

■ بهره‌مندی آرشيو ملی ایران از شبکه‌های اجتماعی همراه:

نگرش مدیران و کارکنان

شیمابهرامسری | امیر غائبی | حسن کیانی خوزستانی

## ■ چکیده

هدف: پژوهش حاضر به سنجش نگرش مدیران و کارکنان آرشيو ملی ایران درباره بهره‌مندی آرشيو ملی ایران از شبکه‌های اجتماعی همراه تلگرام و اینستاگرام پرداخته است.

روش و رویکرد پژوهش: این مقاله، کمی و با روش پیمایشی-توصیفی است و نظر ۱۵۰ نفر از مدیران و کارکنان آرشيو ملی ایران درباره بهره‌مندی آرشيو ملی ایران از شبکه‌های اجتماعی همراه با پرسشنامه سنجیده شده است.

یافته‌های پژوهش: یافته‌ها حکایت از آن دارند که درصد مشخصی از جامعه آماری پاسخ متوسط به بالا درباره خدمات مورد نظر پژوهشگر داده‌اند از آن جمله می‌توان به درصد فراوانی تجمعی موارد زیر اشاره کرد: ۷۰٫۹ درصد پتانسیل، ۶۸٫۶ درصد خدمت‌رسانی به کاربران و ۷۲٫۱ درصد انتقال فایل در شبکه اجتماعی همراه اینستاگرام و همچنین ۸۲٫۷ درصد پتانسیل و ۸۱٫۸ درصد خدمت‌رسانی به کاربران و ۷۸٫۲ درصد انتقال فایل در شبکه اجتماعی همراه تلگرام. در واقع بیانگر پتانسیل مطلوب متوسط به بالا برای بهره‌مندی آرشيو ملی ایران در افزایش ارتباط متقابل آرشيو ملی ایران و کاربران آن، و انجام فعالیت‌هایی همچون اطلاع‌رسانی و آگاهی از روند فعالیت سازمان‌ها است.

نتیجه‌گیری: بر مبنای یافته‌ها، امکان بهره‌مندی آرشيو ملی ایران از پتانسیل شبکه اجتماعی همراه تلگرام در حد مطلوب‌تری تخمین زده شده است. از دیدگاه جامعه آماری در مواردی چون امکان ارتباط آرشيو ملی با کاربران، خدمت‌رسانی آرشيو ملی ایران به کاربران، بهره‌مندی از خدمات پیام‌رسانی، خدمات غیررایگان احتمالی آینده، انتقال فایل و تسریع فعالیت‌های آرشيو ملی ایران از جمله فعالیت اطلاع‌رسانی به کاربران، شبکه اجتماعی همراه تلگرام موفق‌تر عمل کرده است.

### کلیدواژه‌ها

آرشيو ملی ایران، شبکه اجتماعی همراه، اینستاگرام، تلگرام

## مطالعات آرشيو

فصلنامه گنجینه اسناد: سال بیستم و هفتم، دفتر دوم، (تابستان ۱۳۹۶)، ۱۲۷-۱۲۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱۰ ■ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۲/۲۴

# بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از شبکه‌های اجتماعی همراه: نگرش مدیران و کارکنان

شیمیا بهرامسری<sup>۱</sup> | امیر غائبی<sup>۲</sup> | حسن کیانی خوزستانی<sup>۳</sup>

