" یا هو "  
دانشگاه جامع علمی کاربردی  
واحد فرهنگ و هنر ارومیه  
مبانی اطلاع رسانی و کتابداری  
مدرس : شفیع بهرامیان  
بخش اول  
  
(1) اصول و مبانی ارتباطات  
  
اهمیت وسایل ارتباط جمعی  
مفاهیم ارتباطات وانواع آن  
وسایل ارتباطی نوین  
ویژگیهای وسایل ارتباط جمعی  
مهارتهای برقراری ارتباط اجتماعی  
آشنایی با فعالیت و مدیریت وسابل ارتباطی در جهان  
  
تعاریف ارتباطات  
در فرهنگ لغات وبستر«Communication» عمل بخشیدن انتقال دادن،آگاه ساختن،مکالمه و مراوده 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،،مراوده،اخبارمکاتبه، سرایت،راه ابلاغ وانتقال  
ارتباط فراگرد انتقال معنی بین دو فرد است. ” رایت“  
ارتباط عبارت است ازفراگرد انتقال اطلاعات با وسایل ارتباطی گوناگون از یک نقطه ، یک شخص یا یک دستگاه به دیگری . ” دنیس لانگلی و میشل شین“  
ارتباط عبارت است ازفراگرد انتقال اطلاعات، احساسها،حافظه هاو فکر ها در میان مردم . ” اسمیت “  
فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده به گیرنده ، مشروط برآنکه در گیرنده پیام، مشابهت معنی به معنی موردنظر 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 ازفراگرد 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 مشترك یا عمومی مشتق می شود . ما در صدد هستیم كه وجه اشتراكی بین خودمان و افرادی كه در صدد برقراری ارتباط با آنها هستیم ، بیابیم . هدف ارتباط ، رسیدن به نتایج دلخواه است.  
ارتباط یك فرآیند است و لذا پویا ، روان ، متحرك و همیشه در تغییر است . پس ساكن نیست .   
برخی نكات اصلی این فرآیند عبارتند از :  
1 ـ ارتباط ، عبارت از انتقال و اشتراك معانی است . معانی ، ممكن است عقاید ، تصویرها یا اندیشه هایی باشند كه به صورت سمبل ( مثلاً نوشتاری ، گفتاری ، موسیقی ، لباس ، دود ، هنر و …….. ) بیان می شوند .   
2 ـ سمبلهای مورد استفاده ، به خودی خود دارای معنی نیستند . واژه ها یا همه سمبلهایی كه ما برای انتقال پیامهایمان استفاده می كنیم ، بخودی خود دارای معنی نیستند ، این مردمی كه از آنها استفاده می كنند هستند كه به آنها معنی می دهند .  
3 ـ ارتباط بدون درك ممكن نیست . این یك نكته كلیدی دیگر در فرآیند است . درك عبارت است از فرآیند ایجاد تاثیر از چیز ( یك فرد ، یك واقعه یا هر محركی كه 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 ونماد 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 ورونده ، ورود فردی باچتر ودانستن 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 وخود بخودی . به اینها نماد می گویند ( بوق های سه گانه تلفن، عصای سفید، مارش نظامی از رادیو ، درجات نظامی،...)   
  
سمبل وزبان  
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 انها ما فکر می کنیم.  
  
دقت کنید :  
چهار كس را داد مردی یك درم آن یكی گفت این به انگوری دهم  
آن یكی رومی بگفت : این قیل را ترك كن، خواهیم استافیل را  
آن یكی دیگر عرب بد گفت ، لا من عنب خواهم نه انگور، ای دغا  
آن یكی ترك بد و گفت این بنم من نمی خواهم عنب خواهم ازوم  
در تنازع، آن نفر جنگی شدند كه زسر نامها غافل بدند  
مشت بر هم می زدند از ابلهی پر بدند از جهل و از دانش تهی  
  
