



مدیریت علمی دانشجویان دانشگاه شیراز



انجمن علمی علم اطلاعات و دانش شناسی
دانشگاه شیراز

نشریه دانش

فصلنامه علمی دانشجویی
علم اطلاعات و دانش شناسی
دانشگاه شیراز

سال پانزدهم، شماره بیست و هشتم، زمستان ۱۴۰۲



اللَّهُمَّ احْمَدُكَ



فصلنامه‌ی علمی - دانشجویی دانشورز
سال پانزدهم، شماره ۲۸؛ زمستان ۱۴۰۲

صاحب امتیاز: انجمن علمی بخش علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز
شماره مجوز: ۴۱۲ / کن ش
مدیرمسئول: مریم ترکمن (دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و
دانش‌شناسی - گرایش مدیریت اطلاعات، دانشگاه شیراز)
سردبیر: مهشید آردی (دانشجوی کارشناسی ارشد علم اطلاعات و
دانش‌شناسی - گرایش علم‌سنجی، دانشگاه شیراز)
استاد مشاور: دکتر طاهره جوکار (دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، عضو
هیأت علمی دانشگاه شیراز)
صفحه‌آرا: مریم ترکمن
طراح جلد: محمدسعید پورحسن
ویراستار: مریم ترکمن
همکاران این شماره: مریم ترکمن، مهشید آردی، فاطمه پارسایی،
سلوا طاحونی، علی گشتاسبی

«فهرست مطالب»

۶ سخنی با خوانندگان

۷ شعر ابتدایی

۸ کتاب‌درمانی

۱۲ گذری کوتاه به دو مفهوم عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات

۲۰ بررسی و معرّفی پایگاه داده‌های اطلاعاتی ایران

۲۴ معرّفی بزرگان رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی

۲۶ گفتگو با سرکار خانم مهسا ترابی

۲۸ تبریک به پایان‌نامه‌ها و رساله‌های دفاع‌شده

۲۹ فراخوان مقاله و مطالب علمی

۳۰ ارتباط با ما

«فرآیند انتشار نشریه»

۱. ارسال فراخوان برای دریافت مطالب و مقاله‌های دانشجویان و پژوهشگران؛
۲. بررسی مطالب گردآوری شده توسط سردبیر؛
۳. ویرایش مطالب تأیید شده توسط ویراستار(ان)؛
۴. صفحه‌آرایی و طراحی جلد نشریه؛
۵. تأیید نهایی توسط مدیر مسئول نشریه؛
۶. طی کردن مراحل مربوط به انتشار نشریه؛
۷. انتشار نشریه.

سخنی با خوانندگان

«زندگی صحنه‌ی یکتای هنرمندی ماست. هر کسی نغمه‌ی خود خواند و از صحنه رود. صحنه پیوسته به‌جاست. خرم آن نغمه که مردم بسپارند به یاد.»

به نام نامی دوست که هر چه داریم از لطف و کرم بی‌پایان اوست. ایزد یکتا را شاکریم که توفیقی حاصل تا در شماره‌ی ۲۸ از فصلنامه‌ی علمی-دانشجویی دانشورز، این بار به عنوان سردبیر در خدمت شما مخاطبان گرانقدر بوده و در حدّ توان مطالبی را تقدیم نگاه پرمهر شما نمایم تا پس از مطالعه‌ی محتوای این شماره، همانند شماره‌های گذشته، بیشترین بهره و اطلاع‌مندی از خوانش آن حاصل گردد. ضروری است از فعالیت‌های انجام‌گرفته برای انتشار فصلنامه و از زحمات و تلاش‌های اعضای هیأت تحریریه و سردبیر گرامی سابق، سرکار خانم مریم ترکمن، در طیّ شماره‌های گذشته قدردانی به عمل آورم.

یک بار دیگر بر آن شدیم تا با تدوین، گردآوری و تحقیق مقالات وزین در حوزه‌ی مرتبط با علم اطلاعات و دانش‌شناسی، ضمن ارتقای خلق و اشاعه‌ی دانش در شاخه‌ای از علوم که به جهت بین‌رشته‌ای بودن آن، می‌توان آن را اقیانوسی به عمق یک سانتی‌متر در نظر گرفت، منشاء اثر باشیم و بتوانیم قطره‌ای از ماحصل دستاوردهای علمی-پژوهشی و بعضاً دانشجویی خود را به عنوان توشه‌ای گرانبها، پیش‌اروی دانش‌پژوهان گرانقدر قرار دهیم. با یاری ایزد منان هم‌اکنون شاهد انتشار مباحثی به‌روز از فصلنامه‌ی دانشورز هستیم که می‌تواند با مزین‌شدن به نگاه پرمهر شما و ارائه‌ی بازخوردهای سازنده، روزبه‌روز بر غنای آن افزوده گردد و با کیفیت بیشتری در شماره‌های آتی تقدیم حضور مخاطبان گرامی شود.

بر خود لازم می‌دانم که از شما خوانندگان محترم و به‌خصوص دانشجویان گرامی دعوت نمایم که به عنوان نقطه‌ی شروعی مثبت، از ارسال مطالب ارزشمند خود در این نشریه و یا حتی سایر نشریات موردعلاقه‌تان، بهره‌گیرید و از این فرصت به منظور ارتقاء و بهبود عملکرد علمی و پژوهشی خود بکوشید؛ چراکه، هر چه شما در عرصه‌های گوناگونی نظیر مباحث علمی، فرهنگی، قرآنی، ورزشی و مواردی از این دست بیشتر فعالیت نمایید، گویی از دوران دانشجویی خود بهترین استفاده را کرده‌اید. این روی صحبتیم بیشتر موردعناایت دوستان مقطع کارشناسی است؛ چراکه، شما با این کار نه‌تنها در مباحث تخصصی رشته به اشراف بالاتری نسبت به سایرین خواهید رسید، بلکه با متکی‌نبودن صرف به مباحث تخصصی و پیگیری سایر جنبه‌های اجتماعی، آینده‌ی خود را نیز تضمین می‌کنید. این نکات به عنوان گوشه‌ای از تجربیات اینجانب در طیّ حدود ۶ سال دانشجویی دانشگاه شیرازبودن بود که به‌نظم می‌تواند راهگشا باشد.

در پایان از کلیه‌ی دست‌اندرکاران انجمن علمی علم اطلاعات و دانش‌شناسی، مدیرمسئول، اعضای محترم هیأت تحریریه‌ی این فصلنامه و همچنین سرکار خانم دکتر طاهره جوکار، استادمشاور محترم انجمن علمی و عضو هیأت علمی رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز که در آماده‌نمودن این شماره سهم به‌سزایی داشته‌اند، تشکر و قدردانی نموده و از درگاه خداوند تبارک و تعالی آرزوی توفیق روزافزون کلیه‌ی مخاطبان را در ارتقای سطح علمی و عملی رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی مسئلت می‌نماییم. لازم به ذکر است اینک که این شماره از فصلنامه‌ی علمی-دانشجویی «دانشورز» به زیور انتشار مزین شده است، نیز به یقین و به رغم تلاش بی‌وقفه‌ی اعضای هیأت تحریریه، خالی از نقص و کاستی نخواهد بود. امیدواریم شما محققان، اساتید و دانشجویان با بهره‌گیری از نظرات سازنده‌ی خود ما را در بارورساختن بیش از پیش فصلنامه، هم در شکل و هم در محتوا، یاری فرمائید.

با آرزوی توفیق الهی
مهشید آردی
زمستان ۱۴۰۲

زمستان پوستین افزود بر تن کدخدایان را
ولیکن پوست خواهد کند ما یک‌لاقبایان را

ره ماتم‌سرای ما ندانم از که می‌پرسد
زمستانی که نشناسد در دولت‌سرایان را

به دوش از برف بالاپوش خز ارباب می‌آید
که لرزاند تن عریان بی‌برگ‌ونویان را

به کاخ ظلم باران هم که آید سر فرود آرد
ولیکن خانه بر سر کوفتن داند گدایان را

طیب بی‌مروت کی به بالین فقیر آید
که کس در بند درمان نیست درد بی‌دویان را

به تلخی جان سپردن در صفای اشک خود بهتر
که حاجت بردن ای آزاده‌مرد این بی‌صفایان را

به هر کس مشکلی بردیم و از کس مشکلی نگشود
کجا بستند یارب دست آن مشکل‌گشایان را

نقاب آشنا بستند کز بیگانگان رستیم
چو بازی ختم شد بیگانه دیدیم آشنایان را

به هر فرمان آتش عالمی در خاک و خون غلتید
خدا ویران گذارد کاخ این فرمانروایان را

به کام مُحْتَكِرِ روزی مردم دیدم و گفتم
که روزی سفره خواهد شد شکم این اژدهایان را

به عزت چون نبخشیدی به ذلت می‌ستانندت
چرا عاقل نیندیشد هم از آغاز پایان را

حریفی با تمسخر گفت زاری شهریارا بس
که می‌گیرند در شهر و دیار ما گدایان را

شهریار



کتاب‌درمانی



فاطمه پارسایی
فارغ‌التحصیل کارشناسی رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز

کتاب‌درمانی

چیست؟

انسان هم‌ذات‌پنداری می‌کنند، مدلی نظری را ارائه داد و استفاده از کتاب‌درمانی گسترش بیشتری یافت. در سال ۱۹۶۶، انجمن کتابخانه‌ی آمریکا تعریفی رسمی از کتاب‌درمانی ارائه کرد. در سال ۱۹۶۹، انجمن شعردرمانی تشکیل شد و شعردرمانی را که شکلی از کتاب‌درمانی است، به عنوان روشی درمانی معرفی کردند. در دهه‌ی ۱۹۷۰، کتابداری به نام رئا روبین کتاب‌درمانی را به ۲ دسته تقسیم کرد: رشدی (برای محیط‌های آموزشی) و درمانی (برای محیط‌های سلامت روان). در سال ۱۹۷۸، کتاب او با عنوان «استفاده از کتاب‌درمانی؛ راهنمای نظری و عملی» به تحولات در این زمینه کمک زیادی کرد. در سال ۱۹۸۳، نیز فدراسیون بین‌المللی کتاب‌درمانی تأسیس شد.

اهداف

هدف کتاب‌درمانی با کتاب‌های خودیاری، بیشتر افرادی هستند که دچار اختلال در عملکرد اجتماعی هستند. گاهی درمان با کتاب‌های خودیاری، تنها با دادن کتاب به فرد انجام می‌شود؛ گاهی نیز پیش از خواندن کتاب، درباره‌ی ماهیت مشکل گفتگو می‌کنند و هنگام خواندن نیز بر آن‌ها نظارت دارند تا توصیه‌های کتاب به درستی اجرا شوند. کتاب‌درمانی اثرگذار است؛ زیرا، خوانندگان می‌توانند شخصیت‌ها را درک کنند و به موقعیت خود، آگاهی پیدا کنند.

کتاب‌درمانی سه مرحله‌ی شناخته‌شده دارد:

۱. همانندسازی: در این مرحله، فرد با داستان هم‌سو می‌شود؛
۲. پالایش روانی: در این مرحله، فرد می‌تواند احساساتش را رها کند؛

کتاب‌درمانی چیست؟

اصطلاح *Bibliotherapy* از دو واژه‌ی یونانی *Biblio* به معنی کتاب و *Therapy* به معنی شفا دادن نشأت گرفته است. *Bibliotherapie*، یعنی از کتاب به عنوان راهکاری برای درمان استفاده کرد. این روش، هم برای کودکان و هم برای بزرگسالان قابل استفاده است؛ در تعریف دیگر، می‌توان گفت که کتاب‌درمانی، بهره‌گرفتن از کتاب برای ایجاد تغییر و دگرگونی است.

کتاب‌درمانی، یک روش جایگزین برای درمان‌های سنتی محسوب نمی‌شود، اما می‌تواند بسیار راهگشا باشد. تأثیر «کتاب‌درمانی» زمانی مشخص می‌شود که به مطالعه‌ی داستان‌هایی بپردازید که شخصیت‌های آن‌ها با احساسات فعلی و وقایع پیرامون شما منطبق باشند؛ هرچند این مزایا چندین قابل اندازه‌گیری نیستند.

تاریخچه‌ی کتاب‌درمانی

می‌گویند تاریخچه‌ی این شیوه‌ی درمانی، به اندازه‌ی پیشینه‌ی خود کتاب یا خواندن قدمت دارد. تاریخچه‌ی کتاب‌درمانی را می‌توان در دروان باستان جستجو کرد. یونانیان کتابخانه را در مانگه روح می‌نامند. در کتابخانه‌ی اسکندریه، به تالار مطالعه، «روان» می‌گفتند. عبارت «کتاب‌درمانی» را نخستین بار «ساموئل کروتزر» در سال ۱۹۱۶ ابداع کرد و در مجله‌ی *آتلانتیک* درباره‌ی تکنیک گردهم‌آوردن افراد مضطرب با استفاده از کتاب نوشت. در سال ۱۹۳۷، از کتاب‌درمانی برای درمان بیماری‌های روانی استفاده می‌شد. در دهه‌ی ۱۹۵۰، کارولین شرودز بر اساس این فرض که مردم به‌شدت تحت تأثیر شخصیت‌های داستانی هستند که با

که آنان را از افراد دیگر جامعه جدا می‌کند، کتاب‌درمانی می‌تواند یک منبع اطلاعاتی مفید باشد. و می‌توانند از کتاب‌ها ایده بگیرند. هدف هفتم که بیش‌تر نادیده گرفته می‌شود، تفریح و سرگرمی است. برخی کتاب‌شناسان، سرگرمی را هدف اصلی کتاب‌درمانی می‌دانند. احساس کسالت و پوچی را با خواندن کتاب می‌توان کاهش داد. در حقیقت، جذابیت کتاب و فیلم می‌تواند کار اصلی کتاب‌درمانی در روند درمان باشد.

