

## کتابداران برزیلی و توئیتر

برزیل رهبر شبکه های اجتماعی در دنیاست؛ این مقاله به نتایج حاصل از دو سال تجربیات کتابداران برزیلی در راستای استفاده از توئیتر در زمینه کاری خود تمرکز دارد؛ دو روش برای حضور در توئیتر شناسایی شده است. یک روش جدید روبه رو شدن با پاسخ سؤالات انتقادی کتابداران؛ در چشم انداز برنامه براساس توئیتر است. شبکه های اجتماعی یکی از مهمترین فعالیت های همه جاگیر در سرتاسر وب است. هرچه تعداد کاربران بیشتری در سرتاسر جهان با ارتباط دنیایی کردن منظورشان از طریق شبکه های اجتماعی در وب سایت ها آشنایی داشته باشند. محیط آنلاین جدیدتری پدیدار می شود. به گفته COMSCORE، شرکت تحقیقاتی جهان دیجیتال، امروزه نزدیک ۳ تا ۴ میلیون کاربر اینترنت جهانی هرماه به شبکه های جهانی دسترسی دارند. این پدیده همچنان برای به دست آوردن محبوبیت در سراسر جهان ادامه دارد و برزیل به عنوان یکی از سریع ترین فزاینندگان بازار شبکه های اجتماعی خود را نشان داده است. با توجه به گزارش منتشر شده در آوریل سال ۲۰۱۰ از Nielsen، شرکت تحقیقاتی رسانه برتر، برزیل کشوری با بیشترین کاربران دائمی شبکه های اجتماعی است. و بالاترین قیمت نموداری از مصرف کنندگان آنلاین محلی، و کسانی که حداقل در یکی از شبکه های اجتماعی اصلی نام نویسی کرده اند با درصد بالای ۸۶ را به خود اختصاص داده است. در برزیل در جولای سال ۲۰۱۰، سایت های شبکه های اجتماعی ۳۵/۲ میلیون بازدید کننده منحصر به فرد در مقایسه با ۴۷ درصدی بودن سال قبل داشته است. رهبر بلامنازع گوگل، اورکات است که با کاشش ۷۰ درصدی اش گوگل را به رهبر جهان در مقابل مخاطبان داخلی رسانده است. با ۲۸/۹ میلیون بازدید کننده منحصر به فرد در ماه جولای نشان دهنده افزایش ۲۷ درصدی در ۱۲ ماه بود. همزمان فیسبوک با رشد ۵۲ درصدی مخاطبان خود را به ۸/۲ میلیون رساند.



نیل سین محبوبیت خود را در شبکه های اجتماعی در برزیل توسط اورکات افزود. این شبکه که توسط گوگل اداره می شود بیش از سه چهارم حضار علاقمند برزیل را به خود جذب کرده است. اما شبکه های اجتماعی مانند توئیتر یک انفجار در ترافیک محلی در سال گذشته ایجاد کرده است و خود را به عنوان یکی از پر بازدید کننده ترین شبکه های اجتماعی درست پشت سر اورکات و فیسبوک در برزیل مستقر کرد. توئیتر چهارمین شبکه عمومی و محبوب با حدود ۸/۶ میلیون بازدید کننده در آگوست سال ۲۰۱۰ است. این سرویس (توئیتر) در دسترس ۲۳ درصد از جمعیت آنلاین برزیل توئیتر است. به گفته COMSCORE این بزرگترین نفوذ توئیتری جهان است. گسترش ارتباطات رادیو و تلویزیونی و دسترسی به تلفن همراه و گسترش پراکندگی رسانه های اجتماعی، عامل های مهمی در همکاری و کمک کردن به توئیتری پدیده شبکه های اجتماعی در برزیل است. اما تاریخ و فرهنگ، بیشتر متمایل به توضیح دادن این است که چرا شبکه های اجتماعی برای افراد برزیلی جذاب است. ما در حال حاضر فوق العاده (بطور باور نکردنی) جامع گرا هستیم.

منبع:

Savard, R. (2011). Marketing libraries in a Web 2.0 world (Vol. 145). Walter de Gruyter. Chicago

نویسندگان: شیرین زاهدی\*، ژیلا سعیدی

### مشخصات استناددهی به این مقاله

نویسنده(ها):	شیرین زاهدی
عنوان مقاله:	کتابداران برزیلی و توئیتر
عنوان مجله:	کتابدار ۲.۰ – (عنوان لاتین: 2.0 i-Kitābdār)
دوره مجله (Vol):	۱۳۹۴
شماره مجله (Issue):	
سال (Year):	
شناسه دیجیتال (DOI):	<a href="http://lib2mag.ir/244">http://lib2mag.ir/244</a>
لینک کوتاه:	