یابی، راه‌های اطلاع‌یابی و تأمین نیازهای اطلاعاتی دارای توزیع نرمال هستند. از این‌رو برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از آزمون همبستگی پیرسون که از جمله آزمون‌های پارامتریک است، بهره گرفته شد.

یافته‌های پژوهش

پرسش اول: مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه کدام‌اند؟

آماره‌های توصیفی میانگین امتیاز مؤلفه‌های تأثیرگذار بر رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه براساس شاخص‌های اصلی در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول ۱. آماره‌های توصیفی برای میانگین امتیاز شاخص‌های اصلی

Table 1. Descriptive statistics for the mean score of main indicators

شاخص‌های اصلی Main Indicators	مؤلفه‌های مورد بررسی Examined Components	تعداد Count	میانگین امتیاز Mean Score	انحراف معیار Standard Deviation	کمترین امتیاز Minimum Score	بیشترین امتیاز Maximum Score
اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی	-سایت‌های تخصصی اولین منبع انتخابی من برای برطرف کردن نیاز اطلاعاتی است. -برای حفظ جایگاه علمی در میان متخصصان هم رشته از سایت‌های تخصصی بیشترین بهره را می گیرم. -برای اطمینان از درستی و اعتبار اطلاعات مورد نیازم، بیش از یک سایت تخصصی را از جوانب مختلف بررسی می کنم. -به منظور کسب اطلاعات تخصصی در حوزه کاری خود از سایت‌های علمی استفاده می کنم. -از سایت ریسرچ گیت برای روزآمد کردن اطلاعات تخصصی و حرفه‌ای خود بیشترین استفاده را می کنم. -برای نگارش برخی از مقالات علمی و تألیف و ترجمه کتاب از سایت‌های تخصصی بهره می گیرم. -برای کسب وجهه علمی و رقابت با هم ترازان از سایت‌های تخصصی استفاده می کنم. -به منظور ارتقاً کیفیت تدریس اطلاعات مورد نیازم را از سایت‌های علمی استخراج می کنم.	171	4.12	0.57	1	5
مهارت‌های اطلاع‌یابی	-حین جستجوی اطلاعات دسترسی سریع و آسان به اطلاعات را اساس قرار می‌دهم. -وقتی در موضوعی نیاز به اطلاعات دارم می‌دانم چگونه باید به دنبال اطلاعات مورد نیازم بروم. -با ابزارهای جستجو در اینترنت مانند انواع موتورهای جستجو، راهنماهای موضوعی، نمایه‌ها و غیره آشنایی کامل دارم. -با پایگاه‌های اطلاعاتی تخصصی مرتبط با رشته و تخصص خود آشنایی کامل دارم و می‌دانم در هریک چگونه به جستجوی اطلاعات بپردازم. -می‌توانم تشخیص دهم که آیا اطلاعات به دست آمده از جستجو نیاز اطلاعاتی‌ام را برطرف می کند یا خیر؟	171	3.97	0.62	1	5
راه‌های اطلاع‌یابی	-با انواع منابع اطلاعاتی آشنایی کامل دارم و می‌دانم از هریک چگونه استفاده کنم. -متون به دست آمده از جستجوهای انجام شده را مطالعه می کنم و می‌توانم از بین آن‌ها اطلاعات مورد نیاز خود را پیدا کنم.(جستجوی گزینشی اطلاعات) -برای مرتفع کردن نیاز اطلاعاتی خودم از اطلاعات گزیده استفاده می کنم. -با متخصصان حوزه موضوعی و همکاران در داخل وخارج حوزه و دانشگاه مشاوره می کنم -برای جستجوی اطلاعات مورد نیاز به سایت‌هایی که از قبل می‌شناسم مراجعه می کنم. -به منظور دسترسی به اطلاعات مورد نیازم ازمشورت دوستان و همکارانم بهره می گیرم. -برای اینکه بدانم چگونه به اطلاعات مورد نیازم دسترسی پیدا کنم در دوره‌های آموزشی و بازآموزی شرکت می کنم.	171	3.82	0.66	1	5