انواع کتاب‌درمانی

۱. کتاب‌درمانیِ خلاقانه:

معمولاً در محیطی گروهی و با خواندن داستان و شعر و بحث‌کردن درباره‌ی آن انجام می‌شود. در این روش از ادبیات تخیلی (از قبیل رمان، داستان کوتاه، شعر و نمایشنامه) و زندگی‌نامه برای بهبود سلامت روان استفاده می‌شود.

۲. کتاب‌درمانی رشدی:

در محیط‌های آموزشی و برای توضیح دادن مسائل دوران کودکی و نوجوانی (مانند بلوغ) استفاده می‌شود. معمولاً والدین را تشویق می‌کنند که از این روش برای کودکانشان استفاده کنند.

۳. کتاب‌درمانی تجویزی:

در کتاب‌درمانی تجویزی که به آن خودیاری

(self-help) نیز می‌گویند،

از مطالب خواندنی خاص و کتاب‌های راهنما در محیط‌های بالینی یا خانه استفاده می‌شود. هدف این روش، کمک به اصلاح الگوهای فکری، احساسات و اعمال و برطرف کردن انواع مشکلات سلامت روان است.

۴. کتاب‌درمانی تلفیقی:

در ترکیب با سایر روش‌های درمانی برای مهار مشکلات روان‌شناختی استفاده می‌شود.

کتاب‌درمانی کودکان

کتاب‌درمانی شیوه‌ای بی‌خطر است؛ به همین دلیل، متخصصان پرورش کودک نیز این روش را توصیه می‌کنند. این شیوه را برای مواجهه با فشارهای روحی پیشنهاد می‌کنند از قبیل از دست دادن دوست، جدایی والدین، بستری‌بودن در بیمارستان، تجربه‌ی شرایط بحرانی مانند جنگ، زلزله و غیره.

شیوه‌های کتاب‌درمانی برای کودکان

شیوه‌ی مستقیم

کتابخوانی برای کودکان هم

۳. بینش درون: در مرحله‌ی آخر، فرد افکار، احساسات و عملکردهای خودش را بازبینی و تجربه می‌کند.

هفت هدف کتاب‌درمانی

به عبارتی دیگر، دلایل استفاده از کتاب‌درمانی به اندازه‌ی تعریف‌های آن متنوع است. در حقیقت، در میان منابع گوناگون، دست‌کم هفت هدف گوناگون را می‌توان برای آن برشمرد:

رایج‌ترین هدف کتاب‌درمانی، پرورش بینش فردی و شناخت خود است. بینش در اینجا به معنای کمک به افراد برای شناسایی و بیان احساساتی است که هنگام خواندن تجربه می‌کنند. داستان مناسب در زمان مناسب، می‌تواند خشم، درد، رنج یا اندوهی را که در درون خواننده پنهان است، آشکار کند.

هدف دیگری که برخی کتاب‌درمان‌گران در جست‌وجوی هستند، تحریک عاطفی در فرد است. فرآیند پالایش روانی به معنای بروز احساسات یا تنش‌هاست و هنگامی رخ می‌دهد که شخصیت‌های داستان احساسات‌شان را بروز می‌دهند.

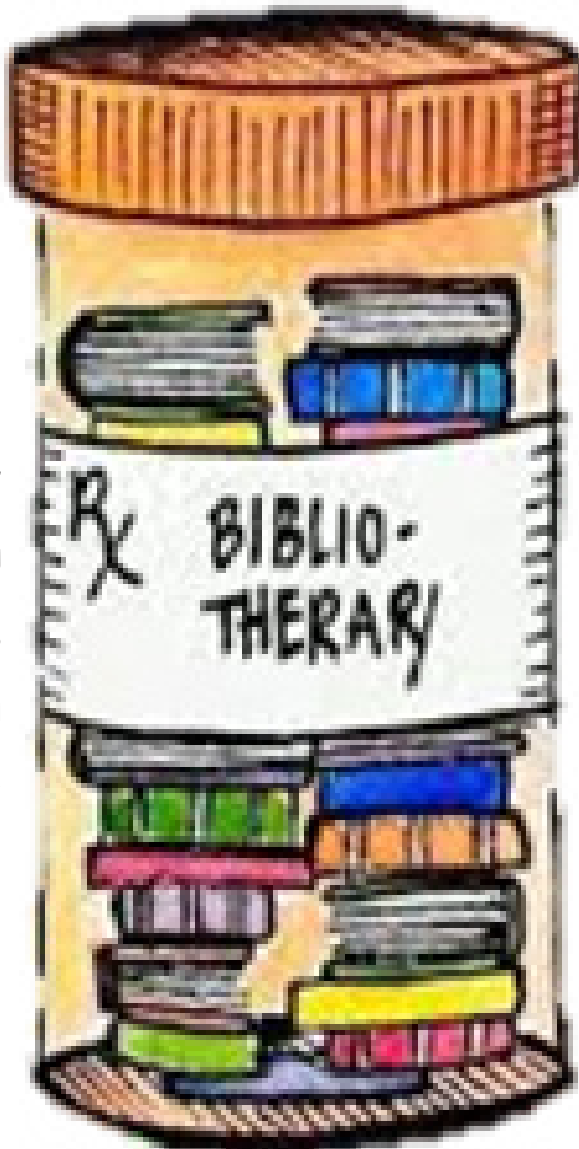
هدف سوومی که کتاب‌شناسان برجسته از آن نام برده‌اند، این است که با ادبیات و فیلم می‌توان به افراد به‌خصوص کودکان در حل مشکلات روزمره کمک کرد.

به عنوان هدف چهارم، بسیاری از

کتاب‌درمان‌گران باور دارند که بینش و پالایش روانی و کمک به حل مسأله، سبب می‌شود جوانان چگونگی تعامل با دیگران و یا رفتارشان را با آنان تغییر دهند.

هدف پنجم کتاب‌درمانی، بهبود روابط با دیگران است. افراد با گروه‌هایی که همراه‌شان کتاب می‌خوانند، احساس نزدیکی بیش‌تری می‌کنند. کتاب‌ها می‌توانند علایق و تجربه‌های مشترک آن‌ها را کشف کنند و در نتیجه، زمینه‌ساز دوستی‌های آینده شوند. کتاب‌ها با ایجاد حس هم‌ذات‌پنداری با شخصیت‌های داستان، به افراد کمک می‌کنند تا از انزوای دوری کنند. این هدف را جهانی‌سازی می‌نامند و به این نکته اشاره دارد که مشکلات زندگی هر فرد، تنها مختص زندگی او نیست. آگاهی از اینکه دیگران نیز با مشکلاتی مانند ما روبه‌رو هستند، گام نخست در درک این است که هر مشکلی راه‌حلی دارد.

به عنوان هدف ششم، هنگامی که جوانان با مشکلی روبه‌رو می‌شوند



Bibliotherapy



از هر فردی می‌توانند بر اساس پیشینه‌ی مطالعاتی خود بهترین و مناسب‌ترین مواد خواندنی را توصیه نمایند. در واقع، کتاب‌درمانی به‌صورت مشترک توسط روانشناسان و کتابداران انجام می‌شود؛ چراکه، این افراد از جمله مهم‌ترین کسانی هستند که به اطلاعات معتبر و روزآمد دسترسی دارند و می‌توانند این اطلاعات را در دسترس بیماران قرار دهند؛ به‌گونه‌ای که، فارست (Forrest) در بررسی خود نشان داد که روانشناسان (۵۷ درصد)، سپس کتابداران (۲۰ درصد)، پرستاران (۱۱ درصد) و درنهایت مددکاران اجتماعی (۱۰ درصد) از این روش استفاده می‌کنند؛ پس، کتابداران دومین قشری هستند که از کتاب‌درمانی استفاده می‌کنند؛ به‌همین دلیل، نقش آنان در این مقوله، به‌ویژه زمانی که متونی را برای اهداف درمانی انتخاب می‌کنند، بسیار حیاتی است (زارع فراشبنندی و سلیمی، ۱۳۹۳؛ خوئینی و همکاران، ۱۳۹۶).

محدودیت‌های روش کتاب‌درمانی

- برای بی‌سوادان و کم‌سوادان کاربردی نیست.
- عادت به مطالعه در خیلی از افراد هنوز جا نیفتاده است.
- تعداد کتاب‌هایی که برای کتاب‌درمانی مناسب باشند، بسیار کم است.
- کتاب‌های موجود در بازار بیشتر برای تدریس در دانشگاه مناسب هستند. در واقع، مطالب برای افراد عادی دشوار بوده و کاربردی نیست.

سخن آخر

کتاب‌درمانی، روش مؤثر و بی‌خطری است و می‌تواند به

می‌تواند به شکل مستقیم باشد. در این شیوه، کودک باید به‌صورت مستقیم با داستان درگیر شود و واکنش نشان دهد. شیوه‌ی غیرمستقیم

در کتاب‌درمانی به شیوه‌ی غیرمستقیم، کتاب‌های آموزشی مرتبط با تربیت کودک را در اختیار والدین و اطرافیان کودک قرار می‌دهید. این شیوه، کمک می‌کند تا اطرافیان از شیوه‌های صحیح برخورد با کودک آگاه شوند.

نکات مهم در کتاب‌درمانی برای کودکان

- ابتدا باید نیازهای کودک و نوجوان را به‌خوبی شناسایی کرد.
- کتابی را باید انتخاب کرد که مناسب مشکل کودک باشد؛ برای مثال، اگر کودک شما از خجالتی‌بودن رنج می‌برد، داستانی را انتخاب کنید که شخصیت اصلی نیز همین مشکل را دارد و در پی رفع آن است.

نقش کتابدار در کتاب‌درمانی

کاربرد کتاب‌درمانی در آغاز، محدود به بیمارستان‌ها بوده و به عنوان یک ابزار کمکی به کار گرفته می‌شد؛ چون در کتاب‌درمانی، علاوه‌بر شناخت بیماری، شناخت کتاب نیز ضرورت یافت و از طرفی، باور به تأثیر این فن افزایش پیدا کرد، به‌صورت تدریجی ضرورت نوعی همکاری بین پزشکان، روانشناسان و کتابداران احساس شد؛ به عبارتی دیگر، کتاب‌درمانی روشی است که با همکاری متخصصان اطلاعاتی در درمان بیماران استفاده می‌شود و از سوی حرفه‌های گوناگونی چون روانشناسی و پزشکی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این روش درمانی از آن رو به کتابداران وابسته است، که آنان بهتر

<https://ketabak.org/content/15527-%D8%AA%D8%B9%D8%B1%D8%8C%D9%81-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8%E2%80%8C%D8%AF%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%86%DB%8C%D8%8C-%D9%87%D8%AF%D9%81%E2%80%8C%D9%87%D8%A7-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A8%D8%B1%D8%AF%D9%87%D8%A7%DB%8C-%D8%A2%D9%86>
<https://ketabak.org/content/644-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%AF%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%86%DB%8C-%DA%86%DB%8C%D8%B3%D8%AA%D8%9F>
<https://nasleyasan.com/articles/what-is-bibliotherapie/>
<https://simiaroom.com/blog/%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%AF%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%86%DB%8C/>
<https://www.chetor.com/248399-%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8-%D8%AF%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%86%DB%8C/>

مخاطب کمک کند تا خود را بشناسد؛ آما، این روش برای تمامی اشخاص و مشکلات کافی نبوده و بهتر است در کنار سایر درمان‌ها استفاده شود. در واقع، اگر دچار مشکل بحرانی هستید، فقط به این روش اکتفا نکرده و حتماً از کمک حرفه‌ای متخصصان روان‌شناسی استفاده کنید.

منابع

خوئینی، سهیلا؛ نوروزی، علیرضا و فهیم‌نیا، فاطمه (۱۳۹۶). شناسایی مؤلفه‌های پیاده‌سازی کتاب‌درمانی در کتابخانه‌های عمومی کشور از دیدگاه متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و روان‌شناسی و ارائه الگوی پیشنهادی. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۲۳، (۱)، ۸۹-۱۱۰.

زارع فراشبندی، فیروزه و سلیمی، سپیده (۱۳۹۳). کتاب‌درمانی: کاربردها، راهکارها، نقش‌ها. *مدیریت اطلاعات سلامت*، ۱۱ (۱)، ۱۲۴-۱۳۴.