کهکشانهای ارتباطی M. Mackluhan  
مک لوهان دانشمند کانادایی معتقد است که ارتباطات حیات بشری را به سه دوره( کهکشان ) تقسیم کرده است:  
کهکشان شفاهی (ازآغاز حیات بشر تا اختراع چاپ 1436م)  
کهکشان گوتنبرگ (اختراع چاپ در 1436 تا ساخت رادیو1896م)  
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،شهرومنطقه 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 ـ دسترسی به گروه مخاطب  
ارتباط نمی تواند مؤثر باشد مگر این كه در گروه مخاطب خود شنیده و یا دیده شود . ممكن 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 شكست می شوند .   
این امر مستلزم مطالعه گروه مخاطب برای درك این مسئله است كه عادات شنیداری و خواندنی آنان چه می باشد . ) مخاطب شناسی )  
مرحله دوم ـ جلب توجه مخاطب  
هر ارتباطی باید توجه را به نحوی جلب كند كه مردم برای گوش كردن و یا خواندن آن تلاش كنند .  
مثالهایی از شكست ارتباطی در این مرحله عبارتند از :  
رد شدن از كنار پوستر بدون زحمت دادن به خود برای نگاه كردن به آن  
توجه نكردن به صحبت بهداشتی یا نمایش عملی در كلینیك  
در هر موقعیت زمانی ، حدود وسیعی از اطلاعات را از طریق پنج حس مان یعنی لامسه ، بویایی ، بینایی ، شنوایی و چشایی دریافت می كنیم . توجه روندی است كه به وسیله آن فرد ، بخشی از این مجموعه پیچیده را برای دقت و تمركز انتخاب می كند .  
مرحله سوم ـ فهمیدن پیام ( درك )  
به محض آنكه توجه فرد به پیام جلب شود ، سعی به درك آن می كند .  
درك واژگان برای فهمیدن پیامهای بصری نوشتاری و درك تصویری برای فهمیدن تصاویر بكار میرود . درك كردن ، روندی كاملاً ذهنی است ( دو نفر ممكن است یك پیام رادیویی یكسان را بشنوند و پیام آن را كاملاً متفاوت از آنچه كه فرستنده قصد داشته ،فهمیده و درك كنند ) .   
سوء تفاهم می تواند بسادگی درموقعیتی رخ دهد كه از زبان پیچیده ،كلمات نا آشنا و تكنیكی 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 كنند   
مرحله چهارم ـ ارتقاء و تغییر ( پذیرفتن )   
یك ارتباط نباید فقط دریافت و یا فهمیده شود بلكه باید مورد قبول واقع و به آن معتقد شد .   
تغییر باورها موقعی كه جدیداً كسب شده باشد ، آسانتر هستند . تاثیر و نفوذ بر باوری كه مدت طولانی وجود دارد و یا مردم نسبت به آن كاملاً اعتقاد یافته باشند مشكل تر است .   
معمولاً ارتقاء یك باور موقعی كه تاثیر آن بتواند براحتی نشان داده شود ، ساده تر است .  
مرحله پنجم ـ ایجاد یك تغییر در رفتار  
ارتباط ممكن است منتج به تغییر باورها و نگرش شود اما هنوز بر رفتار، تاثیر و نفوذ نداشته باشد . این امر موقعی می تواند رخ دهد كه ارتباط بر باوری هدف گیری نكرده تا بیشترین تاثیر بر نگرش مردم در جهت رفتار را داشته باشد .   
دلیل دیگری كه یك فرد ممكن است رفتاری را از خود نشان ندهد فقدان عوامل توانمند ساز مثل پول ، وقت ، مهارتها یا خدمات بهداشتی و نقش فرهنگ ، اعتقادها 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 ازجمله: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 تعدادفراوانی از افراد در آن واحد.  
رساندن اطلاعات،ایده هاوبرداشتهااز 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 ( كه مولد پیامها است ) مؤثر است .   
برخی از این عوامل عبارتند از:  
مهارتهای ارتباطی ( توانایی صحبت كردن و شنیدن )  
برخورداری از تسلط و معلومات كافی و عقاید صحیح نسبت به موضوع   
باور داشتن، همنوایی و همدردی با مخاطبین   
رفتار و عملكرد او نسبت به موضوع   
  
ب- پیام، محتوی  
پیام ، نظری است كه مبادله می شود .  
پیام ممكن است به اشكال زیر منتقل شود :  
انتقال دانش و اطلاعات ،   
انتقال نگرش ، تشویق ، انگیزه دادن   
انتقال مهارت ، تصحیح اشتباهات   
پیامها را می توان به صورت غیر كلامی هم بیان كرد : مانند تن صدا ، حركات بدن ، حركات و اشكال دستها و صورت و تصاویر   
ج - گیرنده  
گیرنده فرد یا افرادی هستند كه با آنها صحبت می شود و پیام منتقل شده را تفسیر می كند   
برای اینكه یك ارتباط مؤثر داشته باشید باید :  
مخاطبانتان را بشناسید . شنوندگان یا دریافت كنندگان شما ، چه كسانی هستند ؟ آنها پیر هستند یا جوان ؟ مجرد هستند یا متأهل ؟ به چه زبانی صحبت می كنند ؟   
قدرت یادگیری آنها را بشناسید.سطح تحصیلات آنها چیست ؟ میزان اطلاعات آنها در مورد موضوع چیست ؟   
علایق ، نگرش ها و ارزشهای آنها را بشناسد. ارزشهای آنها در مورد موضوع چیست ؟   
د - اثرات  
اثرات عبارت از تغییراتی است كه بدنبال انتقال پیام شما در دریافت كننده روی می دهد.اثرات در دو دسته اصلی تقسیم بندی می شوند   
گروه اول :  
تاثیرات کوتاه مدت  
تاثیرات بلند مدت  
گروه دوم :  
تغییر در دانسته های دریافت كننده   
تغییر در احساسات و عقاید مراجعه كننده   
تغییر در اعمال و رفتار یك دریافت كننده   
ه- اهداف  
هدف ، منظوری است که ارتباط برای تامین آن انجام می شود.  
هدف ممكن است به اشكال 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 ،ممكن است یكی از تغییرات فوق الذكر باشد . تلاشهای شما در برقراری ارتباط ممكن است موجب ایجاد هر یك از تغییرات بالا شود .   
و - موقعیت  
ارتباط ، درموقعیت های متفاوت انجام می شود .   
فضا ( باز و بسته و...)  
زمان ( شب ، روز،صبح ، عصرو...)  
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 - TVو...)  
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 د رمورد 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.  
فید بک مثبت: موجب تقویت عقاید و تشویق اعمال مثبت می شود.  
فیدبک منفی: باعث درک بهترفرد از وضعیت می شود تا درمورداعمال و رفتارش بیاندیشد 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 ومبهم  
• 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 دریک مقطع زمانی می شود.ودر 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 قرارمی 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 دیکری 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 7 درصد از مجموع ارتباطات با آن انجام می شود  
- تک حسی – تنها حس شنوائی 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  
- 93 درصد از مجموع ارتباطات را شامل می شود  
- 33 درصد لحن و تن صدا  
- 55 درصد رفتارهای غیر کلامی  
- جنبه های نگرشی قوی دارد  
- همیشه معتبر تر ، قابل اطمینان تر   
  