## مقدمه

رسانه‌های مدرن اجتماعی که در بستر بی حد و حصر زمانی و مکانی ایجاد شده‌اند، به دلیل دگرگونی‌های فناوری، دچار تحولات فراوانی شده‌اند. با نگاهی به سال‌های سپری‌شده، حضور و فعالیت انواع رسانه‌های اجتماعی به چشم می‌خورد. در میان آن‌ها، شبکه‌های اجتماعی ابزارهایی هستند که با رویکردی اجتماعی فعالیت می‌کنند. آن‌ها تلاش می‌کنند، همکاری بین مردم و سازمان‌ها، و به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات و اسناد بیشتر شود. گرایش روزافزون مردم و حضور و فعالیت محتاطانه سازمان‌های دولتی و خصوصی در بستر شبکه‌های اجتماعی باعث طلوع و غروب انواع متعدد شبکه‌های اجتماعی از جمله شبکه‌های اجتماعی همراه شده‌است. شبکه‌های اجتماعی همراه را می‌توان همان شبکه‌های اجتماعی نامید که از خدمات مبتنی بر وب گوشی‌های همراه هوشمند برای تعاملات اجتماعی خود استفاده کرده‌اند (مک مانوس<sup>۴</sup>، ۲۰۰۹) و به کاربران خود اجازه ساختن پرونده شخصی، ارسال و دریافت پیام، به‌اشتراک‌گذاری اطلاعات، و تعامل با دیگر کاربران را داده‌است. شبکه‌های اجتماعی همراه به دلیل تسریع و تسهیل دسترسی به خدمات و امکانات فراهم شده برای کاربران با طرح‌ها، رنگ‌ها، و امکانات فراوانی از جمله عرضه خدمات تجاری و تبلیغاتی، محور اصلی قرار دادن فعالیت‌ها و خدمات سازمان‌ها به عنوان یکی از اهداف مهم شبکه‌های اجتماعی همراه، صرفه‌جویی در زمان و هزینه و ... به صورت بومی به وجود آمده، رشد و نمو یافته و در دستگاه‌های هوشمند همراه ریشه دوانده‌اند. بسیاری از شبکه‌های

۱. کارشناس ارشد مطالعات آرشیوی،  
دانشگاه الزهراء (نویسنده مسئول)

Sh.bahramsari@student.alzahra.ac.ir

۲. دانشیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی،

دانشگاه الزهراء

Ghaebi@alzahra.ac.ir

۳. دانشیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی،

دانشگاه الزهراء

Hkiani2000@alzahra.ac.ir

4. Mcmanus



اجتماعی همراه در برهه‌ای از زمان مورد استفاده بسیاری از مردم قرار گرفته‌اند؛ ولی چنانچه شبکه‌های اجتماعی همراه جدیدتری با طرح‌های جذاب‌تر، کاربرپسندتر و امکانات متفاوت‌تر یا بیشتری برای دستیابی کاربران به اهداف خود ایجاد شوند، توجه بسیاری از کاربران سایر شبکه‌های اجتماعی همراه را به خود جلب می‌کنند و باعث زوال زود هنگام شبکه‌های اجتماعی همراه پیش از خود می‌شوند. همان‌گونه که کالانان و دیگران<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) نیز در مقاله خود اشاره کرده‌اند، سازمان‌ها در تلاش‌اند با بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی و افزایش ارتباطات و تعاملات خود با کاربران، و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، و با کمک فونونی چون انتشار صادقانه اطلاعات و جلب اعتماد کاربران، و برقراری بیشترین امنیت در صفحه رسمی خود در شبکه‌های اجتماعی، به موفقیت‌های بیشتری دست یابند. زارعی و خداداد شهری (۱۳۹۳) نیز در مقاله خود شبکه‌های اجتماعی را الگویی از روابط معرفی کرده‌اند که کاربران را به هم متصل می‌کنند. آن‌ها در حقیقت شبکه‌های اجتماعی را مجموعه‌ای از افراد یا سازمان‌ها یا مجموعه‌های دیگر اجتماعی تعریف کرده‌اند که به کمک این بسترها به روابطی اجتماعی همچون دوستی، همکاری یا تبادل اطلاعات با یکدیگر شاخ و برگ بیشتری داده‌اند. استفاده مناسب و هدفمند از شبکه‌های اجتماعی همراه به درک مناسب از مزایا و معایب چنین بسترهایی نیازمند است. شبکه‌های اجتماعی فراوانی همچون تویتر<sup>۲</sup>، فیس‌بوک<sup>۳</sup>، لینکداین<sup>۴</sup> و همچنین شبکه‌های اجتماعی همراهی همچون اینستاگرام<sup>۵</sup>، تلگرام<sup>۶</sup>، واتس‌آپ<sup>۷</sup> و ... شکل ارتباطات را در فضایی بدون کنترل و با کمترین سانسور تغییر داده‌اند و ساختار شبکه‌های ارتباطی و مشارکت‌های اجتماعی را برای تولید و انتشار تبلیغات هدفمند و تولید محتوا به وسیله کاربران تغییر داده و جذاب‌تر کرده‌اند. بهره‌مندی باید با مدیریت زمان و کمترین وابستگی به فضاهای مجازی نام‌برده و نیز کاهش تأثیرات منفی رفتاری و سوگیری‌ها و انتشار خبرهای نادرست باشد تا بتوان بیشترین استفاده را از آن‌ها برد.

