

جزوه کامل مبانی اطلاع رسانی و کتابداری

"یا هو"

دانشگاه جامع علمی کاربردی

واحد فرهنگ و هنر ارومیه

مبانی اطلاع رسانی و کتابداری

مدرس : شفیع بهرامیان

بخش اول

(۱) اصول و مبانی ارتباطات

اهمیت وسایل ارتباط جمعی

مفاهیم ارتباطات و انواع آن

وسایل ارتباطی نوین

ویژگیهای وسایل ارتباط جمعی

مهارتهای برقراری ارتباط اجتماعی

آشنایی با فعالیت و مدیریت وسایل ارتباطی در جهان

تعاریف ارتباطات

در فرهنگ لغات وبستر «Communication» عمل بخشیدن انتقال دادن، آگاه ساختن، مکالمه و مرادده داشتن استفاده شده است.

فرهنگ فارسی معین: ربط دادن، بستن، بر بستن، بسان چیزی با چیز دیگر، بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه

فرهنگ آریانپور برای «Communication» ارتباط، خطوط و وسایل ارتباطی، مبادله، اطلاعیه، نقل، مرادده، اخبار مکاتبه، سرایت، راه ابلاغ و انتقال ارتباط فراگرد انتقال معنی بین دو فرد است. «رایت»

ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال اطلاعات با وسایل ارتباطی گوناگون از یک نقطه، یک شخص یا یک دستگاه به دیگری. «دنيس لانگلی و ميشل شين»

ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال اطلاعات، احساسها، حافظه ها و فکرها در میان مردم. «اسمیت»
فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده به گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی به معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود. «محسنیان راد»

ارتباط عبارت است از انتقال اطلاعات در محدوده سه چیز، انتشار، انتقال و دریافت پیام. «آرانگان»
ارتباط عبارت است از فراگرد انتقال یک محرک (معمولا علامت بیانی) از یک فرد (ارتباط گر) به فردی دیگر (پیام گیر) به منظور تغییر رفتار او. «هاولند»

ارتباط چیست؟

واژه انگلیسی «Communication» معادل «ارتباط» از واژه ای در زبان لاتین، به معنی مشترک یا عمومی مشتق می شود. ما در صدد هستیم که وجه اشتراکی بین خودمان و افرادی که در صدد برقراری ارتباط با آنها هستیم، بیابیم. هدف ارتباط، رسیدن به نتایج دلخواه است.

ارتباط یک فرآیند است و لذا پویا، روان، متحرک و همیشه در تغییر است. پس ساکن نیست.

برخی نکات اصلی این فرآیند عبارتند از:

- ۱- ارتباط، عبارت از انتقال و اشتراک معانی است. معانی، ممکن است عقاید، تصویرها یا اندیشه هایی باشند که به صورت سمبل (مثلاً نوشتاری، گفتاری، موسیقی، لباس، دود، هنر و ...) بیان می شوند.
- ۲- سمبلهای مورد استفاده، به خودی خود دارای معنی نیستند. واژه ها یا همه سمبلهایی که ما برای انتقال پیامهایمان استفاده می کنیم، بخودی خود دارای معنی نیستند، این مردمی که از آنها استفاده می کنند هستند که به آنها معنی می دهند.
- ۳- ارتباط بدون درک ممکن نیست. این یک نکته کلیدی دیگر در فرآیند است. درک عبارت است از فرآیند ایجاد تاثیر از چیز (یک فرد، یک واقعه یا هر محرکی که بر هشیاری ما مؤثر است) و سپس قضاوت در مورد آن. مشاهدات و قضاوتهای ما تحت تاثیر حواس پنجگانه ما هستند. (بینایی، شنوایی، لامسه، بویایی و چشایی)

کد ها، نشانه ها و نماد ها

کدها یا نشانه ها و نمادها به سه دسته تقسیم می شوند:

طبیعی: نشانه ای است که میان صورت و مفهوم، همجواری و تماس وجود دارد. (دود و آتش، ردپا و ورنده، ورود فردی باچتر و دانستن بارش باران؛...)

تصویری: نشانه ای است که میان صورت و مفهوم آن شباهتی عینی و تقلیدی وجود دارد. (علایم راهنمایی و رانندگی، پله اضطراری؛ علایم نشانه مرد وزن،...)

وضعی : نشانه ای است که میان صورت و مفهوم آن نه شباهت عینی وجود دارد نه همجواری، بلکه تنها رابطه ای است قراردادی ، نه ذاتی و خود بخودی . به اینها نماد می گویند (بوق های سه گانه تلفن، عصای سفید، مارش نظامی از رادیو ، درجات نظامی، ...) .

سمبل و زبان

سمبل : سمبل عبارتست ازهر علامت یا چیزی که برای دلالت کردن بر چیز دیگری وضع شده است. مثلا "کتاب" بعنوان یک سنبل برای مجموعه ای از کاغذهای چاپ شده با جلد و شیرازه وضع شده است. زبان : در حقیقت زبان یک سیستم کامل از سمبلهای قراردادی و صوتی است که بوسیله انسان برای ایجاد ارتباط و اشتراک در تجارب به کار می رود.

کاربرد زبان :

-وسیله ای برای ارتباط با دیگران

-سیستمی از سنبلها و قوانین که بواسطه آنها ما فکر می کنیم.

دقت کنید:

چهار کس را داد مردی یک درم آن یکی گفت این به انگوری دهم

آن یکی رومی بگفت : این قیل را ترک کن، خواهیم استافیل را

آن یکی دیگر عرب بد گفت ، لا من عنب خواهم نه انگور، ای دغا

آن یکی ترک بد و گفت این بنم من نمی خواهم عنب خواهم ازوم

در تنازع، آن نفر جنگی شدند که زسر نامها غافل بدند

مشت بر هم می زدند از ابله‌ی پر بدند از جهل و از دانش تهی

M. Mackluhan ارتباطی

مک لوهان دانشمند کانادایی معتقد است که ارتباطات حیات بشری را به سه دوره (کهکشان) تقسیم کرده است:

کهکشان شفاهی (از آغاز حیات بشر تا اختراع چاپ ۱۴۳۶م)

کهکشان گوتنبرگ (اختراع چاپ در ۱۴۳۶ تا ساخت رادیو ۱۸۹۶م)

کهکشان مارکنی (اختراع رادیو تا کنون)

دهکده جهانی مک لوهان

به نظر مک لوهان وسایل ارتباطی باعث شده که جهان ما کوچکتر و آگاهیها بیشتر و قدرت نفوذ صاحبان وسایل ارتباطی افزون تر شود. بر این اساس دیگر مرزهای جغرافیایی معنای خود را از دست داده و امواج رسانه ای بدون اخذ ویزا و پاسپورت می تواند به هر کشور، شهر و منطقه ای و حتی خانه ای وارد شود و تاثیر خود را بگذارد بدون آنکه دولتها قادر باشند جلوی انتشار این امواج را بگیرند.

مراحل ارتباط

مرحله اول - دسترسی به گروه مخاطب

ارتباط نمی تواند مؤثر باشد مگر این که در گروه مخاطب خود شنیده و یا دیده شود . ممکن است این امر واضح بنظر رسیده و نیاز به تئوریهای پیچیده برای توضیح نداشته باشد اما بسیاری از برنامه ها حتی در این مرحله ی ساده دچار شکست می شوند .

این امر مستلزم مطالعه گروه مخاطب برای درک این مسئله است که عادات شنیداری و خواندنی آنان چه می باشد . (مخاطب شناسی)

مرحله دوم - جلب توجه مخاطب

هر ارتباطی باید توجه را به نحوی جلب کند که مردم برای گوش کردن و یا خواندن آن تلاش کنند.

مثالهایی از شکست ارتباطی در این مرحله عبارتند از:

رد شدن از کنار پوستر بدون زحمت دادن به خود برای نگاه کردن به آن

توجه نکردن به صحبت بهداشتی یا نمایش عملی در کلینیک

در هر موقعیت زمانی ، حدود وسیعی از اطلاعات را از طریق پنج حس مان یعنی لامسه ، بویایی ، بینایی ، شنوایی و چشایی دریافت می کنیم . توجه روندی است که به وسیله آن فرد ، بخشی از این مجموعه پیچیده را برای دقت و تمرکز انتخاب می کند.

مرحله سوم - فهمیدن پیام (درک)

به محض آنکه توجه فرد به پیام جلب شود ، سعی به درک آن می کند.

درک واژگان برای فهمیدن پیامهای بصری نوشتاری و درک تصویری برای فهمیدن تصاویر بکار میرود . درک کردن ، روندی کاملاً ذهنی است (دو نفر ممکن است یک پیام رادیویی یکسان را بشنوند و پیام آن را کاملاً متفاوت از آنچه که فرستنده قصد داشته ، فهمیده و درک کنند) .

سوء تفاهم می تواند بسادگی در موقعیتی رخ دهد که از زبان پیچیده، کلمات نا آشنا و تکنیکی استفاده شود. یا زمانی که تصاویر حاوی جداول پیچیده و جزئیات غیر جذاب باشد یا اطلاعات بیش از حدی عرضه شده باشد و مردم نتوانند آن را جذب کنند

مرحله چهارم - ارتقاء و تغییر (پذیرفتن)

یک ارتباط نباید فقط دریافت و یا فهمیده شود بلکه باید مورد قبول واقع و به آن معتقد شد .

تغییر باورها موقعی که جدیداً کسب شده باشد ، آسانتر هستند . تاثیر و نفوذ بر باوری که مدت طولانی وجود دارد و یا مردم نسبت به آن کاملاً اعتقاد یافته باشند مشکل تر است .

معمولاً ارتقاء یک باور موقعی که تاثیر آن بتواند بر راحتی نشان داده شود ، ساده تر است .

مرحله پنجم - ایجاد یک تغییر در رفتار

ارتباط ممکن است منتج به تغییر باورها و نگرش شود اما هنوز بر رفتار، تاثیر و نفوذ نداشته باشد . این امر موقعی می تواند رخ دهد که ارتباط بر باوری هدف گیری نکرده تا بیشترین تاثیر بر نگرش مردم در جهت رفتار را داشته باشد .

دلیل دیگری که یک فرد ممکن است رفتاری را از خود نشان ندهد فقدان عوامل توانمند ساز مثل پول ، وقت ، مهارتها یا خدمات بهداشتی و نقش فرهنگ ، اعتقادات و فشار اجتماعی می باشد .

ارتباطات جمعی mass communication

تعریف ارتباط جمعی منظور از ارتباط جمعی ، روزنامه ها، نشریات، مجلات، کتب، رادیو، تلویزیون، آگهی، ارتباطات دور از جمله: تلگراف، کابل‌های زیر دریایی و پست است. همچنین ارتباط چگونگی تولید و توزیع کالا و خدمات مختلفی را که وسایل و فعالیتهای فوق بر عهده دارند و مطالعات و تحقیقات مربوط به محتوای پیامها و نتایج و آثار آن را نیز در بر می گیرد.

ارتباط جمعی عبارتست از انتقال اندیشه ها به تعداد فراوانی از افراد در آن واحد.

رساندن اطلاعات، ایده ها و برداشتهای از طریق وسایل ارتباطی و دریافت این اطلاعات به وسیله عده زیادی از انسانها در یک زمان واحد.