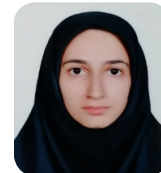
<http://ketab.roshtd.ir/portal/Home/ShowPage.aspx?Object=Standard&CategoryID=79422bd8-653f-47ab-ba35-184e4a1e06ed&LayoutID=6fb-860fa-8ecd-4e6d-ad45-8ada0c56345a&ID=7d97023f-44cc-4fc3-a09c-582014770296>

<https://fa.wikipedia.org/wiki/%DA%A9%D8%AA%D8%A7%D8%A8%E2%80%8C%D8%AF%D8%B1%D9%85%D8%A7%D9%86%DB%8C>





گذری کوتاه به دو مفهوم عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات



مهشید آردی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی (گرایش علم‌سنجی) دانشگاه شیراز

Sentiment Analysis



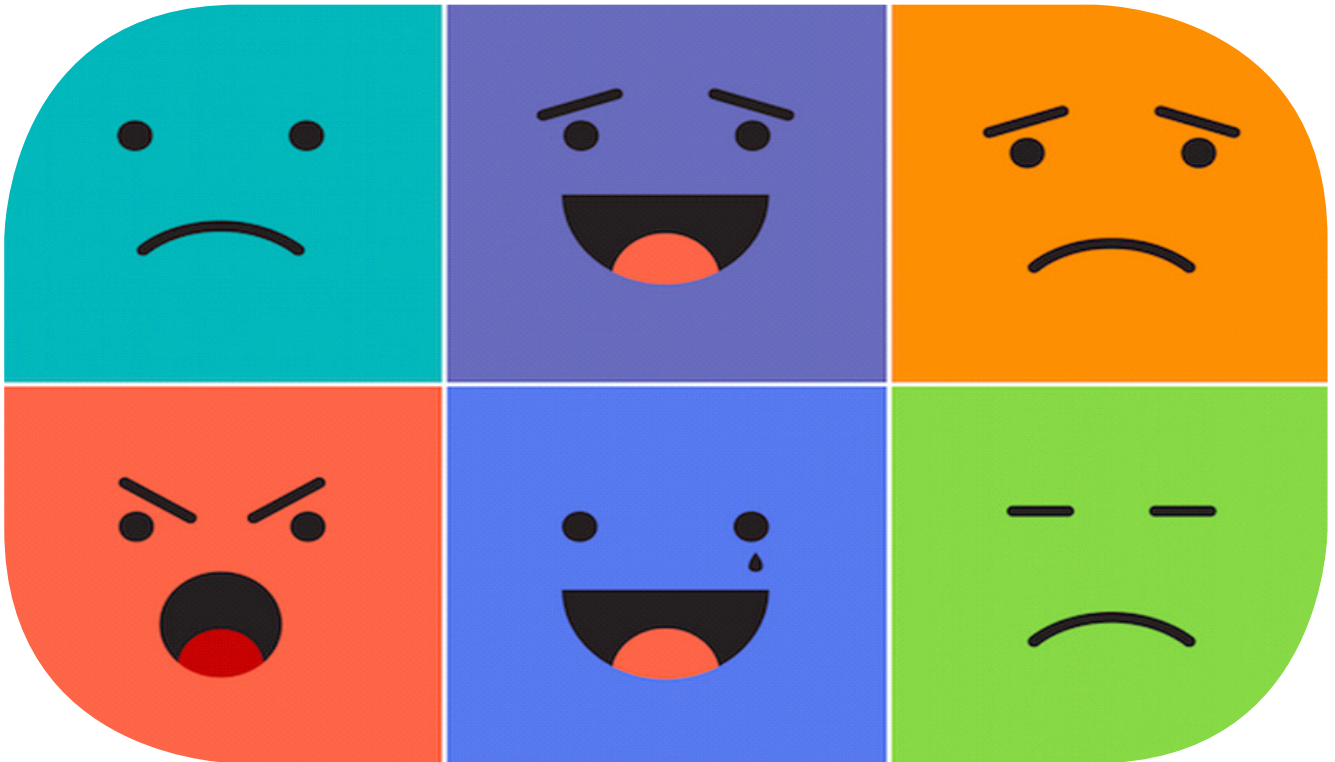
مقدمه

است؛ به عنوان مثال، اینترنت این امکان را به مشتریان می‌دهد تا از طریق شبکه‌های اجتماعی مختلفی که وجود دارد، نظرات و عقاید خود را در مورد یک محصول از نظر کیفیت و دیگر ویژگی‌ها ابراز کنند و مزیت این کار این است که باعث می‌شود دیگران را نیز از تجربیات خود نسبت به استفاده از یک محصول خاص آگاه سازند. در واقع، بررسی نظرات و احساسات افراد مختلف می‌تواند معیار خوبی برای قضاوت در مورد یک محصول، یا هر موضوع و شیء دیگری باشد.

اما مشکلی که در مورد این مسأله وجود دارد، این است که بررسی و مطالعه‌ی حجم زیادی از نظرات و احساسات منتشر شده در وب کار دشواری است. با توجه به همین مسأله، نیاز به ابزاری احساس می‌شود تا بتواند حجم عظیمی از نظرات را استخراج و تحلیل کند؛ به همین دلیل، امروزه حوزه‌ی جدیدی از پژوهش به نام عقیده‌کاوی یا تجزیه و تحلیل احساسات به وجود آمده است که این مشکل را تا حدودی از میان برده است. این حوزه‌ی پژوهشی جدید به بررسی خودکار نظرات در وب می‌پردازد و گزارشی از حجم عظیمی از نظرات را نیز ارائه می‌دهد؛ همچنین، این حوزه‌ی پژوهشی، حوزه‌ای در متن‌کاوی و پردازش زبان طبیعی است که به کاوش اطلاعات متنی

در حال حاضر شبکه‌ی جهانی وب نقش گسترده و کلیدی را در زندگی افراد ایفا می‌کند. امروزه اینترنت، که منشأ اصلی اطلاعات است، باعث شده مردم به‌طور وسیعی برای انجام کارهای روزانه‌ی خود از قبیل انجام معاملات مختلف به‌صورت آنلاین و یا خرید محصولات موردنیاز خود از آن استفاده کنند. در پرتو همین شبکه‌ی وب، افراد در سراسر جهان تجربیات و اندیشه‌های خود را با استفاده از رسانه‌های اجتماعی همچون وبلاگ‌ها، انجمن‌ها و شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارند. این به اشتراک‌گذاری تجربیات و افکار، نشان از این موضوع دارد که بشر همواره تمایل داشته است که از نظرات و افکار دیگران آگاه شود؛ چراکه، این نظرات و عقاید هستند که در رأس فعالیت‌های انسانی قرار دارند؛ در حقیقت، همه‌ی ما انسان‌ها، زمانی که نیاز به تصمیم‌گیری داریم، به‌دنبال مشورت با دیگر افراد و کسب نظرات آنان هستیم.

اهمیت نظرات نه فقط برای افراد، بلکه برای سازمان‌ها نیز صدق می‌کند. امروزه در عصر تکنولوژی، ارتباطات برای درک احساسات و یافتن نظرات دیگران نیاز به رابطه‌ای مستقیم و رودررو نیست، بلکه شبکه‌های اجتماعی این کار را برای ما آسان نموده



حاوی احساس، نظر و عقیده می‌پردازد.

تاریخچه‌ی عقیده‌کاوی و تحلیل احساس

محبوبیت شدید شبکه‌های اجتماعی آنلاین سبب شده است که مردم تقریباً نظرات خود درباره‌ی همه چیز را در وب به اشتراک بگذارند؛ از جمله، در مورد یک رویداد برجسته‌ی عمومی، آدرس، اخبار و مکالمات روزانه؛ در نتیجه، اینترنت نقش بسیار مهمی را در ابراز احساسات افراد بازی می‌کند. همه‌ی این‌ها سبب به‌وجود آمدن حوزه‌ی پژوهشی جدیدی به نام تحلیل احساسات یا عقیده‌کاوی شد. این حوزه‌ی پژوهشی یعنی عقیده‌کاوی، یکی از چالش‌برانگیزترین زمینه‌های تحقیقاتی در استخراج اطلاعات است.

پیشینه‌ی عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات به اواخر سال ۱۹۹۰ برمی‌گردد؛ اما، از سال ۲۰۰۰ بود که تحلیل احساسات رشد کرد و بیشتر مورد توجه قرار گرفت و تبدیل به یکی از مهم‌ترین زمینه‌های تحقیقاتی فعال در پردازش زبان طبیعی شد. از آن زمان، این حوزه به‌طور گسترده‌ای مورد مطالعه قرار گرفته و سپس به یکی از زیررشته‌های مهم مدیریت اطلاعات تبدیل شد. در واقع، سال ۲۰۰۱ آغاز گسترش تحقیقات بر حوزه‌ی نظر کاوی بود که نتیجه‌ی آن انتشار صدها مقاله در این موضوع بوده است؛ به‌طور کلی، به نظر می‌رسد که سال‌های ۲۰۰۱ و ۲۰۰۲ آغاز برجسته‌شدن این زمینه‌ی مطالعاتی باشد. یکی از اولین کارها در حوزی تحلیل احساسات توسط کاربنل در سال ۱۹۷۹ معرفی شد. وی یک مدل شبیه‌سازی‌شده‌ی کامپیوتری را طراحی کرد که می‌توانست عقاید سیاسی یک فرد از حزب آزادی‌خواه یا محافظه‌کار را با توجه به سیاست آمریکا و شوروی و دیگر سیاست‌های بین‌المللی مدل‌سازی

کند.

همچنین، منشأ پژوهش در این حوزه به تقاضای شرکت‌های تجاری بر می‌گردد؛ چراکه، آن‌ها می‌خواستند عقاید و نظرات عموم افراد را در مورد قیمت، کیفیت و دیگر ویژگی‌های محصولات خود بدانند. بسیاری از پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه‌ی تحلیل احساسات، به زبان انگلیسی بوده و در زبان فارسی پژوهش‌های کمتری صورت گرفته و هنوز چالش‌های زیادی در تحلیل احساسات در زبان فارسی وجود دارد. از اولین کارهای انجام‌شده در نظر کاوی فارسی در سال ۲۰۱۲ توسط محمدرضا شمس و همکاران ارائه شده است.

تعریف تحلیل احساس و عقیده‌کاوی

تعاریف زیادی از تحلیل احساسات در پژوهش‌های مختلف صورت گرفته است، اما به‌طور کلی، همه‌ی آن‌ها معنای واحدی را دارند. تحلیل احساسات یا عقیده‌کاوی، به معنی کشف و شناخت احساسات مثبت و منفی مردم راجع به یک مسأله یا محصول است. تحلیل احساسات و عقیده‌کاوی، دو عبارتی هستند که می‌توانند به‌جای یکدیگر به کار روند؛ با این حال، برخی از محققان بیان کرده‌اند که این دو عبارت به‌طور روشنی کمی متفاوت از هم هستند. آنان بر این باورند که عقیده‌کاوی استخراج و تحلیل نظر مردم درباره‌ی یک موجودیت است، در حالی که تحلیل احساسات شناسایی احساسات بیان‌شده در یک متن و سپس تحلیل آن است؛ بنابراین، هدف تحلیل احساس، یافتن عقاید، شناسایی احساسات بیان‌شده در خلال این عقاید و سپس دسته‌بندی کردن آن‌ها بر اساس قطبیت آن‌ها است؛ به عبارت دیگر، در تحلیل عقاید، آزمودنی‌ها، افراد انسانی هستند که به‌طور مستقیم به بیان عقاید

هم در علم روانشناسی و هم در علم رفتار مورد مطالعه قرار گرفته است؛ همچنین، تحلیل احساس نه تنها توجّه پژوهشگران کامپیوتر را به خود جلب کرده، بلکه در زبان‌شناسی رایانه‌ای هم به‌طور فزاینده‌ای مهم شده است. در واقع، می‌توان گفت که حوزه‌ی تحلیل احساسات از علوم کامپیوتر به علوم مدیریتی و علوم اجتماعی گسترش پیدا کرده است؛ امّا، بیشترین کاربرد عقیده‌کاوی را می‌توان در حوزه‌ی بازار و تجارت دانست، چراکه راهکارها معمولاً منجر به افزایش سوددهی و فروش خواهد شد. حوزه‌ی بازار و تجارت را می‌توان از سه دیدگاه مورد بررسی قرار داد که عبارت است از:

● دیدگاه مشتری: بررسی کیفیت محصول، معایب و مزایای کالا، استفاده از تجربیات دیگران و مقایسه‌ی محصولات؛

● دیدگاه تولیدکنندگان: کشف نقاط ضعف محصول از دیدگاه مشتریان، نقطه‌نظرات و انتظارات مشتریان، درک بهتر از نیاز آنان، مقایسه و رقابت با سایر شرکت‌های رقیب در بازار؛

● دیدگاه فروشندگان: بازاریابی، تبلیغات متناسب با سلیقه‌ی مشتریان و پیشنهاد محصول مناسب به خریداران.

در واقع تحلیل احساسات فقط در بررسی محصولات و بازار و تجارت اعمال نمی‌شود، بلکه همچنین در بازارهای سهام، مقالات، اخبار و یا بحث‌های سیاسی هم اعمال می‌شود. در بحث‌های سیاسی، به عنوان مثال ما می‌توانیم نظرات مردم را در برخی از نامزدهای انتخاباتی یا احزاب سیاسی بررسی کنیم و یا تحولات و انقلاب‌ها و میزان اتحاد مردم را پیش‌بینی کنیم؛ از طرفی دیگر، کاربرد تحلیل احساسات در علوم اجتماعی و روانشناسی به تحلیل مسائل اجتماعی و فرهنگی و تأثیر اتفاقات مختلف در رفتار مردم مربوط می‌شود؛ همچنین، کاربرد تحلیل احساسات در زمینه‌ی مدیریت نیز شامل کمک در تصمیم‌گیری، آگاهی از میزان رضایت و طرز تفکر افراد و جمع‌آوری اطلاعات نرم درون یا فراسازمانی می‌شود. در بازار بورس و پیش‌بینی سهام نیز شامل اخبار خوب و بد اقتصادی و سیاسی است.

خود اقدام می‌کنند، در حالی که در تحقیقات تحلیل احساسات، آزمودنی‌ها را متن‌ها تشکیل می‌دهند، که ممکن است حاوی عقیده باشند یا نباشند. پس از کندوکاو متن‌ها و کشف عقاید، با تحلیل آن‌ها به شناسایی و تحلیل احساسات خواهیم رسید.