شبکه‌های اجتماعی همراه که در اوایل قرن بیست و یکم میلادی به آن‌ها توجه شده است، سعی کرده‌اند با مرتفع کردن ایرادهای شبکه‌های اجتماعی و ارتقای خدمات و امکانات برنامه‌های کاربردی<sup>۸</sup> شبکه‌های اجتماعی همراه پیشین، علاوه بر اینکه در تلفن‌های همراه کاربران، فضایی را به خود اختصاص دهند، بتوانند صاحبان حساب‌های کاربری را نیز در جهت رسیدن به اهداف و موفقیت‌های بیشتر یاری دهند.

ویژگی‌های مشترک تمام شبکه‌های اجتماعی همراه، ساختن حساب کاربری با شماره تماس، رایگان بودن خدمات اولیه، برقراری امنیت، حفظ حریم خصوصی، و توسعه کسب و کار الکترونیکی است (صادقی، آقایی و هادی، ۱۳۹۱؛ کاسماتو<sup>۹</sup>، ۲۰۱۳) که سبب گردیدن سازمان‌های دولتی گوناگون از جمله سازمان‌هایی اطلاعاتی همچون سازمان اسناد و

1. Callanan et al.
2. Tweeter
3. Facebook
4. LinkedIn
5. Instagram
6. Telegram
7. WhatsApp
8. Application
9. Casmato



کتابخانه ملی ايران و کتابخانه و موزه ملی ملک شده است. وبسایت سازمان اسناد و کتابخانه ملی ايران گویای این واقعیت است که این سازمان تلاش زیادی کرده و ارتباط خود را با اعضا افزایش داده است و فعالیت‌ها و خدماتش به اعضا را در فضای اینترنت انجام می‌دهد. سؤال پژوهشگر این است که مدیران و کارکنان سازمان آرشيو ملي ايران درباره بهره‌مندی این سازمان از شبکه‌های اجتماعی همراه چه نگرشی دارند؟

برای پاسخ به پرسش مطرح شده مقاله‌های فراوانی مطالعه شده است که به بررسی بهره‌مندی سازمان‌های مختلف - همچون سازمان‌های اطلاعاتی - از انواع شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند؛ در ادامه به این مقاله‌ها اشاره خواهد شد.