ویژگیهای ارتباط جمعی

• تعداد مخاطبان وسایل ارتباط جمعی زیاد است.

• ترکیب گیرندگان متنوع است. (گروه سنی - تنوع فرهنگی)

• ارتباط جمعی باعث تکثیر پیام می شود.

• توزیع پیام در ارتباط جمعی سریع است.

• هزینه در یافت پیام برای مصرف کننده کم است.

• پیام در ارتباط جمعی جنبه عمومی دارد. (دربرگیری)

• پیامها در وسایل ارتباط جمعی برای مصرف در زمان حال طراحی می شوند.

اجزای فرآیند ارتباط:

الف - منبع، فرستنده

منبع یا فرستنده در واقع همان منشاء پیام است. البته منبع، گیرنده هم می تواند باشد. به این ترتیب برخی عوامل بر میزان تاثیر و قابلیت اطمینان منبع (که مولد پیامها است) مؤثر است.

برخی از این عوامل عبارتند از:

مهارت‌های ارتباطی (توانایی صحبت کردن و شنیدن)

برخورداری از تسلط و معلومات کافی و عقاید صحیح نسبت به موضوع

باور داشتن، همنوایی و همدردی با مخاطبین

رفتار و عملکرد او نسبت به موضوع

ب- پیام، محتوی

پیام ، نظری است که مبادله می شود.

پیام ممکن است به اشکال زیر منتقل شود:

انتقال دانش و اطلاعات ،

انتقال نگرش ، تشویق ، انگیزه دادن

انتقال مهارت ، تصحیح اشتباهات

پیامها را می توان به صورت غیر کلامی هم بیان کرد : مانند تن صدا ، حرکات بدن ، حرکات و اشکال دستها و

صورت و تصاویر

ج - گیرنده

گیرنده فرد یا افرادی هستند که با آنها صحبت می شود و پیام منتقل شده را تفسیر می کند

برای اینکه یک ارتباط مؤثر داشته باشید باید:

مخاطبانتان را بشناسید . شنوندگان یا دریافت کنندگان شما ، چه کسانی هستند ؟ آنها پیر هستند یا جوان ؟

مجرد هستند یا متأهل ؟ به چه زبانی صحبت می کنند ؟

قدرت یادگیری آنها را بشناسید. سطح تحصیلات آنها چیست؟ میزان اطلاعات آنها در مورد موضوع چیست؟

علاقه، نگرش ها و ارزشهای آنها را بشناسد. ارزشهای آنها در مورد موضوع چیست؟

د - اثرات

اثرات عبارت از تغییراتی است که بدنبال انتقال پیام شما در دریافت کننده روی می دهد. اثرات در دو دسته

اصلی تقسیم بندی می شوند

گروه اول:

تأثیرات کوتاه مدت

تأثیرات بلند مدت

گروه دوم:

تغییر در دانسته های دریافت کننده

تغییر در احساسات و عقاید مراجعه کننده

تغییر در اعمال و رفتار یک دریافت کننده

ه - اهداف

هدف، منظوری است که ارتباط برای تامین آن انجام می شود.

هدف ممکن است به اشکال زیر بیان شود:

انتقال دانش و اطلاعات،

انتقال نگرش، تشویق، انگیزه دادن

انتقال مهارت، تصحیح اشتباهات

هدف ارتباط ، رسیدن به نتایج مطلوب است . این نتایج یا اثرات مطلوب ،ممکن است یکی از تغییرات فوق الذکر باشد . تلاشهای شما در برقراری ارتباط ممکن است موجب ایجاد هر یک از تغییرات بالا شود .

و - موقعیت

ارتباط ، درموقعیت های متفاوت انجام می شود .

فضا (باز و بسته و...)...

زمان (شب ، روز،صبح ، عصر و...)...

مکان (اداری ، ورزشی، منزل و...)...

نور ، صدا ، دما و....

دراختیار بودن مخاطبین

ز- ابزار و وسایل

ارتباط ، با استفاده از ابزار و وسایل انجام می شود:

شنیداری (سخنرانی - رادیو)...

دیداری (سینما - نقاشی - کتاب) ..

چند حسی (تلویزیون - سینما و) ..

الکترونیک (اینترنت TV - و)...

انتخاب ابزار و وسایل برای برقراری ارتباط

انتخاب ابزار و وسایل بستگی به عوامل زیر دارد:

-پیام

-هدف

-مخاطب

-موقعیت

-منابع

بازخورد (فیدبک)

عبارت است از واکنش یا پاسخی که در مورد اعمال یا افکار یک فرد به او داده می شود یا از او دریافت می شود.

فیدبک را می توان یک رابطه کمک کننده – بین دهنده و گیرنده – که موجب افزایش یا بهتر شدن کیفیت درک متقابل می شود ، تعریف کرد.

فیدبک مثبت: موجب تقویت عقاید و تشویق اعمال مثبت می شود.

فیدبک منفی: باعث درک بهتر فرد از وضعیت می شود تا درمورد اعمال و رفتارش بیاندهد و برای بهبود یا تغییر آن اقدام کند.

راهنما برای دادن بازخورد (فیدبک):

* فیدبک باید مفید باشد

* فرد باید فیدبک را درک کند

* فرد باید آماده و راغب دریافت فیدبک باشد

* فرد باید قادر باشد برای آن کاری انجام دهد

* فیدبک باید اختصاصی باشد ، نه کلی و مبهم

• فیدبک باید در مورد رفتاری باشد که قابل تغییر است

• مثالی از رفتار جدید ذکر شود

• پیش از ارائه فیدبک، در مورد دریافت و پذیرش با دیگران مشورت شود

• راهنما برای دادن بازخورد (فیدبک)

• فیدبک باید احساس اعتماد متقابلی با دریافت کننده ایجاد کند .

• فیدبک باید توصیفی باشد ، نه ارزیابی کننده

• به هنگام ارسال فیدبک باید مطمئن شد فکر دریافت کننده جای دیگر نیست.

• در هر بار تنها روی یک یا حداکثر دو مورد تاکید شود.

• امکان بحث در مورد فیدبک باید فراهم شود.

پارازیت

پدیده ای است که منجر به ناتوانی و حتی مرگ جریان ارتباطی در یک مقطع زمانی می شود. و در اشکال زیر عمل می کند:

فرستنده : پرت شدن حواس در هنگام بیان مطلب

گیرنده : وجود سروصدا و همهمه در کنار محل ارتباطات

پیام : وجود ناراحتی یا بیماری یا ناتوانی خاص

کانال ارتباطی : ارسال پیام با کدهای ناشناخته برای مخاطب در بین جریان ارتباطی

چرا ارتباط برقرار می کنیم؟

-اشتراک پیدا کردن در ایده ها و عقاید

-تامین بازخورد مناسب و قوی برای دیگران

-کسب اطلاعات از دیگران

-کسب قدرت و تاثیرگذاری

-توسعه ارتباطات اجتماعی

-حفظ اعتماد به نفس و فرهنگ خودی

-سایر موارد

چه عواملی رفتارارتباطی ما را تحت تاثیر قرار می دهند؟

-عوامل معنوی

-ارزشها و باورهای اخلاقی

-الگوها و مشاوران

-عصر الکترونیک

-فرایندهای کاری

-عوامل ژنتیکی

-عوامل فرهنگی

-عوامل اقتصادی

-محیط درونی

-تجربه آموزشی

-تجربه های زندگی

ماچگونه ارتباط برقرار می کنیم؟

• گفتاری (صحبت کردن)

• نوشتاری (نوشتن)

• گوش دادن

• زبان غیر کلامی (Body Language)

• هنرهای هشتگانه (موسیقی ، هنر، صنایع دستی و...) ...

• سایر موارد

انتخاب شیوه ارتباطی

بسته به موقعیت ، یک شیوه از ارتباطات می تواند بهتر از دیگری باشد:

-فرد با فرد / چهره به چهره

-جلسات / گروههای کوچک

-ارائه ها (سخنرانی ، گویندگی ، بازی و...) ، گروههای بزرگ

-نامه

-یادداشت

-Email/ Voice mail

انتخاب رسانه

برای تعیین بهترین رسانه برای پیامتان ، مشخص کنید:

بعنوان فرستنده نیاز دارید چه چیزی بدست آورید؟

گیرنده نیازمند دانستن چیست. گیرنده چه چیزی را می خواهد که بداند؟

جزئیات و اطلاعات مهمی که در پیام دارید ، چیست؟

بر روی کدام رفتار و چگونه می خواهید اثر بگذارید؟

توجه کنید!

اعمال گویا تر از الفاظ هستند. (ضرب المثل انگلیسی)

دو صد گفته چون نیم کردار نیست.

رنگ رخساره خبر می دهد از سر ضمیر

قسم حضرت عباس را باور کنیم یا دم خروس را

چیزی که عیان است چه حاجت به بیان است

ویژگی های ارتباطات کلامی

-سمبلیک ، معنا دار و دارای الگوهای مشخص

-استفاده از واژگان برای برقراری ارتباط

-آگاهانه

-تنها ۷ درصد از مجموع ارتباطات با آن انجام می شود

- تک حسی - تنها حس شنوایی تحریک می شود

- عدم استفاده از رفتارهای غیر کلامی

ویژگی های ارتباطات غیر کلامی

- سمبلیک ، معنا دار و دارای الگوهای مشخص

- در سطح ناخودآگاه و اغلب غریزی

- در جریان اجتماعی شدن فراگرفته می شوند.

- چند حسی - دیداری و شنیداری و غیر مستقیم

- باعث تقویت ؛ جانشینی و انکار رفتارهای کلامی هستند.

- دارای محدوده فرهنگی هستند

- اغلب مبهم و دارای ارزشهای دو یا چندگانه می باشند

۹۳- درصد از مجموع ارتباطات را شامل می شود

۳۳- درصد لحن و تن صدا

۵۵- درصد رفتارهای غیر کلامی

- جنبه های نگرشی قوی دارد

- همیشه معتبر تر ، قابل اطمینان تر

اشکال ارتباطات غیر کلامی

ارتباط چشمی (۳۰ ثانیه اول، بیان دردها و احساسات، علاقمندی ، شوق و قصدها و...)...

• تن صدا (منعکس کننده عکس العمل درونی و حالت گوینده ، تقویت پیام های بینائی و...)...

• لمس (نحوه تماس ، دست دادن ، در آغوش گرفتن و...)...

• ژست ها (حالات ، اطوار ، ادا ها و...)...

• وضعیت بدن (محل قرار گرفتن بازوها ، دستها ، پاها ، نحوه نشستن ، ایستادن و...)...

• ظاهر فیزیکی (روش لباس پوشیدن ، حمل وسایل خاص و...)...

• حریم و فاصله شخصی (حفظ حریم و فضا به هنگام ارتباط با سایرین ، فضائی که فرد در آن احساس

آرامش کند، دوری و نزدیکی و...)...

• بیان صورتی (تغییر حالات چهره به اشکال مختلف برای ارسال پیامهای گوناگون)

• زبان بدن (فرمهای رمز شده در مورد سیستم های حرکات به شکل مکتوب ، اشاره برای سوار شدن به ماشین

؛ علامت پیروزی و...)...

• فرا زبان (کاربرد گفتار بدون استفاده از لغات)

• بکارگیری وسایل (نمایش اشیاء مادی ، لباس ، ترتیب مبل و اثاثیه و ...)...