اشکال ارتباطات غیر کلامی  
• ارتباط چشمی ( 30 ثانیه اول، بیان دردها و احساسات، علاقمندی ، شوق وقصدها 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 درآن احساس آرامش کند، دوری و نزدیکی و...)  
• بیان صورتی ( تغییرحالات 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 کسیدن ، با زبات 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 گروهای وسیع، پیام باید بخوبی تهیه و ارسال شود  
محدودیت های فردی : کم توانی و ناتوانی ها ؛ تفاوتهای هوشی و آموزشی   
سایر موارد برای موانع ارنباطات 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 راهنمائی  
• بیان کردن یک تغییر  
• ساخت وارائه یک برنامه  
• شرکت در جلسات  
• برقراری ارتباط با ماموریت ، دیدگاه و ارزشهای سازمانی  
چه چیزهائی می تواند مانع به اشتراک گداردن ایده ها و افکار شود ؟  
1. خجالتی بودن شما  
2. ترس از رد شدن  
3. فشار همگروه ها  
4. سایر چیزهائی که می تواند باعث حالت دفاعی شود  
5. ناتوانی های جسمی و ذهنی و روانی  
6. ارتباط با افراد نتد خو و عصبی  
7. فیلترهای ارتباطی  
8. فشار درونی  
9. فقدان مهارت گوش دادن  
10. دشواری های جسمی   
11. انتخاب در شنیدن  
12. پیش پنداشت ها  
13. ارزیابی شتاب زده  
14. نتیجه گیزی عجولانه  
15. پیش داوری  
16. حواس پرتی  
17. بی توجهی  
18. 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 راه های متعدد ار تباطی استفاده کند ؛تنوع ارتباطی بیشترخواهد بود .  
اگر دیدگاه های فرستنده پیام و گیرندگان ؛ هما هنگ باشد ؛ ارتباط موثرتر خواهد بود .  
زمانی که از فرایند بحث برای تصمیم گیری استفاده می شود ؛ ار تباط تاثیرکارا تری بر رفتا ر و نگر ش های گر وهی دارد   
زمانی که فرستنده و گیرنده پیام در موقعیت هایی قرارمی 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 مطا بقت داشته باشند ؛ اثر بخشی ارتباط بیشتر است.  
نکاتی در برقراری ارتباط اگر فرستنده پیام به شبا هت ها و تفاوتهای فردی ؛ اجتماعی ؛ و معلو ما ت و سن خود و گیرندگا ن تو جه نماید ؛ارتبا ط موثرتر خو اهد شد .  
اگر فرستنده پیا م به ویزگی های شخصیتی خود و گیرندگا ن پیا م تو جه کند ؛ تا ثیر ار تباط بیشتر است .  
اگر فرستنده پیام های کلامی و اشا رات غیر کلا می فر ستنده پیام ؛ یکد یگر را تقویت کنند ؛ ار تباط ؛اثر بخشی بیشتری خواهد داشت   
توانایی برقراری ار تباط شفاهی با فرزندان نه فقط دست ما یه او لیه پدر و مادر است بلکه جزء اولین ابزار های یک مر بی نیز می باشد ؛ تحقیقا ت نشا ن می دهد که تقریبا ۵۰ تا 93در صد ازاوقا ت روزانه انسا ن صرف ارتبا ط های اجتما عی و آن هم به شکل شفا هی 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 كه مخاطب بتواند به آن دسترسی یابد . آرایش و جایابی ( پیام ) بسته به مخاطب ، پیچیدگی پیام و هدف از شبكه های بین فردی و اجتماعی تا بیلبردها و پیامهای ارتباط جمعی طراحی شده برای ساعات پر بیننده تلویزیونی یا رادیویی تا دكه های عمومی رسانه های چاپی و الكترونیك و تا اینترنت بسیار متفاوت می باشد .  
توازن: پیام در مكان مقتضی ، مزایا و مخاطرات اقدامات بالقوه را منعكس سازد یا تفاوت ها و چشم انداز معتبر مباحث را مشخص سازد .  
پایداری: ساختار درونی پیام با گذشت زمان غیر قابل انكار باشد و در قبال اطلاعاتی كه از سایر منابع كسب می شود نیز پایدار باشد . عبارت فوق ، وقتی كه 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   
متكی بر شواهد: شواهد علمی مناسب منتج از بررسی های جامع و تحلیل های همه جانبه برای تنظیم دستورالعمل های كاربردی ، سنجش اجرا ، بررسی معیار و تكنولوژی ارزیابی كاربرد ارتباطات مخابراتی سلامت  
رسیدن به گروه هدف: پیام به بیشترین تعداد ممكن از جمعیت گروه هدف برسد یا در دسترس آنها باشد .  
اعتبار : منبع پیام موثق و خود پیام منطبق با زمان باشد   
تكرار: ارائه / دسترسی به پیام تداوم یافته یا در طول زمان تكرار شود ، هم برای تقویت تاثیر بر مخاطبان معین و هم برای رسیدن به گروه جدید مخاطبان  
به موقع بودن: پیام هنگامی كه 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 .  
  
