



فصلنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات

سال اول، شماره اول - زمستان ۱۳۹۴، شماره پیاپی ۱

صاحب امتیاز: دانشگاه قم

مدیر مسئول: رضا کریمی

سر دبیر: دکتر مرتضی کوکی

جانشین سر دبیر: دکتر مهدی محمدی

#### اعضای هیات تحریریه به ترتیب حروف الفبا:

دکتر فهیمه باب الحوائجی (دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران)  
دکتر زاهد بیگدلی (استاد گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز)  
دکتر محمد حسن زاده (دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه تربیت مدرس)  
دکتر احمد شعبانی (استاد گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه اصفهان)  
دکتر حسن کیانی خوزستانی (دانشیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه الزهراء)  
دکتر مهدی محمدی (استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه قم)  
دکتر یعقوب نوروزی (استادیار گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه قم)

مدیر اجرایی و دبیر تحریریه: سکینه فلسفین

ویراستار: عبدالحسین طالی

ویراستار انگلیسی: دکتر محمد رضا فخرروحانی

حروف چین و صفحه آرا: محمدباقر مهرآبادی طراح جلد: مهندس روح الله محمدی

#### داوران این شماره به ترتیب حروف الفبا:

دکتر امیر رضا اصنافی، دکتر رسول زورارق، دکتر محسن زین العابدینی، دکتر محمد رضا سلیمانی، دکتر مهدی علیپور حافظی، آقای ابراهیم عمرانی، دکتر سعید غفاری، دکتر مهدی محمدی، دکتر داریوش مطلبی، دکتر زهره میرحسینی، دکتر یعقوب نوروزی، دکتر موسی یمین فیروز

#### یادآوری:

- پژوهشنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات، مقالات پژوهشی و مروری را در حوزه‌های مدیریت اطلاعات، مدیریت دانش، اطلاع سنجی اصطلاح شناسی، جامعه اطلاعاتی، مدیریت اطلاعات و فناوری اطلاعات، پردازش و سازماندهی اطلاعات، و سایر زمینه‌های مرتبط در عرصه مدیریت اطلاعات منتشر می‌سازد.
- مسئولیت مطالب هر مقاله برعهده نویسنده است.
- نقل مطالب مقاله‌های فصل‌نامه با ذکر مأخذ آزاد است.
- فصل‌نامه در ویرایش، اختصار و اصلاح مقاله‌ها آزاد است.

نشانی فصل‌نامه: قم: بلوار الغدیر، دانشگاه قم: کتابخانه مرکزی، قسمت مجلات علمی، دفتر فصل‌نامه نشریه علوم و فنون مدیریت اطلاعات.

تلفن: ۰۶۱ - ۲۵۳۲۱۰۳۳۶۰ سامانه نشریه [stim.qom.ac.ir](http://stim.qom.ac.ir)

نشانی الکترونیک: [Stim@Qom.ac.ir](mailto:Stim@Qom.ac.ir)

وب سایت اختصاصی مجلات علمی دانشگاه قم: [journals.qom.ac.ir](http://journals.qom.ac.ir)

پذیرش مقاله در این در این مجله فقط از طریق ثبت در سامانه ([stim.qom.ac.ir](http://stim.qom.ac.ir)) امکان پذیر است.



## اطلاعات، مدیریت اطلاعات و چالش‌های پیش رو

نخستین شماره از نشریه «علوم و فنون مدیریت اطلاعات» در شرایطی تقدیم فرهیختگان می‌شود که رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی و شاید به تبع آن، مدیریت اطلاعات، با چالشی بزرگ رو به رو است. این چالش نه از سوی مدعیان مالکیت مدیریت اطلاعات و نه از سوی منازعان مدیریت دانش برانگیخته شده، بلکه از سوی ابزارهایی تحمیل می‌شود که در مجموع، فنآوری اطلاعات نامیده می‌شوند.

در طول تاریخ پر فراز و نشیب کتابداری، کتابداران همواره از هر گونه فنآوری که در راستای رسالت آنان، یعنی رساندن «اطلاعات مناسب» به «خوانندگان مناسب»، در «زمان مناسب» بوده استقبال کرده‌اند. الواح گلین، طومارهای پاپيروس و کدکس از جمله این ابزارها بوده‌اند. اما اکنون فنآوری نوینی که نام فنآوری اطلاعات را هم بر خود دارد و از ابزارهای پیشین به مراتب تواناتر است، ضمن این که تحولات مثبتی را در رشته به وجود آورده، به چالشی بزرگ نیز تبدیل شده است. اکنون این باور که «هر چه می‌خواهید در گوگل هست» در بسیاری از افراد وجود دارد. اکنون موتورهای جستجو در هر گوشی هوشمندی که به اینترنت متصل باشد تقریباً هر گونه اطلاعاتی را بازیابی می‌کنند. میزان استفاده از این گوشی‌های هوشمند نیز به اندازه‌ای است که آنها را عملاً به رایجترین اسباب بازی کودکان تبدیل کرده است؛ اسباب بازی که با جذابیت‌های خاص خود حتی در دست کودکان سه ساله هم دیده می‌شود.

مجموعه این عوامل، چالشی را پیش روی کتابداران قرار داده که می‌توان آن را با این مضمون بیان کرد: آیا خواهیم ماند؟ به سخن دیگر، آیا فنآوری نوین اطلاعات، جایی برای کتابخانه‌ها و کتابداران باقی خواهد گذاشت؟ این پرسش به نوبه خود پرسش‌های دیگری را پیش می‌کشد که به بررسی‌هایی عمیق و حتی فلسفی نیازمند است و می‌تواند هدفی مشترک برای علاقه‌مندان به این رشته و اهداف آن باشد.

یکی از اهداف نشریه علوم و فنون مدیریت اطلاعات پرداختن به این چالش و پرسش است. در راستای این هدف، و اهداف مشابه، مشتاقانه منتظر تراوشهای قلمی و اندیشه‌های علمی صاحب‌نظران در قالب مقالات وزین آنان هستیم. بی شک، این مهم جز با عزم همگانی و خرد جمعی انجام نخواهد گرفت.

کسانی که دستی در چاپ و انتشار نشریات علمی دارند از مشکلات این امر بخوبی آگاهند. برای تبدیل هر دستنوشته به یک مقاله قابل انتشار و سرانجام، چاپ آن، تلاشی سترگ لازم است که در مواردی به راستی توانفرساست که به جز با همدلی و همراهی همه صاحب‌خردان امکان پذیر نیست. در این راستا وجود همکاری سختکوش و جدی از ملزومات اساسی پیمودن این مسیر پر تلاطم است. خداوند بزرگ را شاکرم که عرصه علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران از وجود چنین اندیشمندانی به فور برخوردار است. لذا در تولد این نشریه و ادامه مسیر آن دست طلب مساعدت و همکاری خود را به سوی تمامی اندیشمندان این حوزه دراز میکنیم و دستان پر مهر و عطوفت آنها را به گرمی می‌فشاریم. امیدوارم با توکل به پروردگار و همکاری مستمر این عزیزان بتوانیم این راه پر فراز و نشیب را ادامه دهیم.

مرتضی کوکبی

سردبیر

## فهرست

- جستاری بر تعاریف، رویکردها و پیشینه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی ..... ۵  
دکتر مرتضی کوکی، آیدا مجاور، دکتر غلامرضا حیدری، محمدرضا شکاری
- میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از نگاه مجریان طرح‌ها .. ۴۷  
جواد بشیری، عباس گیلوری، فردین کولانیان
- کودک، رسانه و ارتباط متقابل ..... ۶۹  
محمد حسن عظیمی، دکتر یونس شکرخواه
- ارزیابی کیفیت وب سایتهای فارسی زبان در حوزه زنان و خانواده ..... ۹۵  
فائزه السادات طباطبایی امیری، نرگس خالقی
- وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه ..... ۱۲۱  
الهام رشیدی
- اطلاع جویی مشارکتی: مفاهیم، ابعاد، سیستم‌ها ..... ۱۴۱  
دکتر یعقوب نوروزی، سمانه خویدکی
- تفاوتهای مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟ ..... ۱۶۳  
میترا پشوتنی‌زاده



# جستاری بر تعاریف، رویکردها و پیشینه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی\*

(صفحات ۴۶-۵)

<sup>۱</sup> دکتر مرتضی کوکبی

<sup>۲</sup> آیدا مجاور

<sup>۳</sup> دکتر غلامرضا حیدری

<sup>۴</sup> محمدرضا شکاری

## چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر آن است که ضمن ارائه‌ی تعاریف و دیدگاه‌های موجود در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی، پیشینه‌ی پژوهش‌های خارجی و وضعیت مطالعات داخلی را بررسی کرده، و با مطرح کردن پیشنهاداتی به پیشرفت این حوزه در ایران کمک نماید.

**روش‌شناسی:** این پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و با مرور نوشتارهای مختلف مربوط حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی انجام شده است.

**یافته‌ها:** پژوهش‌های حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی را می‌توان به مطالعات اولیه، مدیریت اطلاعات کاغذی شخصی و مدیریت اطلاعات الکترونیکی شخصی تقسیم نمود. مطالعاتی که اطلاعات الکترونیکی شخصی را مورد بررسی قرار داده‌اند را می‌توان در پنج دسته جای داد: ۱. مدیریت اطلاعات شخصی افراد خاص، ۲. مقایسه مدیریت اطلاعات شخصی کاغذی با الکترونیکی، ۳. رویکردهای سه‌گانه به مدیریت اطلاعات شخصی الکترونیکی، ۴. ایمیل‌ها و بوک‌مارک‌ها و صفحات ذخیره‌شده‌ی وب و ۵. طراحی سیستم‌ها و نرم‌افزارهای مدیریت اطلاعات شخصی. در ایران نیز مطالعات این حوزه مراحل ابتدایی خود را می‌پیماید و پژوهش‌های صورت گرفته صرفاً به پیمایش و توصیف وضعیت موجود در جامعه‌ی مورد بررسی پرداخته‌اند.

**نتیجه‌گیری:** با نگاهی به مطالعات انجام‌یافته مشخص می‌شود که زمان و پیشرفت فناوری، از مهم‌ترین عوامل در تنوع پژوهش‌های مدیریت اطلاعات شخصی است. پژوهشگران ابتدا وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی افرادی را که دارای اطلاعات شخصی بسیاری بوده‌اند و سپس افراد مختلف از اقشار گوناگون را مورد بررسی قرار داده‌اند. رفته‌رفته بررسی اطلاعات الکترونیکی بر اسناد کاغذی پیشی گرفته و علت آن را باید تحولات فناورانه در سال‌های اخیر دانست.

**اصالت/ ارزش:** این مطالعه را می‌توان از نخستین آثاری دانست که در ایران به تشریح تعاریف، مبانی نظری و دسته‌بندی پیشینه‌ی پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی پرداخته است.

**کلیدواژه‌ها:** اطلاعات شخصی، تعامل انسان و اطلاعات، مدیریت اطلاعات، مدیریت اطلاعات شخصی.

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۷/۱۳

kokabi80@yahoo.com

ayda.mojaver@gmail.com

ghrheidari@gmail.com

shekari.scu@gmail.com

۱. استاد گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز

۲. کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی از دانشگاه شهید چمران اهواز

۳. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید چمران اهواز

۴. کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی از دانشگاه تهران (نویسنده مسئول)

## مقدمه

جهان در سده‌ی اخیر شاهد رشد روزافزون اطلاعات و دانش بوده است، به نحوی که تحولات شگرفی را در امور مختلف جهان شاهد بوده‌ایم. این تحولات باعث بروز پدیده‌هایی از جمله انفجار اطلاعات<sup>۱</sup> و سرزیر اطلاعاتی<sup>۲</sup> شده؛ و در نتیجه افراد را با محیطی مواجه ساخته است که با حجم انبوهی از اطلاعات ذخیره شده در منابع قابل دسترس و گوناگون مواجه شوند. آنان برای دسترسی به اطلاعات و استفاده‌ی هدفمند از آن باید قادر به تشخیص نیاز اطلاعاتی خود باشند. به این معنا که بتوانند اطلاعات مورد نیاز را در میان انبوه اطلاعات موجود، به نحو مؤثری جست‌وجو، و بهترین و مربوط‌ترین اطلاعات را بازیابی و انتخاب نموده، سپس آن‌ها را به شیوه‌های گوناگون وارد مجموعه‌ی شخصی خود کنند. بنابراین، می‌توان گفت مجموعه‌ی اطلاعات شخصی افراد، یک فضای اطلاعاتی پویا است که به طور پیوسته، اطلاعات در حال تولید، مصرف و بازتولید است و دائم بر حجم اطلاعات قبلی افزوده می‌شود.

---

1. Information Explosion  
2. Information Overload



تنوع حجم اطلاعاتی که انسان در زندگی روزمره‌ی خود با آن‌ها مواجه است، باعث شده تا او نتواند برای جمع‌آوری، مکان‌یابی و بازیابی این اطلاعات صرفاً به حافظه‌ی خود اتکا کند (وایتاگر، بلوتی و ویزدکا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴). به این ترتیب، افراد برای این که بتوانند استفاده‌ی بهینه و کارایی از اطلاعات شخصی خود داشته باشند، نیازمند بهره‌گیری از مجموعه فعالیت‌هایی به نام "فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی" هستند که بتوانند ورود، پردازش و خروج اطلاعات را کنترل کنند تا قطعات پراکنده و تصادفی اطلاعات را به چیزی تبدیل کنند که در محل و به هنگام نیاز، قابل استفاده باشد. لذا ضروری می‌نماید تا افراد همواره در صدد بهبود فرایندهای مدیریت اطلاعات شخصی خود باشند.

یکی از مواردی که می‌تواند از بروز سرریز اطلاعاتی و در نتیجه آلودگی اطلاعات جلوگیری به عمل آورد، تدارک آرشیوی کوچک از اقلام مفید و ارزشمند توسط هر فرد برای خود است. اگر افراد اطلاعات شخصی خود را به‌درستی مدیریت کنند، به علت دستیابی سریع و راحت به اطلاعات و ایجاد پیوند بین اطلاعات و نیازهای خود، نه تنها می‌توانند در زمان و هزینه صرفه‌جویی کنند، بلکه می‌توانند وقت زیادی نیز برای استفاده‌ی خلاق و هوشمندانه از اطلاعات به‌دست بیاورند.

به طور کلی می‌توان گفت مدیریت اطلاعات شخصی تأثیر انکارناپذیری در مدیریت زمان، صرفه‌جویی در هزینه، افزایش کارایی افراد در برقراری ارتباطات علمی داخل و خارج کشور (عبداللهی، صدقی و رودباری، ۱۳۹۰) و مدیریت بهینه‌ی مسائل شغلی و شخصی خواهد داشت؛ و در ادامه، موجبات بهبود سواد اطلاعاتی، بهبود یادآوری، بهبود یادگیری، دستیابی سریع‌تر به اطلاعات، کاهش سردرگمی و آشفتگی افراد، جلوگیری از گم‌شدن و آسیب‌دیدن و کمک به تشخیص روابط و وابستگی اطلاعات، و در نتیجه باعث افزایش کارایی، پیشرفت و موفقیت افراد را فراهم آورد.

با توجه به موارد مطرح‌شده در بالا، امروزه مدیریت اطلاعات شخصی به یکی از جدیدترین و چالش‌برانگیزترین مباحث روز در سطح دنیا مطرح شده است. ضروری است

پژوهشگران آتی با مبانی نظری و دیدگاه‌ها و پیشینه‌ی این حوزه‌ی مطالعاتی آشنا شوند. بنابراین، هدف از انجام این پژوهش پاسخ‌گویی به این پرسش‌ها است:

اول: چه تعاریف و دیدگاه‌هایی درباره‌ی مدیریت اطلاعات شخصی وجود دارد؟

دوم: پیشینه‌ی پژوهش در خارج به چه صورت است و با توجه به مطالعات خارجی وضعیت پژوهش‌های صورت گرفته در ایران چگونه است؟

سوم: پژوهشگران چه موضوع‌هایی را می‌توانند برای انجام پژوهش برگزینند و به پیشرفت این حوزه مطالعاتی در ایران کمک کنند؟

## روش انجام پژوهش

این مطالعه به صورت کتابخانه‌ای و با مرور پژوهش‌های مختلف مربوط به حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی انجام شد. منبع اصلی جمع‌آوری پیشینه‌های غیرفارسی، جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی امرالد<sup>۱</sup>، ساینس دایرکت<sup>۲</sup>، گوگل اسکولار<sup>۳</sup>، اسکوپ<sup>۴</sup>، پروکوئست<sup>۵</sup>، گوگل بوک<sup>۶</sup> و ویکی‌پدیا<sup>۷</sup> بود. جست‌وجو در این پایگاه‌ها با کلیدواژه‌های مختلفی مانند personal information, personal information management systems, information searches, information retrieval, information re-finding, human memory, web usage, Email use, information types, temporal attributes of information, paper information و information usage انجام شد. پس از بازیابی پژوهش‌های مرتبط، و بارگیری و مطالعه‌ی آن‌ها، به منابع و مآخذ هر مقاله و پایان‌نامه نیز مراجعه شد، و مآخذی که با جست‌وجو توسط کلیدواژه در پایگاه‌ها بازیابی نشدند، با جست‌وجوی عنوان مقاله بازیابی شده و مورد بررسی قرار گرفتند. از دیگر روش‌های گردآوری اطلاعات،

---

1. Emerald  
2. Science direct  
3. Google scholar  
4. Ebsco  
5. Proquest  
6. Google book  
7. Wikipedia

جست‌وجو با نام صاحب‌نظران حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی<sup>۱</sup> در فیلد نویسنده در پایگاه‌های اطلاعاتی بود. منبع دیگر جمع‌آوری اطلاعات، عضویت نگارندگان این سطور در گروه بحث مدیریت اطلاعات شخصی است که از این طریق با مهم‌ترین و جدیدترین اخبار، دیدگاه‌ها، انتشارات و پژوهش‌های مربوط به این حوزه آشنا شده و در نگارش پژوهش حاضر بسیار مفید بوده است.