• گوش دادن (نحوه توجه و تمرکز به هنگام برقراری ارتباط و درک پیام)

فرا زبان

فرا زبان (Paralanguage) یک زبان گفتاری است که می تواند معنا داشته باشد ، اما همواره با استفاده از

لغات نیست .

آه کشیدن ، گلو صاف کردن ، خمیازه کشیدن ، با زیبات به کام ضربه زدن ، سکوت ، مکث و....

موانع ارتباطات

چه موانعی را برای ارتباطات در محیط های مختلف کاری می شناسید؟

برخی موانع متداول در مقابل ارتباطات بین فردی:

- روند غیر واضح : فرستنده و گیرنده ممکن است از زبان ، نماد ، فرهنگ و... مشترک استفاده نکنند.
- زنجیره نظرات/دستورات: ممکن است پیام تا رسیدن به گیرنده باید از مسیرهای (فیلتر) متعددی عبور کند .
- فواصل بلند فرهنگی، جغرافیائی ، سازمانی : برای گروه های وسیع، پیام باید بخوبی تهیه و ارسال شود
- محدودیت های فردی : کم توانی و ناتوانی ها ؛ تفاوت های هوشی و آموزشی
- سایر موارد برای موانع ارتباطات بین فردی:

برخورد با احساسها ، عقاید و اهداف

تصاویر ذهنی / تعصبات

دیدقالبی / خشک اندیشی

پنداشت ها / فرضیات

قدرت

چه موقع و چرا ضرورت دارد افکارتان را به اشتراک بگذارید؟

• بیان عقیده و موقعیت

• ارائه دادن آموزش و راهنمایی

• بیان کردن یک تغییر

• ساخت و ارائه یک برنامه

• شرکت در جلسات

• برقراری ارتباط با ماموریت ، دیدگاه و ارزشهای سازمانی

چه چیزهایی می تواند مانع به اشتراک گذاردن ایده ها و افکار شود ؟

۱. اخلالتی بودن شما

۲. ترس از رد شدن

۳. فشار همگروه ها

۴. سایر چیزهایی که می تواند باعث حالت دفاعی شود

۵. ناتوانی های جسمی و ذهنی و روانی

۶. ارتباط با افراد نند خو و عصبی

۷. فیلترهای ارتباطی

۸. فشار درونی

۹. فقدان مهارت گوش دادن

۱۰. دشواری های جسمی

۱۱. انتخاب در شنیدن

۱۲. پیش پنداشت ها

۱۳. ارزیابی شتاب زده

۱۴. نتیجه گیری عجولانه

۱۵. پیش داوری

۱۶. حواس پرتی

۱۷. بی توجهی

۱۸. حدس و گمان

راههای ایجاد ارتباط بهتر

• کاهش موانع محیطی

• غلبه بر تفاوت‌های فردی

• تقویت حس همدلی و همدردی

• غلبه بر بی تفاوتی

• غلبه بر اختلافات

نکاتی در برقراری ارتباط

اگر فرستنده پیام از راه‌های متعدد ارتباطی استفاده کند؛ تنوع ارتباطی بیشتر خواهد بود.

اگر دیدگاه‌های فرستنده پیام و گیرندگان؛ هماهنگ باشد؛ ارتباط موثرتر خواهد بود.

زمانی که از فرایند بحث برای تصمیم‌گیری استفاده می‌شود؛ ارتباط تأثیرکارا تری بر رفتار و نگرش‌های

گروهی دارد

زمانی که فرستنده و گیرنده پیام در موقعیت هایی قرار می گیرند که هر دو در آن زمینه تجربیات قبلی دارند؛ ارتباط موثرتر می شود .

اگر شیوه و روشی که فرستنده پیام انتخاب می کند ؛ با انتظارات گیرندگان پیام مطابقت داشته باشند ؛ اثر بخشی ارتباط بیشتر است.

نکاتی در برقراری ارتباط اگر فرستنده پیام به شباهت ها و تفاوت های فردی ؛ اجتماعی ؛ و معلومات و سن خود و گیرندگان توجه نماید ؛ ارتباط موثرتر خواهد شد.

اگر فرستنده پیام به ویژگی های شخصیتی خود و گیرندگان پیام توجه کند ؛ تاثیر ارتباط بیشتر است.

اگر فرستنده پیام های کلامی و اشارات غیر کلامی فرستنده پیام ؛ یکدیگر را تقویت کنند ؛ ارتباط ؛ اثر بخشی بیشتری خواهد داشت

توانایی برقراری ارتباط شفاهی با فرزندان نه فقط دست ما به او لیه پدر و مادر است بلکه جزء اولین ابزار های یک مر بی نیز می باشد ؛ تحقیقات نشان می دهد که تقریباً ۵۰ تا ۹۳ درصد از اوقات روزانه انسان صرف ارتباط های اجتماعی و آن هم به شکل شفاهی می شود.

ویژگی های ارتباطات موثر

صحت: پیامی معتبر و عاری از خطا در واقعیت ، تفسیر و قضاوت

فراهم بودن: پیام (پیام های مورد نظر یا سایر اطلاعات) در جایی ارائه شود یا فراهم باشد که مخاطب بتواند به آن دسترسی یابد . آرایش و جایابی (پیام) بسته به مخاطب ، پیچیدگی پیام و هدف از شبکه های بین فردی و اجتماعی تا بیلبردها و پیام های ارتباط جمعی طراحی شده برای ساعات پر بیننده تلویزیونی یا رادیویی تا دکه های عمومی رسانه های چاپی و الکترونیک و تا اینترنت بسیار متفاوت می باشد.

توازن: پیام در مکان مقتضی ، مزایا و مخاطرات اقدامات بالقوه را منعکس سازد یا تفاوت ها و چشم انداز معتبر مباحث را مشخص سازد.

پایداری: ساختار درونی پیام با گذشت زمان غیر قابل انکار باشد و در قبال اطلاعاتی که از سایر منابع کسب می شود نیز پایدار باشد . عبارت فوق ، وقتی که محتوای معتبر یا در دسترسی وجود نداشته باشد ، آسان نیست)

قابلیت فرهنگی : طراحی ، اجرا و ارزشیابی فرآیند با توجه به مباحث ویژه گروه های هدف منتخب (برای مثال : قومی ، نژادی و زبانی) و نیز سطوح آموزشی و ناتوانی آنها

متکی بر شواهد: شواهد علمی مناسب منتج از بررسی های جامع و تحلیل های همه جانبه برای تنظیم دستورالعمل های کاربردی ، سنجش اجرا ، بررسی معیار و تکنولوژی ارزیابی کاربرد ارتباطات مخابراتی سلامت

رسیدن به گروه هدف: پیام به بیشترین تعداد ممکن از جمعیت گروه هدف برسد یا در دسترس آنها باشد.

اعتبار : منبع پیام موثق و خود پیام منطبق با زمان باشد

تکرار: ارائه / دسترسی به پیام تداوم یافته یا در طول زمان تکرار شود ، هم برای تقویت تاثیر بر مخاطبان معین و هم برای رسیدن به گروه جدید مخاطبان

به موقع بودن: پیام هنگامی که مخاطب بیشترین پذیرش یا نیاز به اطلاعات ویژه را دارد ، ارائه شود یا در دسترس باشند.

قابل فهم بودن : سطح خواندن یا زبان (یا فرمت مولتی مدیا) برای مخاطب مربوطه مناسب باشد.

مبانی اطلاع رسانی و کتابداری

اهداف رفتاری

• آشنایی با علم اطلاع رسانی و کتابداری

• آشنایی با کتابخانه های مهم و مجهز در ایران و جهان و انواع کتابخانه ها

• آشنایی با قواعد ثبت و ضبط اسناد و مدارک مکتوب

• آشنایی با شیوه های رده بندی و طبقه بندی کتابها در کتابخانه ها

• آشنایی با خدمات مرجع و کتابهای مرجع

دانش

در حوزه زبان فارسی، دانش (Knowledge) یا علم (Knowledge) دربرگیرنده تمامی گونه ها و حوزه های شناخت و آگاهی در عام ترین معنای خویش است. در یک نگاه کلی می توان گونه ها و حوزه های دانش بشری را به سه حوزه ی کلان تقسیم نمود:

۱- هنر،

۲- فلسفه،

۳- علم

دانش شناسی

واژه دانش شناسی نخستین بار توسط دکتر هوشنگ ابرامی به کار برده شد. دکتر ابرامی واژه دانش شناسی را برای رشته علوم کتابداری و اطلاع رسانی به کار برد. در واقع، سه رکن اصلی دانش شناسی عبارتند از:

داده، ماده خام، اطلاعات

بر این اساس علم "دانش‌شناسی" با سه عنصر داده، اطلاعات و دانش سرو کار دارد. به عبارت دیگر، دانش‌شناسی به بحث و بررسی پیرامون دانش و عناصر سازنده آن یعنی داده و اطلاعات می‌پردازد.

علم

تکرار تجربه‌ایست که در عمل نتیجه واحد داشته باشد.

داده (DATA)

به اعداد، حروف، نوشته‌ها، نگاره‌ها و دیگر اطلاعاتی که از انسان‌ها یا دستگاه‌ها سرچشمه می‌گیرند داده می‌گویند.

به اطلاعاتی که هنوز روی آنها کار نشده یا به عبارتی پردازش نشده‌اند داده‌های خام می‌گویند.

علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

دانشی است که به مطالعه و بررسی شیوه‌های گوناگون تولید دانش، گردآوری منابع اطلاعاتی (کتاب، مجله، لوح فشرده، بانک‌های اطلاعاتی، پایگاه اطلاعاتی، اینترنت و وب)، سازماندهی، بازیابی و اشاعه این منابع و محمل‌های اطلاعاتی می‌پردازد و در این راستا تلاش می‌نماید که در وقت خواننده یا کاربر صرفه‌جویی نماید.

زیرشاخه‌های علم کتابداری

• کتاب، مجله، روزنامه و گاهنامه

• فهرست‌نویسی و رده‌بندی

• نمایه‌سازی و چکیده‌نویسی

• مرجع‌شناسی و خدمات مرجع

• کتاب‌سنجی، علم‌سنجی، اطلاع‌سنجی، وب‌سنجی

• داده، اطلاعات، دانش و علم

• دانش‌شناسی

• دادگان، پایگاه اطلاعاتی، بانک‌های اطلاعاتی

• رایانه، لوح فشرده، اینترنت، فناوری اطلاعات

• بازیابی اطلاعات، رفتار اطلاع‌یابی

• وب، موتور جستجو، وب پنهان، روش‌های جستجوی اطلاعات

• کتاب‌های کودکان و نوجوانان و رمان

• اسناد دولتی، مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران

• نظام اطلاع‌رسانی عکس و خبرنامه ویدئویی

روزنامه

نشریه ای است که به طور مرتب و منظم تهیه، چاپ و پخش می شود و بی هیچ قید و شرطی در دسترس مردم قرار می گیرد. روزنامه نه بیانیه است و نه اطلاعیه و برای روشن ساختن افکار مردم به نشر اخبار و اطلاعات در زمینه های گوناگون و انتقاد و صلاح اندیشی در امور عمومی می پردازد.