امّا به‌طور کلی، تجزیه و تحلیل احساسات یا عقیده‌کاوی، یک مطالعه‌ی محاسباتی از عقاید، افراد، نگرش‌ها و احساسات نسبت به یک موجودیت است. عقیده‌کاوی که تحلیل احساسات و کشف ذهنیت نیز به آن گفته می‌شود، نگرش خواننده و نویسنده را در مورد یک موضوع خاص از متن‌های موجود در وب استخراج می‌کند؛ همچنین، می‌توان تحلیل احساسات یا عقیده‌کاوی را این‌گونه تعریف نمود که، زمینه‌ای است که به مطالعه‌ی نظرهای احساس‌ها، ارزیابی‌ها، رفتار و عواطف افراد نسبت به موجودیت‌هایی مانند محصولات، افراد، سازمان‌ها، موضوعات، حوادث و صفات آن‌ها می‌پردازد. عقیده‌کاوی می‌تواند به عنوان رشته‌ی فرعی زبان‌شناسی رایانه‌ای که بر استخراج نظرات افراد از وب تمرکز دارد، نیز تعریف شود، در حالی که، تحلیل احساسات به دنبال استخراج عقاید از متن‌های غیرساختاریافته با استفاده از تکنیک‌های پردازش زبان طبیعی و علوم کامپیوتر است.

هدف از پیدایش و کاربردهای عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات

عقیده‌کاوی یک حوزه‌ی تحقیقاتی نوظهور و جدید است که با استفاده از تکنیک‌های داده‌کاوی و پردازش زبان طبیعی به کشف و بازاریابی اطلاعات و دانش از متون می‌پردازد. هدف از عقیده‌کاوی، این است که کامپیوتر را قادر به تشخیص و بیان احساسات سازد؛ از دیگر اهداف عقیده‌کاوی، استخراج خودکار احساسات و نظرات جمعی انسان‌ها از خلال نوشتارها است؛ امّا، هدف اصلی که می‌توان برای تحلیل احساسات بیان نمود این است که تحلیل احساسات به شناسایی نظرات ذهنی و عینی مندرج در متون و تعیین قطبیت مثبت و منفی متون می‌پردازد. امروزه احساسات به‌طور وسیعی



بازخوردهای منفی زیادی را توصیه نکنند. شناسایی «پیام‌های تندوتیز (ادبیات ستیزه‌جویانه)» در ایمیل‌ها یا سایر انواع ارتباطات دیگر، استفاده‌ی احتمالی از تشخیص ذهنیت و دسته‌بندی است. در سیستم‌های آنلاینی که تبلیغات را به‌صورت نوارهای کناری در صفحه‌ی نمایش می‌دهند، عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات روشی مناسب به‌منظور شناسایی صفحیات وب شامل محتوای حساس نامناسب جهت قرارگیری در محل تبلیغات است. در سیستم‌های پیچیده‌تر، می‌توان از عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات برای نمایش تبلیغات متناسب با محتوایی که نشانگر احساسات مثبت برای موضوع ارائه‌شده در تبلیغ است و حتی مهم‌تر، پیشگیری از نمایش تبلیغاتی که نسبت به زمینه‌ی مربوط به آن‌ها احساس منفی وجود دارد، بهره‌برد؛ از سوی دیگر، برخی پژوهشگران بر این باور هستند که استخراج اطلاعات را می‌توان با حذف اطلاعات یافت‌شده در جملات ذهنی ارتقا داد. پاسخ به پرسش‌ها، حوزه‌ی دیگری است که تحلیل احساسات و عقیده‌کاوی می‌تواند در آن مفید واقع شود.

در خلاصه‌سازی می‌توان از مزایای محاسبات جهت نقطه‌نظرات چندگانه نیز بهره‌مند شد؛ همچنین، امکان بالقوه‌ای برای «تحلیل استنادی (citation analysis)» با استفاده از عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات وجود دارد، که برای مثال در آن ممکن است فردی خواهان شناسایی این موضوع باشد که یک نویسنده در مطلب خود به بخشی از یک پژوهش به‌عنوان شواهد پشتیبان استناد کرده یا به‌عنوان پژوهشی که آن را رد می‌کند؛ به‌طور مشابه، در دیگر تلاش‌ها از عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات به‌منظور کشف جهت‌گیری معنایی (در راستای پیگیری شهرت ادبی) استفاده شده است؛ به‌طور کلی، از جمله انگیزه‌های مواجهه‌ی رایانشی با عواطف، بهبود تعاملات انسان و کامپیوتر بوده است.

کاربردها در کسب‌وکار و هوش دولتی

عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات برای انواع کاربردهای هوشمند مناسب هستند. در واقع، هوش تجاری (business intelligence)، یکی از فاکتورهای کلیدی نهفته در پس‌علاقمندی به این دو مبحث است. در واقع، فناوری‌های تحلیل عواطف برای استخراج عقاید از مستندات ساختار نیافته‌ی نوشته‌شده توسط انسان‌ها می‌تواند ابزار فوق‌العاده‌ای برای مدیریت وظایف هوش تجاری باشد. نظرسنجی از افرادی که محصولات شرکت را خریداری نکرده‌اند، کار دشواری خواهد بود؛ در عوض، می‌توان سیستمی را به‌کار گرفت که بتواند از

بسیاری از شرکت‌ها از عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات به‌عنوان جزئی از تحقیقات خود استفاده می‌کنند؛ مثلاً، شرکت‌ها از عقیده‌کاوی برای ساخت و نگهداری نظرات استفاده می‌کنند. در واقع، سیستم‌های آن‌ها به‌طور مداوم از وب، اطلاعاتی از قبیل نظرات در مورد محصولات و مسائل سیاسی را جمع‌آوری می‌کنند؛ همچنین، شرکت‌ها از تحلیل احساسات برای توسعه‌ی استراتژی‌های بازاریابی توسط ارزیابی و پیش‌بینی رفتار عمومی نسبت به برندشان استفاده می‌کنند.

کاربردهای مرتبط با وبسایت‌های نقدو بررسی

از ظرفیتی که موتورهای جستجوی نقدو بررسی محور دارند، می‌توان به‌عنوان مبنایی جهت ساخت و خودکارسازی وبسایت‌های نقدو بررسی و تجمیع نظرات استفاده کرد. چنین وبسایت‌هایی را می‌توان به‌عنوان جایگزینی برای سایت‌هایی همچون «اپینینز (Epinions)» برشمرد که بازخوردها، نظرات و نقدو بررسی‌های موجود پیرامون یک محصول را گردآوری کرده و در اختیار کاربران قرار می‌دهند.

نقدو بررسی‌های قابل‌ارائه در چنین سایت‌هایی را می‌توان محدود به یک محصول و یا گسترده‌تر و شامل عقاید سیاسی و مباحث انتخاباتی کرد. همچنین، کاربردهای متعددی برای فناوری‌های به‌کاررفته در سایت‌های سنتی گردآوری و ارائه‌ی نقدو بررسی‌ها وجود دارد. خلاصه‌سازی

نظرات کاربران یک از این موارد است. در عین حال می‌توان شرایطی را متصور شد که خطاهای موجود در امتیازدهی کاربران برطرف شده باشند. در واقع، موقعیت‌هایی وجود دارد که کاربران به‌صورت کاملاً تصادفی امتیاز منفی را انتخاب می‌کنند، در حالی که نقدو بررسی نوشته‌شده توسط آنان کاملاً مثبت است؛ علاوه‌بر این، شواهدی مبنی بر این وجود دارد که نظرات ارائه‌شده توسط کاربران دارای سوگیری و یا نیازمند اصلاح است. اقدامات لازم در این زمینه را می‌توان با استفاده از دسته‌بندی‌های خودکار انجام داد.

کاربردها به‌عنوان یک زیرمؤلفه‌ی فناوری

سیستم‌های تحلیل احساسات و عقیده‌کاوی دارای نقش بالقوه مهمی جهت فراهم کردن فناوری برای دیگر سیستم‌ها هستند. یکی از امور قابل‌انجام با استفاده از این مبحث، تقویت «سیستم‌های توصیه‌گر (recommendation systems)» است؛ زیرا، می‌توان چنین سیستم‌هایی را به‌گونه‌ای ارتقا داد که محصولات دارای





رای‌دهندگان به آن دسترسی دارند، محسوب می‌شوند. در واقع، تحلیل احساسات و عقیده‌کاوی، به عنوان یک فناوری توانمندساز کلیدی در eRulemaking محسوب می‌شود، که تحلیل خودکار عقایدی که افراد درباره‌ی سیاست‌های در حال اجرا یا لایحه‌های دولتی ارائه می‌کنند را امکانپذیر می‌سازد.

همچنین، شایان ذکر است که از این دانش می‌توان برای اکتشاف در وبلاگ‌های مربوط به مسائل قانونی که از آن‌ها با عنوان «blawgs» یاد می‌شود، نیز استفاده کرد. هم‌افزایی عقیده‌کاوی و تحلیل احساسات با جامعه‌شناسی می‌تواند بسیار پربار واقع شود؛ برای مثال، این مسأله که ایده‌ها و نوآوری‌ها چگونه انتشار یافته و عمومی می‌شوند، نیازمند پاسخ به این پرسش است که چه کسانی به‌طور مثبت یا منفی به آن ایده یا نوآوری گرایش داشته‌اند و بر همین اساس کشف این است که چه کسانی کمتر یا بیشتر پذیرای انتقال اطلاعات خاصی هستند؛ درنهایت، این مثال را می‌توان در نظر گرفت که «نظریه‌ی توازن ساختار (structural balance theory)» به‌طور متمرکز به قطبش گره‌های بین افراد و ارتباط آن با انسجام گروهی می‌پردازد. این ایده‌ها در حال حاضر برای رسانه‌های اجتماعی استفاده و اجرا می‌شود.

تکنیک‌ها و روش‌های تحلیل احساسات

ارزیابی عقاید به دو روش انجام می‌گیرد که شامل روش مستقیم و روش مقایسه‌ای است. در عقیده‌ی مستقیم، نظر مثبت یا منفی درباره‌ی یک شیء به‌صورت مستقیم بیان می‌شود؛ مثل جمله‌ی «کیفیت تصویر این دوربین ضعیف است»، که این جمله

نقدوبررسی‌ها یا دیگر عقاید موجود در وب، شامل گروه‌های خبری، وبلاگ‌های شخصی و وبسایت‌های تجمیع نقدوبررسی مانند Epinions، به عنوان منبعی غنی بهره‌بردار و سپس نسخه‌های فشرده‌ای از نقدوبررسی‌های کاربران یا حتی خلاصه‌ای از نظرات کاربران را بسازد. این کار، تحلیلگر را از مطالعه‌ی حجم زیادی از نظرات مشابه بر حذر می‌دارد. لازم به ذکر است که منابع اینترنتی می‌توانند در شکل، نوع فعالیت و حتی دستور زبان مورد استفاده متفاوت باشند. این حقیقت، نیاز به روش‌های مستحکم برای هنگامی که حتی فقط یک زبان در نظر گرفته شده را برجسته می‌سازد.

در کنار مدیریت شهرت و روابط عمومی، ممکن است فردی تمایل داشته باشد با پیگیری دیدگاه‌های عمومی یا دیگر داده‌های مرتبط، گرایش‌های فروش و برخی اطلاعات دیگر را پیش‌بینی کند. هوش دولتی دیگر کاربرد تحلیل احساسات و عقیده‌کاوی محسوب می‌شود؛ برای مثال، پیشنهاد می‌شود که یک فرد برخی منابع موردنظر، مانند یک شبکه‌ی اجتماعی خاص، را از جهت افزایش ارتباطات خصومت‌آمیز یا منفی موردنظرات قرار دهد.

دیگر کاربردها

چنانچه مشهود است تحلیل احساسات و عقیده‌کاوی، کاربرد قابل توجهی در سیاست دارند. برخی از تلاش‌های انجام‌شده بر افکارسنجی افراد واجد شرایط رای‌دادن متمرکز هستند، در حالی که پروژه‌های دیگر دارای اهداف بلندمدت‌تری مانند کشف جایگاه سیاستمداران، برای مثال چه شخصیت‌های اجتماعی آنان را حمایت کرده یا علیه ایشان هستند، برای بهبود کیفیت اطلاعاتی که

جمله‌ی موردنظر دارای کدام یک از احساس‌های مثبت، منفی و خنثی در یک موضوع خاص است. تعیین قطبیت عموماً به نظرات مربوط به یک محصول، انجمن‌ها، بلاگ‌ها، اخبار یا میکرو بلاگ‌ها اعمال می‌شود. بهبود یا مرگ در متون پزشکی، موافقت یا مخالفت با یک موضوع در بحث‌های سیاسی، خوب یا بدبودن اخبار و پشتیبان یا مخالف‌بودن، نمونه‌هایی از قطبیت عقاید هستند.

سطوح تحلیل احساس

تحلیل احساسات را می‌توان یک فرآیند طبقه‌بندی شده به شمار آورد. با توجه به این، سه سطح از سطوح تحلیل وجود دارد که شامل سطح سند، سطح جمله و سطح ویژگی است.

۱. سطح سند: طبقه‌بندی احساسات در سطح سند بر عقاید کلی بیان شده توسط نویسندگان بنا شده است. در این سطح که ساده‌ترین شکل احساسات است، با داشتن یک سند به دنبال آن هستیم که بدانیم کل این سند نظر مثبت یا منفی را در خود دارد؛ به عنوان مثال، با داشتن یک مقاله یا نقد از یک محصول، سیستم مشخص می‌نماید که در مورد مسأله، نظر کلی مثبت یا منفی بوده است. در واقع، در سطح سند، الگوریتم تحلیل احساسات، کل متن را به عنوان ورودی دریافت و خروجی را که یک احساس است بر اساس کل متن ورودی تعیین می‌کند. در واقع، این روش بررسی جهت‌گیری تمام متن از جنبه‌ی کلی آن است.

۲. سطح جمله: در این سطح، کاربر می‌تواند دیدگاه‌های مختلف در یک جمله را بیان کند. جملات به دسته‌های مثبت-منفی و خوب-بد دسته‌بندی می‌شوند. بیشتر فعالیت‌های مرتبط با عقیده‌کاوی که در سطح جمله انجام شده‌اند، بر دو کار متمرکز شده‌اند: تعیین اینکه جمله نظری است یا حقیقی؟ و تعیین اینکه

بیانگر عقیده‌ی مستقیم است. در روش بیان عقیده‌ی مقایسه‌ای، در واقع شیء با دیگر اشیای مشابه مقایسه می‌شود؛ مثل جمله‌ی «کیفیت دوربین X بهتر از دوربین Y است»، که این جمله بیانگر مقایسه‌ی دو دوربین است.