زو، کانگ، سانگ و کلارک<sup>۱</sup> (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با نام «برنامه‌های کاربردی شبکه‌های اجتماعی همراه: استفاده وی‌چت<sup>۲</sup> در کتابخانه‌های دانشگاهی در چین» برنامه وی‌چت را معرفی و در ۳۹ کتابخانه دانشگاهی بررسی کرده‌اند. یافته‌های پژوهش آن‌ها نشان داد یک سوم کتابخانه‌های دانشگاهی بررسی شده وی‌چت را استفاده کرده‌اند تا بتوانند همکاری‌ها و ارتباطات متقابل خود را با کاربران خود ارتقا دهند. عمده کتابخانه‌های بررسی شده، خدمات خود را مبتنی بر بستری وی‌چت فراهم کرده‌اند. آن‌ها نتیجه گرفتند هر چند کتابخانه‌های بررسی شده، بررسی شده از خدمات اولیه وی‌چت استفاده کرده‌اند؛ ولی وی‌چت پتانسیل لازم را برای عملکردهایی چون عرضه خدمات شبکه اجتماعی در کتابخانه‌های دانشگاهی، خدمات جستجو و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، تأمین کیفیت محتوا، و رتبه‌بندی فهرست‌ها در کتابخانه‌های دانشگاهی بررسی شده دارد.

اسمیت و گالی کانو<sup>۳</sup> (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با نام «پیوستن عموم به سازمان‌ها در شبکه‌های اجتماعی» مفهوم نهایی پیوستن به ارتباطات سازمان‌ها با کمک شبکه‌های اجتماعی را بررسی کرده‌اند و در ادامه با کمک مصاحبه با گروه‌های پیشنهادی در سازمان‌ها، مفهوم واقعی پیوستن و ارتباط عموم با سازمان‌ها را بررسی کرده‌اند.

گو و یو<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) در مقاله خود به این مسئله پرداخته‌اند که سازمان‌ها چگونه شبکه‌های اجتماعی گوناگون را برای مدیریت روابط خود با مشتریان استفاده کرده‌اند. آن‌ها ۳۱۷ سازمان را که از انواع رسانه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند تحلیل خوشه‌ای کرده‌اند. یافته‌ها حاکی از آن است که شش دسته از سازمان‌ها از رسانه‌های اجتماعی مخصوص به خودشان مانند شبکه‌های اجتماعی استفاده کرده‌اند و دوسوم فعالیت‌ها در این رسانه‌ها با تأکید بر مصورسازی، همکاری متقابل و مجازی کردن فضا بوده است. آن‌ها نوع، تاریخچه و فعالیت سازمان را در بهره‌مندی از انواع رسانه‌های اجتماعی از جمله شبکه‌های اجتماعی مؤثر دانسته و در مقاله خود روی آن بحث کرده‌اند.

1. Xu, Kang; song & Clarke

2. WeChat

3. Smith & Gallicano

4. Go & You



عمر، دهالان و یوسف<sup>۱</sup> (۲۰۱۶) در مقاله خود عوامل مؤثر در رفتار به اشتراک گذاری دانش را در سازمان‌های گازی و نفتی در مالزی با کمک شبکه‌های اجتماعی بررسی کرده‌اند. آن‌ها دریافتند که با حضور سازمان‌های گازی و نفتی در شبکه‌های اجتماعی تعامل بین اعضای فعال در این بستر افزایش یافته‌است؛ بنابراین همبستگی معناداری بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و به اشتراک گذاری دانش وجود داشته‌است، بدون اینکه بازده همکاری گروهی با رفتار به اشتراک گذاری دانش رابطه معناداری داشته باشد.

والش، اسکار اسمیت و کورتسفلش<sup>۲</sup> (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با نام «مشارکت کارکنان مشهور در شبکه‌های اجتماعی: توسعه معیار و اعتبار» بر اساس نظریه شهرت و سرمایه انسانی و داده‌های نمونه‌های معکوس چهارگانه کارکنان به توسعه و معبرسازی توانایی کارکنان در حضور و استفاده از شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. آن‌ها دریافتند که شواهدی با همگرایی زیاد، فعالیت گروه‌های شناخته‌شده و حضور اعتبارهای قانونی در شبکه‌های اجتماعی با درخواست شغل، منابع و رفتارهای کارکنان ارتباط دارد؛ بنابراین باید معیارهای معتبر سبک زندگی در شبکه‌های اجتماعی را به منظور استفاده مناسب‌تر بررسی کرد. آنچه در پیشینه ذکر شده‌است نشان‌دهنده تلاش سازمان‌های متعدد در جهت بهره‌مندی از ابعاد گوناگون انواع شبکه‌های اجتماعی برای دستیابی به اهداف سازمانی بوده‌است.