  
  
( فصل دوم )  
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 وآگاهی 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:  
1- هنر،   
2- فلسفه،   
3- علم   
دانش‌شناسی  
واژه دانش‌شناسی نخستین بار توسط دکتر هوشنگ ابرامی به کار برده شد. دکتر ابرامی واژه دانش‌شناسی را برای رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی به کار برد. در واقع، سه رکن اصلی دانش‌شناسی 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، نگاره ‌ها 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 خدمات‌مرجع  
• 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 وید یوئی  
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:  
1- آکتا دیورنا در امپراطوری روم قبل از میلاد مسیح  
2- وقایه المصریه نخستین در خاورمیانه 1828  
3- کاغذ اخبار نخستین در ایران 1839  
مجله  
نوعی ادواری است که با انتشار مقاله‌های عمومی یا علمی به گسترش واشاعه اطلاعات، دانش و نتایج پژوهش ها 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، روش شناسی، تجزیه و تحلیل داده‌ها، نتیجه گیری، فهرست منابع یا کتابشناسی.   
انواع مجله از لحاظ محتوا : عمومی – تخصصی  
انواع مجله از لحاظ دوره انتشار : گاهنامه- دوهفته نامه – هفته نامه- ماهنامه – فصل نامه – 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،‎ ‎فهرست نویسی،‎ ‎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 کتاب‌هاو 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 (2700 سال پیش با اختراع خط میخی نخستین کتابخانه های گلین را پایه گذاری کردند.)  
• بابلیان (قانون حمو رابی و کتابخانه پورسیبا)  
• آشوریان (حرفه ای شدن کتابداری توسط آشور بانیبال پادشاه آشور )  
• مصریان ( خط هیروگلیف و کاغذ پاپیروس )  
سواد رایانه ای  
سواد رایانه ای علم و توانایی شخص برای استفاده از رایانه ها و فناوری موثر می باشد.   
تعریف دقیق "سواد رایانه ای" از گروهی به گروهی دیگر می‌تواند تغییر نماید. عموما سواد (در قلمرو کتابها) براینکه شخص می‌تواند هر کتاب دلخواهی با زبان دلخواه بخواند و جستجو نماید واژه های جدید آنچنانکه آن واژه‌ها برای آن شخص نمایش داده شده است اشاره دارد.   
"سواد رایانه‌ای" غالبا توانایی استفاده بیشتر از چندین قابلیت ویژه (معمولا میکروسافت آفیس) می‌باشد که برای تکمیل تعریف مناسب از وظایف ساده اشاره دارد.   
جنبه های سواد رایانه ای  
  
جنبه های سواد رایانه ای 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 سی‌دی   
یک لوح گرد نوری است که برای انبار کردن داده‌های رقومی (دیجیتالی) بکار می‌رود. لوح فشرده در اصل برای کار با آواهای رقومی شده اختراع شده بود و همچنین به عنوان ابزار ذخیره و انبارش داده‌ها یا همان لوح فشرده فقط خواندنی)سی‌دی رام CD-ROM )هم استفاده می‌شود. هر سی دی حدود 260هزار صفحه تایپ شده و 19 ساعت صوت ظرفیت دارد.عمر تخمینی سی دی حدود 100 سال است.  
DVDلوح فشرده ایست که با سرعت بسیار بالا به بازیابی اطلاعات می پردازد و در برابر رطوبت،حرارت وضربه مقاوم است.دی وی دی ها مقاوم بوده و ظرفیت بیشتری نسبت به سی دی دارند.   
پایگاه داده‌ها یا دادِگان یا بانک اطلاعاتی   
• به مجموعه‌ای از داده‌ها با ساختار منظم و سامانمند گفته می‌شود. پایگاههای داده‌ها معمولاً در قالبی که برای دستگاه‌ها و رایانه‌ها قابل خواندن و دسترسی باشد ذخیره می‌شوند.   
• 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 كه ذخیره سازی و بازیابی داده‌های (فیلدها، ركوردها و فایل‌ها) سازمان را در پایگاه داده‌ها، كنترل می‌كند.   
• این سیستم، كنترل 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 كه 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  
PostregSQL  
DB2  
Microsoft Access  
  