با توجه به نتایج جدول ۲، در نمونه ۱۷۱ نفری، اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی دارای میانگین ۴/۱۲ و انحراف معیار ۰/۵۷، مهارت‌های اطلاع‌یابی دارای میانگین ۳/۹۷ و انحراف معیار ۰/۶۲، راه‌های اطلاع‌یابی دارای میانگین ۳/۸۲ و انحراف معیار ۰/۶۶ می‌باشد. چون تمامی متغیرها دارای میانگین بالاتر از نقطه برش (حد وسط) طیف لیکرت تایی می‌باشد (بالاتر از ۲/۵)، لذا متغیرها دارای میانگین مطلوب و بالایی بودند و به‌عنوان مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تأمین نیاز اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی در رفتار اطلاع‌یابی ایشان شناخته شدند.

پرسش دوم: میزان استفاده اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه از انواع ابزار رسانه‌های مجازی تعاملی چگونه است؟

جهت پاسخ به پرسش دوم در جدول ۳ توزیع و درصد فراوانی میزان استفاده پاسخ‌دهندگان از انواع ابزار رسانه‌های اجتماعی ارائه شده است.

جدول ۳. توزیع و درصد فراوانی میزان استفاده پاسخ‌دهندگان از انواع ابزار رسانه‌های اجتماعی

Table 3. Distribution and frequency percentage of respondents' usage of social media tools

نوع Type	ابزارها Tools	میزان استفاده Usage Level					
		خیلی کم Very Low	کم Low	متوسط Medium	زیاد High	خیلی زیاد Very High	جمع نفرات Total
شبکه‌های اجتماعی علمی Academic Social Networks	فیسبوک Facebook	19.3	18.7	12.7	25.3	24.0	150
	لینکداین LinkedIn	4.5	9.0	12.3	45.2	29.0	155
	مای‌اسپیس MySpace	19.0	36.5	25.5	8.8	10.2	137
	بوک‌مارک Bookmark	20.9	31.3	27.0	7.0	13.9	115
	ریسرچ‌گیت ResearchGate	15.1	27.4	26.4	16.0	15.1	106
	آکادمیا Academia	17.1	38.1	27.6	11.4	5.7	105
	مندلی Mendeley	12.1	40.4	30.3	6.1	11.1	99
ابزارهای تلفیقی وب/موبایل Integrated Web/Mobile Tools	وی‌چت WeChat	12.1	15.9	21.2	31.8	18.9	132
	اینستاگرام Instagram	12.3	16.4	28.7	21.1	21.6	171
	تلگرام Telegram	11.7	23.4	20.5	17.5	26.9	171
	واتساپ WhatsApp	2.9	8.2	14.6	38.0	36.3	171
	تانگو Tango	14.0	42.7	14.6	18.1	10.5	171
	ایمو IMO	24.0	39.2	22.8	7.0	7.0	171
	لاین LINE	15.6	29.4	26.9	12.5	15.6	160
	سروش Soroush	8.6	13.8	12.9	27.6	37.1	116
	ایتا Eitaa	13.2	50.5	25.3	5.5	5.5	91
ابزارهای چندرسانه‌ای Multimedia Tools	اسکایپ Skype	11.6	24.0	29.5	15.5	19.4	129
	گوگلویدئو Google Video	15.5	30.0	24.2	14.5	15.5	110
	پادکست Podcast	27.6	22.9	26.7	3.8	19.0	105
	آی‌تونز iTunes	34.8	35.7	11.3	12.2	6.0	115
ابزارهای میکروبلاگینگ Microblogging Tools	توییتر Twitter	16.8	38.4	13.6	13.6	17.6	125
	یامر Yammer	25.0	58.3	8.3	4.2	4.2	120
	تامبلر Tumblr	13.4	48.5	14.4	14.4	9.3	97
ابزارهای ویکی Wiki Tools	گوگل‌داکیومنت Google Docs	14.7	30.2	31.0	10.3	13.8	116
	ساینس‌ویکی ScienceWiki	16.5	45.7	22.0	3.9	11.8	127
	ویکی‌پدیا Wikipedia	14.2	24.8	14.9	21.3	24.8	141

جدول ۳ نشان داد در بین شبکه‌های اجتماعی علمی لینکداین، پراستفاده‌ترین و آکادمیا کم‌استفاده‌ترین؛ در بین ابزارهای تلفیقی وب – موبایل، وات ساپ، پراستفاده‌ترین و ایتا کم‌استفاده‌ترین؛ در بین ابزارهای چندرسانه‌ای اسکایپ، پراستفاده‌ترین و آی‌تونز کم‌استفاده‌ترین؛ در بین ابزار ابزارهای میکروبلاکینگ توییتر، پراستفاده‌ترین یامر کم‌استفاده‌ترین و بین ابزار ویکی، ویکی‌پدیا، پراستفاده‌ترین و ساینسویکی کم‌استفاده‌ترین در بین جامعه آماری شناخته شد.