### تعاریف و دیدگاه‌های مدیریت اطلاعات شخصی

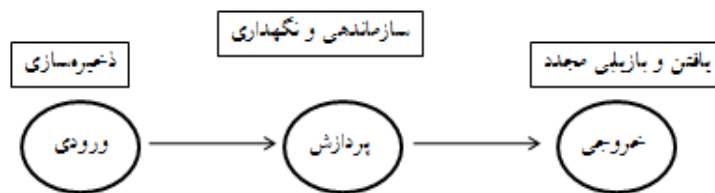
اندیشمندان مختلف تعاریف گوناگونی را از مدیریت اطلاعات شخصی ارائه داده‌اند که این تعاریف عموماً بر تعریف سنتی از مدیریت اطلاعات پایدار است؛ یعنی: فرآیند گردآوری، ذخیره‌سازی و سازماندهی اطلاعات در جهت بازیابی آن در زمان مناسب. پژوهشگران مختلفی (مانند لندیل<sup>۲</sup>، ۱۹۸۸؛ باریو<sup>۳</sup>، ۱۹۹۵؛ بلوتی، داوچنیت، هاوارد، اسمیت، و نیوویرت<sup>۴</sup>، ۲۰۰۲؛ راوازیو، اسکار و کرگر<sup>۵</sup>، ۲۰۰۴؛ بوردمن<sup>۶</sup>، ۲۰۰۴؛ جونز<sup>۷</sup>، ۲۰۰۸؛ کجان، دیکس و سولینا<sup>۸</sup>، ۲۰۰۹؛ هندرسون<sup>۹</sup>، ۲۰۰۹) تعاریف و پژوهش‌هایی در این زمینه ارائه کرده‌اند. در ادامه به برخی تعاریف و دیدگاه‌های مدیریت اطلاعات شخصی از دیدگاه صاحب‌نظران و متخصصان این رشته، اشاره می‌شود:

نخستین بار، لندیل (۱۹۸۸) عبارت "مدیریت اطلاعات شخصی" را در مقاله‌ی خود به کار برد و آن را این گونه معرفی کرد: "مدیریت اطلاعات شخصی مراحل توصیف، جمع‌آوری، ذخیره، سازماندهی و بازیابی اقلام دیجیتالی (مانند ایمیل‌ها، فایل‌ها، قرارهای ملاقات، تماس‌ها، بوک‌مارک‌ها و غیره) در محیط پردازش رایانه‌ای است، که توسط فرد

۱. با آدرس: pim-disc@yahoo.com

2. Lansdale  
3. Barreau  
4. Bellotti, Ducheneaut, Howard, Smith & Neuwirth  
5. Ravasi, Schar & Krueger  
6. Bordman  
7. Jones  
8. Kljun, Dix & Solina  
9. Henderson

- انجام می‌شود." او با مقایسه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی و مدیریت اطلاعات عمومی<sup>۱</sup> - مثل یک کتابخانه که اطلاعات را به طور حرفه‌ای در اختیار کاربران قرار می‌دهد - مسئولیت و بار مدیریت را بر عهده‌ی خود فرد می‌داند.
- باریو (۱۹۹۵) مدیریت اطلاعات شخصی را فرایندی تعریف کرد که به گردآوری، سازماندهی و ذخیره، نگهداری، بازیابی و درون‌داد اطلاعات شخصی می‌پردازد. او بر اساس مدل سیورجل<sup>۲</sup> مدیریت اطلاعات شخصی را در پنج فعالیت تقسیم کرده است:
۱. گردآوری: شامل تصمیم‌گیری بر نگهداری اطلاعات شخصی در فضای شخصی اطلاعات، تعریف کردن و برجسب‌زدن اطلاعات؛
  ۲. سازماندهی و ذخیره: شامل طبقه‌بندی، نام‌گذاری، گروه‌بندی و قرار دادن اطلاعات در مکان مناسب برای بازیابی‌های بعدی؛
  ۳. نگهداری: روزآمد کردن اطلاعات قدیمی، پشتیبان‌گیری از اطلاعات، جابه‌جا کردن یا پاک کردن اطلاعات از فضای اطلاعات شخصی؛
  ۴. بازیابی: فرآیند پیدا کردن اطلاعات برای استفاده‌ی مجدد؛
  ۵. برون‌داد: تجسم فضای اطلاعات بر اساس نیازها و اهداف کاربران.
- چارچوب فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی باریو، به صورت یک سیستم یکپارچه، بر فایل‌هایی که به صورت سلسله‌مراتبی هستند، متمرکز است.



شکل ۱. مدیریت اطلاعات از دیدگاه سنتی (باریو، ۱۹۹۵)

1. General information management (GIM)  
2. Soergel

بلوتی و همکاران (۲۰۰۲) مدیریت اطلاعات شخصی را این‌گونه تعریف کردند: "سفارش یا چینش اطلاعات از طریق طبقه‌بندی، قرار دادن و آرایش به شیوه‌ای خاص که باعث می‌شود آن را به هنگام نیاز آسان‌تر بازیابی کرد"، ولی لئسدیل بازیابی را تنها یکی از دلایل مدیریت اطلاعات شخصی می‌داند.

راوازیو، اسکار و کرگر (۲۰۰۴) سازماندهی را به عنوان هدف اصلی مدیریت اطلاعات شخصی در نظر گرفتند و بر اساس مقاله‌ی لئسدیل، چهار وظیفه‌ی اصلی را که کاربران در حین سازماندهی باید انجام بدهند، به صورت زیر معرفی کردند:

۱. جا به جایی اطلاعات؛

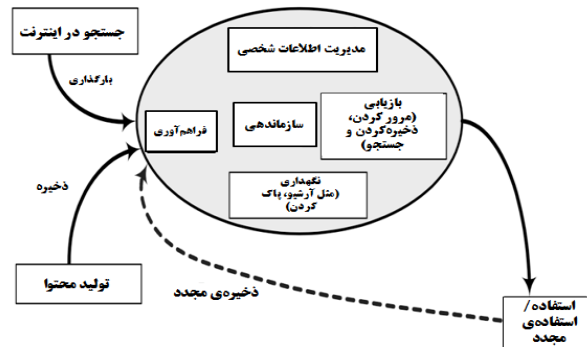
۲. دسته‌بندی اطلاعات؛

۳. بایگانی کردن اطلاعات؛

۴. بازیابی.

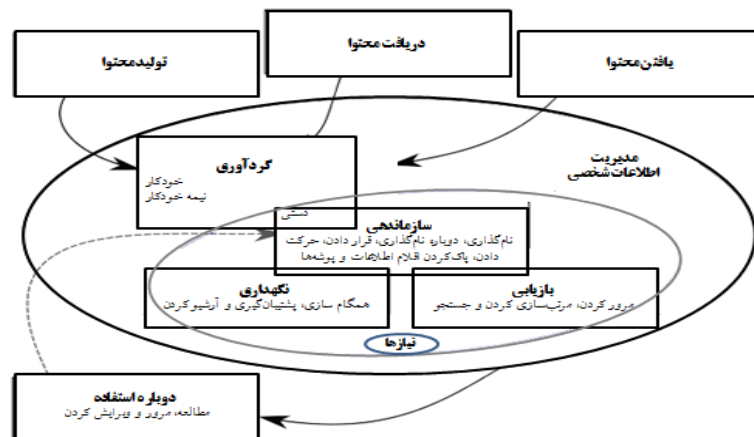
بوردمن (۲۰۰۴) نیز بر اساس تقسیم‌بندی‌های باریو به تعریف مدیریت اطلاعات شخصی می‌پردازد. به عقیده‌ی او تمام تعاریفی که از مدیریت اطلاعات شخصی شده، برگرفته از تعریف سنتی "مدیریت اطلاعات" است. اطلاعات ذخیره می‌شوند تا روزی بازیابی شوند. او در نقد دسته‌بندی باریو بیان کرد که روزآمد کردن اطلاعات نمی‌تواند بخشی از فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی باشد، بلکه بستگی به محتوای اطلاعاتی اقلام دارد. همچنین معتقد است که برون‌داد یا محصول نمی‌تواند از مراحل مدیریت اطلاعات شخصی باشد؛ زیرا در دست رایانه است نه کاربر. او مدیریت اطلاعات شخصی را در برگیرنده‌ی اقداماتی می‌داند که هر فرد برای گردآوری، سازماندهی، نگهداری و بازیابی اطلاعات از منابع اطلاعاتی مختلف (کاغذی و الکترونیکی)، صفحات وب و پست الکترونیکی به منظور انجام امور شخصی یا در ارتباط با وظایف محوله شغلی انجام می‌دهد. چارچوب مدیریت اطلاعات شخصی بوردمن، بر رایانه به عنوان مجموعه‌ای از سیستم‌های مدیریت اطلاعات شخصی (مثل انواع برنامه‌های کاربردی) تمرکز دارد. این تمرکز به کاربران اجازه می‌دهد تا مجموعه‌های اطلاعات شخصی خود را در انواع شکل‌های خاص

مدیریت کنند. در شکل ۱ نمایی از فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی بوردمن آورده شده است.



شکل ۲. مدیریت اطلاعات شخصی از دید بوردمن (۲۰۰۴؛ به نقل از کجان، دیکس و سولینا، ۲۰۰۹)

کجان، دیکس و سولینا (۲۰۰۹) بر اساس مدل بوردمن (۲۰۰۴) چارچوب مدیریت اطلاعات شخصی را - که شامل تهیه و گردآوری، سازماندهی، حفاظت و بازیابی است - تعیین می‌کنند؛ اما مرزهای دقیقی بین آن‌ها مشخص نمی‌کنند، بلکه فرض را بر هم‌پوشانی میان فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی با هم می‌گیرند. دیدگاه آن‌ها در مورد مدیریت اطلاعات شخصی با دیدگاه جونز (۲۰۰۸) و بوردمن (۲۰۰۴) متفاوت است. آن‌ها معتقدند که کاربران ساختارهای سازماندهی را تغییر می‌دهند. بنابراین آنان یک طرح تجدیدنظر شده از مدیریت اطلاعات شخصی ارائه دادند که در شکل ۲ قابل مشاهده است.

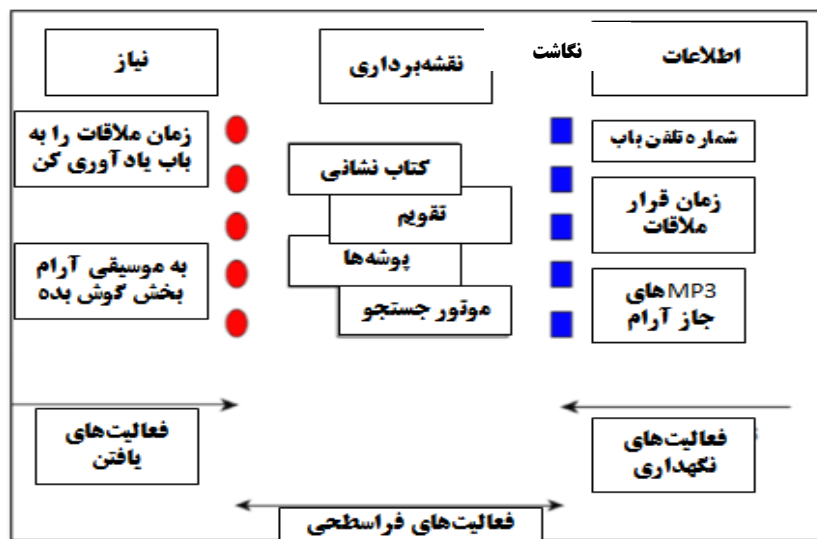


شکل ۳. فعالیت‌های تجدیدنظرشده‌ی مدیریت اطلاعات شخصی (به نقل از کجان، دیکس و سولینا، ۲۰۰۹)

هندرسون (۲۰۰۹) فرایند مدیریت، ذخیره، ساختاربندی و فراهم‌آوری اطلاعات را مدیریت اطلاعات شخصی می‌نامد. به زعم وی در این نوع، مدیریت از نوع شخصی است که اطلاعات تحت کنترل دانش‌کار<sup>۱</sup> است، نه این که درباره‌ی دانش‌کار باشد. جونز (۲۰۰۸) از جمله افرادی است که به ساختاربندی و تعریف مدیریت اطلاعات شخصی پرداخته است. در مقایسه با سه فرآیند ورود، ذخیره و بازیابی اطلاعات که در دیدگاه سنتی وجود داشت (شکل ۳)، دیدگاهی را مطرح می‌کند که مسأله‌ی مدیریت اطلاعات شخصی را به‌طور عمیق و پیچیده‌تری مورد بررسی قرار می‌دهد (آموزنده، ۱۳۹۰). در این دیدگاه فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی به تلاشی گفته می‌شود که به ایجاد، استفاده و نگهداری یک نگاشت<sup>۲</sup> بین اطلاعات و نیاز اطلاعاتی منجر شود. به عبارت دیگر، فعالیت‌هایی که در فرایند مدیریت اطلاعات شخصی جونز وجود دارند، برای رفع شکاف دائمی میان «نیاز» و «اطلاعات» در تلاش‌اند، به نحوی که اطلاعات همواره به سوی نیاز اطلاعاتی حرکت می‌کند. شکل ۴ نمایی از یک فضای شخصی

1. Knowledge worker  
2. Mapping

اطلاعات به همراه سه فرآیند مدیریت اطلاعات شخصی است که در آن، جایگاه فرآیندهای یافتن، نگهداری و مراحل فراسطحی در ارتباط با سه مرحله اصلی (نگاشت، نیاز و اطلاعات) مشهود است.



شکل ۴. مراحل مدیریت اطلاعات شخصی جونز (۲۰۰۸)

جونز فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی را در سه دسته جای داد:

۱. فعالیت‌های نگهداری<sup>۱</sup>:

فرآیند ورود داده‌ها به فضای شخصی اطلاعات را نگهداری اطلاعات می‌گویند. در این مرحله تصمیم گرفته می‌شود که چه اطلاعاتی، چگونه و در کجا ذخیره و نگهداری شود. دو نکته قابل توجه است: اول این که نگهداری یک فرآیند مشکل و مستعد اشتباهات است. دوم: نگهداری درست اطلاعات، فرآیندی زمان‌بر و سخت است؛ چون افراد در مجموعه‌های شخصی خود با انواع اطلاعات گوناگون سروکار دارند. بنابراین نگهداری اطلاعات چندپاره، سخت و نیازمند دقت است.

1. Keeping activities



## ۲. فعالیت‌های یافتن و دوباره‌یابی<sup>۱</sup>:

فعالیت‌های یافتن و دوباره‌یابی، عبارت از پیمودن مسیر نیاز اطلاعاتی تا رسیدن به اطلاعات است، که فرآیندهای جست‌وجو، طبقه‌بندی و تورق را در بر دارد. هدف اصلی، بازیابی اطلاعات از فضای شخصی اطلاعات است. برای این کار باید محل ذخیره‌سازی اطلاعات را به خاطر داشت، به منظور جست و جوی آن‌ها، فراخوان اطلاعات مورد نیاز از محل ذخیره‌شده، شناسایی اقلام اطلاعاتی مورد نیاز، و بازگو و تکرار کردن فرآیندهای یافتن اطلاعات تا رسیدن به جواب قطعی و کامل.

## ۳. فعالیت‌های فراسطحی<sup>۲</sup>:

این مرحله به طور کلی کار مدیریت و کنترل بر دو مرحله‌ی پیشین را بر عهده دارد و شامل مراحل سازماندهی اطلاعات، نگهداری اطلاعات، مدیریت خصوصی‌سازی و مدیریت جریان اطلاعات، ارزش‌گذاری اطلاعات، تدبیر و مفهوم‌سازی محیط شخصی اطلاعات یک کاربر است. سازماندهی اطلاعات خود شامل تدوین طرح‌های سازماندهی، مرتب‌سازی و برجسب‌زدن، نگهداری اطلاعات و تهیه‌ی فایل‌های پشتیبان، روزآمدسازی، و جین و اصلاح اطلاعات است.

جونز (۲۰۰۸) با توجه به فعالیت‌های فوق، ۷ مرحله را برای مدیریت اطلاعات شخصی معرفی می‌کند: یافتن و دوباره‌یابی، نگهداری یا ذخیره‌سازی، سازماندهی، نگهداری، مدیریت جریان اطلاعات، ارزشیابی و ارزش‌گذاری، و تدبیر و مفهوم‌سازی. با توجه به شکل ۴، فعالیت‌های فراسطحی میان نیاز و اطلاعات، ارتباط برقرار می‌کند. جریان فعالیت‌های گروه اول، از سمت اطلاعات به سمت نیازهای ما و جریان فعالیت‌های گروه دوم، از سوی نیازهای ما به سمت اطلاعات است. توجه به نگاشت‌ها و مسیر ارتباطی بین نیاز اطلاعاتی تا رسیدن به اطلاعات نشان می‌دهد که مدیریت اطلاعات

---

1. Finding and re-finding activities

2. Meta level activities

شخصی یک فرآیند پیچیده و انسان مدار است (آموزنده، ۱۳۹۰) و فعالیت‌های فراسطحی برای رفع شکاف دائمی میان نیاز و اطلاعات عمل می‌کند. همان طور که در بالا بیان شد، هریک از پژوهشگران مؤلفه‌های خاصی را برای مدیریت اطلاعات شخصی برشمرده‌اند و در واقع مدیریت اطلاعات شخصی را متشکل از مراحل مختلفی می‌دانند. لذا در جدول ۱ مهم‌ترین مؤلفه‌های اشاره شده توسط پژوهشگران حوزه‌ی مدیریت اطلاعات بیان می‌گردد.

جدول ۱. مؤلفه‌های مدیریت اطلاعات شخصی از دیدگاه پژوهشگران

مؤلفه‌ها	سال	پژوهشگر (ان)
جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، طبقه‌بندی و بازیابی	۱۹۸۱	برتون
توصیف، جمع‌آوری، ذخیره، سازماندهی و بازیابی	۱۹۸۸	لنسدیل
گردآوری، سازماندهی و ذخیره، نگهداری، بازیابی و درون داد اطلاعات	۱۹۹۵	باریو
طبقه‌بندی، بازیابی	۲۰۰۲	بلوتی و همکاران
سازماندهی (شامل: جابه‌جایی، دسته‌بندی، بایگانی کردن و بازیابی اطلاعات)	۲۰۰۴	راوازیو، اسکار و کرگر
گردآوری، سازماندهی، نگهداری و بازیابی	۲۰۰۴	بوردمن
تهیه و گردآوری، سازماندهی، حفاظت و بازیابی	۲۰۰۹	کجان، دیکس و سولینا
مدیریت، ذخیره، ساختاربندی و فرآهم‌آوری	۲۰۰۹	هندرسون
یافتن و دوباره‌یابی، نگهداری یا ذخیره‌سازی، اعمال فراسطحی (سازماندهی، نگهداری، مدیریت جریان اطلاعات، ارزشیابی و ارزش‌گذاری، و تدبیر و مفهوم‌سازی)	۲۰۰۸	جونز

## مروری بر پیشینه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی

با گذشت زمان، و با محدودیت‌های شناختی انسان و گسترش شمول فضای شخصی اطلاعات که ناشی از افزایش تعداد قالب‌ها و محمل‌های ذخیره‌ی اطلاعات است، کار به جایی رسید که دیگر بدون استفاده از فناوری‌های طراحی شده منطبق با ویژگی‌های شناختی انسان در جهت تسهیل مدیریت بر فضای شخصی اطلاعات، امکان مدیریت دقیق و کارآمد فضای شخصی اطلاعات میسر نبود (زوارقی، ۱۳۸۹). از این رو حوزه‌ی پژوهشی مدیریت اطلاعات شخصی با استفاده از مفاهیم و نظریه‌های حوزه‌های پژوهشی مختلفی چون بازیابی اطلاعات، مدیریت پایگاه‌های داده‌ها، علم اطلاعات<sup>۱</sup>، تعامل انسان-رایانه<sup>۲</sup>، روان‌شناسی شناختی و هوش مصنوعی برای پاسخ‌گویی به چنین نیازی به وجود آمد (جونز، ۲۰۰۸). با توجه به هویت میان رشته‌ای بودن حوزه‌ی مطالعاتی مدیریت اطلاعات شخصی، مطالعات فراوانی در این زمینه صورت گرفته که در هر یک به جنبه‌های خاصی توجه و در نتیجه باعث گسترده شدن مطالعات انجام شده در این زمینه شده است. در این مقاله امکان بررسی و پرداختن به تمامی پژوهش‌ها میسر نیست؛ سعی شد مطالعات صورت گرفته را در سه بخش مربوط به مطالعات اولیه، مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به اسناد کاغذی و مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به اسناد الکترونیکی آورده شود؛ و در نهایت به بررسی وضعیت این مطالعات در ایران و سپس جمع‌بندی پیشینه‌ها پرداخته شود.

## مطالعات اولیه

مطالعات اولیه در مورد مدیریت اطلاعات شخصی در سال‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ صورت گرفت، از جمله می‌توان به پژوهش‌های انگلبرت<sup>۳</sup> (۱۹۶۱) و برتون<sup>۴</sup> (۱۹۸۱) اشاره

---

1. information science  
2. human-computer interaction  
3. Engelbart  
4. Burton

کرد (پیر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱). انگلبرت در سال ۱۹۶۱ مدیریت اسناد شخصی را، در مقابل سند پردازی کلان، که شامل کتابخانه‌ها و نظام‌های مرتبط با آن می‌شد، سند پردازی خرد تعبیر نمود. بیست سال بعد از او، برتون سیستم‌های مدیریت اطلاعات شخصی را به این صورت تعریف کرد: جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، طبقه‌بندی و بازیابی اطلاعات، توسط فرد برای خود. با این که این تعریف نسبتاً وسیع و ساده است ولی از بسیاری جهات امروزه هنوز هم معتبر و در برگیرنده‌ی عناصر مهمی است. پنجاه سال بعد از برتون، باریو (۱۹۹۵) در مورد سیستم‌های مدیریت اطلاعات شخصی صحبت به میان آورد. این نگاه در هسته‌ی اصلی خود، شبیه نگاه برتون بود. آنچه که متفاوت بود تأکید بر محل کار به عنوان محیطی برای مدیریت اطلاعات شخصی توسط باریو است.