اینترنت (The Internet)  
اینترنت را باید بزرگ‌ترین سامانه‌ای دانست که تا کنون به دست انسان طرّاحی، مهندسی و اجرا گردیده‌است. این شبکه عظیم جهانی، در ابتدا، با انگیزهٔ 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 شبکهٔ همگانی و جهانی درآمده ‌است. وابسته شدن تمامی فعّالیّت‌های 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 نحوهٔ تفکّر 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 ایستگاه های مخابراتی شرکتهای مختلف (که کامپیوتر های سویچ 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 کامیوتر ها –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 رساناها- کامپیوتر های ویژه و وسایل سوییچ 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 کامپیوتر ها 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 نا شناس است که همگی مالک تکه هایی از ان هستند.  
از ARPA net تا اینترنت  
ریشه های اینترنتی که امروزه میشناسیم به یک پروژه مربوط به سال 1969 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 یافتARPA 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 1993 با عرضه نرم افزار موزاییک mosaic که نخستین برنامه مرورگر وب گرافیکی بود به وجود امد.  
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 انها 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 ان پست الکترونیکی یا همان email است که یکی از ابزار های ارتباطی کار امد 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 شرکتها 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 کلّی می‌توان همهٔ رایانه‌ها را به دو دسته تقسیم کرد. سرویس‌گیرنده / سرویس‌دهنده  
یکی از استفاده‌های اینترنت شرکت در گروه‌های مختلف اینترنتی است مثل مجموعهٔ گروه‌های اینترنتی یاهو (Yahoo!). کسانی که می‌خواهند عضو این نوع گروه‌ها شوند باید یک ID در یاهو داشته باشند که این کار بسیار ساده‌ای است .گروه‌های یاهو به بخش‌های بسیار متنوّعی تقسیم می‌شود که در صفحهٔ اوّل یاهو گروپ( Yahoo! Group )دسته‌بندی‌های آن وجود دارد.  
سرویسهای اینترنتی  
بعضی از سرویس‌های پراستفاده و محبوب در اینترنت که بر اساس پروتکل‌ها کار می‌کنند عبارت‌اند از: پست الکترونیک، USENet، اشتراک گذاری فایل، World Wide Web، Gopher، WAIS،finger، 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 listو 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 برنامه های تلویزیون ماهواره ای 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 به‌وسیله 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 ارایه دهد.  
بیشترین زبانی که در اینترنت از آن استفاده می‌شود انگلیسی است.حدود 50 درصد اسناد علمی جهان نیزبه 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 وسوءاستفاده 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 درآن 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 می‌شود مانند پست الکترونیک. وب مخفف کلمه وب‌سایت (website) است. ‌سایت یعنی مکان و منظور از وب‌سایت صفحات مرتبط است.  
وب‌ شناسی   
وب‌شناسی علم جدیدی است که به مطالعه جنبه‌های 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 می‌‌پردازد.   
وب‌نوشت یا وبلاگ  
وب‌نوشت، وبلاگ یا تارنگار، یک وب‌گاه یا صفحاتی از یک وب‌گاه اینترنتی است که فرد یا افرادی در آن مطالبی را به ترتیب زمانی از جدید به قدیم می‌نویسند. معمولاً در انتهای هر مطلب، برچسب تاریخ و زمان، نام نویسنده و پیوند ثابت به آن یادداشت ثبت می‌شود. فاصلهٔ زمانی بین مطالب وب‌نوشت لزوماً یکسان نیست و زمان نوشته‌شدن هر مطلب به خواست نویسندهٔ وب‌نوشت بستگی دارد. مطالب نوشته شده در یک وب‌نوشت همانند محتویات یک وب‌گاه معمولی در دسترس کاربران قرار می‌گیرد. در بیشتر موارد وب‌نوشت‌ها دارای روشی برای دسترسی به بایگانی یادداشت‌ها هستند (مثلاً دسترسی به بایگانی بر حسب تاریخ یا موضوع).  
بعضی از وب‌نوشت‌ها امکان جستجو برای یک واژه یا عبارت خاص را در میان مطالب به کاربر می‌دهند.  
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 می­توانند به صورت پیوسته (آنلاین) اطلاعات, افکار، عقاید، یادداشت‌های شخصی، مقالات، عکس خود را به اشتراک بگذارند. (بهبهانی، 1382)   
از نقطه نظر کاربران، وبلاگ صفحه ای است با :  
1 -محتوای مرتب‌شده که مطالب آن به صورت متن، پیوند (لینک) و تصویر، با نظم تاریخی معکوس منتشر می شود.  
2 - برچسب زمان برای هر مطلب تا خواننده، زمان ارسال مطالب را بداند.   
3 -آرشیو مطالب قدیمی­ترکه به سادگی قابل دسترسی است .  
  
انگیزه ها، اهداف و کارکردهای وبلاگ‌نویسی درکتابداری  
1 -اهداف حرفه‌ای و تخصصی، یافتن منابع مرجع مناسب در وب نامرئی؛  
2- آگاهی از منابع جدید و روزآمد نگه‌داشتن دانش شخصی؛  
3 - وارد كردن كتابداران به دنیای جدید ابزار‌های فناوری اطلاعات؛  
4 - معرفی منابع ارزشمند؛  
5 - این كه كتابداران هر روز به اینترنت و وب سری بزنند؛  
6 - معرفی مجلات و نشریات جایگزین؛  
7 - به عنوان ابزار آگاهی‌رسانی جدید؛  
8 - فقط برای سرگرمی   
خدمات دهندگان رایگان   
• بلاگر از گوگلwww.blogger.com پرشین‌بلاگwww.prsianbloge.com   
• بلاگ‌اسکای www.blogsky.com   
• بلاگفاwww.blogfa.com   
• میهن بلاگwww.mihanblog.com   
• بلاگ‌های ایران جوان www.irxblog.com   
• ریواس بلاگwww.rivasblog.com   
• ام جی بلاگ www.mg-blog.com   
• حقوقدان www.hoqooqdan.com   
  
موتور جستجو یا جویشگر  
به طور عمومی به برنامه‌ای گفته می‌شود که کلمات کلیدی را در یک سند یا بانک اطلاعاتی جستجو می‌کند. در اینترنت به برنامه‌ای گفته می‌شود که کلمات کلیدی موجود در فایلهاو سندهای وب جهانی، گروههای خبری، منوهای گوفر و آرشیوهای FTP را جستجو می‌کند.  
برخی از موتورهای جستجو برای تنها یک وب‌گاه اینترنت به کار برده می‌شوند و در اصل موتور جستجویی اختصاصی آن وب‌گاه هستند که تنها محتویات همان وب‌گاه را جستجو می‌کنند.   
  
Google، ask، yahoo، msn، altavista،parseek   
ابر جستجوگرها  
این گونه جدید از موتورهای جستجوگر كه قدمت چندانی نیز ندارند از تركیب كردن نتایج حاصل از چندین موتورجستجوگر استفاده میكند.بدین معنی كه این موتور عبارت مورد نظر شما را در چندین موتورجستجوگر‍ِ جستجو میكند و نتایج آنها را با هم تركیب كرده و یك نتیجه كلی به شما ارائه می‌دهد.به‌عنوان مثال موتورجستجوگر" داگ پایل" از نتایج حاصل از موتورهای Google - Yahoo - MSN و ASK استفاده كرده و نتیجه حاصل را به شما می‌دهد.  
  