پرسش سوم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد؟

جهت بررسی رابطه بین نقش رسانه‌های اجتماعی اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد که نتایج آن در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ٤. نتایج آزمون همبستگی پیرسون پرسش سوم

Table 4. Pearson correlation test results for question three

تعداد Count	مقدار ضریب همبستگی (r) Correlation Coefficient (r)	مقدار خطا Error Value	سطح معناداری Significance Level (sig)	نتیجه‌گیری Conclusion	مقدار دیگر Other Value
171	0.469	0.05	0.000*	وجود رابطه There is a relationship	0.220

Sig<0.05 *

با توجه به جدول ۴، چون مقدار سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ و کوچکتر از مقدار خطا ۰/۰۵ می‌باشد. یعنی بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد. میزان ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۴۶۹ می‌باشد که نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی می‌باشد. یعنی با افزایش نقش رسانه‌های اجتماعی اعضاء هیأت علمی، اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد و برعکس. همچنین مقدار R^2 (ضریب تعیین) برابر ۰/۲۲۰ می‌باشد، لذا با اطمینان ۹۵٪ باید گفت بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد.

پرسش چهام: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی و مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد؟

جهت بررسی رابطه بین نقش رسانه‌های اجتماعی و مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. که نتایج آن در جدول ۵ آمده است.

جدول ٥. نتایج آزمون همبستگی پیرسون پرسش چهارم

Table 5. Pearson correlation test results for question four

R^2	نتیجه‌گیری Conclusion	سطح معناداری Significance Level (sig)	مقدار خطا Error Value	مقدار ضریب همبستگی Correlation Coefficient (r)	تعداد Count
0.326	وجود رابطه There is a relationship	0.000*	0.05	0.571	171

*Sig<0.05

با توجه به نتایج جدول ۵، میزان ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۵۷۱ حاصل شد که نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین نقش رسانه‌های اجتماعی و مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی می‌باشد. یعنی با افزایش نقش رسانه‌های اجتماعی

اعضاء هیأت علمی، مهارت‌های اطلاع‌یابی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد و برعکس. همچنین مقدار R^2 (ضریب تعیین) برابر ۰/۲۲۰ می‌باشد که نشان می‌دهد بین نقش رسانه‌های اجتماعی و مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد.

پرسش پنجم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی مورد مطالعه رابطه معناداری وجود دارد؟

رابطه بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی از طریق نتایج آزمون همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار گرفت (جدول ۶).

جدول ٦. نتایج آزمون همبستگی پیرسون پرسش پنجم

Table 6. Pearson correlation test results for question five

R^2	نتیجه‌گیری Conclusion	سطح معناداری Significance Level (sig)	مقدار خطا Error Value	مقدار ضریب همبستگی (r) Correlation Coefficient (r)	تعداد Count
0.417	وجود رابطه There is a relationship	0.000*	0.05	0.646	171

Sig<0.05 *

با توجه به جدول ۶، چون مقدار سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ و کوچکتر از مقدار خطا ۰/۰۵ می‌باشد، فرض صفر رد شده و فرض یک تایید می‌شود یعنی بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد. میزان ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۶۴۶ می‌باشد که نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی می‌باشد. یعنی با افزایش نقش رسانه‌های اجتماعی اعضاء هیأت علمی، راه‌های اطلاع‌یابی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد و برعکس. همچنین مقدار R^2 (ضریب تعیین) برابر ۰/۴۱۷ می‌باشد یعنی به ازای یک واحد تغییر در متغیر رسانه‌های اجتماعی اعضاء هیأت علمی، ۰/۴۱۷ واحد راه‌های اطلاع‌یابی آن‌ها تغییر می‌کند. لذا با اطمینان ۹۵٪ تایید می‌شود که بین نقش رسانه‌های اجتماعی و راه‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد.