قبل از این که مدیریت اطلاعات شخصی به عنوان یک حیطة‌ی پژوهشی شناخته شود، برخی از پژوهشگران از جمله پارکر و پیسلی<sup>۲</sup> (۱۹۶۶)، جهودا، هاتچنز و گلفورد<sup>۳</sup> (۱۹۶۶) و چن<sup>۴</sup> (۱۹۷۴) تصمیم گرفتند تا رفتار اطلاعاتی افرادی مانند استادان، دانشمندان و مهندسان را مورد مطالعه قرار بدهند. احتمالاً علت تمرکز بر روی چنین افرادی این بود که آنان دارای اطلاعات زیادی بودند (پیر، ۲۰۱۱). این مطالعات، با وجود محدودیت‌های خود بینش مهمی را در مورد رفتارهای اطلاعاتی، از جمله شناسایی منابعی که افراد برای گردآوری اطلاعات استفاده می‌کردند به دست داد. ولی در کنار آن، پژوهشگران علاقه‌مند بودند تا ببینند افراد بعد از این که از کتابخانه یا آزمایشگاه به محل اقامت خود مراجعه می‌کنند با اطلاعات گردآوری شده چه کار می‌کنند و به چه شیوه‌هایی اطلاعات خود را مدیریت می‌کنند؟ به عنوان مثال جهودا، هاتچنز و گلفورد (۱۹۶۶) به بررسی محتوای نمایه‌ی شخصی استادان پرداختند. این نمایه شامل مطالب مهمی بود که افراد یادداشت می‌کردند تا آن‌ها را پیگیری کنند، یا بخوانند و یا هنگام نوشتن مقاله و یا خلق یک اثر جدید به آن‌ها مراجعه کنند. این نمایه‌ها به صورت کارت‌های یادداشت در محلی

1. Pare

2. Parker & Paisley

3. Jahoda, Hutchens & Galford

4. Chen

جستاری بر تعاریف، رویکردها و پیشینه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی // ۱۹

مخصوص و یا درون پوشه‌هایی نگهداری می‌شدند، اکثر قریب به اتفاق به صورت موضوعی سازماندهی شده بودند و پیچیدگی و ظرافت سازماندهی آن‌ها در افراد مختلف متفاوت بود.

ده سال بعد از جهودا، هاتچنز و گلفورد (۱۹۶۶)، سوپر<sup>۱</sup> (۱۹۷۶) علاوه بر بررسی نمایه‌ی شخصی استادان، به بررسی مجموعه‌ی کتاب‌ها و مجلاتی که در قفسه‌ی اتاق استادان بود نیز پرداخت. او بررسی کرد که چرا استادان منابع زیادی را در اتاقشان روی هم انباشه می‌کنند. نخستین یافته‌ی او مربوط به راحتی دسترسی بود. زیرا آن‌ها مجموعه‌ی خود را همان طور که نیاز داشتند روی هم چیده بودند. دومین یافته‌ی او این بود که بر خلاف کتابخانه که در آن، آنان مجبور بودند کتاب را به امانت ببرند، هیچ مانعی بین آن‌ها و مجموعه‌ی مورد نیازشان وجود نداشت. بسیاری از افرادی که در پژوهش سوپر شرکت کرده بودند از عدم سازماندهی مجموعه خود ناراضی بودند و اظهار داشتند که زمان زیادی را صرف پیدا کردن اطلاعات خود می‌کنند ولی همچنان بر مفید بودن مجموعه‌ی شخصی خود اصرار داشتند.

به این ترتیب نخستین مطالعات حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی به اوایل دهه‌ی ۶۰ میلادی برمی‌گردد که با مطالعه‌ی رفتار اطلاعاتی اشخاص آغاز، و با پژوهش بر نمایه‌ی شخصی و منابع اطلاعاتی مورد استفاده در امور روزمره‌ی آنان ادامه یافت.

### مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به اسناد کاغذی

تا قبل از دهه‌ی ۱۹۸۰ مطالعاتی مبنی بر این که افراد چگونه اطلاعات شخصی خود را مدیریت می‌کنند وجود داشت که به صورت توصیفی بودند (پیر، ۲۰۱۱). از دهه‌ی ۱۹۸۰ به بعد مدیریت اطلاعات شخصی اسناد کاغذی مطرح شد و بیشتر تأکید بر این بود که افراد اطلاعات شخصی خود را چگونه و چرا به شیوه‌ای خاص سازماندهی می‌کنند. در ادامه به برخی مهم‌ترین پژوهش‌ها اشاره می‌شود:

---

1. Soper

یکی از با نفوذترین مقالات در تاریخ نوپدید مدیریت اطلاعات شخصی، مقاله‌ی ملون<sup>۱</sup> (۱۹۸۳) است. این مقاله با عنوان "مردم چگونه میز خود را سازماندهی می‌کنند: مفاهیمی برای طراحی سیستم‌های اطلاعاتی اداری" در ارتباط با رفتارهای سازمانی کارکنان اداره بود. ملون با کارکنان حین قدم‌زدن در اداره به مصاحبه پرداخت و نقشه‌ای از موقعیت میزها، قفسه‌های کتاب و برگه‌های روی هم انباشته شده کشید. او دو نوع سازماندهی مدارک را شناسایی کرد: سازماندهی مرتب<sup>۲</sup> و سازماندهی نامرتب<sup>۳</sup>. او همچنین رابطه‌ای بین محتوای شغلی و منظم بودن اسناد پیش‌بینی کرد. اسناد مربوط به افرادی که کار و وظایف روتین و استاندارد داشتند مثل منشی یا کارمند دفتری در مقایسه با افرادی که کار آن‌ها قابل پیش‌بینی نبود مثل پژوهشگرانی که مشغول انجام پروژه بودند، منظم‌تر و سازماندهی شده‌تر بود. او دو نوع عملکرد برای سازماندهی میزهای اداره شامل یافتن و به خاطر آوری<sup>۴</sup> را شناسایی کرد.

یکی دیگر از مطالعات در همین زمینه، مطالعه‌ی کول<sup>۵</sup> در سال ۱۹۸۲ بود. او در این پژوهش چند ویژگی از اطلاعات شخصی افراد را شناسایی کرد: نوع<sup>۶</sup>، شکل<sup>۷</sup>، حجم<sup>۸</sup>، پیچیدگی<sup>۹</sup>، عملکرد<sup>۱۰</sup> و سطوح ذخیره سازی<sup>۱۱</sup>. منظور از ویژگی آخر این است که کاربران دارای سه سطح تعامل با اطلاعات شخصی خود می‌باشند؛ اول: اسناد اطلاعاتی فعال<sup>۱۲</sup>، که به آسانی در دسترس قرار دارند و اغلب روی هم انباشته می‌شوند. دوم: فایل‌های شخصی کاری<sup>۱۳</sup> که معمولاً در فایل‌ها یا کابینت‌ها قرار می‌گیرند و به‌طور مرتب

- 
1. Malone
  2. Neat
  3. Messy
  4. Finding and Reminding
  5. Cole
  6. Type
  7. Form
  8. Volume
  9. Complexity
  10. Function
  11. Levels of storage
  12. Action document
  13. Personal work files

در دسترس هستند، و سوم: اسنادی که به صورت آرشیو<sup>۱</sup> درآمده‌اند که معمولاً دور از دسترس قرار می‌گیرند. در واقع اسناد در چرخه‌ای به صورت‌های فعال، نیمه فعال و غیرفعال در می‌آیند.

لنسدیل (۱۹۸۸) عبارت مدیریت اطلاعات شخصی را در مقاله‌ی خود تحت عنوان "روانشناسی مدیریت اطلاعات شخصی" برای نخستین بار مطرح کرد و یافته‌های پژوهش ملون (۱۹۸۳) و کول (۱۹۸۲) را از زاویه‌ی علم روان‌شناسی توضیح داد. او شرح داد که در اداره‌ها اسنادی که روی هم انباشته شده و نا منظم بودند، نشان‌دهنده‌ی این نیست که کاربران به آن اسناد نا منظم نیاز دارند، در واقع افراد شرکت کننده در پژوهش ملون (۱۹۸۳) با دسته‌بندی اسناد خود با مشکلی مواجه بودند که به صورت اسناد روی هم انباشته دیده می‌شد. او معتقد است که عملی که شخص انجام می‌دهد ممکن است طبیعی یا آرمانی نباشد. با نگاهی فراتر به قضیه در می‌یابیم که رفتار خود فرد بهترین ابزاری است که فرد در اختیار دارد و نحوه‌ی استفاده از آن را درک کرده است. لنسدیل بیان می‌کند که آنچه که معمولاً ممکن است کاربران در مورد مدرک به یاد بیاورند لزوماً از محتوای موضوعی آن نیست و ممکن است اطلاعات ساختاری آن مثل ظاهر مدرک و یا آنچه که کاربر در هنگام استفاده یا خلق آن سند، انجام داده است به یاد آورده شود. او دو فرآیند روان‌شناختی را که کاربران حین پیدا کردن اقلام اطلاعاتی انجام می‌دهند شناسایی کرد: ۱. جست‌وجوی یادآوری پایه، ۲. پویش شناسایی محور(انتخاب یک مورد خاص).<sup>۲</sup>

در سال ۱۹۹۱ کواسنیک<sup>۳</sup> ادعای لنسدیل را مبنی بر این که ساختار یا بافت<sup>۴</sup> مدارک یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مدیریت اطلاعات شخصی است تأیید کرد. در مطالعه‌ی او نقطه‌ی عطفی وجود داشت. او با استادان مصاحبه کرد و از آن‌ها خواست تا در حضور او ایمیل‌های یک روز خود را مرتب کنند. او پاسخ‌های آن‌ها را ضبط و کدگذاری کرد و دید که مردم از رشته‌ای از ویژگی‌های توصیفی برای طبقه‌بندی اسناد خود استفاده

1. Archive storage

2. Recall-directed search, 2. Recognition-based scanning (selecting a particular item)

3. Kwasnik

4. Context

می‌کنند، مثلاً در قفسه‌ی بالا (یک ویزگی مکانی)، مکاتبات (یک ویزگی شکلی) و غیره. او در نهایت از طرح‌های کدگذاری خود مدلی برای رفتار طبقه‌بندی اسناد توسط افراد ارائه داد. یافته‌های او نشان داد که رفتار سازماندهی یا طبقه‌بندی مردم را می‌توان مدل‌سازی و پیش‌بینی و راه را برای مرتب‌سازی به صورت خودکار هموار کرد. یافته‌های او بعدها توسط باریو در سال ۱۹۹۵ تأیید شد. باریو همین کار را با اسناد الکترونیکی انجام داد.

به دنبال کار کواسنیک، کیس<sup>۱</sup> (۱۹۹۱) در مقاله‌ای تحت عنوان "سازماندهی مفهومی و بازایی متن توسط مورخان: نقش حافظه و استعاره" با مصاحبه با مورخان به بررسی اهمیت ویزگی‌های فیزیکی اسناد پرداخت. او دریافت که دو عامل فیزیکی پیکربندی فضایی<sup>۲</sup> دفتر کار و شکل اسناد در اغلب موارد، قبل از موضوع اسناد در تعیین مکان ذخیره‌سازی آن‌ها مورد توجه قرار می‌گیرد. البته چند عامل مهم دیگر نیز بودند که در اولویت بعدی قرار داشتند، از جمله طرز عمل یا هدف (تمام زندگینامه‌ها در یک محل یا تمام کتاب‌های درسی در محلی دیگر) و کیفیت مدارک و اسناد (مثل خوب بودن یا بد بودن).

با مرور نوشتارها مشخص می‌شود که مطالعات مدیریت اطلاعات شخصی اسناد کاغذی در سال‌های نخست دهه‌ی ۱۹۸۰ و توسط افرادی همچون ملون و کول آغاز شد. بیشتر مطالعات انجام شده در سال‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ در بافت محیط کار بوده که به مطالعه‌ی کارکنان و مدیران با سطوح مختلف مسئولیت پرداخته است. این مطالعات بر نحوه‌ی سازماندهی اسناد متمرکز بود.

#### مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به اسناد الکترونیکی

با مرور نوشتارها و پیشینه‌ی پژوهش‌های انجام شده در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی اسناد الکترونیکی، این مطالعات را می‌توان به ۵ دسته‌ی زیر تقسیم نمود:

۱. مدیریت اطلاعات شخصی افراد خاص؛

1. Case

2. spatial configuration



۲. مقایسه مدیریت اطلاعات شخصی کاغذی با الکترونیکی؛
  ۳. رویکردهای سه گانه به مدیریت اطلاعات شخصی الکترونیکی (بازیابی، ذخیره سازی، سازماندهی)؛
  ۴. ایمیل‌ها و بوک‌مارک‌ها و صفحات ذخیره شده‌ی وب؛
  ۵. طراحی سیستم‌ها و نرم‌افزارهای مدیریت اطلاعات شخصی.
- در ادامه به توضیح هر کدام از موارد بالا به همراه ذکر مختصری از مطالعات انجام شده در هر زمینه اقدام می‌شود.

### مدیریت اطلاعات شخصی افراد خاص

مطالعات اولیه و مطالعاتی که در دهه‌ی ۱۹۸۰ در مورد مدیریت اطلاعات شخصی توسط پژوهشگران آن دوره‌ها صورت گرفت بیشتر به پیمایش و توصیف وضعیت افرادی مانند استادان و پژوهشگران و کارمندان اداره‌ها پرداختند (پیر، ۲۰۱۱)؛ و سپس، در سال‌های بعد با توجه به افزایش روزافزون حجم اطلاعات شخصی، رفتار مدیریت اطلاعات شخصی همه‌ی افراد مثل دانشجویان (اوسی اوتاپا و ددزی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳)، مهندسان (پیکاس<sup>۲</sup>، ۲۰۰۷)، دانش‌آموزان مدارس و مورخان (کیس، ۱۹۹۱) و عکاسان و هنرمندان (لطیف، مستوفی و تجاویز<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶) را نیز مورد مطالعه قرار دادند. به عنوان مثال پیکاس در محیط آزمایشگاهی، به مطالعه‌ی مهندسين ارشد پرداخت تا ببیند آنان چگونه اطلاعات شخصی خود را مدیریت می‌کنند. پیکاس سیزده روش برای مدیریت اطلاعات شخصی شناسایی و در چهار گروه دسته‌بندی کرد. گروه اول سازماندهی و بازیابی است که به هفت صورت انجام می‌گیرد: ۱. حافظه<sup>۴</sup> (بسیاری از مهندسين به یاری حافظه‌ی خود به سازماندهی و بازیابی اطلاعات می‌پردازند)، ۲. روی‌دادنگاری در تمام لحظه‌ها، ۳. استفاده از نرم‌افزارهای پیشنهادی برای بازیابی و استفاده‌ی مجدد، ۴. یادداشت برداری برای به یادآوری و گزارش

---

1. Osaetopah & Dadzie

2. Pikas

3. Latif, Mustofa & Tjoa

4. Memory

برای بازیابی اطلاعات، ۵. سازماندهی خاص فایل‌های مربوط به دست‌نوشته‌ها، ۶. سازماندهی خاص مربوط به فایل‌های فناوری و فایل‌های پروژه، ۷. جست‌وجوی اطلاعات از افراد دیگر. گروه دوم جنبه‌ها و اقسام سازماندهی نشده است که به سه صورت بود: ۱. میزهای شلوغ انباشته از اطلاعات، ۲. ایمیل‌ها، ۳. عدم استفاده از پایگاه‌های کتابشناختی. گروه سوم نگهداری و حفظ اطلاعات و گروه چهارم نیز مربوط به استفاده از ابزارهای خاص از جمله نرم‌افزارها است.

### مقایسه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی کاغذی با الکترونیکی

از آغاز دهه‌ی ۱۹۸۰ و با اوج‌گیری هیجانات ناشی از ظرفیت‌های بالقوه رایانه‌های شخصی جهت ارتقاء قابلیت‌های بشری در پردازش و مدیریت اطلاعات بود که عبارت مدیریت اطلاعات شخصی توسط لئوسدیل (۱۹۸۸) مورد استفاده قرار گرفت (زوارقی و صفایی، ۱۳۹۱). مطالعات انجام‌شده در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی تا اوایل دهه‌ی ۱۹۹۰ میلادی، مربوط به اسناد کاغذی بود، تا اینکه در سال ۱۹۹۵ نخستین پژوهش در محیط الکترونیکی توسط باریو (۱۹۹۵) انجام شد. بنابراین، باریو را باید نخستین فردی دانست که به بررسی مدیریت اطلاعات شخصی در محیط الکترونیکی پرداخته است. در دهه‌های اولیه که هنوز فناوری‌های جدید کامپیوتری همانند فناوری‌های سنتی (کاغذ) در بافت محیط کار مورد قبول قرار نگرفته بود، بسیاری از پژوهش‌ها مثل باریو (۱۹۹۵)؛ باریو و ناردی<sup>۱</sup> (۱۹۹۵)؛ فرتیگ، فریمن و گلرنتر<sup>۲</sup> (۱۹۹۶) و جونز و توماس<sup>۳</sup> (۱۹۹۷) به بررسی و مقایسه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی اسناد کاغذی و دیجیتالی پرداختند، که در ادامه به طور مختصر اشاره‌ای به آن‌ها می‌شود.

باریو و ناردی (۱۹۹۵) و فرتیگ، فریمن و گلرنتر (۱۹۹۶) نیز در پژوهش‌های جداگانه‌ای به این نتیجه رسیدند که افراد تمامی رفتارهایی را که مبتنی بر مدیریت

---

1. Barreau & Nardi  
2. Fertig, Freeman & Gelernter  
3. Jones & Thomas

اطلاعات شخصی اسناد کاغذی بود همچنان در محیط الکترونیکی نیز حفظ کرده‌اند. به عنوان مثال فرتیگ، فریمن و گلرنتر (۱۹۹۶) دریافتند که افراد برای دسترسی به اسناد کاغذی مورد نیاز خود که مجبور بودند به طور مکرر به آن‌ها مراجعه کنند و روی میز خود انباشته می‌کردند، دقیقاً همان رفتار را در محیط کامپیوتری نیز داشتند؛ با این تفاوت که فایل‌های مورد نیاز خود را در دسک‌تاپ کامپیوتر قرار می‌دادند تا به آسانی در دسترس باشند. جونز و توماس (۱۹۹۷) نیز با انجام پژوهشی به این نتیجه رسیدند که میزان پذیرش فناوری کامپیوتری برای مدیریت اطلاعات شخصی در میان کاربران نسبت به فناوری‌های سنتی یعنی کاغذ و قلم کمتر بود. به عبارتی افراد سیستم‌های سنتی را به سیستم‌های الکترونیکی ترجیح می‌دادند.

### فرآیندهای اصلی مدیریت اطلاعات شخصی؛

با مرور پژوهش‌ها مشخص می‌شود که بیشترین تعداد پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی الکترونیکی را باید در این دسته جای داد. به این معنا که اغلب پژوهشگران، مطالعات خود را با رویکردی ویژه به یکی از فعالیت‌های بازیابی، ذخیره‌سازی یا سازماندهی انجام داده‌اند یا اینکه فقط یکی از این فعالیت‌ها را به‌طور عمیق مطالعه کرده‌اند و سپس راه‌کارها و راهبردهای مختلف را ارائه داده‌اند (اوسی‌اوتاپا و ددزی، ۲۰۱۳). جدول ۲ گرایش هر یک از پژوهشگران را به انواع فعالیت‌های مدیریت اطلاعات شخصی نشان می‌دهد. در ادامه به معرفی برخی از مهم‌ترین این پژوهش‌ها پرداخته می‌شود.