نخستین روزنامه ها:

۱- آکتا دیورنا در امپراطوری روم قبل از میلاد مسیح

۲- وقایه المصریه نخستین در خاورمیانه ۱۸۲۸

۳- کاغذ اخبار نخستین در ایران ۱۸۳۹

مجله

نوعی ادواری است که با انتشار مقاله‌های عمومی یا علمی به گسترش و اشاعه اطلاعات، دانش و نتایج پژوهش‌ها درباره پیشرفت‌های جاری در یک حوزه علمی خاص می‌پردازد. مقاله علمی توسط پژوهشگر یا پژوهشگرانی نوشته می‌شود که پژوهش را انجام داده‌اند. یک مقاله علمی پژوهشی شامل عناصر زیر است: عنوان، نام و مشخصات نویسنده، چکیده، کلیدواژه‌ها، مقدمه، پیشینه پژوهش، روش‌شناسی، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه‌گیری، فهرست منابع یا کتابشناسی.

انواع مجله از لحاظ محتوا: عمومی - تخصصی

انواع مجله از لحاظ دوره انتشار: گاهنامه - دوهفته‌نامه - هفته‌نامه - ماهنامه - فصل‌نامه - سالنامه و..

مجله هادو صورت قابل دسترس هستند:

الف. پرداخت حق اشتراک و آبونمان

ب. دسترسی آزاد

کتاب

مجموعه‌ای از صفحات کاغذی است که متنی روی آنها نوشته شده است و در یکی از طرف‌ها به هم بسته شده‌اند.

کتابدار

کسی است که علم و هنر کتابداری را کسب کرده است و آن شامل مدیریت، سازماندهی، فهرست‌نویسی، رده‌بندی، دانش‌شناسی و اشاعه اطلاعات می‌باشد. کتابدار باید با دانش‌های روز در حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی آشنا باشد.

در اصل یک کتابدار در زمینه‌های سازماندهی، بازیابی و پراکنش اطلاعات در قالب‌های گوناگونی اعم از کتاب، مجله، پایگاه‌های اطلاعاتی و اینترنت تخصص دارد.

کتابخانه

به معنی مجموعه‌ای از کتاب‌ها و گاه نشریه‌ها است. کتابخانه ممکن است به مجموعه کتاب‌های شخصی اشاره کند ولی اغلب منظور از این واژه، شمار زیادی کتاب است که در مکانی مشخصی نگهداری می‌شوند و مسئولیت و تأمین مالی آن مکان به عهده یک نهاد یا شهرداری شهرها است.

تاریخچه کتاب و کتابخانه در عهد باستان

• سومریان (۲۷۰۰ سال پیش با اختراع خط میخی نخستین کتابخانه‌های گلین را پایه‌گذاری کردند).

• بابلیان (قانون حمورابی و کتابخانه پورسیبا)

• آشوریان (حرفه‌ای شدن کتابداری توسط آشور بانیبال پادشاه آشور)

• مصریان (خط هیروگلیف و کاغذ پاپیروس)

سواد رایانه‌ای

سواد رایانه‌ای علم و توانایی شخص برای استفاده از رایانه‌ها و فناوری موثر می‌باشد.

تعریف دقیق "سواد رایانه‌ای" از گروهی به گروهی دیگر می‌تواند تغییر نماید. عموماً سواد (در قلمرو کتابها) براینکه شخص می‌تواند هر کتاب دلخواهی با زبان دلخواه بخواند و جستجو نماید واژه‌های جدید آنچنانکه آن واژه‌ها برای آن شخص نمایش داده شده است اشاره دارد.

"سواد رایانه‌ای" غالباً توانایی استفاده بیشتر از چندین قابلیت ویژه (معمولاً میکروسافت آفیس) می‌باشد که برای تکمیل تعریف مناسب از وظایف ساده اشاره دارد.

جنبه‌های سواد رایانه‌ای

جنبه‌های سواد رایانه‌ای شامل:

- روشن کردن رایانه و جستجو

- ایجاد ، ویراستاری و چاپ اسناد

- توانایی در برقراری ارتباط با رایانه های مورد استفاده دیگر در پست الکترونیکی یا دسترسی به خدمات پیاپی

- مدیریت و ویراستاری تصویرها (از سلولهای تلفنی ، دوربین های دیجیتالی یا حتی خواندن)

- باز کردن برنامه ها و تامین اختلاف انواع برنامه

سواد چند رسانه ای شامل:

.ساختن فیلم

.ساختن برنامه های صدا

.تاثیر بر یکدیگر

.ایجاد صفحات وب

لوح فشرده یا سی دی

یک لوح گرد نوری است که برای انبار کردن داده های رقومی (دیجیتالی) بکار می رود. لوح فشرده در اصل برای کار با آواهای رقومی شده اختراع شده بود و همچنین به عنوان ابزار ذخیره و انبارش داده ها یا همان لوح فشرده فقط خواندنی (سی دی رام) (CD-ROM هم استفاده می شود. هر سی دی حدود ۲۶۰ هزار صفحه تایپ شده و ۱۹ ساعت صوت ظرفیت دارد. عمر تخمینی سی دی حدود ۱۰۰ سال است.

DVD لوح فشرده ایست که با سرعت بسیار بالا به بازیابی اطلاعات می پردازد و در برابر رطوبت، حرارت و ضربه مقاوم است. دی وی ها مقاوم بوده و ظرفیت بیشتری نسبت به سی دی دارند .

پایگاه داده ها یا دادگان یا بانک اطلاعاتی

• به مجموعه ای از داده ها با ساختار منظم و سامانمند گفته می شود. پایگاههای داده ها معمولاً در قالبی که برای دستگاهها و رایانهها قابل خواندن و دسترسی باشد ذخیره می شوند .

• پایگاه داده مجموعه‌ای از رکوردهای ذخیره شده در رایانه با یک روش سیستماتیک (اصولی) مثل یک برنامه رایانه‌ای است که می‌تواند به سوالات کاربر پاسخ دهد.

ویژگی‌های سیستم مدیریت پایگاه داده‌ها

• سیستم مدیریت پایگاه داده‌ها، مجموعه‌ای پیچیده از برنامه‌های نرم‌افزاری است که ذخیره سازی و بازیابی داده‌های (فیلدها، رکوردها و فایل‌ها) سازمان را در پایگاه داده‌ها، کنترل می‌کند .

• این سیستم، کنترل امنیت و صحت پایگاه داده‌ها را نیز بر عهده دارد. سیستم مدیریت پایگاه داده‌ها، درخواست‌های داده را از برنامه می‌پذیرد و به سیستم عامل دستور می‌دهد تا داده‌ها ی مناسب را انتقال دهد. هنگامی که چنین سیستمی مورد استفاده قرار می‌گیرد، اگر نیازمندیهای اطلاعاتی سازمانی تغییر یابد، سیستم‌های اطلاعاتی نیز آسانتر تغییر خواهند یافت .

فهرست سیستم‌های متداول مدیریت دادگان

معروف‌ترین این نرم‌افزارهای مدیریت دادگان‌ها می‌توان به چند نمونه زیر اشاره کرد:

Oracle

Microsoft SQL Server

MySQL

PostgreSQL

DB2

Microsoft Access

اینترنت (The Internet)

اینترنت را باید بزرگ‌ترین سامانه‌ای دانست که تا کنون به دست انسان طراحی، مهندسی و اجرا گردیده است. این شبکه عظیم جهانی، در ابتدا، با انگیزه همکاری، دسترسی چند سویه به منابع و مهارت‌های محاسباتی، و امکان‌پذیری کار در زمینه‌های بین‌رشته‌ای علوم و مهندسی توسط یکی از مهندسان وزارت دفاع ایالات متحده بنام رابرت تیلور شروع شد (در اواخر سال ۱۹۶۰). (تنها از اواسط دهه ۱۹۹۰ است که اینترنت به صورت یک شبکه همگانی و جهانی درآمده است. وابسته شدن تمامی فعالیت‌های بشر به اینترنت در مقیاسی بسیار عظیم و در زمانی چنین کوتاه، حکایت از آغاز دوران تاریخی نوینی در عرصه‌های گوناگون علوم، فن‌آوری و به خصوص در نحوه تفکر انسان دارد.

اینترنت چیست؟

اینترنت جهانی را میتوان مانند سیستم تلفن جهانی در نظر گرفت. اگر شخصی در تهران به شخصی در پاریس تلفن بزند، سیگنال صوتی از طریق تعدادی از خطوط تلفن و ایستگاه‌های مخابراتی شرکت‌های مختلف (که کامپیوترهای سوئیچ کننده دارند) عبور میکند.

همه شرکتها از استاندارد های خاصی پیروی میکنند که (پروتکل) نامیده میشود به گونه ای که هر دستگاه موجود در مسیر بتواند با یک نوع سیگنال سر و کار داشته باشد. وقتی شخص واقع در تهران با تلفن صحبت میکند صدایش با استفاده از کامپیوترها -خطوط تلفن- ماهواره ها و سایر وسایل الکترونیکی از مرزها و دریاها عبور میکند و به مقصد میرسد.

اینترنت نیز شبکه ای از خطوط تلفن و سایر انواع رسانه‌ها- کامپیوترهای ویژه و وسایل سوئیچ کننده است. اینترنت به جای انتقال مکالمات صوتی نقطه - به - نقطه برای مبادله داده های دیجیتالی کامپیوتری به کار میرود. بخشهایی از یک پیام پست الکترونیکی میتواند از طریق کامپیوترها و خطوط متعلق به ده ها نفر عبور کند از این رو گفته میشود که اینترنت متعلق به هیچ کس نیست. در حقیقت اینترنت متعلق به بسیاری از افراد ناشناس است که همگی مالک تکه هایی از آن هستند.

از ARPA net تا اینترنت

ریشه های اینترنتی که امروزه می‌شناسیم به یک پروژه مربوط به سال ۱۹۶۹ در وزارت دفاع امریکا بر میگردد که بر اساس آن چند مرکز کامپیوتری در سراسر امریکا باید به هم وصل میشدند .

پنتاگون شبکه ای میخواست که در صورت تخریب بخشی از آن بر اثر بمباران یا حوادث طبیعی باز هم بتواند به کار خود ادامه دهد . این شبکه که به ARPAnet شهرت یافت **ARPA** مخفف **advanced research projects agency** از ابتدا طوری طراحی شد که یک بخش مرکزی نداشته باشد و در نتیجه در صورت حمله و تخریب هر بخش آن باز هم به کار خود ادامه بدهد .

شبکه ای که همچون یک تار عنکبوت شکل گرفت و هر کامپیوتر آن از مسیرهای مختلف میتوانست به همتایان خود داده های خود را بفرستد . حتی اگر یک یا دو کامپیوتر روی شبکه با پیوند بین آنها از کار میافتاد بقیه باز هم میتوانستند از مسیر های تخریب نشده با هم ارتباط بر قرار کنند .

عمومی شدن اینترنت

بزرگترین جهش در وب در سال ۱۹۹۳ با عرضه نرم افزار موزاییک **mosaic** که نخستین برنامه مرورگر وب گرافیکی بود به وجود آمد .

برنامه موزاییک محصول تلاش دانشجویان و استادان بخش "مرکز ملی کاربردهای ابر کامپیوتر " در دانشگاه ایلینویز امریکا بود . برای نخستین بار موزاییک امکانات اشاره و کلیک (به وسیله موش) را فراهم کرد .