پرسش ششم: آیا بین نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد؟

رابطه بین نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی از طریق نتایج آزمون همبستگی پیرسون مورد بررسی قرار گرفت. جدول ۷، نتایج آزمون همبستگی پیرسون را در این زمینه نشان می‌دهد.

جدول ۷. نتایج آزمون همبستگی پیرسون پرسش ششم

Table 7. Pearson correlation test results for question six

R^2	نتیجه‌گیری Conclusion	سطح معناداری Significance Level (sig)	مقدار خطا Error Value	مقدار ضریب همبستگی (r) Correlation Coefficient (r)	تعداد Count
0.372	وجود رابطه There is a relationship	0.000*	0.05	0.610	171

Sig<0.05 *

با توجه به جدول ۷، چون مقدار سطح معنی داری برابر ۰/۰۰۰ و کوچکتر از مقدار خطا ۰/۰۵ می‌باشد، یعنی بین نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد. میزان ضریب همبستگی پیرسون برابر ۰/۶۱۰ می‌باشد که نشان‌دهنده رابطه مثبت و مستقیم بین نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای اطلاعاتی اعضاء هیأت

علمی می‌باشد. یعنی با افزایش نقش رسانه‌های اجتماعی اعضاء هیأت علمی، تأمین نیازهای اطلاعاتی آن‌ها نیز افزایش می‌یابد و برعکس. همچنین مقدار R^2 (ضریب تعیین) برابر ۰/۳۷۲ می‌باشد، یعنی به ازای یک واحد تغییر در متغیر رسانه‌های اجتماعی اعضاء هیأت علمی، ۰/۳۷۲ واحد نیازهای اطلاعاتی آن‌ها تغییر می‌کند. لذا با اطمینان ۹۵٪ باید گفت بین نقش رسانه‌های اجتماعی در تأمین نیازهای اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی رابطه معناداری وجود دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

از مهمترین موضوعات مورد توجه متخصص سواد اطلاعاتی برای شناسایی نیازها و مسائل و مشکلات استفاده‌کنندگان، مطالعه چگونگی نیازهای اطلاعاتی، رفتار و الگوی اطلاع‌یابی آنان است که در تدوین سیاست‌های اطلاع‌رسانی و ایجاد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی جایگاه ویژه‌ای دارد. محیط اطلاعاتی عصر حاضر، آشفته و دستخوش دگرگونی است. در این آشفتگی نیازهای اطلاعاتی کاربران دائماً دستخوش تغییر و تحول بوده و از این‌رو شناسایی این نیازها مشکل شده است. امروزه میزان دسترسی به اطلاعات علمی در کشورهای مختلف معیار رشد و پیشرفت جوامع محسوب می‌شود. اهمیت دسترسی به اطلاعات و نقش مؤثر آن بر توزیع قدرت در نظام بین الملل تا جایی است که پیش‌بینی می‌شود در آینده تحریم‌های مشتمل بر منع دسترسی به منابع اطلاعاتی جایگزین تحریم‌های نظامی و اقتصادی کشورها گردد. اطلاعات مهمترین ابزار برای انجام هر نوع فعالیتی محسوب می‌شود و در واقع برای انجام هر کاری ابتدا باید اطلاعات مورد نیاز و مرتبط با آن به درستی شناسایی، گردآوری و بعد مراحل اجرای کار آغاز گردد (Eini, 2005؛ Aghili & Yaghoubi, 2013؛ Coccia, 2019). با تعیین نیازهای اطلاعاتی و مشخص نمودن رفتار اطلاع‌یابی ضمن روشن کردن اهداف و انگیزه‌های افراد از جستجوی اطلاعات، شناسایی منابع مورداستفاده وتعیین مهارت‌ها و روش‌های اطلاع‌یابی، راه برای ایجاد یک سیستم اطلاع‌رسانی مناسب فراهم می‌شود (Naeimi et al., 2018).