تحلیل احساسات را می‌توان فرآیند پیچیده‌ای دانست که شامل پنج مرحله‌ی مختلف است:

۱. جمع‌آوری داده‌ها: این اولین مرحله از تجزیه و تحلیل احساسات است که شامل جمع‌آوری داده‌ها از محتوای تولیدشده توسط کاربران موجود در وبلاگ‌ها، انجمن‌ها و شبکه‌های اجتماعی می‌شود.

۲. پالایش و آماده‌سازی داده‌ها: این مرحله شامل استخراج داده‌ها قبل از تحلیل است. در این مرحله، مطالب و محتوایاتی که برای تجزیه و تحلیل بی‌ربط هستند، باید مشخص و حذف شوند.

۳. کشف یا تشخیص احساسات: در این مرحله، جملات باید استخراج شوند و نظرات موردبررسی قرار گیرند. در واقع، جملات دارای عبارات ذهنی (نظرات، باورها و اعتقادات) حفظ شده و جملات در ارتباط با هدف (حقایق و اطلاعات واقعی) دور انداخته می‌شوند.

۴. دسته‌بندی احساسات: در این مرحله، جملات ذهنی در سه گروه مثبت و منفی و خوب و بد طبقه‌بندی می‌شوند. البته طبقه‌بندی را می‌توان با استفاده از نقاط متعدد دیگر هم ساخت.

۵. ارائه‌ی خروجی: هدف اصلی از تجزیه و تحلیل احساسات، تبدیل متن بدون ساختار به اطلاعات معنی‌دار است. زمانی که تجزیه و تحلیل به پایان رسید، نتایج آزمون در نمودار دایره‌ای، نمودار میله‌ای و نمودار خط، نمایش داده می‌شود.

اصطلاح طبقه‌بندی احساسات معمولاً با تعیین قطبیت نیز به کار برده می‌شود. تعیین قطبیت یک جمله بدین معناست که

آیا جمله مثبت است یا منفی؟

در این مرحله، گام اول این است که در ابتدا تشخیص دهیم که آیا جمله عینی است یا ذهنی. اگر جمله شرطی است، در سطح جمله، تحلیل احساسات مشخص خواهد کرد که آیا جمله‌ی بیان‌شده حاوی نظر مثبت است یا منفی. در واقع، جملات عینی بیانگر حقایق و اطلاعاتی است، در حالی که جملات ذهنی بیانگر احساس‌ها، تمایلات، دیدگاه‌ها و تجربه‌های شخصی است؛ به عبارت بهتر، می‌توان گفت جملات ذهنی حاوی نظر هستند. دو مشکل اصلی در دسته‌بندی احساسات در سطح جمله وجود دارد؛ اول اینکه، دسته‌بندی جمله برای جملات ساده با یک نظر مناسب است و نه با جملات ترکیبی با یک جمله که حاوی نظرات متفاوتی است؛ دومین مشکل این است که، دسته‌بندی جمله نمی‌تواند احساسات را از جملات عینی استنتاج کند. در واقع، یک جمله‌ی عینی ممکن است نظری در مورد یک شیء را بیان کند، ولی عدم وجود صفتی، فعلی و یا کلمه‌ای احساسی مانع این شود که دسته‌بندی انجام شود.

۳. سطح ویژگی: این سطح، طبقه‌بندی احساسات با توجه به جنبه‌ها یا ویژگی‌های خاص از یک موجودیت است. اولین گام نیز شناسایی موجودیت و ویژگی‌های آن است. نظردهندگان می‌توانند نظرات متفاوتی برای ویژگی‌های مختلفی از همان موجودیت داشته باشند. در واقع، در این سطح به جای پرداختن به ساختارهای زبان مثل جمله، پاراگراف یا عبارت، مستقیماً به سراغ خود نظر می‌رویم. اغلب موجودیت و حس مربوط به آن همراه با هم می‌آیند.

گام‌های اساسی برای تحلیل احساسات در سطح ویژگی وجود دارد که شامل آماده‌سازی پایگاه نظر، استخراج ویژگی‌ها، استخراج کلمات مبین نظر، شناسایی قطبیت کلمات مبین نظر، شناسایی قطبیت جملات مبین نظر و خلاصه‌سازی نظرات می‌شود. تحلیل نظرات در سطح سند با استفاده از رویکرد یادگیری ماشین به دو دسته تقسیم می‌شود:

۱. رویکرد یادگیری ماشینی باناظر:

در این رویکرد، مجموعه‌ای از داده‌های آموزشی موجود است؛ یعنی، در واقع این رویکرد برای پیش‌بینی احساسات بر اساس مجموعه‌ی داده‌های آموزش داده شده است.

۲. رویکرد یادگیری ماشینی بدون ناظر:

در روش بدون ناظر، جهت احساسی کلمات حاوی نظر در سند تعیین می‌شود. اگر جهت احساسی کلمات مثبت بود، سند به عنوان مثبت طبقه‌بندی می‌شود، در غیر این صورت منفی. در واقع، در این رویکرد، گام اول پیدا کردن الگوی محتمل نظر است و سپس تعیین جهت احساسی یعنی اینکه کلمه‌ی نظر به کدام یک از کلمه‌ی مثبت/عالی یا منفی/ضعیف نزدیک‌تر است و سومین گام، محاسبه‌ی میانگین جهت احساسی تمام عبارات است.

به‌صورت کلی، چندین رویکرد در خصوص تکنیک‌های طبقه‌بندی احساسات وجود دارد که شامل رویکرد یادگیری ماشینی، رویکرد مبتنی بر واژه‌نامه و رویکرد ترکیبی است.

* رویکرد یادگیری ماشینی که شامل رویکرد یادگیری باناظر و

بدون ناظر می‌شود و مزیت اصلی روش‌های یادگیری ماشینی، توانایی تطبیق و ایجاد مدل‌های آموزش‌دیده برای اهداف و زمینه‌های خاص است.

* در رویکرد مبتنی بر واژه‌نامه، تکنیک‌های مختلفی برای فراهم‌آوری واژه‌نامه وجود دارد که شامل رویکرد دستی، رویکرد مبتنی بر فرهنگ لغت و رویکرد مبتنی بر پیکره است.

۱. در رویکرد دستی به‌دلیل نیاز هر حوزه به واژه‌نامه‌ی خاص خود، صرف تلاش و هزینه‌ی فراوان مقرون به‌صرفه نیست.

۲. در رویکرد مبتنی بر فرهنگ لغت، که اولین بار ترنی در سال ۲۰۰۲ به شرح برای عقیده‌کاو پرداخت، مجموعه‌ی کوچکی از کلمات احساسی یک حوزه‌ی خاص در نظر گرفته می‌شود و سپس این کلمات با استفاده از مترادفات و متضادهای «وردنت» تطبیق داده می‌شود. در هر حال، محدودیتی که برای کلیه‌ی الگوریتم‌های مبتنی بر لغت وجود دارد، این است که واژه‌نامه‌ی احساسات تولیدشده وابسته به حوزه نیست؛ بنابراین، صفت‌ها و ویژگی‌های آن حوزه را در بر نگرفته است.

۳. در رویکرد مبتنی بر پیکره، کلمات حاوی نظر می‌توانند با دقت نسبتاً بالایی تولید شوند. در رویکرد مبتنی بر واژه‌نامه برخلاف رویکرد یادگیری ماشین داده‌های آموزش داده‌شده از قبل وجود ندارد. ویژگی دیگر این رویکرد این است که از لیست لغات از پیش تعیین‌شده استفاده می‌کند که هر لغت به احساس خاصی مربوط است.

* رویکرد ترکیبی که ترکیبی از هر دو روش یادگیری ماشینی و مبتنی بر واژه‌نامه است. مزایای اصلی روش ترکیبی تشخیص و اندازه‌گیری احساسات در سطح مفهوم و حساسیت کمتر نسبت به تغییرات در دامنه‌ی موضوع است.

چالش‌های عقیده‌کاو

زبان به عنوان پویاترین و مرموزترین پدیده در جهان و همچنین ساختار آن، اصلی‌ترین چالش در حوزه‌ی تحلیل احساسات است؛ با این وجود، حوزه‌ی پژوهشی تحلیل احساسات یا عقیده‌کاو دارای چالش‌های دیگری نیز است که به‌صورت زیر است:

۱. بررسی محصول، نظرات و بازخورد می‌تواند در زبان‌های مختلف از قبیل انگلیسی، اردو، عربی، فرانسه و غیره، باشد؛ بنابراین، برای مقابله با هر زبان توجه به جهت‌گیری آن کاری چالش‌برانگیز است.

۲. اسم‌ها معمولاً به عنوان ویژگی در نظر گرفته می‌شوند، اما افعال و صفات هم می‌توانند به عنوان کلمات ویژگی که شناسایی آن‌ها دشوار است، به کار روند.

۳. اگر نفر اول نظر بدهد که «کیفیت صدا عالی است» و مشتری دوم جمله‌ی «کیفیت صدای گوشی بسیار خوب است» را اظهار کند و نظرات خود را بر تلفن همراه ارسال کنند، هر دو در حال صحبت کردن در مورد یک ویژگی‌اند، اما نوع جمله‌بندی متفاوت است؛ بنابراین، گروه‌بندی کلمات مترادف کاری چالش‌برانگیز است.

۴. گرایش نظرات با توجه به نظرات متفاوت است؛ برای مثال،



اطلاعات حاصل از عقیده‌کاوی می‌تواند در زمینه‌های مختلف از جمله کتابخانه‌ها در انتخاب بهتر و خرید مبتنی بر نظرات واقعی کاربران کاربرد داشته باشد.

منابع

عباسی، فاطمه؛ سهرابی، بابک؛ مانیان، امیر و خدیور، آمنه (۱۳۹۶). ارائه مدلی جهت دسته‌بندی احساسات خریداران کتاب با استفاده از رویکرد ترکیبی. *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*، ۶ (۲۱)، ۶۵ - ۹۲. doi: 10.22054/ims.2018.8512

میرزاییگی، مهدیه (۱۴۰۲-۱۴۰۳). جزوه‌ی درسی وب‌سنجی.

<https://blog.faradars.org/%D8%AA%D8%AC%D8%B2%D8%B%8C%D9%87%D9%88%D8%AA%D8%AD%D9%84%D8%B%8C%D9%84-%D8%A7%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%DA%86%D8%B%8C%D8%B3%D8%AA/>

[https://blog.faradars.org/%D8%B9%D9%82%DB%8C%D8%AF%D9%87%E2%80%8C%DA%A9%D8%A7%D9%88%D8%B%8C-%D9%88-%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84-%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84-%D8%A7%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D9%80%D9%80-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A8%D8%B1%D8%AF/](https://blog.faradars.org/%D8%B9%D9%82%DB%8C%D8%AF%D9%87%E2%80%8C%DA%A9%D8%A7%D9%88%D8%B%8C-%D9%88-%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84-%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84-%D8%A7%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA/)

<https://blog.faradars.org/%D8%B9%D9%82%DB%8C%D8%AF%D9%87%E2%80%8C%DA%A9%D8%A7%D9%88%D8%B%8C-%D9%88-%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84-%D8%AA%D8%AD%D9%84%DB%8C%D9%84-%D8%A7%D8%AD%D8%B3%D8%A7%D8%B3%D8%A7%D8%AA-%D9%80%D9%80-%DA%A9%D8%A7%D8%B1%D8%A8%D8%B1%D8%AF/>

<https://blog.faradars.org/sentiment-analysis-in-python/>

در جمله‌ی «Camera size of mobile phone small»، در اینجا صفت کوچک که در جمله استفاده شده بار مثبت دارد، اما اگر مشتری دیگری «The battery time is also small» را به کار ببرد، در اینجا کلمه‌ی ناچیز بار منفی خواهد داشت؛ بنابراین، شناسایی قطب کلمات صفات مشابه، در وضعیت‌های مختلف نیز کاری چالش‌برانگیز خواهد بود.

۵. در یادداشت‌هایی که کاربر در قالب آزاد می‌نویسد، می‌تواند از عبارات مخفف‌شده، کلمات کوتاه و زبان رومی استفاده کند؛ به عنوان مثال u به جای pic، you برای picture، f9 برای B4، gud برای good، before برای gud، و غیره. برای مقابله با چنین مشکلی در زبانی خاص، کار زیادی نیاز است.

۶. افراد مختلف، سبک‌های نوشتن مختلفی دارند؛ مثلاً ممکن است نظری از سوی یک فرد مثبت باشد، در حالی که فرد دیگری آن را منفی می‌داند؛ بنابراین، تجزیه‌ی جمله به عنوان مثبت یا منفی در سطح جمله دشوار خواهد بود.

کلام آخر

در سال‌های اخیر، رشد شبکه‌های اجتماعی و به تبع آن افزایش فزاینده‌ی محتوای این شبکه‌ها باعث شده است تا افراد برای خرید و استفاده از محصولات، خدمات و یا حتی انتخاب‌های سیاسی خود از نظرات سایر افراد برای تصمیم‌گیری استفاده نمایند. با توجه به آنکه نظرات کاربران به صورت متنی است و خواندن و جمع‌بندی آن‌ها زمان‌بر و مشکل است، خودکارسازی استخراج عقاید و احساسات نظرات کاربران یکی از راهکارهای پیشنهادی برای سایت‌های فروش آنلاین جهت ارائه‌ی خدمات کارا تر به مشتریان جهت تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر است. تحلیل احساسات یا عقیده‌کاوی فرآیندی است که نظرات، احساسات و نگرش افراد در ارتباط با موضوعی خاص استخراج می‌شود و به عنوان شاخه‌ای از متن‌کاوی شناخته می‌شود. نتایج حاصل از تحلیل احساسات می‌تواند در سیستم‌های پیشنهاددهنده جهت ارائه‌ی پیشنهادهای کارا تر برای خرید مورداستفاده قرار گیرد.