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  
©2006 Google  
  
نتایج بدست آمده از جستجوی کلمه ”بانک ملت“درگوگل  
  
Results 1 - 10 of about 169,000 for بانک ملت. (0.03 seconds)   
  
Description here. ... Bank Mellat Iran. Copyright © 2004 Bank Mellat Turkey Istanbul Main Branch.  
1- www.mellatbank.com/ - 10k - Cached - Similar pageswww.mellatbank.net1   
www.mellatbank.net/ - 1k - Cached - Similar pagesبانک ملت بانک شما 2-   
بانک ملت براي تامين امنيت بانکداري الکترونيک گام هاي اساسي برداشته است ...  
www.bankmellat.ir/ - 48k - Cached - Similar pagesتوضيحات مربوط به لينک بانک 3 ملت  
عنوان فارسى, بانک ملت. توضيحات .‮‮همگام با اجرای ... اداره کل خدمات رايانه اى بانک ملت3-   
www.aftab.ir/links/link.php?id=6670 - 49k - Cached - Similar pagesViktig information  
بانک • تجارت الکترونيک ... بانک ملت , بانک رفاه , بانک رفاه کارگران , بانک ملت , بانکداری-   
www.jokbazar.com/search.htm - 13k - Cached - Similar pagesبانك  
  
Result Page: 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Next  
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:   
1- توصیفی ( شامل نام مولف، نام کتاب، و ضعیت نشر،عنوان، صفحه ها و دیگر ویژه گیهای فیزیکی)   
2-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 (1851-1931 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 دیگرکه بنام روش اعشاری دهدهی 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 وحروف است و بنابراین قاعده،از 1تا999،9 شماره گذاری شده است. نشانه هایی که در این طبفه بندی بکار می روند عبارتند از:   
1- یک یا دو حرف بزرگ لاتین برای طبقه ها و تقسیمات اصلی  
2- ترکیبی از حروف و اعداد صحیح برای تقسیمات فرعی و اصلی . در این سیستم علوم به 20 رشته تقسیم و به هر رشته حرف یا حروفی براساس استاندارد اختصاص داده می شود.  
3- مثلا برای "دین اسلام" دو حروف (BP) اختصاص داده شده و تمام موضوع های مربوط به دین اسلام در 12 صفحه خلاصه شده و از شماره 1 تا 195 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 : (8ب2 . الف 7/282 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:   
1 . فهرست نویسی توصیفی   
2 . 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 یک کتابها و سند های کتابخانه می پردازند و پایه کار را بر شناسایی دقیق و درست پدیدآورندگان، عنوانهاوموضوعهای 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 برهمین 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 :   
1 .با دانستن نام مولف ، عنوان کتاب یا موضوع، به کتاب مورد نظر خود، دسترسی پیدا کند.   
2 . موضوعهای خاص و مشابه مورد نیاز خود را در کنار هم بیابند.  
3 . به همه آثار یک مولف، یک جا و زیر نام او، دسترسی یابد.  
4 . از ویژ گیهای آمده در برگه های کتاب ( مانند ویرایش، چاپ، محتوا، کتابنامه و غیره )، برای رسیدن به هدف خود و تصمیم گیری کمک بگیرد.( مجیدی : 1377)  
روش کار  
بدلیل راحتی کاراز حروف لاتین استفاده شده است.بعنوان مثال بدین ترتیب که دوحرف ابتدای نام لاتین تمامی رشته هایی که درمقطع کارشناسی ارشد ودکترا دانشجو دارد، انتخاب گردیده است. در مواردی که در دو یا سه حرف اول تشابه وجود دارد، مانند فیزیک وفلسفه (Phylosophy , Physics )، از سه حرف استفاده شده است. PHl 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 GEGبرای حغرافیا و GEL برای زمین شناسی.   
سپس بعد از این حروف با استفاده از اعداد طبیعی که از یک شروع می شود کد گزاری 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 :   
12 CH  
78 13   
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 نمایه سازی :  
1 - تعیین موضوع مدرک   
۲ - بازنمود مفاهیم مدرک به کمک توصیفگرهای اصطلاحنامه  
۳ - ثبت و ضبط اطلاعات   
۴ - بازبینی 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   
می توان مرجع‌شناسی را شامل شناخت منابع مرجع، بخش مرجع، کتابدار مرجع،کار مرجع و نهایتا 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 می کند. این منابع به دلیل استفاده همگانی و همیشگی معمولا امانت داده نمی‌شوند و در بخش مرجع نگهداری می شوند.   
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 می توان به سه گروه تقسیم کرد:  
الف ) خدمات مرجع پایه   
منظور خدمات مرجعی است که هر کتابخانه ای می کوشد تا به مراجعه کنندگان خود ارائه دهد و این حداقل خدماتی است که در بخش مرجع ارائه می شود.  
ب ) خدماتی که عموما ارائه می شود   
امانت بین کتابخانه ها  
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 زیررا 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 دانها و بایگانی های اطلاعاتی   
• کتابدار بخش مرجع باید بکوشد که مبادا 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 زیررا 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 درتمام 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 متبحرباشند   
  