## روش پژوهش

مقاله حاضر کمی است و با روش پیمایشی و رویکرد توصیفی اجرا شده‌است. پژوهشگر از پرسش‌نامه محقق‌ساخته استفاده کرده‌است که با نظر شش نفر متخصص آرشیو و شبکه‌های اجتماعی روایی آن سنجیده شده‌است. مقدار آلفای کرونباخ برای اینستاگرام ۰,۷۷ و تلگرام ۰,۷۸ تخمین زده شده‌است که پایابودن ابزار گردآوری اطلاعات را تأیید می‌کند. پژوهشگر با کمک پرسش‌نامه مذکور بدون نمونه‌گیری، نگرش ۱۱۰ نفر از مدیران و کارکنان آرشیو ملی ایران را سنجیده‌است.

پرسش‌نامه استفاده‌شده در دو بخش جداگانه طراحی شده‌است به گونه‌ای که جدول ۱ شامل متغیرهای جنسیت، سطح تحصیلات و سابقه کاری است و جدول ۲ با کمک ۱۵ متغیر رتبه‌ای با طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت، نگرش مدیران و کارکنان را درباره بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از شبکه‌های اجتماعی همراه بررسی کرده‌است.

1. Omar; Dahalan & Yusoff

2. Walsh; Schaarchmidt & Kortzfleisch



### جدول ۱

درصد فراوانی جنسیت، سابقه کاری و تحصیلات جامعه فراوانی

متغیرها	اینستاگرام	تلگرام
جنسیت	زن	۵۱/۱۶
	مرد	۴۸/۸۴
سابقه کاری	سال ۱۰-۱	۲۶/۷۴
	سال ۲۰-۱۱	۳۹/۵۳
	سال ۳۰-۲۱	۳۳/۸۳
سطح تحصیلات	دکتری	۸/۱
	کارشناس ارشد	۵۴/۴۵
	کارشناس و پایین‌تر	۳۷/۲۱

ردیف	فراوانی تجمعی		شبکه‌های اجتماعی	معیارها
	کم و بسیار کم	بسیار زیاد، زیاد و متوسط		
۳	۴۵/۴	۵۴/۷	اینستاگرام	آشنایی با شبکه‌های اجتماعی
۴	۲۰/۹	۷۹/۱	تلگرام	
۳	۴۸/۹	۵۱/۲	اینستاگرام	استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۳	۱۷/۳	۸۲/۷	تلگرام	
۳	۲۹/۳	۷۰/۹	اینستاگرام	پتانسیل شبکه‌های اجتماعی
۳	۱۷/۳	۸۲/۷	تلگرام	
۳	۲۵/۶	۷۴/۴	اینستاگرام	افزایش استفاده کاربران از آرشیو ملی ایران
۲/۵	۱۷/۳	۸۲/۷	تلگرام	
۳	۳۱/۴	۶۸/۶	اینستاگرام	خدمت‌رسانی آرشیو ملی ایران به کاربران
۴	۱۸/۲	۸۱/۸	تلگرام	
۴	۱۷/۴	۸۲/۶	اینستاگرام	پیام‌رسانی رایگان شبکه‌های اجتماعی
۴	۱۶/۴	۸۳/۶	تلگرام	
۳	۲۵/۶	۷۴/۴	اینستاگرام	ارتباط آرشیو ملی ایران با کاربران
۴	۱۶/۴	۸۳/۶	تلگرام	
۳	۲۵/۶	۷۴/۴	اینستاگرام	خدمات غیررایگان شبکه‌های اجتماعی
۲	۲۰	۸۰	تلگرام	
۳	۲۴/۴	۷۵/۶	اینستاگرام	صرفه‌جویی در وقت و هزینه
۲/۵	۱۵/۵	۸۴/۵	تلگرام	
۳	۲۵/۶	۷۴/۴	اینستاگرام	تمرکز شبکه‌های اجتماعی بر سازمان‌ها
۳	۱۷/۳	۸۲/۷	تلگرام	
۳	۲۲/۱	۷۷/۹	اینستاگرام	تسریع فعالیت‌های آرشیو ملی ایران
۴	۲۰/۹	۷۹/۱	تلگرام	