بررسی و معرفی پایگاه داده‌های اطلاعاتی ایران



سلوا طاحونی

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی (گرایش علم‌سنجی) دانشگاه تبریز

- شناسایی نویسندگان پُرکار سازمان، مجله و یا یک حوزه‌ی موضوعی؛
 - شناسایی برونده‌های علمی نمایه‌شده حاوی کلمات معین در عنوان؛
 - شناسایی برونده‌های علمی نمایه‌شده‌ی مجله، سازمان و نویسندگان؛
 - شناسایی و بازیابی آثار پراستناد مجله، سازمان و موضوع؛
 - شناسایی و بازیابی حوزه‌های موضوعی اصلی و فرعی سازمان‌ها، مجلات و نویسندگان.
- برای جستجو و درخواست‌های اطلاعاتی در این پایگاه باید به آدرس اینترنتی <http://www.sci.isc.gov.ir> مراجعه کنید. شکل ۱، تصویری از صفحه‌ی جستجوی پایگاه را نشان می‌دهد.



شکل ۱: صفحه‌ی جستجوی ساده پایگاه اطلاعاتی علوم جهان اسلام

مطابق شکل ۱، صفحه‌ی جستجوی ساده، فقط شامل یک کادر جستجو با نام «تمامی اقلام» است. با وارد کردن کلیدواژه‌ی موردنظر، تمامی مقالاتی که شامل این کلیدواژه باشند، قابل نمایش و بازیابی است. شکل ۲، صفحه‌ی جستجوی پیشرفته‌ی پایگاه اطلاعاتی را نشان می‌دهد.

این تحقیق درصدد است تا به بررسی و معرفی چند پایگاه استنادی داخلی بپردازد.

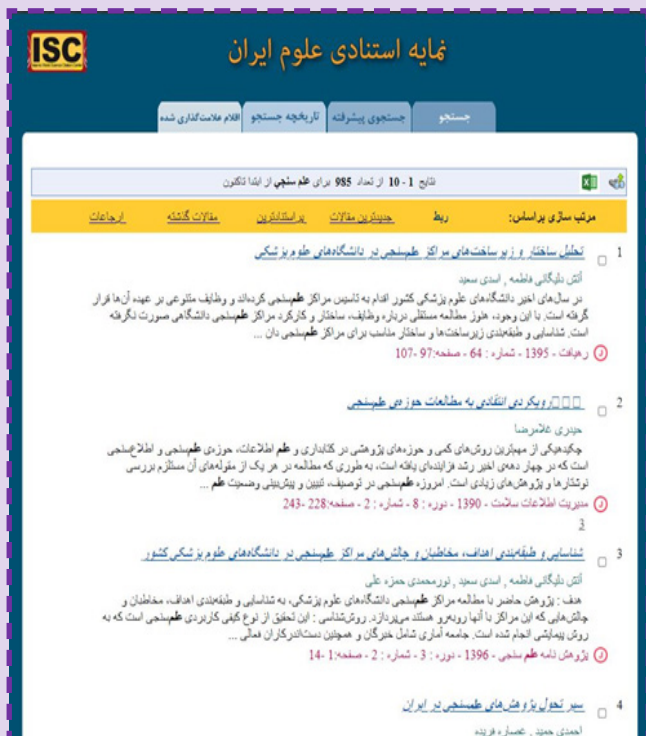
پایگاه‌های استنادی ایران

سابقه‌ی پایگاه‌های استنادی ایران به سال ۱۳۸۰ شمسی بازمی‌گردد؛ به‌طوری‌که، نخستین بار پایگاه استنادی علوم جهان اسلام^۱ و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی به انتشار و تولید نمایه‌ی استنادی، ابزارهای علم‌سنجی و دیگر گزارش‌های استنادی مجلات پرداختند. با توجه به اینکه فعالیت پایگاه اطلاعاتی علوم جهان اسلام در سطح جهان اسلام است و یک پایگاه اطلاعاتی محسوب نمی‌شود، اما، به علت اینکه در کشور ایران قرار دارد و تهیته، سازماندهی و ارائه‌ی اطلاعات در کشور ایران صورت می‌گیرد، می‌توان به عنوان یک پایگاه اطلاعاتی داخلی در نظر گرفت. مرکز اطلاعاتی جهاد دانشگاهی نیز به عنوان یک پایگاه اطلاعاتی و با هدف گسترش و بهبود خدمات اطلاعاتی به پژوهشگران، ترویج و اشاعه‌ی اطلاعات علمی، سرعت‌بخشیدن به کارها و غیره نیز یک پایگاه اطلاعاتی مفید و باکیفیت در این زمینه به شمار می‌رود. با گذر زمان و با توسعه‌ی فناوری اطلاعات پایگاه‌های اطلاعاتی در ایران نیز به سمت توسعه و بهبود رفتند و در حال حاضر بسیاری از پایگاه‌های اطلاعاتی ایران به‌صورت آنلاین و با دسترسی آسان برای کاربران در دسترس هستند؛ در ادامه، ساختار، نحوه‌ی کار و دیگر موارد موجود توضیح و شرح داده می‌شود.

پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

پایگاه اطلاعاتی علوم جهان اسلام، یک منبع بسیار مهم و کارآمد برای دسترسی به اطلاعات مربوط به علوم و فنون در جهان اسلام است. این پایگاه اطلاعاتی شامل مجموعه‌ای از مقالات، کتاب‌ها، مقالات کنفرانسی و سایر منابع مرتبط با علوم جهان اسلام است؛ به‌علاوه، این پایگاه اطلاعاتی شامل اطلاعات مربوط به علوم پایه، علوم پزشکی، علوم کشاورزی، علوم اجتماعی و انسانی، معماری، هنر و سایر حوزه‌های مرتبط با جهان اسلام است. با دسترسی به این پایگاه اطلاعاتی، پژوهشگران می‌توانند به‌راحتی به اطلاعات مربوط به پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه‌های مختلف موضوعی در جهان اسلام دسترسی پیدا کنند و از آن به عنوان یک منبع معتبر و قابل‌اعتماد برای پژوهش‌های خود استفاده کنند. از قابلیت‌ها و ویژگی‌های پایگاه استنادی علوم جهان اسلام می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

1 Isc: Islamic World Science Citation Center



شکل ۳: نمایی از صفحه‌ی نتایج پایگاه علوم جهان اسلام

در این پایگاه نیز امکان تحلیل نتایج وجود دارد که اطلاعات کامل و جامع‌تری را برای کاربران به ارمغان می‌آورد. در پایین صفحه و در سمت راست، گزینه‌ی «تحلیل» وجود دارد که با کلیک کردن بر روی آن به صفحه‌ی تحلیل نتایج هدایت می‌شود. در شکل ۴، نمایی از صفحه‌ی تحلیل نتایج نشان داده می‌شود.

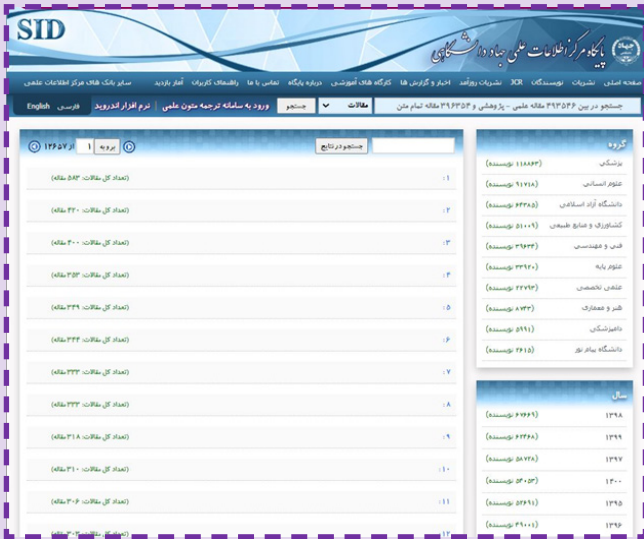


شکل ۴: صفحه‌ی تحلیل نتایج پایگاه داده‌ی علوم جهان اسلام



شکل ۲: صفحه‌ی جستجوی پیشرفته در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

مطابق شکل ۲، همان‌طور که مشخص است، علاوه‌بر فیلد «تمامی اقلام»، می‌توان از فیلدهای دیگری چون عنوان، نویسنده، آدرس و منبع، جستجوی موردنظر را انجام داد؛ در ادامه، تک به تک فیلدها شرح و توضیح داده خواهد شد. فیلد عنوان: با جستجو در این فیلد، مقالاتی قابل‌بازبایی است که کلیدواژه‌ی موردجستجو در فیلد عنوان آمده باشد. فیلد نویسنده: با جستجو در این فیلد، مقالاتی بازبایی می‌شود که توسط آن نویسنده نوشته و منتشر شده است. فیلد آدرس: با جستجو در این فیلد، به تمامی مقالاتی که توسط یک سازمان، مؤسسه یا دانشگاه منتشر شده است، دسترسی خواهید داشت. فیلد منبع: با جستجو در فیلد منبع، مقالاتی بازبایی خواهد شد که توسط یک مجله ارائه و منتشر شده است. به‌علاوه، می‌توان از قسمت سال انتشار بازه‌ی زمانی مدّتنظر را برای بازبایی و شناسایی مقالات مشخص و تعیین کرد. شکل ۳، صفحه‌ی نتایج را نشان می‌دهد. نتایج این صفحه، در پاسخ به جستجوی کلیدواژه‌ی «علم‌سنجی» در فیلد تمامی اقلام را نشان می‌دهد. همان‌طور که از تصویر نیز مشخص است، برای هر پرونده علمی اطلاعات کتابشناختی مقاله، تعداد استنادهای دریافتی در طول یک سال و متن کامل مقاله (در صورت وجود) ارائه می‌شود. نتایج نشان‌دهنده به‌صورت پیش‌فرض بر اساس ربط هستند؛ اما، امکان نمایش نتایج از قدیم‌ترین، جدیدترین، ارجاعات و پراستنادترین پرونده‌ها نیز وجود دارد.



شکل ۶: نمایی از بخش نویسندگان پایگاه اطلاعاتی جهاد دانشگاهی

مطابق شکل ۶، تمامی نویسندگان، بر اساس فراوانی تعداد مقالات، قابل مشاهده هستند. می‌توان با کلیک کردن بر روی هر کدام از شماره‌ها به مقالات و اطلاعات کامل کتابشناختی آن‌ها دست یافت.

بخش جستجو

در قسمت جستجو، با وارد کردن کلمه‌ی کلیدی موردنظر خود می‌توانید جستجوی خود را انجام دهید. امکان جستجو بر اساس نویسنده، مقالات علمی و مجله امکان‌پذیر است. اگر جستجوی مجلات باشد، نتایج نشان داده‌شده شامل مجلاتی خواهد بود که کلیدواژه‌ی موردنظر در آن وجود داشته باشد. اگر جستجو بر اساس نویسنده باشد، نام نویسندگانی که در لیست وجود داشته باشد، نمایش داده خواهد شد. اگر جستجو برای یافتن مقالات علمی باشد، مقالاتی نمایش داده خواهد شد که کلیدواژه‌ی موردنظر در عنوان یا کلیدواژه‌ی مقاله وجود داشته باشد. شکل ۷، نمایی از قسمت جستجوی پایگاه اطلاعاتی جهاد دانشگاهی را نشان می‌دهد.



شکل ۷: بخش جستجو در پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

برای مثال، در تحلیل نتایج برای عبارت «علم‌سنجی» عدد ۱۰۰۰ برای تعداد نتایج، عدد ۱ برای حد آستانه و انتخاب از میان ارقام، ۱۰۰۰ مؤسسه را که در حوزه‌ی علم‌سنجی بیشترین تعداد برونداد را منتشر کرده‌اند، نشان می‌دهد.

پایگاه داده‌ی جهاد دانشگاهی

پایگاه داده‌ی جهاد دانشگاهی در سال ۱۳۸۳ تأسیس و راه‌اندازی شده است. هدف از ایجاد این پایگاه، گسترش و بهبود خدمات اطلاع‌رسانی به پژوهشگران، افزایش اثربخشی به پژوهش‌ها، ترویج و اشاعه‌ی اطلاعات علمی، سرعت‌بخشیدن به کارهای علمی و پژوهشی، دسترسی آسان به منابع و غیره است. این پایگاه به صورت رایگان بوده و از طریق آدرس اینترنتی <http://www.sid.ir/> قابل دسترسی است. پایگاه جهاد دانشگاهی در کل از ۶ بانک اطلاعاتی تشکیل شده است، که شامل بانک مجامع علمی فارسی ایران، بانک نشریات فارسی ایران، بانک مراکز علمی تخصصی ایران، بانک طرح‌های پژوهشی فارسی ایران، English Seminars Database of Iran، English Journals Database of Iran هستند. شکل ۵، صفحه‌ی بانک اطلاعات نشریات فارسی پایگاه اطلاعاتی جهاد دانشگاهی را نشان می‌دهد.



شکل ۵: نمایی از صفحه‌ی بانک اطلاعات نشریات فارسی پایگاه جهاد دانشگاهی

مطابق شکل ۵، امکانات مختلفی چون جستجوی نویسندگان، جستجوی مقالات، عناوین و غیره در این پایگاه اطلاعاتی وجود دارد. بخش نویسندگان

در این بخش، نویسندگان بر اساس فراوانی تعداد مقالاتشان مرتب و نشان داده می‌شوند؛ به علاوه، امکان جستجوی نویسندگان نیز وجود دارد؛ از طرف دیگر، امکان مشاهده‌ی نویسندگان بر اساس سال، حوزه‌ی موضوعی و مجله امکان‌پذیر است. شکل ۶، صفحه‌ی این بخش نویسندگان پایگاه جهاد دانشگاهی را نشان می‌دهد.