کاربران می توانستند صفحات وب (**web page**) یا مجموعه ای از متن و گرافیک را کنار هم بگذارند تا هر کسی که میخواست آنها را بتواند روی اینترنت ببیند . وقتی با موش روی کلمه ها یا تصاویر خاصی که **hyper link** نامیده میشد کلیک میکردند برنامه موزاییک به طور خود کار یک صفحه دیگر باز میکرد که به کلمه یا تصویر خاص و کلیک شده اختصاص داشت . بهترین بخش این سیستم آنجا بود که **hyper link** ها میتوانستند به صفحاتی روی همان کامپیوتر یا هر کامپیوتر دیگر اینترنت با خدمات وب اشاره کنند .

اینترنت امروز

میلیون ها انسانی که از اینترنت استفاده میکنند نیازی ندارند که نکات فنی مانند TCP/IP را بدانند . امروزه شرکتهای خدمات دهنده اینترنت یا ISP این کار را به عهده دارند با آنکه بعضی از عاشقان اینترنت آن را نوعی شیوه زندگی میدانند. در نظر بیشتر کاربران منبع سرگرمی اطلاعات است ولی بیشترین مصرف آن پست الکترونیکی یا همان email است که یکی از ابزار های ارتباطی کار آمد به شمار میرود. پیامها از کامپیوتری به کامپیوتر دیگر با سرعت پرواز میکنند و منتظر میمانند تا شخص فرصت خواندن آنها را پیدا کند . وب امکانات خوبی برای کپی از نرم افزارهای مجاز از لحاظ کپی فراهم میسازد.

اینترنت برای پشتیبانی فنی شرکتهای کامپیوتری نیز مفید است این شرکتهای میتوانند نرم افزارهای رایگان خود را از طریق اینترنت به مشتریان خود برسانند.

در حیطه ی اطلاعات نیز جدید ترین اخبار و هوا شناسی و ... را فراهم میسازد . گفتگوی هم زمان با افراد مختلف و بازی و ده ها میلیون صفحه در وب وجود دارد . برای هر کسی چیزی دارد.

در اخر با گسترش اینترنت و افزایش حجم اطلاعات باید سرعت انتقال اطلاعات نیز تغییر کند . به اینترنت امروزی "ابر بزرگراه اطلاعاتی" گفته میشود ولی در ایران نه تنها اینترنت یک بزرگراه نیست بلکه یک جاده ی خاکی است.

ساختار اینترنت Internet structure

در اینترنت به طور کلی می توان همه^۱ رایانه ها را به دو دسته تقسیم کرد. سرویس گیرنده / سرویس دهنده یکی از استفاده های اینترنت شرکت در گروه های مختلف اینترنتی است مثل مجموعه^۲ گروه های اینترنتی یاهو (Yahoo!) کسانی که می خواهند عضو این نوع گروه ها شوند باید یک ID در یاهو داشته باشند که این کار بسیار ساده ای است . گروه های یاهو به بخش های بسیار متنوعی تقسیم می شود که در صفحه^۳ اول یاهو گروپ (Yahoo! Group) دسته بندی های آن وجود دارد.

سرویسهای اینترنتی

بعضی از سرویس‌های پر استفاده و محبوب در اینترنت که بر اساس پروتکل‌ها کار می‌کنند عبارت‌اند از: پست الکترونیک، USENet، اشتراک گذاری فایل، (finger، WAIS، Gopher، World Wide Web، IRC) چت اینترنتی، از همه این سرویس‌ها پست الکترونیکی و وب از همه بیشتر استفاده می‌شوند و حتی سرویس‌های زیادی نیز بر اساس آنها ساخته شده‌اند مانند mailing list و وب لاگ. بطور معمول، اغلب مردم اینترنت را با سرویس‌های مشهور آن یعنی وب و پست الکترونیک می‌شناسند. اینترنت همچنین توانایی سرویس‌دهی هم‌زمان یا زنده را نیز فراهم آورده‌است مانند رادیو تحت وب و، پخش زنده برنامه‌های تلویزیون ماهواره‌ای و Webcast که قابل دسترسی در هر نقطه‌ای از دنیا هستند.

فرهنگ اینترنت

اینترنت همچنین تأثیر بسیار عمیقی بر میزان دانایی و جهان بینی داشته‌است. تحقیق در اینترنت می‌تواند به وسیله جستجو بر اساس کلمات باشد که توسط موتورهای جستجو مانند Google امکان‌پذیر است. میلیون‌ها انسان در سراسر دنیا می‌توانند به راحتی به حجم زیادی از اطلاعات گوناگون به صورت آن لاین دسترسی داشته باشند. همانند دانش نامه‌ها و کتابخانه‌های ملی، اینترنت نیز می‌تواند اطلاعات فراوان و پراکنده‌ای را به سرعت ارائه دهد.

بیشترین زبانی که در اینترنت از آن استفاده می‌شود انگلیسی است. حدود ۵۰ درصد اسناد علمی جهان نیز به این زبان است. چون اصل اینترنت بر اساس این زبان تشکیل شده‌است و بیشتر نرم افزارهای رایانه‌ای نیز به این زبان تهیه می‌گردند. علت دیگر آن عدم توانایی رایانه‌های قدیمی برای پردازش حروفی غیر از الفبای غربی بود. اما هم اکنون شبکه آنقدر گسترش پیدا کرده‌است که اطلاعات و تجربیات به اندازه کافی به زبان‌های محلی در کشورهای مربوط تهیه و قابل دسترس باشند.

نکات حقوقی و اخلاقی

هم اکنون نگرانی عمومی در مورد مطالب موجود در اینترنت وجود دارد. بعضی از جدال آمیزترین آنها تخلف در حق نشر، جعل هویت و سوءاستفاده غیر اخلاقی هستند که وجود دارند و قانونی کردن آنها مشکل است.

وب (web)

وب یک فضای جهانی اطلاعات است که مردم می توانند توسط اینترنت در آن بخوانند یا بنویسند. این عبارت معمولاً به صورت اشتباه به جای اینترنت به کار می رود اما وب در حقیقت یکی از خدماتی است که روی اینترنت ارایه می شود مانند پست الکترونیک. وب مخفف کلمه وبسایت (website) است. سایت یعنی مکان و منظور از وبسایت صفحات مرتبط است.

وب شناسی

وب شناسی علم جدیدی است که به مطالعه جنبه های گوناگون پدیده وب جهانگستر یعنی تولید، ذخیره، نمایه سازی، جستجو، بازیابی و گسترش اطلاعات در محیط وب، بازرگانی و بازاریابی از طریق وب، تأثیرهای علمی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، و سیاسی وب، و غیره می پردازد.

وب نوشت یا وبلاگ

وب نوشت، وبلاگ یا تارنگار، یک وب گاه یا صفحاتی از یک وب گاه اینترنتی است که فرد یا افرادی در آن مطالبی را به ترتیب زمانی از جدید به قدیم می نویسند. معمولاً در انتهای هر مطلب، برچسب تاریخ و زمان، نام نویسنده و پیوند ثابت به آن یادداشت ثبت می شود. فاصله زمانی بین مطالب وب نوشت لزوماً یکسان نیست و زمان نوشته شدن هر مطلب به خواست نویسنده وب نوشت بستگی دارد. مطالب نوشته شده در یک وب نوشت همانند محتویات یک وب گاه معمولی در دسترس کاربران قرار می گیرد. در بیشتر موارد وب نوشت ها دارای روشی برای دسترسی به بایگانی یادداشت ها هستند (مثلاً دسترسی به بایگانی بر حسب تاریخ یا موضوع). بعضی از وب نوشت ها امکان جستجو برای یک واژه یا عبارت خاص را در میان مطالب به کاربر می دهند.

وبلاگ چیست؟

وبلاگ از دو واژه «وب» و «لاگ» تشکیل شده و در لغت به معنای «به اشتراک گذاشتن وب» می باشد، یعنی فضایی که در آن هر یک از کاربران اینترنت می-توانند به صورت پیوسته (آنلاین) اطلاعات، افکار، عقاید، یادداشت‌های شخصی، مقالات، عکس خود را به اشتراک بگذارند. (بهبهانی، ۱۳۸۲)

از نقطه نظر کاربران، وبلاگ صفحه ای است با:

- امحتوای مرتب‌شده که مطالب آن به صورت متن، پیوند (لینک) و تصویر، با نظم تاریخی معکوس منتشر می شود.

- ۲برچسب زمان برای هر مطلب تا خواننده، زمان ارسال مطالب را بداند .

- ۳آرشیو مطالب قدیمی-تر که به سادگی قابل دسترسی است.

انگیزه ها، اهداف و کارکردهای وبلاگ‌نویسی در کتابداری

- ۱اهداف حرفه‌ای و تخصصی، یافتن منابع مرجع مناسب در وب نامرئی؛

- ۲آگاهی از منابع جدید و روزآمد نگه‌داشتن دانش شخصی؛

- ۳وارد کردن کتابداران به دنیای جدید ابزارهای فناوری اطلاعات؛

- ۴معرفی منابع ارزشمند؛

- ۵این که کتابداران هر روز به اینترنت و وب سری بزنند؛

- ۶معرفی مجلات و نشریات جایگزین؛

- ۷به عنوان ابزار آگاهی‌رسانی جدید؛

- ۸فقط برای سرگرمی

خدمات دهندگان رایگان

• بلاگر از گوگل www.blogger.com پرشین بلاگ www.prsianbloge.com

• بلاگ اسکای www.blogsky.com

• بلاگفا www.blogfa.com

• میهن بلاگ www.mihanblog.com

• بلاگ های ایران جوان www.irxblog.com

• ریواس بلاگ www.rivasblog.com

• ام جی بلاگ www.mg-blog.com

• حقوقدان www.hoqooqdan.com

موتور جستجو یا جویشرگر

به طور عمومی به برنامه ای گفته می شود که کلمات کلیدی را در یک سند یا بانک اطلاعاتی جستجو می کند. در اینترنت به برنامه ای گفته می شود که کلمات کلیدی موجود در فایلها و سندهای وب جهانی، گروههای خبری، منوهای گوگر و آرشیوهای FTP را جستجو می کند.

برخی از موتورهای جستجو برای تنها یک وب گاه اینترنت به کار برده می شوند و در اصل موتور جستجویی اختصاصی آن وب گاه هستند که تنها محتویات همان وب گاه را جستجو می کنند .

Google, ask, yahoo, msn, altavista, parseek

ابر جستجوگرها

این گونه جدید از موتورهای جستجوگر که قدمت چندانی نیز ندارند از ترکیب کردن نتایج حاصل از چندین موتور جستجوگر استفاده میکند. بدین معنی که این موتور عبارت مورد نظر شما را در چندین موتور جستجوگر جستجو میکند و نتایج آنها را با هم ترکیب کرده و یک نتیجه کلی به شما ارائه می دهد. به عنوان مثال موتور جستجوگر "داگ پایل" از نتایج حاصل از موتورهای Google - Yahoo - MSN و ASK استفاده کرده و نتیجه حاصل را به شما می دهد.

www.dogpile.com

Google

Personalized Home | Sign in

Web Images Video News Maps more »

search

Advanced Search

Preferences Language Tools

Advertising Programs - Business Solutions - About Google

نتایج بدست آمده از جستجوی کلمه "بانک ملت" در گوگل

Results ۱ - ۱۰ of about ۱۶۹,۰۰۰ for (۰.۰۳ seconds)

Description here. ... Bank Mellat Iran. Copyright © ۲۰۰۴ Bank Mellat Turkey
Istanbul Main Branch.