### جدول ۲

توصیف آماری چگونگی وضعیت آرشیو ملی ایران در بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی همراه



میانگه	فراوانی تجمعی		شبکه‌های اجتماعی	معیارها
	کم و بسیار کم	بسیار زیاد، زیاد و متوسط		
۴	۲۳/۳	۷۶/۷	اینستاگرام	تأثیر بر فعالیت اطلاع‌رسانی
۴	۲۰	۸۰	تلگرام	
۳	۲۴/۳	۷۶/۷	اینستاگرام	وابستگی شبکه‌های اجتماعی به تلفن همراه
۳	۲۲/۷	۷۷/۳	تلگرام	
۴	۲۳/۳	۷۶/۷	اینستاگرام	اطلاع از روند فعالیت‌های سایر سازمان‌ها
۳	۲۲/۷	۷۷/۳	تلگرام	
۳	۲۷/۹	۷۲/۱	اینستاگرام	انتقال فایل بین آرشیو ملی ایران و کاربران
۴	۲۱/۸	۷۸/۲	تلگرام	

## ادامه جدول ۲

توصیف آماری چگونگی وضعیت آرشیو ملی ایران در بهره‌مندی از شبکه‌های اجتماعی همراه

## یافته‌ها

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، زنان و مردان با نسبت تقریباً برابر و با سابقه کاری تقریباً مساوی پرسش‌های پرسش‌نامه را پاسخ داده‌اند. در حدود کمتر از ۱۰ درصد پاسخ‌دهندگان مدرک دکترا و بیش از نیمی از آن‌ها مدرک کارشناسی ارشد داشته‌اند. از بین داده‌های آماری به دست آمده از جدول، فراوانی تجمعی و میانه، مناسب‌ترین گزینه‌ها برای انجام تحلیل‌های آماری توصیفی و آماره‌ها، برای افرادی است که در حد متوسط به بالا نظر داده‌اند.

همان‌گونه که جدول ۲ نشان داده است جامعه آماری درباره پرسش‌های مربوط به تلگرام، در طیف ۷۷ درصد (وابستگی شبکه‌های اجتماعی به تلفن همراه و اطلاع از روند فعالیت‌های سایر سازمان‌ها) تا ۸۵ درصد (صرفه‌جویی در وقت و هزینه) و درباره پرسش‌های مربوط به اینستاگرام در طیف ۶۸ درصد (خدمت‌رسانی به کاربران) تا ۸۳ درصد (پیام‌رسانی رایگان) پاسخ متوسط به بالا داده‌اند. در حقیقت در حدود ۷۷ درصد جامعه آماری بر این باورند که وابستگی شبکه‌های اجتماعی همراه به تلفن‌های همراه در بهره‌مندی آرشیو ملی ایران تأثیر زیادی دارد و همچنین این سازمان می‌تواند با بهره‌مندی مناسب از شبکه اجتماعی همراه تلگرام از روند فعالیت سایر سازمان‌ها نیز مطلع شود و در حدود ۸۵ درصد جامعه آماری بر این باورند که بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از شبکه اجتماعی همراه تلگرام در سطح متوسط به بالایی در وقت و هزینه صرفه‌جویی خواهد کرد. همچنین در حدود ۶۸ درصد جامعه آماری بر این باورند که بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از شبکه اجتماعی همراه اینستاگرام در خدمت‌رسانی این سازمان به کاربران تأثیر متوسط به بالایی خواهد داشت و ۸۳ درصد جامعه آماری بر این باورند که پیام‌رسانی رایگان در بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از شبکه اجتماعی همراه اینستاگرام تأثیر متوسط به بالایی خواهد داشت.