بخشهای کتابخانه   
الف - بخش خدمات فنی  
1 - مجموعه سازی   
2 - سازماندهی مواد   
ب - بخش خدمات عمومی  
1 - مرجع   
2 - امانت   
3 - زيراکس   
ج - بخش مجلات   
1 - مجلات فارسی و لاتين   
2 - خبرنامه ها و بولتن های سازمانهای داخلی و بين المللی  
3 - گزارشهای دوره ای سازمانهای مختلف دولتی  
4 - روزنامه ها   
د - بخش ديداری - شنيداری (سمعی و بصری)  
خدمات فنی بخش  
1 - مجموعه سازی   
انتخاب ، سفارش و فراهم آوری منابع اطلاعاتی و نيز بهنگام نمودن اين منابع با توجه به نياز محققان، متخصصان و همچنين بهنگام نمودن منابع از طريق کارگزاران ، نمايشگاههای داخلی و بين المللی کتاب ، و همکاری و ارتباط با ناشر داخلی و خارجی و سازمان بين الملی از جمله وظايف بخش مجموعه سازی است . تهيه منابع در کتابخانه به روشهای زير انجام می گيرد :   
الف - خريد منابع بصورت ارزی   
ب - خريد منابع بصورت ريالی   
ج - خريد منابع از طريق کوپن يونسکو   
د - مبادله يا اهدا   
2 - سازماندهی مواد   
فهرست نويسی کتابها و مواد ديداری - شنيداری ، نمايه سازی اسناد و مدارک طرحهای آماری ، ورود اطلاعات به کامپيوتر ، برگه آرايی و آماده سازی منابع دراين بخش انجام می گيرد .  
درحال حاضر بعضی ازکتابخانه به طور همزمان از هر دو سيستم دستی و رايانه ای استفاده می کنند . نرم افزار مورد استفاده در بعضی از کتابخانه ها ، نرم افزار سيمرغ نام دارد که يک سيستم جامع اطلاع رسانی در شبکه های گسترده WAN است و از قابليت بالايی در ذخيره سازی و بازيابی اطلاعات برخوردار می باشد .   
اطلاعات کليه منابع کتابخانه ها وارد اين بانک اطلاعات شده و با توجه به قرارگرفتن اطلاعات کتابخانه بر روی شبکه جهانی اينترنت امکان کاوش منابع کتابخانه بدون حضور در محل نيز ميسر می باشد.   
  
بخش خدمات عمومی :  
1 - مرجع   
هدف از ارائه خدمات مرجع ، کمک به مراجعه کننده برای دستيابی به اطلاعات مورد نظر وی است . خدمات مرجع بعنوان مهمترين واحدتخصصی موظف به پاسخگويی به مراجعان در زمينه کليه منابع گردآوری شده در کتابخانه می باشد . آگاهی در زمينه منابع موجود در کتابخانه مرکز و ساير مراکز تخصصی ، ياری رساندن به مراجعين جهت جستجو در رايانه و برگه دان کتابخانه و يافتن اسناد و مدارک مورد نياز و استفاده از منابع مرجع از جمله وظايف اين بخش می باشد .   
بخش خدمات عمومی  
2 - امانت   
بخش امانت با توجه به آيين نامه کتابخانه انجام وظيفه می کند و راهنمايی کلی مراجعان در بدو ورود به کتابخانه را نيز عهده دار است . صدور کارت عضويت ، ورود اطلاعات مربوط به اعضاء و ورود اطلاعات مربوط به امانت و بازگشت کتابها در پايگاه امانت نرم افزار کتابخانه از ديگر وظايف اين بخش به شمار می رود .   
بخش خدمات عمومی  
3 - زيراکس   
اکثريت قريب به اتفاق مراجعانی که برای کسب اطلاعات به کتابخانه ها مراجعه می نمايند نياز به تهيه فتوکپی از منابع مورد نياز خود دارند و با توجه به اينکه بيشتر منابع کتابخانه حاوی داده های آماری و اعداد و ارقام می باشد ، ارائه خدمات زيراکس نقش عمده ای در رفع نيازهای مراجعان ايفا می کند و اين بخش جزء فعالترين بخشهای کتابخانه ها محسوب می شود .   
بخش مجلات  
اين بخش در برگيرنده منابع زير است :   
1 - مجلات فارسی و لاتين   
2 - خبرنامه ها و بولتن های سازمانهای داخلی و بين المللی  
3 - گزارشهای دوره ای سازمانهای مختلف دولتی  
4 - روزنامه ها  
بخش ديداری - شنيداری (سمعی و بصری)  
اين بخش ، وظيفه گردآوری ، سازماندهی و اشاعه مواد غيرچاپی مانند عکس ، نقشه ، پوستر ، نمودار ، اسلايد ، ميکروفيلم ، ميکروفيش ، فيلم ويديويی ، فلاپی ، ديسک فشرده ، نوار کاست و ... را برعهده دارد . مجموعه عکسها ، فيلم های ويديويی و ... مربوط به فعاليتها نيز در اين بخش نگهداری می شود . بيشتر مواد اين بخش را اطلاعات آماری ارائه شده توسط سازمانهای داخلی و بين المللی و کشورهای مختلف دنيا در قالب نمودار ، ميکروفيلم ، ديسک فشرده و ... تشکيل می دهند .   
در راستای وظيفه آموزشی کتابخانه ها ، باید بخش ديداری - شنيداری عنوان فيلم ويديويی ، ديسک فشرده و نوار کاست آموزش زبان انگليسی ، آموزش نرم افزارهای کامپيوتری و ... را گردآوری نماید که با استفاده از تجهيزات موجود در اين بخش ( رايانه ، ويديو ، تلويزيون ، ضبط صوت و ... ) اعضای کتابخانه بتوانند از آنها بهره برداری نمايند . کاوش رايانه ای نمايه نشريات که حاوی اطلاعات کتابشناختی کليه مقالات ، مجلات و کتابهای معتبرحوزه های مختلف در دنياست از مهمترين خدمات اطلاع رسانی اين بخش به مراجعان می باشد .   
یکی دیگر از کاربردی ترین بانکهای اطلاعاتی موجود دراین 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 ادوارى  
بسته به نوع و اندازه كتابخانه خدمات زيردر بخش ادوارى ها انجام مى شود :  
• استفاده از ادوارى ها در سالن كتابخانه  
• خدمات مرجع  
• خدمات تحويل مقاله  
• خدمات امانت ادوارى ها   
• خدمات تكثير مقاله  
• خدمات ترجمه   
• خدمات آگاهى رسانى جارى  
• خدمات نمايه سازى و چكيده نويسى  
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 سایرمدارک را در حوزه های موضوعی خاص نمایه می کند. موسسه های خدمات نمایه سازی که معمولا 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 موردنیاز 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 انتشارمی 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 درحوزه 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 نظررا 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 درتابلو 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. دراین 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 دراین 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 1990 عمومیت بیشتری یافته است.  
مرکزتهیه 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 ادوارى ها در سالن كتابخانه  
الف) دسترسى مستقيم   
با ورود به سالن كتابخانه ، افراد مى توانند آزادانه قفسه هاى مجله ها را مورد بازديد قرارداده و منابع مورد نياز خود بيابند.   
ب) دسترسى كنترل شده   
برخى كتابخانه ها ، دوره هاى گذشته ادوارى ها را كه معمولا صحافى شده است درسالن يا انبار جداگانه اى قرار مى دهند كاربران می توانند با راهنمايى كتابدار از مجموعه دوره هاى گذشته استفاده كنند.   
خدمات امانت ادواری ها  
کتابخانه ها معمولا ادواری ها را به امانت نمی دهد بلکه تمایل دارند از آنها در داخل کتابخانه استفاده شود. آنها برای این کار دلایل زیر را ارائه می کنند:کاربران معمولا یک مقاله از یک نشریه و یا چند مقاله از یک مجله صحافی شده را لازم دارند و می توانند آن را در کتابخانه مطالعه نموده یا کپی مقاله را تهیه کنند.  
شماره های گذشته نشریه ها معمولا قابل جایگزین نیست و چنانچه گم شود و یا آسیب بیند نمی توان جای آن را پرکرد  
چون شماره های جدید نشریه ها معمولا بیشتر مورد استفاده قرار می گیرد احتمال خراب شدن و گم شدن آنها نیز بیشتر است. گم شدن این پیایندها می تواند مشکلاتی را برای کاربران و کارکنان بخش ادواری بوجود آورد.  
  