۱- www.mellatbank.com/ - ۱۰k - Cached - Similar pages www.mellatbank.net

www.mellatbank.net/ - ۱k - Cached - Similar pages
- ۲ - بانک ملت بانک شما

بانک ملت برای تامین امنیت بانکداری الکترونیک گام های اساسی برداشته است...

www.bankmellat.ir/ - ۴۸k - Cached - Similar pages
- ۳ - ملت بانک لینک به لینک بانک

عنوان فارسی, بانک ملت. توضیحات. همگام با اجرای ... اداره کل خدمات رایانه ای بانک ملت -۳-

www.aftab.ir/links/link.php?id=۶۶۷۰ - ۴۹k - Cached - Similar pages

Viktig information

بانک • تجارت الکترونیک ... بانک ملت , بانک رفاه , بانک رفاه کارگران , بانک ملت , بانکداری -

www.jokbazar.com/search.htm - ۱۳k - Cached - Similar pages
بانک

آماده سازی و تنظیم مواد کتابخانه

در اصطلاح کتابداری، مجموع کارهایی که برای فهرست نویسی و رده بندی مواد در کتابخانه انجام می دهند، آماده سازی و تنظیم یا سازماندهی مواد می گویند. با سازماندهی مواد، همه کتابها و اسناد و مدارک دیگر، با نظم و ترتیب اصولی و ویژه در کتابخانه ها قرار می گیرند .

مساله آماده سازی یا سازماندهی مواد، اهمیت و اولویت ویژه ای پیدا می کند. بنابراین لازم است کتابداران از همه یافته ها و نوآوریها و قواعد و دستورات به کار رفته در امر سازماندهی جهانی، با هدف یکسان سازی ، آگاهی یابند و در صورت لزوم و امکان، آنها را به کار ببرند. سازماندهی مواد شامل موارد ذیل است :

سازماندهی مواد :

رده بندی مدرک - فهرست نویسی مدرک :

۱- توصیفی (شامل نام مولف، نام کتاب، و وضعیت نشر، عنوان، صفحه ها و دیگر ویژه گیهای فیزیکی)

۲- تحلیلی (دربرگیرنده موضوعها و مشخصات شناسه ها یا پدید آورندگان اثر و عنوان)

رده بندی چیست ؟

در سوپر مارکت ها یا فروشگاهها نوعی رده بندی وجود دارد که همه کالا های مشابه و مرتبط را در کنار هم در قفسه ها مرتب می کند، طوری که مشتریان براحتی می توانند آنچه را که می خواهند پیدا کنند. در یک کتابخانه این هدف اهمیت بیشتری دارد. نظام رده بندی به این دلیل مهم است که نشانه واحدی ایجاد می کند که محل قرار گرفتن منابع در قفسه ها را نشان می دهد. این شماره کار کاربران کتابخانه را برای یافتن منابع در قفسه ها راحت تر کرده و منابعی با موضوعات مشابه در قفسه در کنار هم قرار می گیرند. نظامهای رده بندی مختلفی برای کتابخانه ها طراحی شده است اما دو نظام در سطح جهان مقبولیت تمام یافته است. نظام رده بندی دیویی و نظام رده بندی کتابخانه کنگره .

نظام رده بندی دیویی

ملویل دیوئی (۱۸۵۱-۱۹۳۱ م) مبتکر روش اعشاری معروف به روش دیوئی، دانش بشری را به ده طبقه اساسی تقسیم نموده و هر بخش را به ده قسمت و همانطور اجزای رشته های موضوعی را به ده بخش دیگر که بنام روش اعشاری دهمی معروف شده است تقسیم نموده است. البته در طبقاتی که تعداد کتابها در آن بیشتر است ناچار باید بیشتر و بیشتر از اعداد اعشاری استفاده کنیم تا آنجا که در بعضی موارد به شماره های بسیار طویل می رسیم. این طبقه بندی ذهنی است و کتابها را برحسب موضوع از همدیگر جدا کرده است.

نظام رده بندی کنگره

این روش که با توجه به موقعیت خاص کتابخانه کنگره آمریکا طرح و پی ریزی گردیده هم اکنون در کتابخانه های وابسته به دانشگاههای ایران از آن استفاده می شود.

این روش ترکیبی از اعداد و حروف است و بنابراین قاعده، از ۱ تا ۹۹۹۹ شماره گذاری شده است. نشانه هایی که در این طبقه بندی بکار می روند عبارتند از :

۱- یک یا دو حرف بزرگ لاتین برای طبقه ها و تقسیمات اصلی

۲- ترکیبی از حروف و اعداد صحیح برای تقسیمات فرعی و اصلی . در این سیستم علوم به ۲۰ رشته تقسیم و به هر رشته حرف یا حروفی براساس استاندارد اختصاص داده می شود.

۳- مثلاً برای "دین اسلام" دو حروف (BP) اختصاص داده شده و تمام موضوع های مربوط به دین اسلام در ۱۲ صفحه خلاصه شده و از شماره ۱ تا ۱۹۵ به تقسیمات جزئی شماره داده است.

مثال : کتاب " شرح احیاء العلوم غزالی " که توسط محمد عثمان بلخی نوشته شده است به این ترتیب در

کتابخانه کد گذاری شده است : (۸ب۲ . الف ۲۸۲/۷) BP

فهرست نویسی چیست ؟

فهرست نویسی به معنای عام، دامنه گسترده ای دارد و بسیاری از فعالیتها و کارهای کتابخانه مانند : اداره کار فهرست نویسی (برنامه ریزی و تعیین مراحل کار، برگزیدن و تهیه ابزار و مواد کار فهرست نویسی، سرپرستی

کارکنان و تعیین نوع کار آنان ، هماهنگی کار فهرست نویسی یا دیگر کارهای کتابخانه، نگهداری فهرستها، برگه آرایی) ، نگهداری آمار و تهیه گزارش، فهرست نویسی توصیفی، فهرست نویسی تحلیلی و همانند آنها را در برمی گیرد.

فهرست نویسی به معنای ویژه، دامنه محدودی دارد، "مجموعه اطلاعاتی که از یک کتاب یا ماده کتابخانه ای ، با بهره گیری از قواعد و قوانین دقیق و استاندارد در برگه فهرست نویسی (به استثنای شماره و نشانه های رده بندی) نوشته می شود، فهرست نویسی نامیده می شود." فهرست نویسی کتابها و دیگر مواد کتابخانه به نوع کتابخانه و هدف و حدود آن بستگی دارد. فهرست نویسی برگه ای دارای دو بخش است :

۱. فهرست نویسی توصیفی

۲. فهرست نویسی تحلیلی

هدف فهرست نویسی

هدف عمده و اساسی فهرستنویسی، سازمان دادن به مجموعه مواد و منابع کتابخانه است تا از آن راه بتوان کتابهای موردنیاز را از میان مجموعه موجود سریعتر و ساده تر بازیابی کرد .

فهرست نویسی دانش یا فنی است که فهرست نویسیان متخصص و ورزیده، به کمک قوانین و قواعد آن ، به تجزیه و تحلیل شکل ظاهری و محتوای یک کتابها و سند های کتابخانه می پردازند و پایه کار را بر شناسایی دقیق و درست پدیدآورندگان، عنوانها و موضوعهای کتابها و اسناد قرار می دهند. پس از ثبت اطلاعات به دست آمده در برگه ها، آنها را با نظم و ترتیب ویژه ای ، در مجموعه کتابخانه گرد می آورند و کتابها را نیز بر همین پایه تنظیم می کنند. هدف فهرست نویسی این است که ، خواننده یا پژوهشگر مراجعه کننده ، در سایه نظم به وجود آمده، در کوتاهترین زمان ممکن بتواند :

۱. با دانستن نام مولف ، عنوان کتاب یا موضوع، به کتاب مورد نظر خود، دسترسی پیدا کند .

۲. موضوعهای خاص و مشابه مورد نیاز خود را در کنار هم بیابند.

۳. همه آثار یک مولف، یک جا و زیر نام او، دسترسی یابد.

۴. از ویژگیهای آمده در برگه های کتاب (مانند ویرایش، چاپ، محتوا، کتابنامه و غیره)، برای رسیدن به

هدف خود و تصمیم گیری کمک بگیرد. (مجیدی : ۱۳۷۷)

روش کار

بدلیل راحتی کار از حروف لاتین استفاده شده است. بعنوان مثال بدین ترتیب که دو حرف ابتدای نام لاتین تمامی رشته هایی که در مقطع کارشناسی ارشد و دکترا دانشجو دارد، انتخاب گردیده است. در مواردی که در دو یا سه حرف اول تشابه وجود دارد، مانند فیزیک و فلسفه (Phylosophy , Physics)، از سه حرف استفاده شده است PHI. برای فلسفه، و PHS برای فیزیک یعنی از دو حرف مشابه اول و حرف غیر مشابه چهارم استفاده شده و در مورد جغرافیا و زمین شناسی (Geography , Geology) نیز به همین ترتیب عمل شده است. یعنی GEG برای جغرافیا و GEL برای زمین شناسی .

سپس بعد از این حروف با استفاده از اعداد طبیعی که از یک شروع می شود کد گذاری انجام می گیرد. و قدیمی ترین پایان نامه موجود در همان رشته عدد یک می گیرد و در زیر شماره، تاریخ دفاع نیز آورده می شود و به این ترتیب تمامی پایان نامه ها به تفکیک رشته، و به ترتیب تاریخ دفاع بر روی قفسه ها چیده می شوند. از مزایای دیگر این کار این است که در مواقعی که نیاز به ارائه آمار وجود دارد، براحتی می توان به آخرین شماره موجود بر روی قفسه مراجعه نمود و مثلا تعداد پایان نامه های رشته مورد نظر را ارائه داد. (جدول رده بندی مذکور در انتهای طرح آمده است)

یک نمونه از شماره بازیابی پایان نامه :

۱۲ CH

۷۸ ۱۳

نمایه (index)

طبق استاندارد نمایه‌سازی بریتانیا، نمایه سیاهه (لیست) نظام یافته مدخل‌هایی است که به منظور کمک به استفاده کنندگان در جایابی اطلاعات یک مدرک ساخته می‌شود.

به عبارت دیگر نمایه، فهرستی از موضوع‌ها و واژه‌های مهم، اساسی، نام‌ها و دیگر مطالب یک یا چند کتاب، مقاله‌های مجله‌ها یا سایر منابع اطلاعاتی با ارجاع جای‌نما به منابع یا صفحه‌های آنهاست که این مطالب در آنها واقع شده است. در واقع نمایه خط ارتباطی بین منابع اطلاعاتی و استفاده کننده یا کاربر است.