جدول ۲. مهم ترین پژوهش های مدیریت اطلاعات شخصی در زمینه یافتن و دوباره یابی، ذخیره سازی و سازماندهی

نوع فعالیت	پژوهشگر(ان)
یافتن و دوباره یابی	باریو و ناردی (۱۹۹۵)، فرتیگ، فریمن و گلرنتر (۱۹۹۶)، کاپرا و پرز-کوئیننزا <sup>۱</sup> (۲۰۰۵)، مرثی <sup>۲</sup> و دیگران (۲۰۰۶)، بید و نارنبرگر <sup>۳</sup> (۲۰۰۶)، شن، تان و ژای <sup>۴</sup> (۲۰۰۶)، دنگ و فنگ <sup>۵</sup> (۲۰۱۱)
سازماندهی	کرل (۱۹۸۲)، ایندریت مو و واسیلوا <sup>۶</sup> (۲۰۰۸)، سیون، جونز، کلاسنا و بروس <sup>۷</sup> (۲۰۰۸)، کی <sup>۸</sup> و دیگران (۲۰۰۷)، هندرسون (۲۰۰۹)، هارداف-جفی، هرشکوویتز، أبو-کیشک، برگمن و ناچمیاس <sup>۹</sup> (۲۰۰۹)
ذخیره سازی	بروس <sup>۱۰</sup> (۲۰۰۵)، بوردمن و سس <sup>۱۱</sup> (۲۰۰۴)، کاپرا <sup>۱۲</sup> (۲۰۰۹)، مجید، سان، تون و زار <sup>۱۳</sup> (۲۰۱۰)

**یافتن و دوباره یابی:** از نظر جونز (۲۰۰۸) دوباره یابی اطلاعات، یک فرآیند چند گامی است که ممکن است فرد در هر گام آن دچار لغزش و شکست شود. می توان گفت که به مجموعه تلاش هایی چون جست و جو، مرور و ساماندهی که با هدف یک نیاز اطلاعاتی انجام می شود، دوباره یابی می گویند. یکی از مهم ترین آثار در این زمینه، پژوهش دنگ و فنگ (۲۰۱۱) است که با عنوان "بررسی فنون دوباره یابی اطلاعات" انجام شده است. دنگ و فنگ در پژوهش خود چهار روش اصلی برای بازیابی اطلاعات موجود در وب سایت ها شناسایی کردند:

1. Capra & Pérez-Quñones
2. Murthy
3. Bade and Nurnberger
4. Shen, Tan and Zhai
5. Deng & Feng
6. Indratmo & Vassileva
7. Civan, Jones, Klasnja & Bruce
8. Khoo
9. Hardof-Jaffe, Hershkovitz, Abu-Kishk, Ofer Bergman & Nachmias
10. Bruce
11. Sasse
12. Capra
13. Majid, San, Tun & Zar

۱. ابزارهای دوباره‌یابی اطلاعات در مرورگرهای وب،

۲. موتورهای جست‌وجوی دوباره‌یابی،

۳. دوباره‌یابی مبتنی بر صوت،

۴. خدمات تاریخچه‌ی جست‌وجو.

همچنین سه رویکرد بازیابی اطلاعات شناسایی شد که در مدیریت اطلاعات شخصی

استفاده می‌شود:

۱. جست‌وجو بر اساس ساختار متن،

۲. رویکردهای مبتنی بر مرور،

۳. جست‌وجوی مبتنی بر محتوا.

آن‌ها به این نتیجه رسیدند که با پیروی از سازوکار یادآوری در حافظه انسان، روش فراخوان مبتنی بر ساختار متن، هم در وب و هم در مدیریت اطلاعات شخصی می‌تواند باعث شود تا کاربران اطلاعات خود را به آسانی پیدا کنند.

در این زمینه می‌توان به پژوهش باریو و ناردی (۱۹۹۵) و فرتیگ، فریمن و گلرنتر (۱۹۹۶) اشاره کرد که در قسمت پیشین نیز شرح آن رفت. باریو و ناردی در پژوهش خود که شبیه به پژوهش باریو (۱۹۹۵) بود، دو رویکرد اصلی برای یافتن اطلاعات شخصی شناسایی کردند: ۱. رویکرد مبتنی بر مکان، ۲. رویکرد منطقی. آنان به این نتیجه رسیدند که اکثریت افراد، رویکرد مبتنی بر مکان را (به این معنی که آن‌ها معمولاً می‌دانند که فایل‌ها در کجا قرار گرفته‌اند و به سادگی آن‌ها را مرور می‌کنند تا به نتیجه برسند) بر رویکرد منطقی (شامل جست‌وجو به وسیله‌ی کلیدواژه) ترجیح می‌دهند. فرتیگ، فریمن و گلرنتر (۱۹۹۶)، پژوهش باریو و ناردی را مورد نقد قرار دادند. آن‌ها این‌گونه استدلال کردند که اولویت افراد برای دسترسی مبتنی بر مکان به اطلاعات مورد نیاز، عمدتاً به این دلیل است که ابزار جست‌وجو در آن زمان بسیار ضعیف بود. علاوه بر آن دسترسی مبتنی بر مکان برای تعداد نسبتاً کوچکی از اسناد مناسب است.

**سازماندهی:** جونز (۲۰۰۸) سازماندهی را به این صورت تعریف می‌کند: تصمیم‌گیری درباره‌ی طرح‌واره، چگونگی ایجاد، نام‌گذاری، و ارتباط اطلاعات با دیگر مدارک.

این گونه تصمیمات می‌توانند موارد زیر را در برگیرند:

۱. اقلام دارای چه ویژگی‌هایی هستند که باعث تمایز آن‌ها از همدیگر می‌شوند؟
۲. این اقلام چگونه در درون مجموعه باید گروه‌بندی شوند؟ در چه دسته‌ها و پوشه‌هایی؟ السوایلر<sup>۱</sup> (۲۰۰۷) به این نکته اشاره می‌کند که افراد با وظایف گوناگون، انواع مختلف اطلاعات را به شیوه‌های متعددی ذخیره می‌کنند.

نخستین مطالعه‌ای که با رویکرد بازیابی اطلاعات شخصی انجام شد، پژوهش کرول<sup>۲</sup> (۱۹۸۲) بود. کرول در پژوهش خود به بررسی نام‌گذاری فایل‌ها پرداخت که یکی از مراحل اصلی سازماندهی اطلاعات است. او بررسی کرد که چگونه کاربران فایل‌های خود را در ایستگاه‌های کاری نام‌گذاری می‌کنند. یافته‌ها نشان داد که نام‌گذاری فایل‌ها به هشت نویسه محدود بود؛ بنابراین کرول قادر به مشاهده‌ی انواع روش‌های مخفف نوشتن و ابزارهای یادآوری بود. او نتیجه گرفت که نام‌ها معمولاً دارای ساختار خاصی بودند و از یک الگوی تعریف شده توسط کاربر تبعیت می‌کردند. وقتی او از کاربران درباره‌ی محتوای هر فایل می‌پرسید، آن‌ها به راحتی، با نگاه کردن به نامی که به هر فایل داده بودند، با موفقیت (۹۲ درصد) پاسخ می‌دادند.

یکی از پژوهش‌های مروری مهم در این زمینه، پژوهش اینتریت‌مو و واسیلوا (۲۰۰۸) است. آن‌ها با مطالعه‌ی متون مربوط به مدیریت اطلاعات شخصی، ساختارهای سازماندهی اطلاعات شخصی را به پنج دسته تقسیم کردند:

۱. ساختار سلسله‌مراتبی که شامل پوشه‌های اصلی و فرعی می‌باشد. در این روش افراد می‌توانند روابط بین مفاهیم را درک کنند. این پوشه‌ها بعضی

---

1. Elswiler  
2. Carroll

مواقع وظایف را نیز نشان می‌دهند. پس می‌توانند در مدیریت وظایف نیز نقش ایفا کنند.

۲. ساختار مسطح، که در آن، کاربران می‌توانند اقلام را برچسب‌گذاری کنند. این ساختار در برخی موارد بسیار انعطاف‌پذیرتر از سیستم‌های سلسله‌مراتبی است.

۳. ساختار خطی، که شامل مرتب کردن اقلام به صورت فهرست الفبایی نام یا تاریخی می‌باشد. در این نوع، دستیابی سریع‌تر به موارد فهرست شده آسان است.

۴. ساختار فضایی، در این نوع، اقلامی که اخیراً جست‌وجو و یا استفاده شده‌اند و یا به طور مرتب استفاده می‌شوند با جست‌وجوی سریع و بدون استفاده از پوشه‌ها، مدیریت می‌شوند.

۵. ساختار شبکه‌ای، این نوع روش امکان می‌دهد تا کاربران انواع مختلف اطلاعات را به هم پیوند دهند. پژوهشگران مزایا، مشکلات و ضعف هر یک از ساختارها را، که بیشتر مربوط به بزرگی و کوچکی بودن مجموعه و پراکنندگی اطلاعات است، بیان کردند و در نهایت، توصیه‌هایی برای طراحان و چارچوبی برای محققان ارائه دادند.

#### **ذخیره‌سازی:** بروس (۲۰۰۵) در پژوهش خود به این نتیجه رسید که افراد به سه

دلیل تصمیم به ذخیره‌سازی و یا عدم ذخیره‌سازی اطلاعات مورد نیاز خود می‌کنند:

اول: اطلاعات را ذخیره می‌کنند، چون احساس می‌کنند مفید است و در آینده ممکن است به آن نیاز پیدا کنند و یا بازیابی مجدد آن از منبع اصلی می‌تواند سخت باشد؛  
دوم: اطلاعات مفید است، ولی نیاز به ذخیره کردن آن نیست چون می‌دانند پیدا کردن مجدد آن از منبع اصلی کار راحتی است؛

سوم: اطلاعات را نادیده می‌گیرند، چون فرد احساس می‌کند در آینده مورد نیازش نخواهد بود. بوردمن و سس (۲۰۰۴) به اطلاعاتی اشاره کردند که افراد خود آن‌ها را تولید می‌کنند و چالش‌های مدیریت آن‌ها را توسط افراد مورد بررسی قرار دادند.

افراد برای پاسخدهی به نیازهای خود، نیازمند انواع اطلاعات هستند. این اطلاعات را می‌توانند از انواع کانال‌ها و محمل‌های اطلاعاتی به‌دست بیاورند. بدین روی، این محمل‌ها و کانال‌ها نوع رفتار آنان را در ذخیره سازی اطلاعات شخصی تعیین می‌کنند (السوایلر، ۲۰۰۷). به عنوان مثال می‌توان به ذخیره سازی اطلاعات موجود در وب اشاره کرد. برخی آدرس اینترنتی (یو.آر.ال) را یادداشت می‌کنند و یا آن را بر روی صفحه‌ی واژه پرداز دیگری کپی می‌کنند، برخی آن صفحه را برای خود پرینت می‌گیرند و یا برخی از بوک مارک استفاده می‌کنند.

در این زمینه می‌توان به پژوهش‌های کاپرا (۲۰۰۹) و مجید، سان، تور، و زار (۲۰۱۰) اشاره کرد. کاپرا (۲۰۰۹) در مقاله‌ای به بررسی شیوه‌های مدیریت اطلاعات شخصی پرداخت. نتایج پژوهش به این صورت بود که ۹۸ درصد از افراد از طریق بوک مارک و بقیه از طریق ایمیل، نوشتن روی کاغذ، کپی کردن نشانی اینترنتی<sup>۱</sup>، ذخیره کردن صفحات وبی و ذخیره کردن در سایت‌های بوک مارک اطلاعات وبی مورد نیاز خود را ذخیره می‌کنند. مجید و دیگران (۲۰۱۰) پژوهشی شبیه به پژوهش کاپرا (۲۰۰۹) با هدف بررسی میزان درک دانشجویان دو دانشگاه عمومی در مالزی از خدمات اینترنتی برای مدیریت اطلاعات شخصی، به انجام رسانیدند. یافته‌ها نشان داد که ۷۵ درصد دانشجویان، از خدمات اینترنت برای ذخیره سازی و مدیریت برخی از اقلام اطلاعاتی استفاده می‌کنند. دانشجویان از خدمات اینترنت به طور عمده، برای ذخیره سازی نشانی‌های ایمیل‌ها و پیام‌ها، اسناد متنی شخصی و عکس‌ها بهره می‌گیرند. فقط تعداد کمی از دانشجویان برای نگهداری اطلاعات مربوط به قرار ملاقات، شماره تلفن، اسناد پیش‌نویس، پیشینه‌های صوتی و تصویری و سیاهه‌ای از کارهایی که باید انجام شود، به ذخیره سازی آنلاین می‌پرداختند. در نهایت نتایج مقاله نشان داد که باید اقدامات خاصی برای بهبود مهارت‌های مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان و عموم مردم صورت بگیرد.

---

1. URL



## ایمیل‌ها، بوک مارک‌ها و صفحات ذخیره‌شده‌ی وب

ایمیل، بوک مارک‌ها و صفحات ذخیره‌شده‌ی وب به یکی از زمینه‌های فعال حوزه‌ی پژوهش‌های مدیریت اطلاعات شخصی در آمد. افرادی مثل ویتاگر و سیدنر<sup>۱</sup> (۱۹۹۶)، باتلر<sup>۲</sup> (۱۹۹۷)، آبرامز، بیکر، چیگنل<sup>۳</sup> (۱۹۹۸)، دیوچنیت و بلوتی<sup>۴</sup> (۲۰۰۱)، مک کنزی<sup>۵</sup> (۲۰۰۲) و زیمرمن و بار-ایلان<sup>۶</sup> (۲۰۱۲) در این زمینه پژوهش‌هایی انجام داده‌اند. پژوهش ویتاگر و سیدنر (۱۹۹۶) از جمله نخستین مقاله‌های نوشته شده در زمینه‌ی پست الکترونیکی است. داده‌های تجربی این پژوهش نشان داد که با اینکه پست الکترونیکی به طور کلی یک برنامه‌ی کاربردی ارتباطی است، ولی از آن استفاده‌های فراتر و اضافه بر ظرفیتی می‌شود که برای آن طراحی نشده است، مثل مدیریت و ایجاد آرشیو شخصی، که به همین علت پژوهشگران آن را اضافه بار پست الکترونیکی نام‌گذاری کردند. در این پژوهش اثبات شد که اضافه بار پست الکترونیکی برخی مشکلاتی را برای مدیریت اطلاعات شخصی فراهم می‌آورد. معمولاً کاربران در جعبه‌ی دریافتی ایمیل، صدها پیام در هم ریخته دارند که شامل پیام‌های جواب داده نشده و یا اسناد خوانده نشده و مکالمه‌های فراوان است. علاوه بر این‌ها، بسیاری از پیام‌های مهم نادیده گرفته یا اینکه در آرشیو گم می‌شوند. این مقاله برخی راه حل‌های فنی برای حل این مشکلات پیشنهاد می‌دهد (نقل از مجاور، ۱۳۹۲).

زیمرمن و بار-ایلان (۲۰۱۲) به انجام پژوهشی با عنوان "مدیریت اطلاعات شخصی در محیط دانشگاهی: پست الکترونیکی توسط پژوهشگران چگونه استفاده می‌شود؟" پرداختند. هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه‌ی بین استفاده از پست الکترونیکی و مدیریت آن، و بهره‌وری علمی بود. در کنار این هدف، پژوهشگران در صدد بودند تا دریابند که میزان استفاده از پست الکترونیکی در جامعه‌ی مورد بررسی به چه میزان است.

1. Whittaker & Sidner

2. Batler

3. Abrams, Baecker & Chignell

4. Ducheneaut & Bellotti

5. Mackenzie

6. Zimmerman & Bar-Ilan

یافته‌های این پژوهش رابطه‌ی مثبت و معنی‌دار بین متغیرهای مربوط به پست الکترونیکی و بهره‌وری علمی را نشان می‌دهد. افراد جوان‌تر و یا آن‌هایی که حرفه‌ای بودند، در مقایسه با افراد میان سال دارای مهارت‌های بالاتری بودند. افراد، پست الکترونیکی را برای تولیدات علمی و پژوهشی مناسب می‌دانستند.

### طراحی سیستم‌ها و نرم‌افزارهای مدیریت اطلاعات شخصی

برخی از پژوهش‌های صورت گرفته در این حوزه، مربوط به طراحی سیستم‌ها و نرم‌افزارهای مدیریت اطلاعات شخصی با توجه به نیاز کاربران هستند. این دسته از پژوهش‌ها با دو رویکرد انجام می‌شوند.

رویکرد اول این است که پژوهشگران سعی می‌کنند که با بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی افراد و شناسایی موانع و مشکلاتی که بر سر راه آنان است، ابزارهای مورد نیاز آنان را برای رفع مشکل طراحی کنند و در اختیار جامعه‌ی مورد نظر قرار بدهند. رویکرد دوم نیز پژوهشگران انواع ابزارهایی که برای مدیریت اطلاعات شخصی طراحی شده است را با هم مقایسه می‌کنند و معایب و مزایای هر کدام را بر می‌شمرند و در نهایت ابزار طراحی شده‌ی خود را معرفی می‌کنند.

بوردمن (۲۰۰۴) با کمک روش‌شناسی طراحی شده مبتنی بر کاربر، رفتارهای مدیریت اطلاعات شخصی کاربران را به طور عمیق مورد مطالعه قرار داد و سپس ابزارهای مدیریت اطلاعات شخصی را در سه محیط ایمیل، نشانی‌های اینترنتی ذخیره شده و فایل‌های ذخیره شده بر رایانه‌های شخصی بررسی و بر اساس یافته‌های خود سیستمی با عنوان workspace mirror طراحی کرد. او در مرحله‌ی بعد رفتار مدیریت اطلاعات شخصی کاربران را در طول یک زمان مشخص بررسی کرد. یافته‌های پژوهش نشان داد که روش‌های سازماندهی اطلاعات شخصی توسط افراد به مرور زمان تغییر می‌کند. او پیشنهاد داد که ساختار مدل‌های مدیریت اطلاعات شخصی قبلی بهتر است تغییر کند تا همسو با نیازهای کاربران باشد.

السوائلر (۲۰۰۷) در پژوهش خود به بررسی مدیریت اطلاعات شخصی از دیدگاه روانشناسی حافظه پرداخت. به اعتقاد او رفتارهای درگیر در مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به حافظه است و اغلب مشکلاتی که افراد با مدیریت اطلاعات شخصی پیدا می‌کنند، مربوط به محدودیت‌های حافظه‌ی انسان است، چنانکه شکست ابزارهای مدیریت اطلاعات شخصی به علت نادیده گرفتن این محدودیت‌ها می‌باشد. این پژوهش، درک صحیحی از نقش حافظه در مدیریت اطلاعات شخصی و محاسن ترکیب خصوصیات حافظه انسان در طراحی ابزارهای مدیریت اطلاعات شخصی را شرح می‌دهد. او با بررسی ادبیات روانشناسی، به نقد ابزارهای موجود و اساس طراحی ابزاری که بتواند حافظه‌ی انسان را حمایت کند می‌پردازد. یافته‌های پژوهش منجر به طراحی نخستین مدل جدید ابزار مدیریت اطلاعات شخصی شد که بر اساس کار حافظه است.

هندرسون (۲۰۰۹) پژوهشی پیمایشی سامان داد در قالب مقاله‌ای تحت عنوان "راهبردهای مدیریت اسناد شخصی" با هدف درک راهکارهایی که افراد توسط آن‌ها، اسناد شخصی خود را مدیریت می‌کنند. او با تحلیل داده‌ها به این نتیجه رسید که افراد، سه رویکرد برای مدیریت اطلاعات شخصی خود استفاده می‌کنند: ۱. روی هم انباشتن اطلاعات، ۲. بایگانی کردن اطلاعات، ۳. راهبرد ساختاری. هندرسون به این نکته اشاره می‌کند که افراد برای سازماندهی اطلاعات خود، از طرح‌ها و روش‌های مختلفی بهره می‌گیرند، بنابراین نیاز به انواع مختلف رابط کاربری دارند. او در نهایت به این نکته اشاره می‌کند که به جای تشویق مردم به استفاده از یک مدل استاندارد برای سازماندهی اطلاعات خود، باید طیف وسیعی از سیستم‌های طراحی شده وجود داشته باشند.