بعد از جستجو، نتایج بازیابی شده را می‌توان بر اساس ربط، میزان استناد و زمان انتشار مرتب‌سازی کرد؛ به‌علاوه، می‌توان چکیده، متن کامل، گروه علمی و سال انتشار را برای بازیابی نتایج مرتبط اعمال کرد. برای هر مدرک می‌توان اطلاعات کتابشناختی، تعداد استناد و ارجاعات را مشاهده کرد. شکل ۸، نمایی از صفحه‌ی نتایج بازیابی شده را نشان می‌دهد.



شکل ۸: نمایی از صفحه‌ی نتایج بازیابی شده در پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی

جمع‌بندی

پایگاه داده‌های جهانی و داخلی، هر کدام متناسب با نوع خود، ویژگی‌ها و قابلیت‌هایی دارند که دسترسی به منابع مختلف را برای کاربران و پژوهشگران تسهیل کرده‌اند. در هر کدام از پایگاه‌ها می‌توان به اطلاعات مربوط به پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه‌های مختلف موضوعی دسترسی پیدا کرد و از آن به عنوان یک منبع معتبر، غنی و قابل اعتماد برای پژوهش‌های خود استفاده کرد؛ علاوه‌بر این، می‌توان انواع مختلف جستجو از قبیل جستجوی ساده، پیشرفته و غیره را انجام داد. پایگاه‌های ذکرشده، زبان‌های مختلفی را تحت پوشش خود قرار داده‌اند که بسته به نوع نیاز کاربر می‌توان از آن بهره‌مند شد؛ همچنین، از مزایای استفاده از پایگاه‌های ایران و جهان می‌توان به دسترسی سریع و آسان به اطلاعات، به‌روزرسانی اطلاعات، قابلیت جستجوهای مختلف، امکان مقایسه و تحلیل اطلاعات و غیره اشاره کرد؛ در کل، می‌توان چنین بیان کرد که پایگاه‌های اطلاعاتی ایران و جهان جزء مهم‌ترین منابع اطلاعاتی در حوزه‌ی جامعه‌ی بین‌المللی و ایران محسوب می‌شوند که می‌توانند برای افراد و سازمان‌های مختلفی از جمله دانشجویان، پژوهشگران، رسانه‌ها و غیره بسیار مفید واقع شوند.

منابع

عطاپور، هاشم (۱۴۰۲). پایگاه‌های اطلاعاتی علم‌سنجی ایران و جهان. تهران: سمت.
 نوروزی چاکلی، عبدالرضا (۱۳۹۰). آشنایی با علم‌سنجی (مبانی، مفاهیم، روابط و ریشه‌ها). تهران: سمت.



معرفی بزرگان رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی



مریم ترکمن

دانشجوی کارشناسی ارشد رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی (گرایش مدیریت اطلاعات) دانشگاه شیراز

و از سال ۱۹۰۱ تا زمان بازنشستگی (۱۹۳۸)، در کتابخانه‌ی موزه کار کرد. وی در سال ۱۹۲۲ کمک‌کتابدار، در سال ۱۹۲۵ معاون کتابخانه و در سال ۱۹۳۰ کتابدار آن کتابخانه شد. بردفورد در مدت تصدی خود، تمام اندیشه و توان خود را وقف تبدیل کتابخانه‌ی موزه‌ی علوم به کتابخانه‌ی ملی علوم کرد. به گفته‌ی اورکهارت، بزرگ‌ترین موفقیت او در مدیریت، تبدیل کتابخانه‌ی کوچک علوم به بزرگ‌ترین مجموعه‌ی متون علمی اروپا بود.

بردفورد با بررسی تولید کتابشناسی جهانی، مشتاقانه از انتخاب «رده‌بندی دهدهی جهانی (یودی.سی.)» در سراسر جهان پشتیبانی کرد؛ همچنین، وی از این نظام در کتابخانه‌ی علوم استفاده کرد و پشتیبان پرشور مؤسسه‌ی بین‌المللی کتابشناسی نیز بود، که بعدها به فدراسیون بین‌المللی اطلاع‌رسانی و سندپردازی (فید) تبدیل شد. برای کمک هرچه بیشتر به استفاده از رده‌بندی دهدهی جهانی، بردفورد به همراه پولارد، «انجمن بریتانیایی برای کتابشناسی بین‌المللی (The British Society for International Bibliography)» یا (BSIB) را در سال ۱۹۲۷ به عنوان کمیته‌ی بریتانیایی فید ایجاد کرد. این انجمن یکی از مجراهای اصلی ارتباطی در باب رده‌بندی دهدهی جهانی در بریتانیا شد؛ همچنین، بردفورد «خلاصه‌ی

نام: ساموئل کلمن بردفورد (Samuel Clement Bradford)

زادروز: ۱۰ ژانویه ۱۸۷۸ میلادی

محل تولد: لندن

درگذشت: ۱۳ نوامبر ۱۹۴۸ میلادی

شهرت: قانون‌پراکنندگی بردفورد

زندگی‌نامه و تحصیلات

ساموئل کلمنت بردفورد، ریاضیدان، کتابدار و مستندساز بریتانیایی در موزه‌ی علوم لندن و همچنین مؤلف آثاری در زمینه‌ی رده‌بندی متون علمی و از جمله پشتیبانان جنبش بهبود مهارت‌های علمی و فنی بود که به رشد حوزه‌ی سندپردازی کمک کرد.

بردفورد در ۱۰ ژانویه ۱۸۷۸ در لندن به دنیا آمد. او در رشته‌ی شیمی تحصیل کرد و بنابر گفته‌ی یکی از همکارانش، مدرک لیسانس خود را با تحصیل در مدرسه‌ی شبانه گرفت و در نهایت، دکترای خود را از طریق پژوهش در اداره‌ی خود، یعنی کتابخانه‌ی موزه‌ی علوم دریافت کرد.

فعالیت

بردفورد در سال ۱۸۹۹ در سلک کارکنان موزه‌ی علوم در آمد



به‌خوبی می‌شناسند. مارگارت ایگان در نقد این کتاب در مجله‌ی «فصلنامه‌ی کتابخانه» (۱۹۵۰) می‌گوید «این کتاب باید در جلب توجه‌ی کتابداران آمریکایی به اهمیت کنترل کتابشناختی و نیاز به تحقیق بیشتر درباره‌ی این جنبه‌ی فراموش‌شده‌ی کتابداری مفید باشد»؛ از طرفی دیگر، مارگارت ایگان و جس شرا نیز مقدمه‌ای ۳۵ صفحه‌ای بر آن کتاب نوشتند و بر این نکته تأکید کردند که کتابداری و سندپردازی می‌بایست به‌صورت واحد در نظر گرفته شود. قانون بردفورد از سوی نویسندگان و سندپدازان متون علمی مورد توجه‌ی بسیاری قرار گرفت، اگرچه به گفته‌ی اورکهارت، «بردفورد از بحث‌های دانشگاهی که درباره‌ی قانون او صورت می‌گرفت، بیم داشت؛ زیرا، بیشتر علاقه‌مند به کارهای عملی بود».

بردفورد سرانجام در سن هفتاد سالگی در حالی که آثار زیادی از خود برجای گذاشت، درگذشت.

منابع

https://en.wikipedia.org/wiki/Samuel_C._Bradford
<https://library.razavi.ir/aqlibraries/fa/44421/%D8%B3%D8%A7%D9%85%D9%88%D8%A6%D9%84-%DA%A9%D9%84%D9%85%D9%86-%D8%A8%D8%B1%D8%AF%D9%81%D9%88%D8%B1%D8%AF>

مذاکرات انجمن کتابشناسی بین‌المللی بریتانیا» را از آغاز در سال ۱۹۳۹ تا هنگام ادغام این انجمن در انجمن کتابخانه‌های تخصصی و مراکز اطلاع‌رسانی انگلیس (اسلیب) در سال ۱۹۴۸ ویرایش کرد. در سال ۱۹۴۵، بردفورد پس از پولارد، رئیس انجمن کتابشناسی جهانی بریتانیا گردید و در سال ۱۹۴۷ به عنوان نایب رئیس فید و سرپرست کمیته‌ی بین‌المللی رده‌بندی آن انجمن برگزیده شد.

یکی از علل حمایت قوی بردفورد از رده‌بندی دهدهی جهانی، توجه او به این امر بود که متون علمی باید به‌طور مطلوب پردازش و سازماندهی گردد. وی در کتاب «سندپردازی» که در سال ۱۹۴۸ منتشر شد، به پژوهش‌هایی اشاره می‌کند که در کتابخانه‌ی علوم انجام گرفته و نشان داده است که کمتر از نیمی از مقاله‌های مفید منتشرشده، در چکیده‌نامه‌ها ظاهر می‌گردد.

وی سپس شیوه‌ای را مورد بررسی قرار داد که با استفاده از آن نشان داده می‌شد که مقاله‌های هر حوزه‌ی موضوعی در نشریاتی منتشر می‌شوند که الزاماً مرتبط با آن حوزه‌ی موضوعی خاص نیستند. بردفورد در این «پراکندگی کتابشناختی» الگویی عام یافت که مقدمه‌ی تدوین «قانون بردفورد» یا «قانون پراکندگی» گردید؛ همچنین، بردفورد، ۳۵ مقاله در زمینه‌ی سندپردازی منتشر کرد؛ علاوه بر آن، مقاله‌های بسیاری نیز در حوزه‌ی شیمی و سایر مباحث علمی به رشته‌ی تحریر درآورد.

سایر

کتابداران، بردفورد را به عنوان نویسنده‌ی مجموعه‌ی مقاله‌هایی که با عنوان «سندپردازی» منتشر می‌شد،



گفتگو با سرکار خانم مهسا ترابی

(از دانشجویان موفق رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی – گرایش مدیریت اطلاعات و دانش دانشگاه شیراز)



علی گشتاسبی

دانشجوی کارشناسی رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز

بلافاصله بعد از تمام کردن لیسانس، به‌جای اینکه کنکور ارشد رشته‌ی خودم را بدهم، دنبال رشته‌ی مناسب با روحیاتم گشتم و با رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی آشنا شدم. از سرفصل‌های رشته و اینکه بیش از ۷۰ درصد رشته با کامپیوتر سروکار داشت، خوشم آمد (چون از بچگی عاشق کامپیوتر و هر چیزی که با آن مرتبط است، بودم) و برای مقطع کارشناسی ارشد، کنکور این رشته را دادم و با رتبه‌ی ۲۴، دانشگاه اصفهان قبول شدم.

چه زمانی متوجه شدید باید این راه را تا مقطع دکتری ادامه دهید؟

همان موقعی که برای مقطع کارشناسی ارشد وارد این رشته شدم، متوجه شدم که باید ادامه بدهم و بلافاصله بعد از ارشدم برای کنکور دکتری اقدام کردم و دانشگاه شیراز قبول شدم. در ایران رشته‌ی جدیدی بود و فکر کنم شاید ۱۰ سال باشد که با این عنوان و طرح درس در کشور وجود دارد و خوب جای کار بسیار زیادی دارد. من که عاشقشم!

قصد دارید بعد از فارغ‌التحصیل شدن، به چه کاری مشغول شوید؟

تدریس، پژوهش، یادگیری و یادگیری و یادگیری!

یکی از بهترین راهنماهای دانشجویان نوظهور در هر رشته‌ای، استفاده از تجربه‌های بزرگان آن رشته است و همین موضوع من را مشتاق کرد تا با خانم مهسا ترابی، یکی از دانشجویان موفق رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی، گفت‌وگویی داشته باشم و از پیچ‌وخم‌های این رشته بیشتر آگاه شوم و همچنین رشته‌ی خود را بهتر بشناسم. خانم مهسا ترابی، دانشجوی دکتری گرایش مدیریت اطلاعات و دانش بوده و هم‌زمان در حال تدریس به دانشجویان کارشناسی رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی نیز است.

سرکار خانم مهسا ترابی، چه چیزی باعث شد که در مقطع کارشناسی این رشته را انتخاب کردید؟

اول سلام؛ خوب من رشته‌ی دبیرستانم ریاضی بود و کارشناسی به‌صورت اشتباهی! روانشناسی دانشگاه اصفهان خواندم، که با روحیاتم سازگار نبود. دیگه معدّل ۲۰ سوّم ریاضی بودن و صحبت از روان آدم‌ها و روحیه‌ی حساس من اصلاً با هم جور در نمی‌آمد.



به نظر تان چطور می‌توان مردم کشور را از وجود و مزایای این رشته آگاه کرد؟

فقط همت بچه‌های رشته را می‌طلبید که با هم بتوانیم به تمام کسانی که علاقه به این راه دارند، این رشته را بشناسانیم و بتوانیم مزایای زیاد آن را به شرکت‌ها و سازمان‌ها معرفی کنیم. رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی (knowledge & information science) آنقدر قابلیت دارد که می‌تواند وارد هر حیطه‌ای بشود. چرا؟ چون، ما با اطلاعات سروکار داریم و کجا هست که اطلاعات نیست؟؟؟ باید تیم‌های کارآفرینی تشکیل بدهیم و حتی اگر شده باشد، به صورت رایگان در سازمان‌ها نیاز خود را اثبات کنیم. چطور؟ با هزاران راه که نیاز به همفکری بچه‌های رشته دارد؛ مثلاً، از طریق تحلیل اطلاعات و داده‌های یک سازمان و پیش‌بینی آینده‌ی آن سازمان برای فروش یا هر کار دیگر، طراحی الگوریتم‌های بهینه‌سازی برای آن سازمان، کدزدن و نگارش برنامه‌های کاربردی مختص سازمان با توجه به نیاز سازمان و خلاصه کاپیدن آن سازمان و کمک کردن به آن برای رشد. این فقط یک راه خیلی کوچک بود و باید ذهن‌مان را فعال نگه داریم و مداوم ایده بدهیم و همفکری کنیم.