۱. آماره: در آمار به عددی گویند که یک توزیع نمونه‌برداری را خلاصه‌سازی یا توصیف می‌کند.



## نتیجه‌گیری

با توجه به جدول ۲ از نظر مدیران و کارکنان آرشیو ملی ایران، شبکه‌های اجتماعی همراه اینستاگرام و تلگرام پتانسیل لازم را برای بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از آن دو بستر مجازی داشته‌اند. این پتانسیل در بهره‌مندی آرشیو ملی ایران در حیطه ارتباط متقابل آرشیو ملی ایران و کاربران، فعالیت‌های گوناگون از جمله فعالیت اطلاع‌رسانی، انتقال فایل، و آگاهی از روند اجرای فعالیت‌های سازمان بوده‌است. مدیران و کارکنان آرشیو ملی ایران تأثیرگذاری خدمات پیام‌رسانی رایگان و خدمات غیررایگان شبکه‌های اجتماعی همراه اینستاگرام و تلگرام را در افزایش بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از شبکه‌های اجتماعی همراه مذکور قابل توجه و در حد مطلوب (متوسط به بالا) اعلام کرده‌اند. با توجه به مقایسه داده‌های آماری به دست آمده در پاسخگویی به پرسش‌های شبکه‌های اجتماعی همراه تلگرام و اینستاگرام پژوهشگر معتقد است که آرشیو ملی ایران در استفاده بیشتر از پتانسیل شبکه اجتماعی همراه تلگرام از شبکه اجتماعی همراه اینستاگرام موفق‌تر خواهد بود.

با توجه به فضای شبکه‌های اجتماعی همراه، امکانات، خدمات، و مزایا و معایب هر کدام - همان‌گونه که پژوهشگرانی چون والش و دیگران (۲۰۱۶) نیز در پژوهش خود اشاره کردند- باید پتانسیل شبکه‌های اجتماعی برای بهره‌مندی مناسب سازمان‌هایی از جمله آرشیو ملی ایران بیشتر بررسی شود؛ ولی همان‌طور که پژوهشگرانی چون زو و دیگران (۲۰۱۵)، اسمیت و گالی کانو (۲۰۱۵)، و عمر و دیگران (۲۰۱۶) نیز در نتایج پژوهش خود اشاره کرده‌اند، شبکه‌های اجتماعی از جمله شبکه اجتماعی همراه تلگرام - که هنگام اجرای پژوهش حاضر بیشتر از شبکه‌های اجتماعی همراه دیگر مانند اینستاگرام توجه سازمان‌های دولتی و خصوصی و کاربران شخصی را به خود جلب کرده‌است - پتانسیل مناسبی برای بهره‌مندی سازمانی همچون آرشیو ملی ایران دارند و مدیران سازمان‌ها و شوراهای تصمیم‌گیرنده می‌توانند با بررسی جوانب گوناگون سازمان‌ها و خدماتی که ارائه می‌دهند و بررسی ابعاد مختلف شبکه‌های اجتماعی همراه علاوه بر انتخاب مناسب‌ترین شبکه اجتماعی همراه برای فعالیت، با تدوین خط‌مشی مناسب به بهترین نحو از پتانسیل بستر مجازی انتخابی، بیشترین بهره‌مندی را داشته باشند.