از جدیدترین پژوهش‌های صورت گرفته در زمینه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی، پژوهش‌های اوسی‌اوتاپا و ددزی (۲۰۱۳) و برگمن<sup>۱</sup> (۲۰۱۳) است. اوسی‌اوتاپا و ددزی (۲۰۱۳) مقاله‌ای با هدف بررسی شیوه‌های مدیریت اطلاعات شخصی اسناد کاغذی و الکترونیکی دانشجویان دانشگاه غنا به روش پیمایشی و با استفاده از مدل جونز به انجام

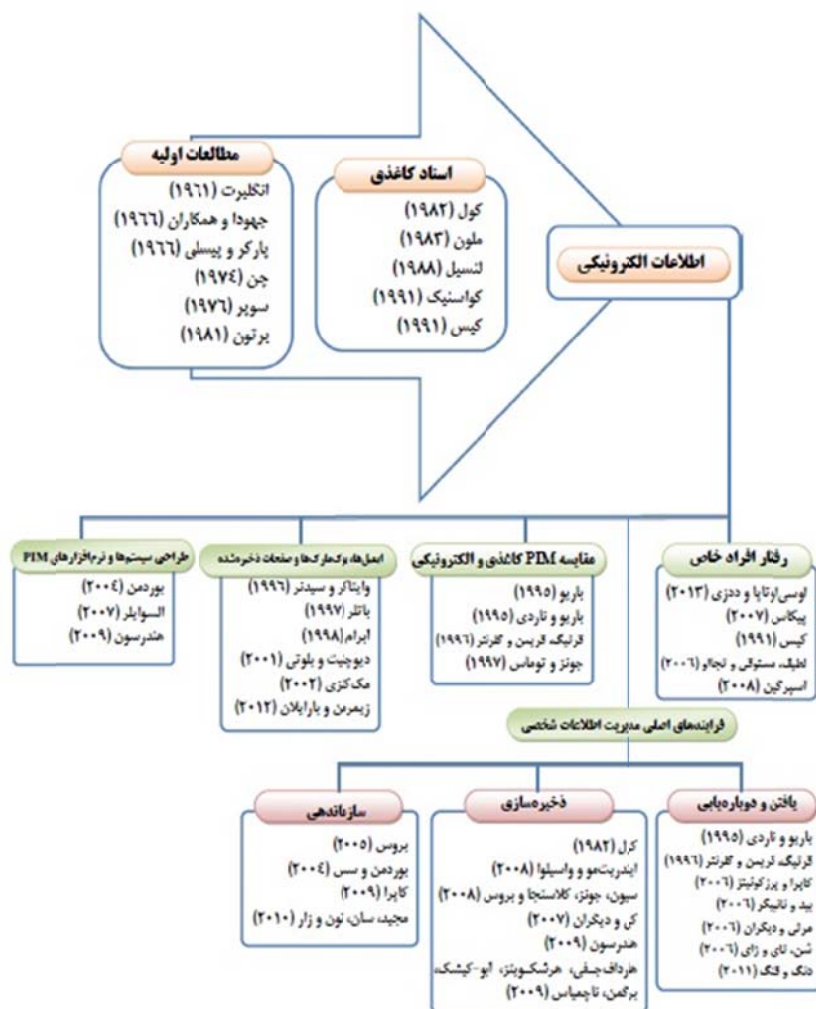
---

1. Bergman

رسانیدند. یافته‌ها نشان داد که شکل اقلام اطلاعاتی، توانایی‌های کاربران، حجم مجموعه، حافظه و عادات افراد باعث ایجاد تنوع در شیوه‌های مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان غنا شده است. از جمله اشکالات عمده‌ی دانشجویان، به مهارت ناکافی، پراکندگی اطلاعات، عادات نامناسب و حافظه‌ی ناکارآمد آن‌ها گزارش و نیز به نقش مفید کتابداران و حمایت مدیران کتابخانه‌ها اشاره شد. آنان تأکید کردند که همچنان که کتابداران آموزش سواد اطلاعاتی دانشجویان را بر عهده دارند، می‌توانند در بهبود مدیریت اطلاعات شخصی آن‌ها نیز مثر ثمر باشند.

برگمن (۲۰۱۳) در مقاله‌ی خود به شناسایی متغیرهایی پرداخت که باعث ایجاد تنوع در رفتار مدیریت اطلاعات شخصی افراد می‌باشد. او از ۲۰ نفر به مدت ۹۰ دقیقه مصاحبه به عمل آورد و بعد از ثبت و تحلیل داده‌ها پانزده متغیر را شناسایی و در پنج گروه تقسیم بندی کرد: ۱. متغیرهای مربوط به سازماندهی (شامل نظم، افزونگی و معنی نام)، ۲. متغیرهای ساختاری (اندازه‌ی مجموعه، عمق، وسعت و اندازه‌ی پوشه)، ۳. متغیرهای فرآیند کار (زمان رسیدگی و کیفیت)، ۴. متغیرهای مربوط به حافظه (اعتماد به حافظه، حافظه‌ی برتر) و ۵. متغیرهای مربوط به بازیابی (نوع بازیابی، بازیابی موفق، زمان بازیابی و حضور در همه‌جا به طور همزمان).

در شکل ۵ سیر تحول مطالعات مدیریت اطلاعات شخصی را به همراه پژوهش‌های انجام شده نشان داده شده است.



شکل ۵. سیر تحول مدیریت اطلاعات شخصی

## پیشینه‌ی پژوهش در ایران

در ادامه، به چند مورد از پژوهش‌هایی که در ایران انجام شده است، اشاره می‌شود: زوارقی (۱۳۸۹) در مقاله‌ی مروری خود با عنوان "مدیریت اطلاعات شخصی (PIM): مروری بر مفاهیم" از اولین پژوهشگرانی هستند که مباحثی در زمینه‌ی ضرورت‌ها و چگونگی استفاده از رویکردی به نام مدیریت اطلاعات شخصی ارائه داده‌اند. این مقاله

به پژوهشگران کمک می‌کند تا با زمینه‌های ظهور، تعاریف، تاریخچه، مزایا و چگونگی عملکرد مدیریت اطلاعات شخصی آشنا شوند.

آموزنده (۱۳۹۰) پژوهشی در قالب پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد با عنوان "بررسی عوامل مؤثر بر مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه الزهرا در سال تحصیلی ۹۱-۱۳۹۰" به انجام رسانید. این پژوهش یکی از اولین پژوهش‌های پیمایشی توصیفی در این زمینه است که در ایران انجام شده‌است. این پژوهشگر مدیریت اطلاعات شخصی را در سه عامل دانش، نگرش و مهارت مورد بررسی قرار داد. او به وسیله‌ی یک پرسشنامه‌ی صد و دوازده سؤالی رفتار مدیریت اطلاعات دانشجویان را روی کامپیوتر شخصی آن‌ها بر اساس مدل جونز (۲۰۰۸) سنجید. در این پژوهش دو فرضیه ارائه شده بود. فرضیه اول: مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه الزهرا در حد مطلوبی است. چون میانگین نمرات، بالای حد متوسط بود، بنابراین فرضیه پذیرفته شد. فرضیه دوم: مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان دکتری بیشتر از دانشجویان کارشناسی ارشد است، که با توجه به نمرات یکسان دو گروه رد شد.

پژوهش عبداللهی (۱۳۹۰) نیز از نخستین مطالعات حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی است که در قالب پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد با عنوان "استفاده اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران از ابزارهای مدیریت اطلاعات شخصی" به روش مصاحبه‌ی نیمه ساختارمند به انجام رسید. جامعه‌ی این پژوهش ۳۷ نفر از اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران در دو بخش بالینی و پایه بود. نتایج این پژوهش نشان داد که ۳۷ درصد از افراد شرکت کننده در مصاحبه از ابزارها و روش‌هایی خاص برای سازماندهی و نگهداری اطلاعات شخصی استفاده می‌کنند یا روش‌های منحصر به فردی برای بازیابی اطلاعات دارند. بیشترین روش‌های مورد استفاده در سازمان‌دهی اطلاعات، روش‌های طبقه‌بندی اطلاعات به ترتیب بر اساس موضوع، نام فایل، تاریخ، نوع فایل، و کمترین روش مورد استفاده سازمان‌دهی بر اساس حجم فایل است. بیشترین ابزار مورد استفاده توسط جامعه‌ی مورد مطالعه برای نگهداری اطلاعات شخصی بعد از رایانه شخصی به ترتیب فلش، هارداکسترنال، تقویم، پست الکترونیکی، سی دی و کمترین ابزار

مورد استفاده بوک مارک و دیسکت می‌باشد. بیش از نیمی از افراد شرکت کننده در مصاحبه (۶۰/۴ درصد) اطلاعات شخصی خود را معمولاً بر اساس موضوع بازیابی می‌کردند. در نهایت او به این نتیجه رسید که مدیریت اطلاعات شخصی در بین اعضای هیأت علمی، چندان شناخته شده نیست و بسیاری از اعضای هیأت علمی، علی‌رغم نیاز به این ابزارها، در مورد استفاده از آنها، اطلاعات کافی نداشتند و توجه نشده و به دلیل عدم استفاده از روش‌های مناسب جهت سازماندهی اطلاعات خود، معمولاً در بازیابی اطلاعات شخصی خود دچار مشکل بودند. پژوهشگر نیاز به آموزش مدیریت اطلاعات شخصی را در میان جامعه‌ی پژوهش الزامی دانست.

مجاور (۱۳۹۲) در پژوهش خود در قالب پایان‌نامه کارشناسی ارشد به «بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شهید چمران اهواز در مجموعه اطلاعات الکترونیکی شخصی بر اساس مدل جونز» پرداخت. او در این پژوهش وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان را از دو جنبه‌ی دانش و نگرش؛ و هفت فعالیت مدیریت اطلاعات شخصی بر اساس مدل جونز مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که میانگین‌های دانش، نگرش و مجموع هفت فعالیت و میانگین کل مدیریت اطلاعات شخصی در وضعیت متوسطی قرار دارد. همچنین بین مدیریت اطلاعات شخصی در بین دانشکده‌های مختلف تفاوت معناداری وجود دارد، ولی میان زنان و مردان و دانشجویان با مقاطع و گروه‌های سنی مختلف تفاوت معناداری وجود ندارد. علاوه بر این میان میانگین‌های دانش و نگرش زنان و مردان، و میانگین‌های دانش، ذخیره سازی، دوباره‌یابی، و ارزش‌یابی و ارزش‌گذاری دانشجویان در دانشکده‌های مختلفی تفاوت معناداری وجود دارد.

صدقی، رودباری، عبدالهی، عبداللهی، حاصلی و زرقانی (۱۳۹۳) به انجام پژوهشی کیفی با هدف تعیین میزان آشنایی دانشجویان دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی دانشگاه علوم پزشکی تهران با فرایند مدیریت اطلاعات شخصی پرداختند. این مطالعه با روش نمونه‌گیری تصادفی و با ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد. یافته‌ها نشان داد که ۵۱ درصد از افراد مصاحبه شونده از ابزارها و روش‌هایی برای سازماندهی و نگهداری

اطلاعات استفاده می‌کردند و روش‌های منحصر به فردی برای بازیابی داشتند. بیشترین دغدغه‌ی افراد (۴۹ درصد) در زمینه‌ی نگهداری اطلاعات و در مرتبه‌ی بعد در مورد گردآوری اطلاعات (۲۹ درصد) دیده شد. نتایج حاکی از آن بود که فرایند مدیریت اطلاعات شخصی در بین دانشجویان چندان شناخته شده نیست و بسیاری از این افراد علی‌رغم نیاز به آن، اطلاعات شخصی خود را به صورت ناقص جمع‌آوری، نگهداری و سازماندهی نموده و در بازیابی اطلاعات نیز مشکل دارند.

صالح‌نژاد (۱۳۹۳) در پژوهشی رفتار مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه بیرجند را مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها نشان داد که به طور کلی رفتار مدیریت اطلاعات شخصی و تمامی چهار فعالیت اصلی آن در بین دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه بیرجند در حد متوسط (۵۹٪) و کمتر از حد مطلوب (۸۰٪) است و بین رفتار مدیریت اطلاعات شخصی در حوزه‌های مختلف تحصیلی، هم‌چنین در بین دانشجویان کارشناسی ارشد و دکترا تفاوت معنادار وجود دارد. هم‌چنین نتایج نشان داد بیشترین ابزار مورد استفاده برای نگهداری مجموعه شخصی رایانه و لپ‌تاپ، پرکاربردترین روش سازماندهی اطلاعات شخصی بر اساس نوع محتوا و متداول‌ترین روش بازیابی از مجموعه اطلاعات شخصی بازیابی بر اساس یادداشت‌هایی توضیحی بود.

دلقندی و ریاحی‌نیا (۱۳۹۳) در مقاله‌ی خود به بررسی میزان آشنایی اعضای هیأت علمی دانشگاه پیام نور خراسان رضوی با مدیریت اطلاعات شخصی پرداختند. یافته‌ها نشان داد که اعضای هیأت علمی با مباحث گردآوری، نگهداری، سازماندهی و بازیابی اطلاعات آشنایی داشته و در این حوزه‌ها نسبتاً موفق عمل کرده‌اند. در واقع اعضای هیأت علمی با کلیت موضوع مدیریت اطلاعات آشنایی دارند؛ اما آنچه که در پژوهش آشکار شد به نظر می‌رسد اعضای هیأت علمی با ابزارهای جدید مدیریت اطلاعات مانند اندنوت و نظایر آن آشنایی چندانی ندارند و از آن‌ها کمتر استفاده می‌کنند. هم‌چنین رابطه‌ی معناداری بین نوع جستجوی اطلاعات و رتبه‌ی اعضای هیأت علمی و جنسیت آن‌ها وجود ندارد.



جدیدی (۱۳۹۴) در پایان‌نامه‌ی کارشناسی‌ارشد خود میزان بکارگیری مدیریت اطلاعات شخصی توسط اعضای هیات‌علمی دانشکده‌های پیراپزشکی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران، شهید بهشتی و ایران را مورد بررسی قرار داد. در این پژوهش مشخص شد که میزان بکارگیری مدیریت اطلاعات شخصی در زمینه فعالیت‌های «ذخیره سازی» و «سازماندهی» در سطح «خوب» و در زمینه فعالیت‌های «نگهداشت» و «بازیابی» در سطح «متوسط» قرار دارد. در مجموع، میزان بکارگیری «مدیریت اطلاعات شخصی» در سطح «خوب» گزارش شده است. بر اساس آزمون فرضیه‌های پژوهش، میزان به کارگیری مدیریت اطلاعات شخصی و هریک از عناصر آن، بر حسب جنسیت، دانشکده‌ها، رتبه‌های علمی با هم تفاوت معنی‌داری مشاهده نشده است.

شکاری (۱۳۹۴) به بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات کاغذی و الکترونیکی شخصی اعضای هیأت علمی گروه‌های آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی و کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی ایران پرداخت. نتایج برآمده از این پژوهش نشان داد که میانگین کلی مدیریت اطلاعات الکترونیکی شخصی  $3/56$  در سطح نسبتاً مطلوب، و برای مدیریت اطلاعات کاغذی شخصی  $3/32$  و در سطح نسبتاً مطلوب قرار دارد و میان آن‌ها تفاوت معنی‌داری مشاهده می‌شود. بالاترین میانگین فعالیت در بخش الکترونیکی، «ذخیره سازی» و در بخش کاغذی «تدبیر و مفهوم سازی»، و پایین‌ترین میانگین فعالیت در بخش الکترونیکی «نگهداشت» و در بخش کاغذی «امنیت» است. به لحاظ درجه‌ی علمی تفاوت معنی‌داری در مدیریت اطلاعات الکترونیکی و کاغذی شخصی و به لحاظ سن تفاوت معنی‌داری در بخش الکترونیکی وجود دارد. اما به لحاظ جنسیت، و وابستگی سازمانی تفاوت معنی‌داری هم در بخش الکترونیکی و هم در بخش کاغذی، و به لحاظ سن نیز تفاوت معنی‌داری در بخش کاغذی مشاهده نمی‌شود، همچنین رابطه‌ی مثبتی بین نوع مجموعه‌ی الکترونیکی و نوع مجموعه‌ی کاغذی با وضعیت مدیریت اطلاعات الکترونیکی، کاغذی شخصی و رابطه‌ی مثبتی بین حجم مجموعه‌ی الکترونیکی و وضعیت مدیریت اطلاعات الکترونیکی شخصی وجود دارد، اما رابطه‌ای میان حجم مجموعه‌ی کاغذی و وضعیت مدیریت اطلاعات کاغذی شخصی مشاهده نمی‌شود.

## جمع‌بندی پیشینه‌ها و نتیجه‌گیری

جمع‌بندی پیشینه‌ها در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی حاکی از آن است که نخستین مطالعات صورت گرفته در این زمینه به اوایل دهه ۸۰ میلادی برمی‌گردد که بیشتر به مدیریت اسناد کاغذی مربوط می‌شود. البته مطالعات نخستین در این حوزه به بررسی رفتار اطلاعاتی اشخاص برجسته‌ای همچون اساتید را مورد بررسی قرار داده است. رفته رفته با ظهور اینترنت و رواج فناوری‌های اطلاعاتی این مطالعات رو به سوی مدیریت اطلاعات شخصی الکترونیکی نهاده است. به عبارت دیگر، می‌توان گفت که یکی از عوامل مهم و اثرگذار در تنوع پژوهش‌های مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به "زمان و پیشرفت فناوری" است. مطالعاتی که در سال‌های قبل از ۲۰۰۰ میلادی صورت گرفت، بیشتر به پیمایش و توصیف وضعیت افرادی خاص مانند استادان و پژوهشگران؛ و در سال‌های بعد، به بررسی رفتار مدیریت اطلاعات شخصی افراد دیگری مانند عکاسان و هنرمندان می‌پرداخت.

پس از سال ۲۰۰۰ میلادی، با گذشت زمان فناوری‌ها و فضای شخصی اطلاعات گسترش یافت، و انواع فضاهای شخصی چه به صورت مجازی و چه به صورت واقعی پدید آمد. در نتیجه پژوهشگران در پژوهش‌های خود به جنبه‌های مختلفی از مدیریت اطلاعات شخصی توجه کردند، و پژوهش‌های مختلف و متنوع در این زمینه تولید شد. در این سال‌ها پژوهشگران کم‌کم در صدد ارائه‌ی راه‌کارهایی برای افراد و طراحان سامانه‌های مدیریت اطلاعات شخصی، در راستای معرفی و ابداع بهترین نرم‌افزارهای مدیریت اطلاعات شخصی برآمدند.

در کل، مرور پیشینه‌ها نشان می‌دهد که پژوهشگران ابتدا وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی افرادی را که دارای اطلاعات شخصی بسیاری بوده‌اند، و سپس افراد مختلف از اقشار گوناگون را بررسی کرده‌اند، در برخی موارد به بررسی و مقایسه‌ی این وضعیت در اسناد کاغذی و اطلاعات الکترونیکی آن‌ها برآمده‌اند، و سپس بر اساس نتایج به دست آمده، به طراحی سیستم‌های مدیریت اطلاعات شخصی منطبق بر نیازهای شناسایی شده پرداخته شده است.

بررسی و مطالعه‌ی پژوهش‌های انجام گرفته در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی، نشان از ترجیح "اطلاعات الکترونیکی" بر "اسناد کاغذی" دارد. شاید علت این امر را بتوان در همه‌گیر شدن فناوری اطلاعات در دهه‌های اخیر یافت که پژوهشگران را نیز به این سمت

کشانده است. از دیدگاه نگارنده‌ی این سطور، پژوهش‌های حوزه‌ی مدیریت اطلاعات الکترونیکی به پنج دسته قابل تقسیم است.

اول، پژوهش‌هایی که به مطالعه‌ی رفتار مدیریت اطلاعات شخصی افرادی خاص با مسئولیت‌ها و شغل‌های خاص پرداخته‌اند؛ مثل مهندسان، عکاسان، نقاشان؛

دوم، پژوهش‌هایی که به بررسی و مقایسه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی مربوط به اسناد کاغذی و الکترونیکی پرداخته‌اند؛

سوم، پژوهش‌هایی که به بررسی سه فرآیند اصلی مدیریت اطلاعات شخصی افراد (بازیابی، ذخیره‌سازی، سازماندهی) پرداخته‌اند؛

چهارم، پژوهش‌هایی که بافت و فضای خاصی را در نظر گرفتند؛ مثل ایمیل‌ها و بوک-مارک‌ها؛ یعنی در کنار مجموعه‌ی فایل‌های شخصی فضا‌های دیگری را در نظر گرفتند؛

پنجم، پژوهش‌هایی که به طراحی سیستم‌های مدیریت اطلاعات شخصی پرداخته‌اند.

البته توجه به این نکته ضروری است که نمی‌توان مرزی مشخص بین این دسته‌ها تعیین کرد. برخی از پژوهشگران به صورت گسترده ممکن است به تمامی این عوامل توجه کنند و برخی فقط به یکی از آن‌ها. این تقسیم‌بندی مبنای معرفی پژوهش‌های مدیریت اطلاعات شخصی الکترونیکی در این پژوهش نیز قرار گرفت.