کسب مهارت در سنجش نیازهای اطلاعاتی و به‌کار گرفتن آن، مقدم بر کلیه اقداماتی است که در زمینه طراحی، مجموعه‌سازی و عرضه خدمات اطلاعاتی از سوی اطلاع‌رسانان مراکز تحقیقاتی صورت می‌گیرد. بنابراین باید به راه‌حلی دست یافت تا کاربران براساس نیازها در اسرع وقت بتوانند از میان اقیانوسی از اطلاعات آنچه را که می‌خواهند پیدا کنند. گسترش فناوری اطلاعات که از آن به‌عنوان جامعه شبکه‌ای یاد می‌شود راه حل‌هایی را در جهت رفع مشکل تولید فراوان اطلاعات در اختیار قرارداده است و این جایی است که پای رسانه‌های اجتماعی، به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی علمی و تخصصی به میان کشیده می‌شود و پژوهشگران به میزان‌های متفاوت از آن‌ها بهره‌مند می‌گردند (Niazmand et al., 2016). رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌هایی براساس نرم‌افزارهای تحت وب هستند که با استفاده از فناوری وب، امکان تعامل کاربران را با محتوای وب به شکل‌های گوناگون فراهم می‌آورند. با توجه به اهمیت رسانه‌های اجتماعی در پیشبرد فعالیت علمی اساتید در دانشگاه، پژوهش حاضر در بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی بر رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیات علمی دانشگاه لرستان دریافت با توجه به این که چون تمامی متغیرهای مورد بررسی شامل اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی (میانگین ۴/۱۲)، راه‌های اطلاع‌یابی (میانگین ۳/۸۲) و مهارت‌های اطلاع‌یابی (میانگین ۳/۹۷) دارای میانگین بالاتر از نقطه برش (حد وسط) طیف لیکرت ۵ تایی داشتند و همگی بالاتر از ۲/۵شدند. این نتیجه گرفته شد که مؤلفه‌های مورد بررسی بر رفتار اطلاع‌یابی به منظور تأمین نیاز اطلاعاتی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان تأثیرگذار هستند. در بین انواع ابزار رسانه‌های اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی علمی، ابزارهای تلفیقی وب – موبایل، ابزارهای چندرسانه‌ای، ابزارهای میکروبلاکینگ و ابزارهای ویکی) که در پژوهش حاضر میزان استفاده اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان از آن‌ها رصد شد این نتیجه حاصل شد که لینکداین پراستفاده‌ترین و آکادمیا کم‌استفاده‌ترین در حوزه شبکه‌های اجتماعی علمی است؛ نتایج پژوهش Samiei (2015) نشان داد در بین رسانه‌های

اجتماعی مورد بررسی لینکدین در ۷ شاخص کلیدی مدل لانه زنبوری بیشترین کاربرد را داشته بنابراین دلیل پراستفاده بودن آن مطابقت با مدل مورد تأیید جامعه بین المللی لانه زنبوری تشخیص داده شد. واتساپ، پراستفاده‌ترین و ایتا کم‌استفاده‌ترین در بین ابزارهای تلفیقی وب–موبایل شناخته شد؛ این در حالی است که یافته‌های Mirzaei et al. (2016) نشان داد از بین شبکه‌های اجتماعی، تلگرام با ۶۶/۷ ٪ میزان استفاده بیشترین استفاده را بین پاسخگویان داشته است. Hariri & Anbari (2013) دریافتند عملکرد شبکه‌های اجتماعی تخصصی داخلی در رفع نیازهای اطلاعاتی کاربران، ترغیب آنان به مشارکت دانش، جلب اعتماد و اطمینان آن‌ها، تأثیردر ارتقای سطح دانش تخصصی و افزایش تعاملات این کاربران متوسط روبه پایین ارزیابی است، بنابراین ضعف عملکردی ایتا موجب شده پایین‌ترین میزان استفاده را کسب کند. اسکایپ، پراستفاده‌ترین و آی‌تونز کم‌استفاده‌ترین در بین ابزارهای چندرسانه‌ای شناخته شد، توییتر، پراستفاده‌ترین و یامر، کم‌استفاده‌ترین در بین ابزار ابزارهای میکروبلاکینگ شناخته شد. ویکی‌پدیا، پراستفاده‌ترین و ساینسویکی کم‌استفاده‌ترین در بین بین ابزار ویکی، شناخته شد. Khalili et al. (2023) دریافتند که قابلیت‌ها و امکانات فراهم‌شده در رسانه‌های اجتماعی علمی دلیل استفاده از این شبکه‌ها است، از این رو دلیل پر استفاده بودن لینکداین، وات ساپ، اسکایپ، توییتر و ویکی‌پدیا برتری‌شان در قابلیت‌ها و امکاناتی است که برای کاربران فراهم می‌کنند. یافته‌های حاصل از بررسی که از طریق آزمون همبستگی پیرسون در زمینه رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیأت علمی دانشگاه لرستان به اثبات رسید، که بین نقش رسانه‌های اجتماعی و اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی، مهارت‌های اطلاع‌یابی، راه‌های اطلاع‌یابی و تأمین نیازهای اطلاعاتی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش حاضر با یافته‌های Eftekhar et al. (2022) همسو بود. در پایان بنابر یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌گردد:

با توجه به آشکار شدن این حقیقت که رسانه‌های اجتماعی در رفتار اطلاع‌یابی اعضاء هیات علمی نقش دارد. کتابخانه‌های دانشگاهی و مراکز اطلاع‌رسانی به‌منظور ارتقاء مهارت‌های اطلاع‌یابی اعضاء هیات علمی لازم است در این زمینه کارگاه‌های آموزشی مهارت‌آموزی در زمینه اطلاع‌یابی اعضاء هیات علمی برگزار نمایند.

بدون شک باحل مشکلات مربوط به ترافیک و سرعت کم شبکه اینترنت در دانشگاه‌ها، همچنین بهره‌گیری از تجهیزات و وسایل به‌روز برای اعضاء هیأت علمی اهداف و انگیزه‌های اطلاع‌یابی ایشان در زمینه استفاده از رسانه‌های اجتماعی افزایش خواهد یافت. پیشنهاد می‌گردد مسئولان ذی‌ربط در دانشگاه لرستان به این مهم بها دهند.

تعارض منافع

هیچ‌گونه تعارض منافع از سوی نویسندگان گزارش نشده است.

References

Aghili, V., & Yaghoubi, A. (2013). Information society and development. *Iranian Social Development Studies, 5*(3), 65–78. [In Persian]. https://sid.ir/paper/231836/fa

Alhoori, H., Samaka, M., Furuta, R., & Fox, E. A. (2019). Anatomy of scholarly information behavior patterns in the wake of academic social media platforms. *International Journal on Digital Libraries, 20*(4), 369–389. https://doi.org/10.1007/s00799-018-0255-9

Bayat, M. K., & Manouchehri, R. (2015). A SWOT analysis of the role of social media in the lifestyle of the members of public libraries: A case study of Shiraz city. *New Media Studies, 1*(3), 233–275. [In Persian]. https://doi.org/10.22054/cs.2015.4811

Bayat, M., Isfadyari-Moghadam, A., & Alipouri Hafezi, H. (2018). The use of social media in university libraries: Meta-analysis of international papers. *New Media Studies, 4*(14), 317–365. [In Persian]. https://doi.org/10.22054/nms.2018.15269.103

Choi, N. (2024). An examination of existing research on academic libraries and the social web. *Journal of Documentation*. https://doi.org/10.1108/JD-01-2024-0006

Coccia, M. (2019). Why do nations produce science advances and new technology? *Technology in Society, 59*, 101124. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2019.03.007

Eftekhar, Z., Ziaei, S., & Sharif, H. (2022). New media in information-seeking behavior of Islamic science researchers: A case study on seminary. *New Media Studies, 8*(29), 394–365. [In Persian]. https://doi.org/10.22054/nms.2022.42270.738

Eini, K. (2005). Concept of information needs as viewed by the pioneers of library and information science. *Iranian Journal of Information Processing and Management, 20*(3), 73–86. [In Persian]. https://jipm.irandoc.ac.ir/article_698658.html

Famil Rohani, A., & Mousavi, F. (2016). An overview of the concepts of media literacy and information-seeking behavior in cyberspace. *Depiction of Health, 8*(2), 126–133. [In Persian]. https://doh.tbzmed.ac.ir/fa/Article/doh-191