## محدودیت‌ها و پیشنهادها

نویسندگان مقاله حاضر به بعد فناورانه حوزه مطالعات آرشیوی توجه داشته‌اند؛ به نحوی که از بررسی سایر ابعاد مطالعات آرشیوی صرف‌نظر شده‌است. دید وسیع فناورانه در این متن به امکانات گوناگون شبکه‌های اجتماعی همراه محدود شده‌است؛ در حالی که می‌توان



زوایای گوناگون فضای مجازی، از جمله سایر رسانه‌های اجتماعی و وب معنایی و خدمات آرشیوی مبتنی بر وب همچون تورهای مجازی و نمایشگاه‌های مجازی را هم بررسی کرد. با روی کارآمدن نسل چهارم و پنجم ارتباطات همراه در جهان و تلاش پژوهشگران و متخصصان ایرانی برای اجرای این خدمات در ایران به منظور تسریع و تسهیل ارتباطات و ارائه خدمات بر مبنای اینترنت بی سیم و همراه پیشنهاد می شود برای بهره‌مندی آرشیو ملی ایران از فضای مجازی و بالأخص شبکه‌های اجتماعی همراه با وجود نسل چهارم و پنجم ارتباطات همراه در زمان حال و آینده پژوهش و بررسی انجام شود.

### منبع

- زارعی، عیسی؛ خداداد شهری، نیره. (۱۳۹۳). «ویژگی‌ها و کارکردهای شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر نقش رسانه ملی». *مجله مطالعات جوان و رسانه*، ۴(۱۳)، صص ۴۱-۶۲.
- صادقی، سعید؛ آقایی، داود؛ هادی، داریوش. (۱۳۹۱). «واکاوی نقش اینترنت و رسانه‌های اجتماعی جدید در تحولات منطقه خاورمیانه و شمال افریقا (اطلاع‌رسانی، سازمان‌دهی و گسترش سریع تحولات)». *مجله روابط خارجی*، ۴(۱۴)، صص ۷-۳۴.

### منابع لاتین

- Callanan, C.; Jerman-Blažič, B. & Blažič, A. J. (2016). "User awareness and tolerance of privacy abuse on mobile Internet: An exploratory study". *Telematics and Informatics*, 33(1), pp109-128.
- Casmato, Donna. (2013). "Advantages and Disadvantages of Social Networking". Retrieved 28.6.2016 from: [www.studymode.com/essay/advantages-and-disadvantages-of-social-networking-1683692.html](http://www.studymode.com/essay/advantages-and-disadvantages-of-social-networking-1683692.html)
- Omar, M. K.; Dahalan, N. A. & Yusoff, Y. H. M. (2016). "Social Media Usage, Perceived Team-Efficacy and Knowledge Sharing Behaviour among Employees of an Oil and Gas Organisation in Malaysia". *Procedia Economics and Finance*, 37(16), pp309-316.
- Smith, B. G. & Gallicano, T. D. (2015). "Terms of engagement: Analyzing public engagement with organizations through social media". *Computers in Human Be-*



*havior*, 53, pp82–90.

- Go, Eun, & Kyung Han You. (2015). "But not all Social Media are the same: analyzing organizations' social media user patterns". *Telematics and Informatics*. doi: [Http://dx.doi.org/10.101016/j.tele.2015.06.016](http://dx.doi.org/10.101016/j.tele.2015.06.016)
- Mcmanus, Rechar. (2009). "10 mobile social networks to check out." ( 12.5.2014) from [http://readwrite.com/2009/01/04/10\\_mobile\\_social\\_networks\\_redux](http://readwrite.com/2009/01/04/10_mobile_social_networks_redux)
- Xu, J.; Kang, Q.; Song, Z. & Clarke, C. P. (2015). "Applications of Mobile Social Media: WeChat Among Academic Libraries in China". *The Journal of Academic Librarianship*, 41(1), pp21–30.
- Walsh, G.; Schaarschmidt, M. & von Kortzfleisch, H. (2016). "Employees' Company Reputation-related Social Media Competence: Scale Development and Validation". *Journal of Interactive Marketing*, 36, pp46–59.