کتابخانه های مهم ایران  
کتابخانه ملی ایران   
در سال 1248 قمری برابر با 1231 شمسی با افتتاح دارالفنون کتابخانه ای برای آن در نظر گرفته شد. مجموعه این کتابخانه بعداٌ به کتابخانه عمومی معروف گردید هسته اولیه کتابخانه ملی را تشکیل می دهد . در سال 1316 قمری برابر با 1277 شمسی در کنار کتابخانه دارالفنون کتابخانه دیگری به نام کتابخانه ملی به وجود آمد . در سال 1321 هجری دو کتابخانه در هم ادغام شدند و به نام کتابخانه عمومی معارف آغاز به کار کرد . در سال 1316 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 اساسنامه ای کتابخانه ملی اداره می شود و از جمله وظاییف کتابخانه ملی ایران عبارتند از : گرد آوری ، حفظ و نگهداری سازمان دهی 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 ايران  
• کتابخانه مرکزی دانشگاه تربيت مدرس  
• کتابخانه دانشکده علوم دانشگاه تهران  
• کتابخانه دانشکده حقوق و علوم سياسی دانشگاه تهران  
• کتابخانه دانشکده علوم اجتماعی  
• کتابخانه آستان قدس رضوی  
• کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی  
• کتابخانه مرکزی دانشگاه صنعتی شريف  
• کتابخانه مرکزی دانشگاه صنعتی اميرکبير  
• کتابخانه مرکزی دانشگاه خواجه نصير الدين طوسی  
• کتابخانه مرکزی دانشگاه علم و صنعت ايران  
• مرکز اطلاع رسانی و کتابخانه مرکزی دانشگاه فردوسی مشهد  
• کتابخانه منطقه ای علوم و تکنولوژی شيراز  
• کتابخانه مرکزی و مرکز اسناد دانشگاه گيلان  
  
فهرست کتابخانه ها و مراکز پژوهشی خارج کشور  
  
• کتابخانه کنگره ايالات متحده http://www.loc.go   
• کتابخانه بريتانيا http://www.bl.uk   
• کتابخانه ملی فرانسه http://www.bnf.fr   
• کتابخانه ملک فهد http://www.kfnl.org.sa   
• کتابخانه اسکندريه مصر http://www.bibalex.org  
• کتابخانه ملی پزشکی ايالات متحده http://www.nlm.nih.gov  
• کتابخانه ملی کشاورزی ايالات متحده http://www.nal.usda.gov   
• کتابخانه ملی استراليا http://www.nla.gov.au  
انجمن های تخصصی کتابداری و اطلاع رسانی ايران  
• - انجمن کتابداری و اطلاع رسانی ايران  
http://ilisa.ir  
• - انجمن کتابداری و اطلاع رسانی پزشکی ايران  
http://imlan.net  
• - انجمن علمی-دانشجويي کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه تهران   
http://liber.ir  
انجمن های تخصصی کتابداری و اطلاع رسانی جهان   
- انجمن کتابداران آمريکا http://www.ala.org/  
- فدراسيون بين المللی انجمن ها و موسسات کتابداری و اطلاع رسانی http://www.ifla.org   
- انجمن فناوری و اطلاع رسانی آمريکا http://www.asis.org   
- انجمن کتابداران انگليس  
- انجمن کتابخانه های اختصاصی  
- انجمن کتابداری موسيقی  
- انجمن کتابداران پزشکی  
- انجمن کتابداران کانادا  
- انجمن کتابداری و فناوری اطلاعات  
- انجمن کتابداری هنر و تئاتر  
- اتحاديه بين المللی کتابداران آموزشگاهی  
- انجمن کتابداران استراليا  
- انجمن آموزشهای کتابداری و اطلاع رسانی