Galyani-Moghaddam, G., Samiei, M., & Kamali-Sarvestani, M. (2018). The role of social media in the scientific communication of faculty members at Allameh Tabataba'i University. *New Media Studies, 4*(15), 322–351. [In Persian]. https://doi.org/10.22054/nms.2018.27860.371

Hamid, S., Bukhari, S., Ravana, S. D., Norman, A. A., & Ijab, M. T. (2016). Role of social media in information-seeking behaviour of international students: A systematic literature review. *Aslib Journal of Information Management, 68*(5), 643–666. https://doi.org/10.1108/AJIM-03-2016-0031

Hariri, N., & Anbari, A. M. (2013). Evaluation of Persian professional web social networks' features to provide a suitable solution for optimization of these networks in Iran. *Iranian Journal of Information Processing and Management, 28*(2), 455–477. [In Persian]. https://jipm.irandoc.ac.ir/article_699202.html

Khalili, L., Pourmohammad, L., & Yarigholi, B. (2023). Examining the lived experiences of researchers in using scientific social networks: A phenomenological study. *Sciences and Techniques of Information Management, 9*(3), 391–430. [In Persian]. https://doi.org/10.22091/stim.2022.8656.1870

Khoei, M., & Jafari Nadushan, Z. (2019). Research-oriented social networks. Qom: Fanous Andisheh. [In Persian]. jiscm.iribu.ac.ir/article_185430_0319cbfd469706e59728c12a1b782813.pdf

Miri, A., Sharif Moghadam, H., & Salami, M. (2019). The status of the presence of faculty members in knowledge and information science in scientific social networks. *Library and Information Science Research, 9*(1), 46–58. [In Persian]. https://doi.org/10.22067/riis.v0i0.73298

Mirzaei, M., Rahimi, S., & Moradi, M. (2016). A survey on the role of social networks on scientific exchanges: Case study master's students. *Library and Information Sciences, 19*(1), 108–130. [In Persian]. https://lis.aqr-libjournal.ir/article_45325.html

Moradavisi, J., Panahi, S., & Sedghi, S. (2021). The role of social networks in the scientific communication of students and faculty members of Iran University of Medical Sciences. *Health Management, 24*(4), 47–57. [In Persian]. https://sid.ir/paper/1052101/fa

Naeimi, J., Mohamad Esmaeeli, S., & Heidari, H. (2018). The assessment of information–seeking behavior of Khorasan Razavi seminary students with neural network approach. *Sciences and Techniques of Information Management, 4*(1), 91–118. [In Persian]. https://doi.org/10.22091/stim.2016.797

Nández, G., & Borrego, Á. (2013). Use of social networks for academic purposes: A case study. *The Electronic Library, 31*(6), 781–791. https://doi.org/10.1108/EL-03-2012-0031

Niazmand, M., Ebrahimi, S., & Jokar, A. (2016). A comparative study of the use of scientific social networks by researchers in the Middle East countries. *Epistemology, 9*(34), 101–111. [In Persian]. https://journals.iau.ir/article_528496.html

Nokarizi, M., & Davrpanah, M. (2006). Analysis of patterns of information-seeking behavior. *Library and Information Sciences, 9*(2), 119–152. [In Persian]. https://lis.aqr-libjournal.ir/article_44640.html

Rudbari, N. (2016). Examining the extent of use of scientific social networks by faculty members of Urmia University and their role in meeting information needs (Master's thesis). Alzahra University, Tehran. [In Persian].

Samiei, M. (2015). Social media and its role in knowledge exchange between digital preservation experts based on Honeycomb model. *Knowledge Retrieval and Semantic Systems, 2*(4), 27–50. [In Persian]. https://jks.atu.ac.ir/article_2365.html?lang=en

Sfetcu, N. (2017). *Web 2.0/Social media/social networks.* MultiMedia Publishing. https://doi.org/10.58679/mm52438

Zarei, A., & Bayat, M. (2014). Effectiveness of social media in university libraries: A case study of Tehran public universities. *Kitab Mehr, (17–18),* 98–121. [In Persian]. https://sid.ir/paper/506744/fa