نمایه‌سازی

طبق استاندارد ایزو ۵۹۶۳، عمل توصیف یا شناسایی محتوای موضوعی یک مدرک را نمایه‌سازی گویند. در واقع، ثبت و ضبط محتوای اطلاعاتی مدارک با استفاده از روشهای گوناگون به منظور سازماندهی اطلاعات به قصد سهولت بازیابی را نمایه‌سازی گویند. (نوروزی، ۱۳۸۰) به عبارت دیگر، نمایه‌سازی یعنی تخصیص واژه‌ها یا اصطلاحات به مدارک به منظور توصیف محتوای موضوعی آنها برای بازیابی در مراحل بعد. هدف نمایه‌سازی اصولاً آماده کردن مدرک برای بازیابی است.

مراحل نمایه‌سازی

مراحل نمایه‌سازی:

۱- تعیین موضوع مدرک

۲- بازنمود مفاهیم مدرک به کمک توصیفگرهای اصطلاحنامه

۳- ثبت و ضبط اطلاعات

۴- بازیابی نهایی (سن ویل، ۲۵۳۶)

با توجه به نوع مدرک و نحوه ترکیب کلیدواژه‌ها، نمایه‌سازی به دسته‌های مختلف تقسیم می‌شود:

• نمایه‌سازی کتاب

• نمایه‌سازی نشریات ادواری

• نمایه‌سازی اینترنت و وب

• نمایه‌سازی آزاد

• سایر

مرجع‌شناسی

می‌توان مرجع‌شناسی را شامل شناخت منابع مرجع، بخش مرجع، کتابدار مرجع، کار مرجع و نهایتاً فرایند مرجع دانست.

منابع مرجع منابعی هستند که برای پاسخگویی به سوالات لحظه‌ای تهیه شده‌اند و هیچگاه خواننده از ابتدا تا انتهای آن را نمی‌خواند بلکه در پی پرسشی که برایش پیش آمده به منابع مرجع مراجعه می‌کند. این منابع به دلیل استفاده همگانی و همیشگی معمولاً امانت داده نمی‌شوند و در بخش مرجع نگهداری می‌شوند.

کتابدار مرجع فردی است با روابط عمومی قوی، اخلاق خوش و باحوصله جهت پاسخگویی به هر نوع سوالی که از جانب مراجعان مطرح می‌شود.

خدمات مرجع

با توجه به عوامل بالا خدمات مرجع را می‌توان به سه گروه تقسیم کرد:

الف) خدمات مرجع پایه

منظور خدمات مرجعی است که هر کتابخانه‌ای می‌کوشد تا به مراجعه‌کنندگان خود ارائه دهد و این حداقل خدماتی است که در بخش مرجع ارائه می‌شود.

ب) خدماتی که عموماً ارائه می‌شود

امانت بین کتابخانه‌ها

حفظ و نگهداری منابع

آموزش مراجعه کنندگان

گردش در کتابخانه و...

ج (خدماتی که گاه به گاه اجرا می شود

نمایش نشریات جاری

تهیه فتوکپی

ارائه خدمات ترجمه

خدمات مرجع و گروه های خاص

الف) گروههای قومی

بخش مرجع کتابخانه بایستی برای ارائه خدمات ویژه به این گروه ها تدابیر زیر را بیندیشد

• تهیه مراجع عمومی و اختصاصی خاص

• مسلط بودن کتابدار مرجع به زبان و فرهنگ گروه قومی خاص

• تهیه وسایل خاص برای بازیابی اطلاعات از جمله برگه دانه ها و بایگانی های اطلاعاتی

• کتابدار بخش مرجع باید بکوشد که مبدا ندانسته در گفت و شنودهایی که با افراد گروههای خاص دارد

موجب آزار و رنجش آنها را فراهم نیاورد.

ب) بیسوادان و نوسوادان

بخش مرجع بایستی برای ارائه خدمات به این گروه ها تدابیر زیر را بیندیشد

• تقویت کتابخانه های مدارس

• تقویت کتابخانه های روستایی

• استفاده از منابع دیداری و شنیداری

ج) معلولین

• ارائه خدمات مرجع به معلولین در گرو دو مسئله است

• فراهم آوردن دستیابی آسان به امکانات کتابخانه

• شناخت نیازهای اطلاعاتی استفاده کنندگان معلول کتابخانه و محدودیتهای جسمانی آنها که بایستی مورد توجه قرار گیرد .

رسالت بخش مرجع کتابخانه

رسالت بخش مرجع کتابخانه آن است که با تنوع خدمات خود مواد کتابخانه و استفاده کنندگان بالقوه از کتابخانه را آنگونه بهم نزدیک کند که نیازهای اطلاعاتی به گونه ای موثر بر آورده شود. خدمات مرجع حضوری در تمام ساعاتی که کتابخانه باز است ارائه می شود. در ساعات تعطیلی کتابخانه پرسشهای مطرح شده از طریق پست الکترونیکی دریافت و در روز بعد پاسخ داده می شود. برای ارائه خدمات با کیفیت تعداد کافی کتابدار مرجع حرفه ای در بخش مرجع به خدمت می پردازند.

کارکنان بخش مرجع

کارکنان شاغل در بخش مرجع به عنوان رابطی بین منابع کتابخانه و مراجعان عمل می کنند

برای چنین کاری با اهمیت است که کارکنان این بخش:

الف) از دانش مربوط به مواد و خدمات کتابخانه برخوردار باشند.

ب) صمیمانه و به گونه ای حرفه ای پذیرای مراجعان باشند.

پ) بتوانند به گونه ای موثر با مردم به تبادل پیام بپردازند.

ت) برای پرداختن به پرسش های محرمانه یا حساس از خرد و احتیاط لازم برخوردار باشند.

ث) برای قضاوت و تفسیر سیاست ها و خط مشی ها در رسیدگی به موقعیت های استثنایی متبحر باشند

بخشهای کتابخانه

الف - بخش خدمات فنی

۱- مجموعه سازی

۲- سازماندهی مواد

ب - بخش خدمات عمومی

۱- مرجع

۲- امانت

۳- آذیراکس

ج - بخش مجلات

۱- مجلات فارسی و لاتین

۲- خبرنامه ها و بولتن های سازمانهای داخلی و بین المللی

۳- گزارشهای دوره ای سازمانهای مختلف دولتی

۴- روزنامه ها

د - بخش دیداری - شنیداری (سمعی و بصری)

خدمات فنی بخش

- مجموعه سازی

انتخاب ، سفارش و فراهم آوری منابع اطلاعاتی و نیز بهنگام نمودن این منابع با توجه به نیاز محققان، متخصصان و همچنین بهنگام نمودن منابع از طریق کارگزاران ، نمایشگاههای داخلی و بین المللی کتاب ، و همکاری و ارتباط با ناشر داخلی و خارجی و سازمان بین المللی از جمله وظایف بخش مجموعه سازی است .
تهیه منابع در کتابخانه به روشهای زیر انجام می گیرد :

الف - خرید منابع بصورت ارزی

ب - خرید منابع بصورت ریالی

ج - خرید منابع از طریق کوپن یونسکو

د - مبادله یا اهدا

- ۲ سازماندهی مواد

فهرست نویسی کتابها و مواد دیداری - شنیداری ، نمایه سازی اسناد و مدارک طرحهای آماری ، ورود اطلاعات به کامپیوتر ، برگه آرایی و آماده سازی منابع در این بخش انجام می گیرد.

در حال حاضر بعضی از کتابخانه به طور همزمان از هر دو سیستم دستی و رایانه ای استفاده می کنند . نرم افزار مورد استفاده در بعضی از کتابخانه ها ، نرم افزار سیمرغ نام دارد که یک سیستم جامع اطلاع رسانی در شبکه های گسترده WAN است و از قابلیت بالایی در ذخیره سازی و بازیابی اطلاعات برخوردار می باشد .

اطلاعات کلیه منابع کتابخانه ها وارد این بانک اطلاعات شده و با توجه به قرار گرفتن اطلاعات کتابخانه بر روی شبکه جهانی اینترنت امکان کاوش منابع کتابخانه بدون حضور در محل نیز میسر می باشد .

بخش خدمات عمومی:

۱- مرجع

هدف از ارائه خدمات مرجع ، کمک به مراجعه کننده برای دستیابی به اطلاعات مورد نظر وی است . خدمات مرجع بعنوان مهمترین واحد تخصصی موظف به پاسخگویی به مراجعان در زمینه کلیه منابع گردآوری شده در کتابخانه می باشد . آگاهی در زمینه منابع موجود در کتابخانه مرکز و سایر مراکز تخصصی ، یاری رساندن به مراجعین جهت جستجو در رایانه و برگه دان کتابخانه و یافتن اسناد و مدارک مورد نیاز و استفاده از منابع مرجع از جمله وظایف این بخش می باشد .

بخش خدمات عمومی

۲- امانت

بخش امانت با توجه به آیین نامه کتابخانه انجام وظیفه می کند و راهنمایی کلی مراجعان در بدو ورود به کتابخانه را نیز عهده دار است . صدور کارت عضویت ، ورود اطلاعات مربوط به اعضاء و ورود اطلاعات مربوط به امانت و بازگشت کتابها در پایگاه امانت نرم افزار کتابخانه از دیگر وظایف این بخش به شمار می رود .

بخش خدمات عمومی

۳- زیراکس

اکثریت قریب به اتفاق مراجعانی که برای کسب اطلاعات به کتابخانه ها مراجعه می نمایند نیاز به تهیه فتوکپی از منابع مورد نیاز خود دارند و با توجه به اینکه بیشتر منابع کتابخانه حاوی داده های آماری و اعداد و ارقام می باشد ، ارائه خدمات زیراکس نقش عمده ای در رفع نیازهای مراجعان ایفا می کند و این بخش جزء فعالترین بخشهای کتابخانه ها محسوب می شود .

بخش مجلات

این بخش در برگیرنده منابع زیر است :

- ۱ مجلات فارسی و لاتین

- ۲ خبرنامه ها و بولتن های سازمانهای داخلی و بین المللی

- ۳ گزارشهای دوره ای سازمانهای مختلف دولتی

- ۴ روزنامه ها

بخش دیداری - شنیداری (سمعی و بصری)

این بخش ، وظیفه گردآوری ، سازماندهی و اشاعه مواد غیرچاپی مانند عکس ، نقشه ، پوستر ، نمودار ، اسلاید ، میکروفیلم ، میکروفیش ، فیلم ویدیویی ، فلاپی ، دیسک فشرده ، نوار کاست و ... را برعهده دارد . مجموعه عکسها ، فیلم های ویدیویی و ... مربوط به فعالیتهای نیز در این بخش نگهداری می شود . بیشتر مواد این بخش را اطلاعات آماری ارائه شده توسط سازمانهای داخلی و بین المللی و کشورهای مختلف دنیا در قالب نمودار ، میکروفیلم ، دیسک فشرده و ... تشکیل می دهند .

در راستای وظیفه آموزشی کتابخانه ها ، باید بخش دیداری - شنیداری عنوان فیلم ویدیویی ، دیسک فشرده و نوار کاست آموزش زبان انگلیسی ، آموزش نرم افزارهای کامپیوتری و ... را گردآوری نماید که با استفاده از تجهیزات موجود در این بخش (رایانه ، ویدیو ، تلویزیون ، ضبط صوت و ...) اعضای کتابخانه بتوانند از آنها بهره برداری نمایند . کاوش رایانه ای نمایه نشریات که حاوی اطلاعات کتابشناختی کلیه مقالات ، مجلات و کتابهای معتبرحوزه های مختلف در دنیاست از مهمترین خدمات اطلاع رسانی این بخش به مراجعان می باشد .