به نظر شما، وجود این رشته چه تأثیری می‌تواند روی یک جامعه بگذارد؟

من همیشه یک تشبیه برای رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی می‌کنم. فکر کنید تمام رشته‌ها و علم‌ها مثل آجرهایی هستند که روی هم قرار گرفته باشند، رشته‌ی ما مثل سیمانی است که این آجرها را به هم وصل نگه می‌دارد و دیواری علم را می‌سازد. چرا؟ چون، داده‌ها و اطلاعات را مورد ذخیره‌سازی، سازماندهی، تحلیل، پیش‌بینی و غیره قرار می‌دهد و در نهایت برای طراحی یک سامانه‌ی کاربرپسند می‌توانیم از نتایج تحلیل‌ها استفاده کنیم. نه تنها سامانه، که یک مثال جزئی هست، بلکه هر آنچه به کاربر خدمت کند تا بتواند به نتیجه‌ی مطلوب خودش برسد، چه در بازیابی اطلاعات از علوم، چه بازی، چه یک رابط کاربری مناسب و غیره. البته کاربر فقط عموم مردم نیست و متخصصان، دانشمندان و غیره را نیز شامل می‌شود. آنقدر کاربرد این رشته مفصل است که می‌شود حتی ساعت‌ها در موردش حرف زد. اما حرف کجا و عمل

کجا! باید دست به کار شد و کار تیمی انجام داد. تک‌روی به جایی نمی‌رسد و البته حرف هم به جایی نمی‌رسد!

محاسن و معایب نحوه‌ی ارائه‌ی آموزشی این رشته در دانشگاه‌های ایران چیست؟

خب رشته‌ی ما در خارج از کشور، به عنوان مثال اروپا، در دانشکده‌ی علوم کامپیوتر است و به نظرم باید کم‌کم این اتفاق بیوفتد و علاوه بر این، در خارج از کشور زیرشاخه‌ی علوم انسانی نیست. به نظر من هم نیست، به شخصه افرادی را دیدم که بدون اطلاع وارد رشته می‌شوند و فکر می‌کنند چون گرایش علوم انسانی است، باید آسان باشد و بعد با کلی واحد کامپیوتری مواجه می‌شوند و می‌گویند ما نمی‌دانستیم! و خوب به نظرم رشته بیشتر دارد به گرایشی از علوم کامپیوتر تبدیل می‌شود. البته این نظر و پیشنهاد شخصی من است.

مهم‌ترین چیزی که با حضور در این رشته یاد گرفتید، چیست؟

اینکه چطوری یاد بگیرم. شاید خیلی ربطی به رشته نداشته باشد، ولی وقتی وارد این رشته شدم با مباحثی مواجه شدم که خودشان دریایی بودند و فهمیدم چقدر مبحث است که بلد نیستم و این حس همیشه باهام است و یاد گرفتم که تا آخر عمرم چطور از این دریا یاد بگیرم ...

به عنوان نکته‌ی پایانی، به دانشجویانی که تازه وارد این رشته شده‌اند، چه پیشنهادهایی می‌دهید؟

پیشنهاد می‌کنم که آگه علاقه‌ای به دنیای کامپیوتر، داده، اطلاعات، آمار و تحلیل ندارند، رشته‌ی خودشان را تغییر بدهند و اگر علاقه دارند، با قدرت ادامه بدهند، چون درست آمدند و قطعاً می‌توانند حرفی برای گفتن داشته باشند. این حرف را می‌توانم با قاطعیت بزنم؛ چون، از تحولات رشته به‌ویژه در سال‌های اخیر اطلاع دارم. امیدشان را از دست ندهند و چون از اولین‌هایی هستند که دارند این رشته را می‌خوانند، قطعاً ان‌شالله در آینده پیش‌تازها خواهند شد؛ پس، با قدرت ادامه بدهند و رشته را به دانش‌آموزان دبیرستانی بشناسانند. هر چقدر برای رشته‌ی خود اهمیت قائل باشی، مردم و جامعه همانقدر برای رشته‌ات اهمیت قائل هستند. این یک قانون است!!





تبریک به پایان نامه‌ها و رساله‌های دفاع شده

خانم سمیه پاک‌نهاد با موفقیت رساله‌ی خودشان را دفاع کردند. به ایشان تبریک گفته و آرزوی موفقیت روزافزون را برایشان از درگاه خداوند بزرگ مسئلت داریم. در ادامه، چکیده‌ای از رساله‌ی ایشان را مشاهده می‌کنید.

مقایسه اثربخشی دو رویکرد معنایی و مبتنی بر واژه و کاربست ویژگی‌های داوران در پیشنهاد سامانه خبره‌یابی داور برای نشریات حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی

به کوشش: سمیه پاک‌نهاد

مقطع تحصیلی: دکتری

استاد راهنما: دکتر مهدیه میرزابیگی (دانشیار بخش علم اطلاعات و دانش‌شناسی)

اساتید مشاور: دکتر هاجر ستوده (استاد بخش علم اطلاعات و دانش‌شناسی)

دکتر مصطفی فخر احمد (دانشیار بخش مهندسی کامپیوتر)

طراحی و ارزیابی سامانه‌های خبره‌یابی داور برای بهبود کیفیت داورى مقالات علمی دارای اهمیت هستند. هدف این رساله، شناخت اثربخشی دو رویکرد معنایی و مبتنی بر واژه و کاربست ویژگی‌های داوران در پیشنهاد سامانه خبره‌یابی داور برای نشریات حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی بود. پژوهش حاضر به لحاظ هدف کاربردی، به لحاظ رویکرد کمی و از حیث نحوه گردآوری داده‌ها با روش تجربی انجام شد. ابتدا ویژگی‌های داوران از منابع معتبر استخراج شد؛ سپس میزان اهمیت و وزن هر یک از ویژگی‌ها توسط ۲۴ سردبیر و اعضای گروه دبیران نشریات حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی تعیین شد. در مرحله بعد، پایگاه داده پژوهش با تعداد ۴۴۸۶ مدرک از همه مقالات رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی با فیلدهای عنوان، چکیده و کلیدواژه‌های انگلیسی به عنوان شاهد خبرگی نامزدهای داورى تشکیل شد و تعداد ۵۱ مقاله به عنوان پرس‌وجو انتخاب شد. ارزیابی ربط نتایج نسبت به پرس‌وجوها توسط ۷۹ متخصص از حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی انجام شد. در این پژوهش، با استفاده از الگوریتم‌های پایه خبره‌یابی داور و اضافه کردن ویژگی‌های داوران، سامانه پیشنهاد شد و نتایج قبل و بعد از مداخله ویژگی‌های داوران در قالب ۴ مدل مقایسه شد. در نهایت، در مرحله ارزیابی، نتایج شش سنجه ارزیابی ربط برای ۴ مدل مقایسه شد. یافته‌های پژوهش نشان داد هشت ویژگی قابل سنجش داوران شامل تعداد مقاله مرتبط با مقاله در دست داورى، سال انتشار مقاله‌های داور، سهم مقالات داور با نقش نویسنده اول، سهم مقالات داور با نقش نویسنده مسئول و تجربه داورى، مرتبه دانشگاهی و سابقه عضویت در گروه دبیران نشریات بود. از این ویژگی‌ها، پنج ویژگی شامل تعداد مقاله مرتبط با مقاله در دست داورى، سال انتشار مقاله‌های داور، سهم مقالات داور با نقش نویسنده اول و سهم مقالات داور با نقش نویسنده مسئول و تجربه داورى توسط سردبیران و اعضای گروه دبیران نشریات تأیید شد. یافته‌های ارزیابی سامانه نشان داد الگوریتم جاکارد در هر شش سنجه ارزیابی ربط، اثربخشی بیشتری نسبت به الگوریتم وردآوک دارد؛ افزودن ویژگی‌های داوران به الگوریتم وردآوک، اثربخشی هر شش سنجه ارزیابی ربط سامانه را افزایش داد، افزودن ویژگی‌های داوران به الگوریتم جاکارد باعث افزایش دو سنجه میانگین دقت در سطح ۱۰ نتیجه اول و سود تجمعی تنزیل شده نرمال شد. در نهایت ترکیب ویژگی‌های داوران با الگوریتم پایه جاکارد بهترین اثربخشی را در سامانه خبره‌یابی داور به همراه داشت. با توجه به یافته‌های این پژوهش، می‌توان نتیجه‌گیری کرد که افزودن ویژگی‌های افراد متخصص که نامزد داورى یک مقاله هستند در سامانه خبره‌یابی داور، بهبود قابل توجهی در عملکرد الگوریتم‌های پایه و افزایش دقت و کیفیت نتایج به دنبال دارد. در این راستا، استفاده از الگوریتم جاکارد و ترکیب آن با ویژگی‌های داوران، بهترین اثربخشی را در سامانه خبره‌یابی داور دارد. همچنین، بر اساس تأیید سردبیران و اعضای گروه دبیران، پنج ویژگی شامل تعداد مقاله مرتبط با مقاله در دست داورى، سال انتشار مقاله‌های داور، سهم مقالات داور با نقش نویسنده اول و سهم مقالات داور با نقش نویسنده مسئول و تجربه داورى توسط سردبیران و اعضای گروه دبیران نشریات می‌تواند به‌عنوان ویژگی‌های داوران در سامانه‌های خبره‌یابی و انتخاب داور مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: سامانه خبره‌یابی داور، سنجه شباهت جاکارد، الگوریتم وردآوک، علم اطلاعات و دانش‌شناسی، ویژگی‌های داوران، نشریات



فراخوان مقاله و مطالب علمی

راهنمای نگارش:

۱. مطالب باید در قالب word و با فونت B Nazanin تایپ شوند.
۲. اعداد احتمالی درون متن به زبان فارسی باشند.
۳. اسامی افراد و مکان‌های خاص و یا اصطلاحات تخصصی مورد استفاده در متن تا جای ممکن به صورت پرانتز در متن آورده شوند.
۴. در نگارش مطالب لازم است که منابع مورد استفاده در متن، در انتهای متن به ترتیب حروف الفبا آورده شوند؛ همچنین، لازم است در متن نیز به منابع مورد استفاده، استناد داده شود (منظور همان ارجاع درون‌متنی است).
۵. برای جداول یا معماها، لازم است پاسخ و در صورت لزوم شرح پاسخ آن‌ها به همراه آن‌ها ارسال گردد.
۶. در معرفی و یا نقد و بررسی کتاب لازم است مشخصات دقیق کتاب و تصویری از جلد آن کتاب ارسال شود.
۷. در صورتی که مطلب دارای تصویری باشد، برای هر تصویر یک زیرنویس تهیه شده و در صورت امکان فایل تصاویر نیز به صورت جداگانه در اختیار مسئولان نشریه قرار گیرد.
۸. مشخصات کامل ارسال‌کننده (یا ارسال‌کنندگان) مطالب، آدرس ایمیل، یک قطعه‌ی عکس سه در چهار مناسب و یک شماره‌ی تماس به همراه مطالب ارسال شود.

گروه نشریه‌ی دانشورز

افتخار داریم به اطلاع هم‌رشته‌ای‌های محترم برسائیم، فصلنامه‌ی علمی-دانشجویی بخش علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز، دانشورز، جهت شماره‌های آتی منتظر مقالات و مطالب شما خواهد بود. در این راستا از تمامی دانشجویان و پژوهشگران که مایل هستند مقاله و مطالب ارزشمند خود را (در پیوند با رشته‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی) در این نشریه منتشر کنند، دعوت می‌شود مطالب خود را به صورت تایپ‌شده در مدت زمان مشخص‌شده، به آدرس ایمیل nashriehdaneshvarz@gmail.com ارسال نمایند. قابل ذکر است که فرصت ارسال مطالب برای شماره‌های بعدی نشریه، متعاقباً اعلام خواهد شد.

قالب‌های مورد قبول جهت چاپ:

۱. مقاله‌ی علمی کوتاه در حد ۱۰-۵ صفحه؛
۲. گزارش‌های علمی؛
۳. اخبار؛
۴. تازه‌های علمی؛
۵. طراحي جدول؛
۶. مسابقه و سرگرمی؛
۷. شعر و یا متن ادبی؛
۸. طنز و فکاهی؛
۹. معرفی پایگاه‌های اطلاعاتی؛
۱۰. معرفی اماکن مربوطه و یا بزرگان رشته؛
۱۱. معرفی و یا نقد و بررسی کتاب؛
۱۲. مصاحبه؛
۱۳. و غیره.





ارتباط با ما

روابط عمومی انجمن علمی علم اطلاعات و دانش‌شناسی مخاطبان عزیز نشریه‌ی علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شیراز، دانشورز، می‌توانند نظرات، ایده‌ها، انتقادات و پیشنهادات خود را از طریق یکی از راه‌های ارتباطی زیر با مسئولان نشریه در اختیار بگذارند. بی‌صبرانه منتظر نظرات با ارزش شما هستیم! پیشاپیش از همکاری شما عزیزان سپاسگزاریم.

راه‌های ارتباطی:

 nashriehdaneshvarz@gmail.com

 ۰۹۰۲۰۱۰۳۸۸۵ (مدیرمسئول نشریه: مریم ترکمن)



Knowledge Worker.Pb

Knowledge & Information Science
Winter, 2024; No,15 (28)