با توجه به پیشینه‌ی موجود، در ایران مطالعات انجام گرفته در حوزه‌ی مدیریت اطلاعات شخصی مراحل ابتدایی خود را طی می‌کند، لذا به جز چند پایان‌نامه کارشناسی ارشد و مقاله مروری، پژوهش دیگری انجام نشده است. پژوهش‌های صورت گرفته صرفاً به پیمایش و توصیف وضعیت موجود در جامعه‌ی مورد بررسی پرداخته‌اند، بدون اینکه رویکردها و راهکارهای مدیریت اطلاعات شخصی را تعیین و ابزارهای مورد نیاز آنان را طراحی کنند. می‌توان گفت که مطالعات انجام شده در ایران در وضعیت پژوهش‌های انجام شده در دهه‌های ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰ خارج از ایران است. پژوهشگران می‌توانند با گسترش دادن پژوهش‌های خود در این زمینه، توجه طراحان سیستم‌های اطلاعاتی را جلب کنند تا به طراحی نرم‌افزارهای کاربرپسند و ایرانی منجر شود. این مقاله به پژوهشگرانی کمک می‌رساند که قصد دارند به مطالعه‌ی در این زمینه پردازند، تا علاوه بر این که با مبانی نظری آشنا شوند، مقاله‌ی مرتبط با موضوع پژوهشی خود را بیابند و کار خود را با مرور منابع مرتبط بسط بدهند.

## پیشنهادها

با توجه به این که در ایران پژوهش‌های اندکی در مورد مدیریت اطلاعات شخصی صورت گرفته است، ضروری به نظر می‌رسد پژوهشگران آتی با استفاده از پیشنهادهایی که در زیر آمده است، از زوایای مختلف به بررسی مدیریت اطلاعات شخصی افراد در فضاهای شخصی متنوع بپردازند تا ابعاد گسترده‌تری از مدیریت اطلاعات شخصی افراد جامعه به‌عنوان یک کلیت شناسایی و گامی در بهبود مدیریت اطلاعات شخصی در جامعه و برآوردن نیازهای اطلاعاتی افراد آن برداشته شود.

۱. بررسی عوامل موثر بر رفتار مدیریت اطلاعات شخصی افراد. انجام این پژوهش‌ها می‌تواند راهکارهایی برای طراحان سیستم‌های مدیریت اطلاعات شخصی ارائه دهد.
۲. امروزه اطلاعات شخصی در فضاهای شخصی مختلفی پراکنده می‌باشد که وب یکی از مهمترین آن‌ها است. پژوهشگران آتی می‌توانند به بررسی مدیریت اطلاعات شخصی افراد در فضاهای شخصی متنوع مثل ایمیل‌ها، بوک مارک‌ها و وبلاگ‌ها بپردازند.
۳. بررسی مدیریت اطلاعات شخصی افرادی مثل اعضای هیأت علمی دانشگاه‌ها، و هنرمندانی مثل عکاسان، نقاشان و غیره که با حجم انبوهی از اطلاعات سروکار دارند.
۴. بررسی مدیریت اطلاعات شخصی در محیط‌هایی مثل مدرسه، مطب‌های پزشکان، بیمارستان‌ها و غیره، که اطلاعات شخصی افراد دیگر را مدیریت می‌کنند.
۶. پژوهشگران آتی می‌توانند به بررسی ابزارهای مدیریت اطلاعات شخصی بپردازند و میزان مفید بودن آن‌ها را در مدیریت اطلاعات شخصی افراد بسنجند.
۷. بررسی مدیریت اطلاعات شخصی اسناد کاغذی و الکترونیکی و مقایسه‌ی رفتارهای مدیریت اطلاعات شخصی.
۸. در فضاهای مجازی مختلف از جمله شبکه‌های اجتماعی (مثل فیس‌بوک، توئیتر و ...) افراد دارای اطلاعات شخصی گوناگونی مثل عکس‌ها، فیلم‌ها، دستنوشته‌ها و انواع فایل‌های الکترونیکی هستند. می‌توان با بررسی ابزارهای وب ۲ میزان کاربرد این ابزارها را در مدیریت اطلاعات شخصی افراد در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار داد.

## منابع

۱. آموزنده، مهدیه (۱۳۹۰). بررسی عوامل مؤثر بر مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه الزهراء در سال تحصیلی ۱۳۹۰-۹۱. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه الزهراء، تهران.
۲. جدیدی، زهرا (۱۳۹۴). بررسی میزان بکارگیری مدیریت اطلاعات شخصی (PIM) توسط اعضای هیأت علمی دانشکده‌های پیراپزشکی دانشگاه‌های علوم پزشکی تهران، شهید بهشتی و ایران در سال ۱۳۹۳. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران، تهران.
۳. دلغندی، فائزه، ریاحی‌نیا، نصرت (۱۳۹۳). مدیریت اطلاعات شخصی آکادمیک: بررسی موردی اعضای هیئت علمی دانشگاه پیام نور خراسان رضوی. مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی. ۱(۳)، ۹۷-۱۰۶.
۴. زوارقی، رسول (۱۳۸۹). مدیریت اطلاعات شخصی: گامی نوین در سازماندهی شخصی اطلاعات. در داریوش غلیمحمدی و محسن حاجی‌زین‌العابدینی (ویراستاران)، سازماندهی اطلاعات: رویکردها و راهکارهای نوین: مجموعه مقالات اولین همایش سالانه انجمن کتابداری و اطلاع‌رسانی ایران، ۱۶ و ۱۷ اسفند ۱۳۸۵. تهران: کتابدار: ۴۷۷-۴۹۸.
۵. زوارقی، رسول؛ صفایی، میکائیل (۱۳۹۱). مدیریت اطلاعات شخصی (PIM): مروری بر مفاهیم. فصلنامه‌ی علمی پژوهشی پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، ۲۷(۴)، ۱۰۵۳-۱۰۸۱.
۶. شکاری، محمدرضا (۱۳۹۴). سنجش وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی اعضای هیأت علمی گروه‌های آموزشی علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.
۷. صالح‌نژاد، زهرا (۱۳۹۳). رفتار مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه بیرجند. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند.
۸. صدقی، شهرام، رودباری، مسعود، عبدالهی، نیدا، عبداللهی، لیلا، حاصلی، مریم، زرقانی، مریم (۱۳۹۳). واکاوی آشنایی دانشجویان با مدیریت اطلاعات شخصی در دانشگاه علوم پزشکی تهران. مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت)، ۸(۴)، ۳۵۴-۳۶۷.
۹. عبداللهی، لیلا (۱۳۹۰). استفاده اعضای هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران از ابزارهای مدیریت اطلاعات شخصی. پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی تهران، تهران.
۱۰. مجاور، آیدا (۱۳۹۲). بررسی وضعیت مدیریت اطلاعات شخصی دانشجویان تحصیلات تکمیلی دانشگاه شهید چمران اهواز در مجموعه اطلاعات الکترونیکی شخصی بر اساس مدل جونز. پایان‌نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه شهید چمران، اهواز.

11. Abrams, D., Baecker, R., Chignell, M. (1998). Information archiving with bookmarks: personal Web space construction and organization *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems*, ACM Press/Addison-Wesley Publishing Co., Los Angeles, California, United States.
12. Barreau, D. K. (1995). Context as a factor in personal information management systems. *Journal of the American Society for Information Science*, 46 (5), 327-339.
13. Barreau, D. K., Nardi, B. A. (1995). Finding and reminding: File organization from the desktop. *SIGCHI Bulletin*, 27 (3), 39-43.
14. Bellotti, V., Ducheneaut, N., Howard, M., Smith, I., Neuwirth, C. (2002). Innovation in extremism: Evolving an application for the critical work of email and information management. In *DIS'02: Proceedings of the Conference on Designing Interactive Systems* (pp. 181-192). New York, NY, USA: ACM Press.
15. Bellotti, V., Gwizdka, J., Whittaker, S. (2006). Email in personal information management. *Communications in the ACM*, 49(1), 68-73.
16. Bergman, O. (2013). Variables for Personal Information Management Research, *Aslib Proceedings*, 65 (5), 464-483.
17. Boardman, R. (2004). *Improving tool support for personal information management*. PhD diss., Department of Electrical and Electronic Engineering, Imperial College, London University, London.
18. Bruce, H. (2005). Personal, anticipated information need. *Information Research*, 10(3), 232.
19. Burton, H. D. (1981). FAMULUS Revisited: Ten Years of Personal Information Systems. *Journal of the American Society for Information Science*, 32 (6), 440-443.
20. Capra, R. (2009). A survey of personal information management. Retrieved 28, Oct., 2012, from: <http://pimworkshop.org/2009/papers/capra-pim2009.pdf>
21. Capra, R.G., Perez-Quinones, M. A. (2005). Using Web search engines to find and re-find Information, *Computer*, 38 (10), 36-42.
22. Carroll, J. M. (1982). Creative names for personal files in an interactive computing environment. *International Journal of Man-Machine Studies*, 16 (4), 405-438.
23. Case, D. O. (1991). Conceptual organization and retrieval of text by historians: The role of memory and metaphor. *Journal of the American Society for Information Science*, 42 (9), 657-668.
24. Chen, C. (1974). How do scientists meet their information needs? *Special Libraries*, 65 (7), 272-280.
25. Civan, A., Jones, W., Klasnja, P., & Bruce, H. (2008). Better to organize personal information by folders or by tags? The devil is in the details. *Proceedings of the Annual Meeting of the American Society for Information Science and Technology* (CD-ROM).
26. Cole, I. (1982). Human Aspects of Office Filing: Implications for the Electronic Office. In *Proceedings of the Human Factors Society, 26<sup>th</sup> Annual Meeting*, edited by Richard E. Edwards, 59-63. Santa Monica: Human Factors Society.
27. Deng, T., Feng, L. (2011). A survey on information re-finding techniques. *International Journal of Web Information Systems*, 7 (4), 313-332.
28. Detlor, B. (2011). Information management. *International Journal of Information Management*, 3 (2), 103-108.
29. Ducheneaut, N., Bellotti, V. (2001). E-mail as habitat: An exploration of embedded personal information management. *Interactions*, 8 (5), 30-38.
30. Elswailer, D. (2007). *Supporting Human Memory in Personal Information Management*. PhD diss., Department of Computer and Information Sciences, University of Strathclyde.
31. Engelbart, D. C. (1961). Special considerations of the individual as a user, generator, and retriever of information. *American Documentation*, (12), 121-125. Retrieved 2, Sept., 2013, from: <http://dougengelbart.org/pubs/papers/scanned-original/1960-augment-133181-Special-Considerations-Individual-re-Information.pdf>

32. Fertig, S., Freeman, E., Gelernter, D. (1996). "Finding and reminding" reconsidered. *SIGCHI Bulletin*, 28 (1), 66-69.
33. Hardof-Jaffe, S., Hershkovitz, A., Abu-Kishk, H., Bergman, O., & Nachmias, R. (2009). Students' organization strategies of Personal Information Space. *Journal of Digital Information*, 10 (5).
34. Henderson, S. (2009). Personal document management strategies. *CHINZ'09, Auckland, New Zealand*. 69-76. Retrieved 16, Nov., 2012, from: <http://sarahhenderson.info/wp-content/uploads/2009/07/2009-CHINZ-Personal-Document-Management-Strategies.pdf>
35. Indratno, J., Vassileva, J. (2008). A review of organizational structures of personal information management. *Journal of Digital Information*, 9 (1). Retrieved 16, Nov., 2012, from: <http://journals.tdl.org/jodi/index.php/jodi/article/view/251/200>
36. Jahoda, G. E., Hutchens, R. D., Galford, R. R. (1966). Characteristics and use of personal indexes maintained by scientists and engineers in one university. *American Documentation*, 17, 71-75.
37. Jones, S. R., Thomas, P. J. (1997). Empirical assessment of individual's personal information management systems. *Behaviors & Information Technology*, 16 (3), 158-160.
38. Jones, W. (2008). Personal information management. *Annual Review of Information Science and Technology*, 41 (1), 453-504. Retrieved 16, Sep., 2012, from: <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/aris.2007.1440410117/full>
39. Kljun, M., Dix, A., Solina, F. (2009). A study of a crosstool information usage on personal computers: how users mentally link information relating to a task but residing in different applications and how importance and type of acquisition affect this. Retrieved 17, Nov., 2012, from: [http://eprints.lancs.ac.uk/33816/1/kljun-crosstool\\_information\\_usage\\_2009.pdf](http://eprints.lancs.ac.uk/33816/1/kljun-crosstool_information_usage_2009.pdf)
40. Kwasnik, B. H. (1991). The importance of factors that are not document attributes in the organization of personal documents. *Journal of Documentation*, 47 (4), 389-398.
41. Lansdale, M. W. (1988). The psychology of personal information management. *Applied Ergonomics*, 19 (1), 55-66.
42. Latif, K., Mustofa, K., Tjoa, A. M. (2006). An Approach for a Personal Information Management System for Photos for a Lifetime by Exploiting Semantics. In: Database and Expert Systems Applications, 17<sup>th</sup> International Conference, DEXA 2006, Krakow, Poland, 4-8 September, 467-477.
43. Mackenzie, M. L. (2000). The personal organization of electronic mail messages in a business environment: An exploratory study. *Library & Information Science Research*, 22(4), 405-426.
44. Majid, S., San, M. M., Tun, S. T. N., Zar, T. (2010). Using Internet Services for Personal Information Management. In Serap Kurbanoglu et al. (Eds.). *Technological Convergence and Social Networks in Information Management: Second International Symposium on Information Management in a Changing World, IMCW 2010, Ankara, Turkey, September 22-24, 2010*. Retrieved 17, Nov., 2012, from: <http://by2010.bilgiyonetimi.net/bildiriler/majid.pdf>.
45. Malone, T. W. (1983). How do people organize their desks? Implications for the design of office information systems. *ACM Transactions on Information Systems (TOIS)*, 1 (1), 99-112. Retrieved 17, Nov., 2012, from: <http://130.102.79.1/~id/projects/mailstacker/papers/malone.pdf>
46. OsaeOtopah, F., Dadzie, P. (2013). Personal information management practices of students and its implications for library services. *Aslib Proceedings: New Information Perspectives*, 65 (2), 143-160.
47. Pare, F. X. (2011). *Personal information management among office support staff in a university environment: an exploratory study*. Doctoral dissertation, School of Information Studies, McGill University, Montreal.
48. Parker, E. B., Paisley, W. J. (1966). Research for psychologists at the interface of the scientist and his information system. *American Psychologist*, 21 (11), 1061-1071.

49. Picas, C. K. (2007). Personal information management strategies and tactics used by senior engineers. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 44 (1), 1-21.
50. Ravasio, P., Schar, S. G., Krueger, H. (2004). In pursuit of desktop evolution: User problems and practices with modern desktop systems. *ACM Trans. Comput-Hum. Interact*, 11 (2), 156-180.
51. Soper, M. E. (1976). Characteristics and use of personal collections. *Library Quarterly*, 46 (4), 397-415.
52. Tsui, E.; Garner, B.; Stab, S. (2000). *The role of Artificial Intelligence in Knowledge Management*. Retrieved 28, Oct., 2012, from: [www.aifb.uni-karlsruhe.de/~FWBS%2FResearch%2FPublications%2Fkbs-editorial-note2000.pdf](http://www.aifb.uni-karlsruhe.de/~FWBS%2FResearch%2FPublications%2Fkbs-editorial-note2000.pdf)
53. Whittaker, S.; Hirschberg, J. (2001). The character, value, and management of personal paper archives. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 8 (2), 150-170.
54. Whittaker, S., Sidner, C. (1996). *Email overload: exploring personal information management of email*. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human factors in computing systems: common ground*, 276-283, ACM. Retrieved 22, Nov., 2012, from: [http://courses.ischool.utexas.edu/Turnbull\\_Don/2004/spring/i385q-dt/readings/Whittaker\\_Sidner-1996-Email.pdf](http://courses.ischool.utexas.edu/Turnbull_Don/2004/spring/i385q-dt/readings/Whittaker_Sidner-1996-Email.pdf)
55. Zimmerman, E., Bar-Ilan, J. (2009). PIM @ academia: how e-mail is used by scholars. *Online Information Review*, 33 (1), 22-42.



# میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از نگاه مجریان طرح‌ها\*

(صفحات ۶۸-۴۷)

۱ جواد بشیری  
۲ عباس گیلوری  
۳ فردین کولائیان

## چکیده

**هدف:** پژوهش حاضر باهدف دستیابی به شواهد کمی درباره میزان استفاده یا عدم استفاده از نتایج پژوهش‌های پایان یافته در سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی انجام شده است. این مطالعه درعین حال، مهم‌ترین دلایل استفاده یا عدم استفاده از نتایج طرح‌های پژوهشی خاتمه یافته را براساس نظرات مجریان این طرح‌ها مشخص می‌سازد. در حال حاضر به‌طور متوسط سالانه بیش از ۲۰۰۰ طرح تحقیقاتی در مؤسسات، پژوهشکده‌ها و مراکز تحقیقاتی وابسته به این سازمان انجام می‌شود، اما اطلاعات و آمار دقیقی در دست نیست که نشان دهد این طرح‌ها تا چه میزان اجرا می‌شوند.

**روش:** برای انجام پژوهش، از روش پیمایشی و برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش ۲۲۸ طرح پژوهشی است که به‌صورت تصادفی، از مجموع ۶۵۰ طرح انجام شده در حوزه شیلات و آبریزان طی بازه زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ انتخاب شده است.

**یافته‌ها:** یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از نظر ۶۶ درصد از مجریان، نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها عملیاتی شده و ۲۷ درصد هم مشخص ساخته‌اند که از نتایج طرح‌هایشان استفاده نشده است و ۳ درصد پاسخ نداده‌اند و ۴ درصد هم در این مورد اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند.

**نتیجه‌گیری:** پژوهش‌های انجام شده در حوزه شیلات و آبریزان نشان می‌دهد که میزان به‌کارگیری نتایج طرح‌ها وضعیت قابل قبولی دارند. چرا که از جامعه آماری تصادفی (۱۳۵ طرح بررسی شده)، حدود ۶۶ درصد طرح‌های تحقیقاتی از دیدگاه مجریان، عملیاتی شده‌اند.