یکی دیگر از کاربردی ترین بانکهای اطلاعاتی موجود در این بخش ، بانک اطلاعاتی نمایه است که حاوی اطلاعات مربوط به کلیه مقالات مندرج در مجله ها و روزنامه های فارسی می باشد و قابلیت جستجو از طریق عنوان ، نویسنده ، موضوع و ... را دارد .

خدمات بخش ادواری

بسته به نوع و اندازه کتابخانه خدمات زیردر بخش ادواری ها انجام می شود:

• استفاده از ادواری ها در سالن کتابخانه

• خدمات مرجع

• خدمات تحویل مقاله

• خدمات امانت ادواری ها

• خدمات تکثیر مقاله

• خدمات ترجمه

• خدمات آگاهی رسانی جاری

• خدمات نمایه سازی و چکیده نویسی

خدمات چکیده نویسی

به دلیل حجم عظیم انتشارات در همه شاخه های علوم تحلیل موضوعی متون چاپ شده بسیار با اهمیت گشته است. استخراج محتوای مدرک، تهیه چکیده ای از آن تحلیل موضوعی و بازیابی مدرک را تسهیل می نماید. چکیده ها با ارجاع ها و توصیف های کتابشناختی همراه بوده و ردیابی مدارک را ممکن می سازند .

موسسه های چکیده نویسی بزرگ چکیده نامه هایی درحوزه های موضوعی گوناگون تهیه می کنند. این چکیده ها به پژوهشگران و متخصصان کمک می نماید که درباره مرتبط بودن مقاله با نیاز اطلاعاتی خود تصمیم بگیرند. همچنین تصمیم بگیرند که آیا مقاله اصلی را تهیه کنند یا تنها به مطالعه چکیده ای از آن بسنده نمایند .

خدمات نمایه سازی ادواریها

نمایه نامه نوعی نشریه ادواری است که به طور منظم و ساخت یافته محتوای ادواری ها و یا سایر مدارک را در حوزه های موضوعی خاص نمایه می کند. موسسه های خدمات نمایه سازی که معمولاً سازمان های علمی یا شرکت های تجاری در زمینه های تخصصی هستند نمایه نامه ها را تهیه و منتشر می کنند .

بخش ادواری ها باید به موازات اشتراک مجله های مورد نیاز کاربران خود تعدادی از چکیده نامه و نمایه نامه های مهم و معتبر مرتبط با مجله های اشتراکی را خریداری کند. به طور معمول چکیده نامه ها و نمایه نامه ها جزو منابع ادواری محسوب می شوند که به صورت ماهانه یا فصلنامه انتشار می یابند از این رو باید آنها را نیز مشترک شد .

خدمات ترجمه

برای کاربرانی که زبان خارجی خاصی را نمی دانند کتابخانه می تواند امکان ترجمه صفحات فهرست مندرجات ادواریها ، چکیده ها و یا اصل مقاله را فراهم کند.

این امر باید با هزینه افراد متقاضی و با استفاده از کارشناسان در حوزه مربوطه که تسلط کافی به زبان خارجی دارند انجام گیرد. پرونده مخصوص مترجمان باید در بخش ادواری ها موجود باشد این پرونده شامل نام و نشانی و حوزه ی موضوعی و زبانی که آنها تخصص دارند و نیز یک نمایه الفبایی بر اساس هریک از این موارد است. در صورت مراجعه کاربران و درخواست ترجمه می توان نام و نشانی مترجمان مورد نظر را به آنها ارائه داد البته کمتر کتابخانه ای این نوع خدمات را به کاربران خود ارائه می دهد .

تهیه فهرست مندرجات

این امر به این صورت انجام می گیرد که یک فتوکپی از فهرست مندرجات هر شماره از نشریه های دریافتی تهیه شده و در تابلو اعلانات کتابخانه نصب یا بین کاربران علاقمند توزیع می شود. این ساده ترین شکل ارائه خدمت می باشد. کتابخانه می تواند خدمات فهرست مندرجات را به طور منظم و بر اساس علائق افراد و به صورت ماهانه ارائه دهد. در این صورت در پایان هر ماه از همه مجلات تازه دریافتی فتوکپی تهیه شده و در قالب یک یا چند نسخه به شکل یک نشریه و با عنوان مشخص برای افراد ارسال می شود .

با توجه به افزایش انتشارات در دهه های اخیر و نیاز پژوهشگران برای دسترسی سریع و گسترده به اطلاعات واضح است که روش های آگاهی رسانی به شیوه های معمول دیگر کافی نیست در این زمینه خدمات آگاهی رسانی جاری به صورت پیوسته (online) و ازسوی ناشران و کارگزاران انجام می پذیرد.

خدمات تحویل مقاله

این برنامه که چندین دهه است از طریق مرکز تهیه مدارک کتابخانه بریتانیا مرکز پخش مقاله های موسسه UMI و موسسه ی اطلاعات علمی انجام می گیرد از دهه ۱۹۹۰ عمومیت بیشتری یافته است.

مرکز تهیه مدارک کتابخانه بریتانیا نقش مهمی را در خدمات تحویل مدرک در سطح بین المللی ایفا می کند. این کتابخانه هر ساله با بیش از پنجاه هزار ادواری و حدود یک میلیون میکروفرم به بیش از سه میلیون متقاضی پاسخ می دهد.

امروزه کتابخانه های بزرگ ، بنگاه های کتابشناختی ، کارگزاران و فروشندگان نشریه ها در این طرح ها مشارکت دارند. امروزه خدمات تحویل مقاله به متقاضیان از طریق اینترنت نیز امکان پذیر می باشد .

استفاده از ادواری ها در سالن کتابخانه

الف) دسترسی مستقیم

با ورود به سالن کتابخانه ، افراد می توانند آزادانه قفسه های مجله ها را مورد بازدید قرار داده و منابع مورد نیاز خود بیابند .

ب) دسترسی کنترل شده

برخی کتابخانه ها ، دوره های گذشته ادواری ها را که معمولاً صحافی شده است در سالن یا انبار جداگانه ای قرار می دهند کاربران می توانند با راهنمایی کتابدار از مجموعه دوره های گذشته استفاده کنند .

خدمات امانت ادواری ها

کتابخانه‌ها معمولاً ادواری‌ها را به امانت نمی‌دهد بلکه تمایل دارند از آنها در داخل کتابخانه استفاده شود. آنها برای این کار دلایل زیر را ارائه می‌کنند: کاربران معمولاً یک مقاله از یک نشریه و یا چند مقاله از یک مجله صحافی شده را لازم دارند و می‌توانند آن را در کتابخانه مطالعه نموده یا کپی مقاله را تهیه کنند.

شماره‌های گذشته نشریه‌ها معمولاً قابل جایگزین نیست و چنانچه گم شود و یا آسیب بیند نمی‌توان جای آن را پرکرد

چون شماره‌های جدید نشریه‌ها معمولاً بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد احتمال خراب شدن و گم شدن آنها نیز بیشتر است. گم شدن این پاینده‌ها می‌تواند مشکلاتی را برای کاربران و کارکنان بخش ادواری بوجود آورد.

کتابخانه‌های مهم ایران

کتابخانه ملی ایران

در سال ۱۲۴۸ قمری برابر با ۱۲۳۱ شمسی با افتتاح دارالفنون کتابخانه‌ای برای آن در نظر گرفته شد. مجموعه این کتابخانه بعداً به کتابخانه عمومی معروف گردید هسته اولیه کتابخانه ملی را تشکیل می‌دهد. در سال ۱۳۱۶ قمری برابر با ۱۲۷۷ شمسی در کنار کتابخانه دارالفنون کتابخانه دیگری به نام کتابخانه ملی به وجود آمد. در سال ۱۳۲۱ هجری دو کتابخانه در هم ادغام شدند و به نام کتابخانه عمومی معارف آغاز به کار کرد. در سال ۱۳۱۶ شمسی ساختمان کوچکی که در ابتدا برای موزه ایران باستان در نظر گرفته شده بود با گرفتن مجموعه کتابخانه عمومی معارف به نام کتابخانه ایران گشایش یافت.

کتابخانه ملی ایران زیر نظر مستقیم ریاست جمهوری و طبق مقررات اساسنامه‌ای کتابخانه ملی اداره می‌شود و از جمله وظایف کتابخانه ملی ایران عبارتند از: گردآوری، حفظ و نگهداری سازمان‌دهی و اشاعه اطلاعات مربوط به آثار مکتوب (چاپی و خطی) و غیر مکتوب در ایران و یا متعلق به ایرانیان خارج از کشور و تدوین شناس ملی ایران.

فهرست کتابخانه ها و مراکز پژوهشی داخل کشور

• کتابخانه ملی ایران

• کتابخانه مرکزی دانشگاه تربیت مدرس

• کتابخانه دانشکده علوم دانشگاه تهران

• کتابخانه دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران

• کتابخانه دانشکده علوم اجتماعی

• کتابخانه آستان قدس رضوی

• کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی

• کتابخانه مرکزی دانشگاه صنعتی شریف

• کتابخانه مرکزی دانشگاه صنعتی امیرکبیر

• کتابخانه مرکزی دانشگاه خواجه نصیر الدین طوسی

• کتابخانه مرکزی دانشگاه علم و صنعت ایران

• مرکز اطلاع رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد

• کتابخانه منطقه ای علوم و تکنولوژی شیراز

• کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد دانشگاه گیلان

فهرست کتابخانه ها و مراکز پژوهشی خارج کشور

• کتابخانه کنگره ایالات متحده <http://www.loc.gov>

• کتابخانه بریتانیا <http://www.bl.uk>

• کتابخانه ملی فرانسه <http://www.bnf.fr>

• کتابخانه ملک فهد <http://www.kfml.org.sa>

• کتابخانه اسکندریه مصر <http://www.bibalex.org>

• کتابخانه ملی پزشکی ایالات متحده <http://www.nlm.nih.gov>

• کتابخانه ملی کشاورزی ایالات متحده <http://www.nal.usda.gov>

• کتابخانه ملی استرالیا <http://www.nla.gov.au>

انجمن های تخصصی کتابداری و اطلاع رسانی ایران

- انجمن کتابداری و اطلاع رسانی ایران

<http://ilisa.ir>

- انجمن کتابداری و اطلاع رسانی پزشکی ایران

<http://imlan.net>

- انجمن علمی-دانشجویی کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه تهران

<http://liber.ir>

انجمن های تخصصی کتابداری و اطلاع رسانی جهان

-انجمن کتابداران آمریکا <http://www.ala.org>

-فدراسیون بین المللی انجمن ها و موسسات کتابداری و اطلاع رسانی <http://www.ifla.org>

-انجمن فناوری و اطلاع رسانی آمریکا <http://www.asis.org>

-انجمن کتابداران انگلیس

-انجمن کتابخانه های اختصاصی

-انجمن کتابداری موسیقی

-انجمن کتابداران پزشکی

-انجمن کتابداران کانادا

-انجمن کتابداری و فناوری اطلاعات

-انجمن کتابداری هنر و تئاتر

-اتحادیه بین المللی کتابداران آموزشگاهی

-انجمن کتابداران استرالیا

-انجمن آموزشهای کتابداری و اطلاع رسانی