**کلیدواژه‌ها:** طرح‌های پژوهشی، پژوهشگران، شیلات و آبریزان، عملیاتی شدن طرح‌های پژوهشی.

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۹/۰۹

۱ مربی پژوهشی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران  
j.bashiri@areo.ir

۲ استادیار سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران  
abgilvari@yahoo.com

۳ مربی پژوهشی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع‌رسانی کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران  
Fardin.koulaian@gmail.com

## مقدمه

سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی با ۷۲ واحد زیر مجموعه‌اش (شامل مؤسسات، پژوهشکده‌ها و مراکز تحقیقاتی و آموزشی و چندین ایستگاه تحقیقاتی) و انجام فعالیت‌های گسترده علمی و پژوهشی در حوزه کشاورزی، در سطح کشور و منطقه خاورمیانه در رتبه نخست و در سطح جهان در جایگاه سیزدهم قرار دارد. از این مجموعه تحقیقاتی گسترده، سالانه حدود ۲۰۰۰ گزارش نهایی طرح یا پروژه تحقیقاتی، تعداد زیادی مقاله پژوهشی، کتاب، و نشریه‌های فنی و ترویجی تهیه و منتشر می‌شود. بدین ترتیب تلاش و سرمایه‌گذاری قابل توجهی در تحقیقات کشاورزی کشور صورت می‌گیرد، اما آیا صرف انجام تحقیق برای حل مشکلات جاری کشاورزی کشور کافی است؟ برای آنکه سرمایه‌گذاری روی تحقیقات، به‌ویژه تحقیقات کاربردی، اثر بخش باشد، باید نتایج تحقیقات به مرحله عمل برسند. اغراق نیست اگر بگوییم این موضوع به مراتب دشوارتر از انجام خود پژوهش است. به گفته صدیقی "تبدیل پژوهش به عمل، کاری دشوار و پیچیده است و مستلزم وجود عوامل متعددی از قبیل نظم و چارچوب فکری قدرتمند، خلاقیت، مهارت، آگاهی و پشتکار زیاد در سطح سازمانی است" (صدیقی و همکاران، ۱۳۸۶). از میان پژوهش‌های بسیار زیاد و متنوعی که در حوزه

کشاورزی صورت می‌گیرد، به نظر می‌رسد تنها تعداد اندکی از آن‌ها جنبه عملیاتی و اجرایی پیدا می‌کنند. آهون‌منش رئیس پیشین سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، در گفتگویی یادآور شده است که "تحقیقات در حوزه کشاورزی باید بیش از این پیشرفت می‌کرد، به گونه‌ای که با استفاده از آن، علم به تکنولوژی و تکنولوژی به ثروت تبدیل می‌شد". وی عقیده دارد که "تحقیقات در حوزه کشاورزی باید به صورت کاربردی پیش رود و پژوهش صرف نمی‌تواند خود کفایی در تولید محصولات کشاورزی را رقم بزند" (آهون‌منش، ۱۳۹۲). بر اساس پژوهش قانیدی درباره "کاربست یافته‌های پژوهشی بین مسئولان و تصمیم‌گیران در آموزش و پرورش" کمتر از ۵ درصد از جامعه آماری وی، از تحقیقات انجام شده آگاهی دارند. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد مهم‌ترین موانع استفاده از نتایج تحقیقات، فقدان ارتباط متقابل بین مسئولان و پژوهشگران، حاکم نبودن روحیه علمی بر افراد و فضای سازمان، عدم پیگیری مسئولین، کمبود منابع مالی، و ضعف بنیه علمی مسئولان است (قانیدی، ۱۳۸۲). عابدی، عریضی و شواخی در بررسی عوامل مؤثر بر افزایش کاربست یافته‌های پژوهشی در وزارت آموزش و پرورش، با استفاده از روش "فرا تحلیل" به این نتیجه رسیده‌اند که راه‌اندازی نظام اطلاع‌رسانی پژوهش، مسئله‌یابی و اولویت‌های دقیق پژوهشی، تقویت بعد فنی و روش‌شناختی تحقیقات، افزایش اعتبارات پژوهشی و برگزاری دوره‌ها و کارگاه‌های آموزشی برای معلمان با کاربست یافته‌های پژوهشی در سطح وزارت آموزش و پرورش مرتبط هستند (عابدی، عریضی و شواخی، ۱۳۸۴). عرب‌مازار و همکاران در مقاله خود به آسیب‌شناسی وضعیت تحقیق در سازمان‌های دولتی پرداخته و به چالش‌های پیش روی واحدهای تحقیق و توسعه در سازمان‌های اجرایی به‌ویژه بانک‌ها اشاره می‌کنند. بر اساس گزارش آن‌ها، اعتماد و باور ضعیف مدیریت سازمان به امر تحقیق، ضعیف بودن پژوهش‌های انجام شده توسط محققان خارج از سازمان، مشکلات جذب و نگهداری نیروهای کیفی در بخش پژوهش، عدم مقبولیت واحدهای تحقیقاتی از طرف سایر واحدهای اجرایی سازمان به‌عنوان مهم‌ترین

چالش‌های پیش روی تحقیقات در سازمان‌های دولتی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته‌اند (عرب‌مازار و همکاران، ۱۳۸۸). توو<sup>۱</sup> و جاست<sup>۲</sup> در مقاله مروری خود یادآور می‌شوند که کاربرد یافته‌های پژوهش به اندازه انجام خود پژوهش مهم هستند. به باور آن‌ها بسیاری از تحقیقات مرتبط به خاطر فقدان کاربرد، فرصت ظهور و بروز پیدا نمی‌کنند. از این رو وزارتخانه‌های بهداشت نه تنها باید به فکر ارتقاء و پشتیبانی از پژوهش‌های خدمات بهداشتی باشند که باید سازوکارهای درونی مناسب را نیز، برای ارزیابی یافته‌ها و محصولات پژوهشی به وجود آورند. آنان در ادامه، راهبردهایی برای بهبود کاربرد نتایج پژوهش بر می‌شمارند (توو و جاست، ۲۰۰۶). گلد<sup>۳</sup> و تیلور<sup>۴</sup> در تحقیق خود به ارزیابی برنامه پژوهشی نظام‌های تحویل یکپارچه آژانس کیفیت و تحقیقات خدمات بهداشتی آمریکا پرداخته‌اند. هدف آنان از یک سو، بررسی میزان موفقیت این برنامه در تولید نتایج پژوهشی بوده است که می‌تواند در عمل کاربرد داشته باشد و از سوی دیگر شناخت عوامل اثرگذار یا بازدارنده در این موفقیت است. آنان نتیجه می‌گیرند که از ۵۰ پروژه مطالعه شده، ۳۰ فقره از آن‌ها اثر یا استفاده عملیاتی داشته است و البته درجه اثرگذاری برخی از پروژه‌ها بیشتر بوده است (گلد و تیلور، ۲۰۰۷). ویلسون و همکاران نیز گفته‌اند که ناکارآمدی در اشاعه و انتقال دانش به دست آمده از تحقیقات به فعالیت‌های روزمره کلینیکی در حد بالایی است، آنگاه دست به بررسی نظام یافته‌ای زده‌اند برای شناسایی و تشریح هرگونه چارچوب مفهومی یا سازمانی که بتواند راهنمای محققان برای اشاعه نتایج کارشان باشد (ویلسون و همکاران، ۲۰۱۰). گریمشاوی<sup>۵</sup> و همکاران عنوان کرده‌اند با توجه به خلأیی که در نتیجه عدم انتقال یافته‌های پژوهشی به مراکز درمانی به وجود می‌آید، بسیاری از بیماران از پیشرفت‌های حاصل شده در درمان بی‌نصیب می‌مانند. آن‌ها در مدل پیشنهادی خود بررسی مرورهای روزآمد و نظام یافته یا دیگر نتایج تحقیقاتی را مبنا قرار می‌دهند. آن‌ها همچنین بر این باورند که نکات مهم دستاوردهای پژوهشی می‌بایست برای

1 - Myint Htwe

2 - Stephan P. Jost

3- Marsha Gold

4- Erin Taylor

5- Grimshaw

گروه‌های مختلف مخاطبان به گونه‌های مختلف ترجمه شود (گریمشاو و همکاران، ۲۰۱۲). لمی<sup>۱</sup> و سا<sup>۲</sup> در پی درکی بهتر نسبت به شیوه‌های دسترسی کاربران به تحقیقات دانشگاهی هستند. آنان با استفاده از روش‌های قوم‌نگاشتی، به مشاهده تصمیم‌گیری در سطح خرد در واحد بهداشت عمومی استان انتاریو کانادا پرداختند. بر مبنای یافته‌های آنان، کارمندان واحدهای بهداشت عمومی انتاریو، از نتایج تحقیقات دانشگاهی برای پیشرفت حرفه‌ای، روزآمدی سازی دانش خود، و تدوین برنامه‌های جدید بهره‌می‌گیرند (لمی و سا، ۲۰۱۳).

به طور کلی این اعتقاد وجود دارد که ارتباط بین تحقیق و اجرا در کشور ما ضعیف است و بسیاری از طرح‌های تحقیقاتی پس از خاتمه، کنار گذاشته شده و عملاً استفاده خاصی از نتایج آن‌ها به عمل نمی‌آید. با این حال شواهد و آمار و ارقامی که بتواند به طور مستند این ادعا را - به ویژه در حوزه تحقیقات کشاورزی - ثابت کند، اندک است یا وجود ندارد.

این مقاله برگرفته از نتایج یک پروژه تحقیقاتی است که زیرمجموعه طرح تحقیقاتی کلانی است با عنوان "بررسی میزان به کارگیری نتایج طرح‌های تحقیقاتی در سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ از نگاه مجریان آن‌ها"، که در سال ۹۳-۱۳۹۲ انجام شده است. در این پروژه به طور اخص میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی در حوزه شیلات و آبزیان از نگاه مجریان آن‌ها، مطالعه و بررسی شده است. حوزه شیلات و آبزیان با پژوهشگران زیادی که در ۱۴ مؤسسه، پژوهشکده، مرکز، انستیتوهای تحقیقاتی، در این زمینه به مطالعه و پژوهش می‌پردازند، سالانه بیش از ۶۰ طرح تحقیقاتی در رشته‌های مختلف (جدول ۱) را تصویب و اجرا می‌کنند. اکنون پس از گذشت سال‌ها از فعالیت این مؤسسات و مراکز تحقیقاتی و اجرای تعداد زیادی طرح تحقیقاتی، این سؤال مطرح می‌شود که چه تعداد از این طرح‌ها عملاً به مرحله اجرا و بهره‌برداری رسیده‌اند و در صورت عملیاتی شدن یا عملیاتی نشدن آن‌ها، مهم‌ترین دلایل آن‌ها

1- Lemay

2- Sa

چيست؟ استفاده از نتايج تحقيقات در عرصه عمل و نيز كم و كيف انتقال يافته‌هاي تحقيقاتي در کشور ما يکي از چالش‌هاي مهم به شمار مي‌آيد.

### پرسش‌هاي اساسي پژوهش

۱. چه تعداد از طرح‌هاي تحقيقاتي سازمان، از نگاه مجريان آنها عملاً به مرحله اجرا مي‌رسند؟
۲. از نگاه مجريان چه دلایل عمده‌اي براي کاربست نتايج طرح‌هاي تحقيقاتي وجود دارد؟
۳. از نگاه مجريان چه مشکلات يا دلایل عمده‌اي براي عدم کاربست نتايج طرح‌هاي تحقيقاتي وجود دارد؟

### مواد و روش کار

طي سال‌هاي ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰<sup>۱</sup> تعداد ۶۵۰ عنوان طرح يا پروژه پژوهشي در حوزه‌هاي موضوعي شيلات و آبرزيان، انجام شده است. اطلاعات مربوط به طرح‌ها از پايگاه اطلاعاتي طرح‌ها / پروژه‌هاي تحقيقاتي (دفتر برنامه‌ريزي و پايش امور پژوهشي سازمان) استخراج و با اطلاعات دفتر پژوهشي مؤسسه تحقيقات علوم شيلاتي کشور، مطابقت داده شده است. از ميان ۶۵۰ طرح يا پروژه شناسايي شده، با استفاده از جدول نمونه‌گيري آماري مورگان و کرجسي<sup>۲</sup>، جامعه نمونه تصادفي شامل ۲۲۸ طرح يا پروژه به صورت کاملاً تصادفي از ميان طرح‌ها يا پروژه‌هاي انجام شده در رشته‌هاي مختلف زيرمجموعه شيلات و آبرزيان (جدول ۱)، تعيين شد. اين پژوهش به صورت پيمائشي انجام شده است. براي گردآوري اطلاعات،

---

۱. انتخاب اين دوره زماني (۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰) به سبب تثبيت ساختار اداري سازمان و واحدهاي تابعه، پس از ادغام وزارتخانه‌هاي جهاد سازندگي و کشاورزي در سال ۱۳۷۹ و عادي شدن روند فعاليت‌هاي پژوهشي يک سال پس از ادغام است. همچنين براي حصول اطمينان از پايان پذيرفتن طرح‌ها يا پروژه‌هاي تحقيقاتي مصوب، سال پايان دوره دو سال قبل از شروع پژوهش حاضر (۱۳۹۲)، در نظر گرفته شده است.

2. Krejcie and Morgan.

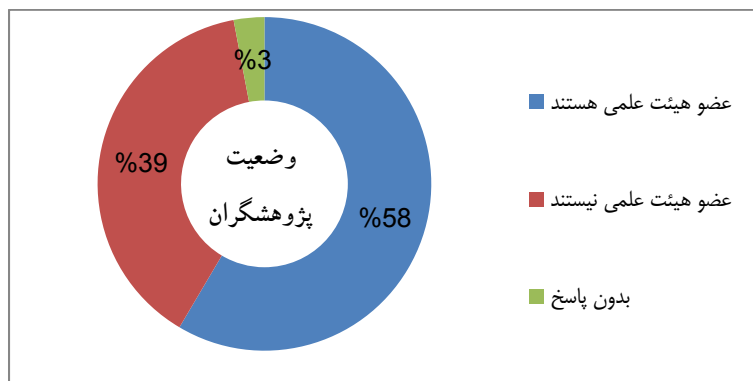
میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از نگاه مجریان طرح‌ها ۵۳ ///

پرسشنامه‌ای مشتمل بر دو بخش طراحی شد: بخش اول شامل اطلاعات مربوط به محقق (آخرین مدرک تحصیلی، رشته تحصیلی و وضعیت عضویت در هیئت علمی سازمان و محل اشتغال پژوهشگر) است. بخش دوم نیز ۱۲ سؤال باز (در زمینه محل و زمان انجام طرح، هدف از انجام طرح/ پروژه، یافته‌های طرح/ پروژه، موارد کاربرد، دلایل عملیاتی شدن یا عملیاتی نشدن، نتایج علمی برگرفته از طرح/ پروژه، سازمان یا دستگاه حامی طرح و مواردی از این دست) در بردارد. پس از تهیه پرسشنامه مناسب، اطلاعات عنوان و چکیده طرح تحقیقاتی پژوهشگر، همراه با پرسشنامه در بهار ۱۳۹۲ به نشانی پست الکترونیکی وی ارسال و تا پایان تابستان ۱۳۹۲ پس از پیگیری‌های فراوان، گردآوری شد. از مجموع ۲۲۸ پرسشنامه ارسالی، ۱۳۵ پرسشنامه (۵۹/۲ درصد) تکمیل و عودت گردید. نتایج پژوهش حاضر نیز بر اساس داده‌های مندرج در ۱۳۵ پرسشنامه تکمیلی تهیه و تدوین شده که بر نظرات مجریان طرح‌ها/ پروژه‌های تحقیقاتی مبتنی است.

## نتایج

همان‌طور که اشاره شد، از میان ۲۲۸ نفر جامعه آماری، تعداد ۱۳۵ نفر (۵۹,۲ درصد) پرسشنامه ارسالی را کامل کرده و بازگردانده‌اند. برای دستیابی به تصویری کلی از شرایط و جایگاه علمی پاسخ‌دهندگان، در بخش اول پرسشنامه سؤال‌هایی در این خصوص مطرح گردید.

بر اساس نمودار شماره ۱ از مجموع ۱۳۵ نفر پاسخ‌دهنده تعداد ۷۹ نفر (۵۸,۴ درصد) عضو هیئت علمی سازمان هستند. از مجموع ۷۹ نفر اعضای هیئت علمی، تعداد ۴۳ نفر (۵۴ درصد) مربی پژوهشی، ۲۵ نفر (۳۲ درصد) استادیار، ۹ نفر (۱۱ درصد) دانشیار و ۲ نفر (۳ درصد) نیز استاد هستند. تعداد ۵۲ نفر (۳۹ درصد) از ۱۳۵ نفر پاسخ‌دهنده عضو هیئت علمی نیستند. ۴ نفر هم وضعیت خود را مشخص نکرده‌اند.



نمودار ۱. وضعیت پژوهشگران از نظر عضویت هیئت علمی

در بررسی حوزه‌های موضوعی فعالیت جامعه آماری پژوهش مشخص شد که شیلات با ۲۸,۹ درصد (۳۹ نفر) بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده است. موضوعات بیولوژی دریایی با ۱۰,۴ درصد و تکثیر و پرورش آبزیان و مهندسی منابع طبیعی با ۵,۹ در رتبه‌های دوم تا چهارم قرار دارند. در این جدول، مواردی که حوزه‌های موضوعی آنها توسط پاسخ‌دهندگان مشخص نشده‌اند، مجموعاً در ستون آخر با عنوان "سایر حوزه‌های موضوعی" آمده است.



جدول ۱. توزیع فراوانی حوزه‌های موضوعی جامعه آماری

ردیف	عنوان رشته	تعداد	درصد
۱	شیلات	۳۹	۲۸/۹
۲	بیولوژی دریا	۱۴	۱۰/۴
۳	تکثیر و پرورش آبزیان	۸	۵/۹
۴	مهندسی منابع طبیعی	۸	۵/۹
۵	دامپزشکی	۷	۵/۲
۶	بهداشت و بیماری‌های آبزیان	۷	۵/۲
۷	فیزیولوژی آبزیان	۵	۳/۷
۸	زیست شناسی آبزیان	۵	۳/۷
۹	بیوتکنولوژی آبزیان	۴	۲/۹۶
۱۰	اکولوژی دریا	۳	۲/۲
۱۱	ارزیابی ذخایر آبزیان	۲	۱/۴۸
۱۲	اکو فیزیولوژی آبزیان	۲	۱/۴۸
۱۳	بیوسستماتیک جانوری	۲	۱/۴۸
۱۴	تکنولوژی صید صنعتی ماهی	۲	۱/۴۸
۱۵	ژنتیک آبزیان	۲	۱/۴۸
۱۶	شیمی تجزیه	۲	۱/۴۸
۱۷	علوم دریایی	۲	۱/۴۸
۱۸	فارماکولوژی	۲	۱/۴۸
۱۹	فیزیک دریا	۲	۱/۴۸
۲۰	سایر رشته‌ها	۱۷	۱۲/۶
	جمع کل	۱۳۵	۱۰۰

پژوهشگران سازمان در نقاط مختلف کشور پراکنده هستند و هر کدام متناسب با حوزه تخصصی خود و شرایط اقلیمی هر منطقه به پژوهش می‌پردازند. لذا این پیش فرض وجود دارد که تحقیقات انجام شده نیز در مناطق مختلف کشور اجرا می‌شود. در بخش دوم پرسشنامه، نخستین پرسش به "محل انجام طرح" می‌پردازد و اطلاعات به دست آمده در این زمینه، بر حسب استان‌های محل انجام طرح در جدول شماره ۲ دسته‌بندی شده است. جدول ۲. وضعیت طرح‌های خاتمه یافته جامعه آماری، از نظر عملیاتی شدن یا نشدن (به

تفکیک محل اجرا)<sup>۱</sup>

ردیف	نام استان	خاتمه یافته	تعداد طرح	شده عملیاتی	درصد	نشده	عملیاتی	درصد	بدون پاسخ	بی اطلاع
۱	استان گیلان	۳۷	۲۵	۶۷/۶	۸	۲۱/۶	۲	۲	۲	۲
۲	استان مازندران	۲۲	۱۷	۷۲/۳	۴	۱۸/۲	۰	۱	۱	۰
۳	استان سیستان و بلوچستان	۲۰	۹	۴۵	۹	۴۵	۲	۰	۰	۲
۴	استان بوشهر	۱۴	۱۱	۷۸/۶	۲	۱۴/۲	۰	۱	۱	۰
۵	استان گلستان	۱۳	۹	۶۹/۲	۴	۳۰/۸	۰	۰	۰	۰
۶	استان هرمزگان	۱۱	۷	۶۳/۶	۳	۲۷/۳	۱	۰	۰	۱
۷	استان یزد	۵	۳	۶۰	۲	۴۰	۰	۰	۰	۰
۸	استان خوزستان	۵	۳	۶۰	۲	۴۰	۰	۰	۰	۰
۹	استان تهران	۵	۳	۶۰	۱	۲۰	۱	۰	۰	۱
۱۰	سایر مناطق (نامشخص)	۳	۲	۷۵	۱	۲۵	۰	۰	۰	۰
۱۱	جمع	۱۳۵	۸۹	۶۵/۹	۳۶	۲۶/۷	۴	۴	۶	۶

بر اساس اطلاعات جدول شماره ۲ حدود ۶۶ درصد از مجریان اظهار داشته‌اند که

۱. اطلاعات مندرج در جدول‌ها و نمودارهای این مقاله از داده‌های موجود در ۱۳۵ پرسشنامه تکمیل شده توسط مجریان طرح‌های تحقیقاتی، استخراج شده و مستندات آن‌ها نزد مؤلف محفوظ است.

میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از نگاه مجریان طرح‌ها ۵۷ ///

نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها عملیاتی شده است و ۲۶/۷ درصد معتقدند که نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها عملیاتی نشده است. همچنین ۳ درصد از مجریان پاسخ نداده‌اند و ۴ درصد اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند. از نظر محل اجرا نیز، از مجموع ۱۳۵ طرح خاتمه یافته تعداد ۳۷ طرح در استان گیلان، ۲۲ طرح در استان مازندران، ۲۰ طرح در استان سیستان و بلوچستان، ۱۴ طرح در استان بوشهر و ۱۳ طرح در استان گلستان انجام شده است. میزان استفاده از نتایج طرح‌ها موضوع پرسش دوم پرسشنامه بوده است. پاسخ‌های متنوع پاسخ دهندگان در قالب ۹ گروه دسته‌بندی شده و نتایج آن در جدول شماره ۳ آمده است. جدول ۳. چگونگی و میزان عملیاتی شدن نتایج ۱۳۵ طرح مورد مطالعه (از دید مجریان به تفکیک سال)

سال	بسیار زیاد	زیاد	متوسط	کم	پایه	رفرنس بی‌اطلاع	بی‌پاسخ	استفاده نشده	جمع
۱۳۸۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۳	
۱۳۸۱	۲	۳	۱	۱	۱	۰	۰	۹	
۱۳۸۲	۰	۴	۰	۳	۰	۰	۱	۸	
۱۳۸۳	۱	۵	۱	۳	۲	۱	۱	۱۵	
۱۳۸۴	۰	۱	۳	۲	۱	۱	۰	۱۱	
۱۳۸۵	۰	۱	۵	۲	۰	۱	۰	۱۱	
۱۳۸۶	۱	۷	۵	۲	۶	۰	۱	۲۵	
۱۳۸۷	۱	۴	۲	۲	۲	۰	۰	۱۵	
۱۳۸۸	۰	۵	۱	۱	۱	۱	۰	۱۰	
۱۳۸۹	۱	۴	۳	۱	۱	۱	۰	۱۳	
۱۳۹۰	۱	۴	۴	۳	۱	۰	۰	۱۵	
جمع	۷	۳۹	۲۶	۲۰	۱۶	۶	۲	۱۳۵	

اطلاعات جدول شماره ۳ نشان می‌دهد که ۵,۲ درصد از مجریان معتقدند که از نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها "بسیار زیاد" یا استفاده کامل شده است. ۲۸,۸ درصد مجریان اظهار داشته‌اند که از نتایج طرح‌های تحقیقاتی شان "زیاد" و ۱۹,۲ درصد متوسط و ۱۴,۸ درصد "کم" استفاده شده است. ۱۶ درصد معتقدند نتایج طرح‌های تحقیقاتی آنان به صورت اطلاعات پایه یا رفرنس برای طرح‌های دیگر استفاده شده و ۱۷ نفر یعنی ۱۲,۶ درصد نیز گفته‌اند که از نتایج طرح‌های آنان استفاده نشده است. از مجموع ۱۳۵ طرح تحقیقاتی، بیشترین تعداد طرح‌های انجام شده، مربوط به سال ۱۳۸۶ با ۲۵ عنوان و کمترین تعداد مربوط به سال ۱۳۸۰ با ۳ طرح تحقیقاتی گزارش شده است.

جدول ۴. دلایل عملیاتی شدن نتایج طرح‌های تحقیقاتی از دید مجریان

ردیف	مهم‌ترین دلایل عملیاتی شدن نتایج طرح‌ها	فراوانی	درصد
۱	اهمیت و ضرورت بالای تحقیق	۲۴	۲۰/۳
۲	ماهیت کاربردی بودن طرح	۲۴	۲۰/۳
۳	شناسایی و رفع عوامل بیماری‌زا	۲۱	۱۷/۸
۴	پیگیری‌های پژوهشگر برای عملیاتی شدن	۱۱	۹/۳
۵	پایه بودن اطلاعات طرح برای موارد بعدی	۱۰	۸/۵
۶	حمایت‌های سازمانی از نتایج طرح	۱۰	۸/۵
۷	عامل افزایش بهره‌وری در تولید	۸	۶/۸
۸	سازگاری نتایج طرح با محیط‌زیست	۵	۴/۲
۹	صرفه‌جویی اقتصادی حاصل از نتایج طرح	۵	۴/۲
	مجموع دلایل مطرح شده	۱۱۸	۱۰۰

همان‌طور که پیش‌تر در جدول ۲ اشاره شد تعداد ۸۹ نفر یعنی ۶۶ درصد از جامعه آماری اظهار داشته‌اند که نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها عملیاتی شده است. این افراد مهم‌ترین دلایل خود از عملیاتی شدن نتایج طرح‌ها را در قالب حداقل یک دلیل یا بیشتر

میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از نگاه مجریان طرح‌ها // ۵۹

مشخص ساخته‌اند که مجموعاً ۱۱۸ دلیل مطرح شده در جدول شماره ۴ ارائه شده است. از بین دلایل مطرح شده، "اهمیت و ضرورت بالای تحقیق انجام شده" و "ماهیت کاربردی بودن طرح‌ها" با فراوانی ۲۴ و کسب ۲۰/۳ درصد از مجموع، به‌طور مشترک در رتبه نخست قرار دارند و "شناسایی و رفع عوامل بیماری‌زا" با ۱۷/۸ درصد در جایگاه دوم قرار دارد. در میان عواملی که فراوانی کمتری را به خود اختصاص داده‌اند، "صرفه جویی اقتصادی" و "سازگاری با محیط‌زیست" با ۵ مورد و کسب ۴/۲ درصد در انتهای جدول قرار دارند.

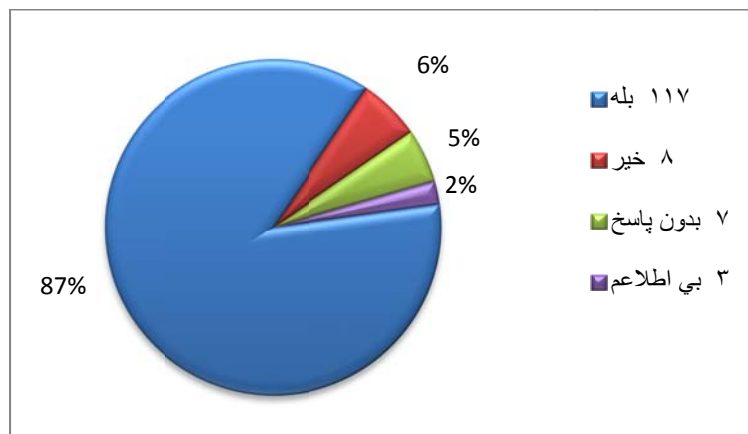
در بررسی علل عدم استفاده از نتایج طرح‌های تحقیقاتی، دلایل متعددی ذکر شده است. دسته‌بندی جواب‌های متنوع پاسخ دهندگان در جدول شماره ۵ آمده است.

جدول ۵. دلایل عدم استفاده از نتایج طرح‌های تحقیقاتی، از دید مجریان

ردیف	دلایل عملیاتی نشدن نتایج طرح‌ها	فراوانی	درصد
	ناهماهنگی بین بخش تحقیق، اجرا و بهره‌برداری	۲۶	۲۲/۶
	بالا بودن هزینه اجرای نتایج طرح	۱۸	۱۵/۶
	کمبود اعتبار و عدم حمایت لازم	۱۸	۱۵/۶
	اطلاع‌رسانی ضعیف درباره نتایج تحقیق	۱۷	۱۴/۷
	عدم سرمایه‌گذاری اولیه (زیرساخت)	۱۵	۱۳
	تصمیم‌گیری نادرست مدیریتی	۱۰	۸/۷
	مقدماتی بودن طرح	۶	۵/۲
	صادر نشدن مجوز اجرا	۳	۲/۶
	طولانی شدن انجام طرح	۲	۱/۷
	جمع	۱۱۵	۱۰۰

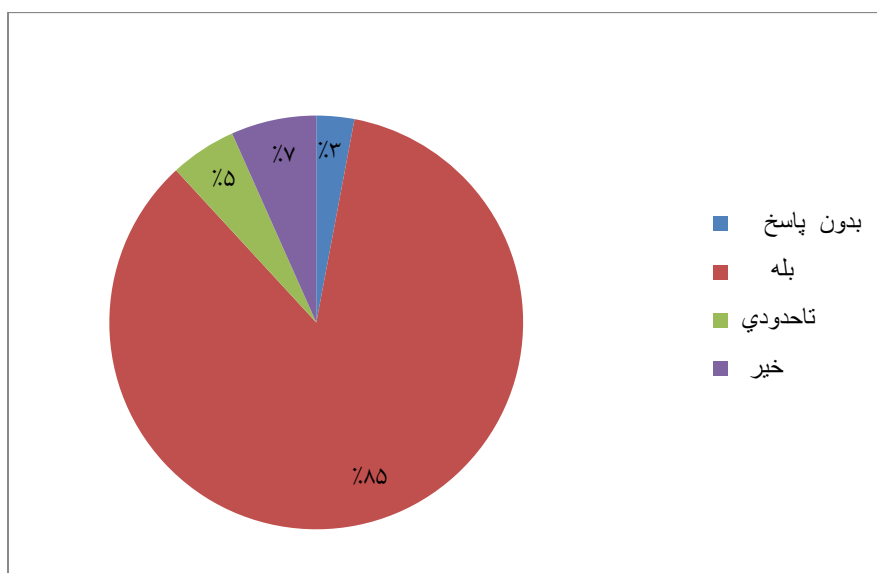
همان طور که پیش تر در جدول ۲ اشاره شد، تعداد ۳۶ نفر یعنی ۲۷ درصد از جامعه آماری اظهار داشته‌اند که نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها عملیاتی نشده است. بر این اساس اطلاعاتی که در جدول شماره ۵ آمده، دلایل عدم استفاده از نتایج طرح‌های تحقیقاتی را از دیدگاه مجریان نشان می‌دهد. در این خصوص "ناهماهنگی بین بخش تحقیق، اجرا و بهره‌برداران" با ۲۲/۶ درصد به عنوان مهم‌ترین علت عدم استفاده از نتایج طرح‌های تحقیقاتی اشاره شده است. "بالا بودن هزینه اجرای نتایج طرح‌ها" و "کمبود اعتبار و عدم حمایت لازم از سوی سازمان" با ۱۵/۶ درصد، دومین و سومین دلایل عدم استفاده از نتایج طرح‌های تحقیقاتی را تشکیل می‌دهند. برخی از پژوهشگران چند پاسخ به این پرسش ارائه داده‌اند و برخی هم به این پرسش پاسخ نداده‌اند.

انجام طرح‌های تحقیقاتی به‌طور معمول بر مبنای مجموعه‌ای از اولویت‌ها شکل می‌گیرد. بر اساس نمودار شماره ۲، یافته‌های این پژوهش نیز حاکی از آن است که حدود ۸۷ درصد (۱۱۷ نفر) از پژوهشگران با پاسخ "بله" به سؤال پژوهش، فعالیت‌های پژوهشی خود را بر مبنای اولویت‌های از پیش تعیین شده اعلام کرده‌اند. فقط ۶ درصد از پژوهشگران اعلام کرده‌اند که پژوهش‌های آنان بر مبنای اولویت‌ها نبوده است.



نمودار ۲. میزان طرح‌های انجام‌شده بر مبنای اولویت‌ها

اینکه پژوهشگر قبل از انجام پژوهش، برآورد و انتظاری برای عملیاتی شدن نتایج تحقیقات خود داشته باشد، می‌تواند در تعیین اولویت و موضوع پژوهش اثرگذار باشد. برابر نمودار شماره ۳، تعداد ۱۱۵ نفر یعنی ۸۵ درصد از پاسخ‌دهندگان قبل از شروع پژوهش، انتظار داشته‌اند که نتایج طرحشان عملیاتی شود، فقط ۹ نفر (۷ درصد) از پژوهشگران انتظار عملیاتی شدن نتایج طرح خود را نداشته‌اند و ۵ درصد نیز تا حدودی انتظار عملیاتی شدن نتایج طرح خود را داشته‌اند.



نمودار ۳. انتظار اجرایی شدن نتایج طرح‌های تحقیقاتی، از دید مجریان

در این پژوهش از پاسخ‌دهندگان پرسیدیم که آیا برای پژوهش‌های آنان درخواستی از قبل وجود داشته است یا خیر، و اگر وجود داشته آیا از طرف بخش خصوصی بوده است یا دولتی. پاسخ‌های جامعه مخاطب در جدول خلاصه شده است.

جدول ۶. میزان درخواست سازمانی برای انجام طرح‌های تحقیقاتی

درصد	فراوانی	درخواست اولیه از سوی سازمان
۴۵,۹	۶۲	بله (سازمان‌های دولتی (درون‌سازمانی و برون‌سازمانی))
۵,۹	۸	بله (بخش خصوصی، پرورش دهندگان ماهی و میگو)
۲۷,۴	۳۷	خیر
۳,۷	۵	بی‌اطلاعی پاسخ‌دهنده (مجری)
۱۷,۱	۲۳	بدون پاسخ
۱۰۰	۱۳۵	جمع

با استناد به اطلاعات جدول ۶، بیش از نیمی از پژوهش‌های انجام‌شده (۴۵,۹ درصد از درخواست‌ها از سوی بخش دولتی و ۵,۹ درصد از سوی بخش خصوصی) درخواست یا سفارش اولیه داشته‌اند. بخش دولتی شامل دو بخش می‌شود: سازمان‌های دولتی درون‌سازمانی که زیرمجموعه وزارت جهاد کشاورزی هستند، مانند سازمان شیلات ایران، سازمان شیلات استان‌ها، سازمان دامپزشکی کشور، مؤسسه تحقیقات علوم شیلاتی کشور، مراکز تحقیقاتی استان‌ها، پژوهشکده‌های تحقیقاتی، اداره کل شیلات و سازمان‌های دولتی برون‌سازمانی مانند وزارتخانه‌ها، دانشگاه‌ها، اتحادیه‌ها و سازمان‌ها. تعداد ۳۷ مورد یعنی حدود ۲۷ درصد از پژوهش‌ها نیز بر مبنای درخواست قبلی نبوده است. این گونه تحقیقات عمدتاً بر مبنای علاقه‌مندی یا تشخیص خود پژوهشگر انجام شده است.

یکی از الزامات کاربردی شدن نتایج تحقیق، آگاهی‌رسانی کافی به جامعه مخاطب است. البته به طور طبیعی در سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی سازوکار مجزایی با عنوان ترویج برای این منظور پیش‌بینی شده است؛ با این حال حساسیت خود محقق نسبت به اشاعه نتایج تحقیقاتش، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. مهم‌ترین فعالیت‌های انجام‌شده در این زمینه در جدول شماره ۷ درج شده است.



جدول ۷. فعالیت‌های صورت گرفته برای اطلاع‌رسانی نتایج طرح‌ها

درصد	فراوانی	روش‌های اطلاع‌رسانی نتایج طرح
۳۸,۹	۸۱	ارائه گزارش نهایی طرح در کنفرانس / سمینار / همایش / جلسات مدیریتی و ...
۱۴,۹	۳۱	معرفی محصول در هفته انتقال یافته، روز مزرعه، فن بازار و ...
۱۳	۲۷	چاپ مقاله (نشریات داخلی یا خارجی)
۷,۲	۱۵	مکاتبه با مراکز / سازمان‌های ذی ربط
۵,۸	۱۲	برگزاری سخنرانی علمی و کارگاه آموزشی
۳,۸	۸	تهیه نشریه ترویجی / پوستر
۳,۸	۸	درج اطلاعات در وب‌گاه و خبرنامه داخلی
۲,۹	۶	مصاحبه و پخش از طریق برنامه تلویزیونی
۱,۹	۴	تهیه ژن و تولید پایلوت
۲,۴	۵	کاری انجام نشده
۳,۴	۷	بدون پاسخ
۱۰۰	۲۰۸	مجموع

بر اساس داده‌های جدول شماره ۷ ارائه گزارش نهایی طرح تحقیقاتی در کنفرانس / سمینار یا همایش و جلسات مدیریتی با ۳۸,۹ درصد مهم‌ترین فعالیت برای اطلاع‌رسانی نتایج طرح‌های تحقیقاتی ذکر شده است. معرفی محصول در هفته انتقال یافته، روز مزرعه، فن بازار و ... با ۱۴,۹ درصد در جایگاه دوم و چاپ مقاله در نشریات داخلی یا خارجی با ۱۳ درصد از لحاظ نقش و اهمیت در جایگاه سوم روش‌های اطلاع‌رسانی قرار دارند. در رده‌های انتهایی جدول تهیه ژن و تولید پایلوت با ۱,۹ درصد کمترین نقش را در اطلاع‌رسانی نتایج تحقیقات داشته‌اند. بسیاری از پاسخ‌دهندگان فقط به یک ابزار بسنده نکرده و از راه‌های متعدد برای اطلاع‌رسانی در مورد نتایج طرح تحقیقاتی خود استفاده کرده‌اند. به همین خاطر مجموع روش‌های اشاره شده به ۲۰۸ مورد رسیده است.

## بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش حاضر بر اساس نظرات جامعه نمونه که شامل ۱۳۵ نفر از پژوهشگرانی که طی سال‌های ۱۳۸۰ الی ۱۳۹۰ در حوزه شیلات و آبزیان طرح خاتمه یافته داشته‌اند، تنظیم شده است. در پاسخ به نخستین پرسش اساسی پژوهش مبنی بر میزان استفاده از نتایج طرح‌های تحقیقاتی انجام شده، اطلاعات مندرج در جدول ۳ (ستون‌های اول و دوم) نشان می‌دهد که از مجموع ۱۳۵ نفر پاسخ دهنده، تعداد ۴۶ نفر (۳۴ درصد) اظهار داشته‌اند که نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها به میزان "بسیار زیاد" و "زیاد" مورد استفاده قرار گرفته است. این مقدار با میزان انتظار ۸۵ درصدی که مجریان از عملیاتی شدن نتایج طرح‌های پژوهشی خود داشته‌اند (طبق نمودار شماره ۳)، فاصله زیادی دارد. اما اگر تعداد طرح‌هایی که نتایج آن‌ها در حد "متوسط" و "کم" مورد استفاده قرار گرفته و نتایج طرح‌هایی که به عنوان "اطلاعات پایه" برای طرح‌های بعدی مورد استفاده قرار گرفته‌اند نیز به این رقم اضافه شود، تعداد طرح‌های استفاده شده به ۱۰۶ مورد یعنی ۸۰ درصد خواهد رسید و این رقم، با ۸۵ درصد انتظار اولیه مجریان از عملیاتی شدن نتایج طرح‌هایشان هم‌خوانی بیشتری دارد. عملیاتی شدن نتایج یک طرح می‌تواند دلایل متعددی از جمله مرتبط بودن موضوع تحقیق با نیازهای جامعه مخاطب، پشتیبانی همه‌جانبه از نتایج تحقیق، اطلاع‌رسانی مناسب و ... داشته باشد. اما در این پژوهش علت عملیاتی شدن برخی از نتایج (همان‌طور که در جدول ۴ اشاره شده) این است که طرح‌های تحقیقاتی در حوزه شیلات و آبزیان معمولاً باهدف شناسایی عوامل بیماری‌زا در میان ماهی‌ها و میگوها صورت می‌گیرد و نتایج و یافته‌های پژوهشی می‌تواند با سهولت و سرعت بیشتری در همان محل انجام پژوهش به مرحله عملیاتی برسد. در همین راستا، نظرات پژوهشگران که در جدول ۲ در زمینه میزان عملیاتی شدن نتایج طرح‌ها بر اساس محل انجام پژوهش تنظیم شده، نیز بیان‌گر آن است که در استان‌هایی که دارای محل پرورش ماهی و میگو هستند (مانند استان‌های بوشهر، مازندران، گیلان، گلستان و یزد) تعداد بیشتری از پژوهش‌ها عملیاتی شده‌اند. مبحث دیگر در زمینه میزان استفاده از نتایج طرح‌ها این است که پرسش‌های این پرسشنامه به صورت باز طراحی شده و پاسخ‌های مختلف و نسبتاً

پراکنده‌ای ارائه شده است که دسته‌بندی آن‌ها در ۸ دسته مشخص، تا حدودی دشوار می‌نمود. به‌عنوان مثال برخی از پژوهشگران به برخی از موارد استفاده از نتایج طرح، برخی به گروه‌های استفاده‌کننده از نتایج طرح اشاره کرده‌اند و برخی به مسائل و مشکلات پیش رو و دلایل عدم استفاده بهینه از نتایج طرح پرداخته‌اند. این مسئله به این دلیل است که در ذهن پاسخ‌دهندگان معیار واحدی مبنی بر عملیاتی شدن یا میزان استفاده از نتایج طرح وجود ندارد. علاوه بر این موارد، تمایل ذاتی پاسخ‌دهندگان به مؤثر و کاربردی نشان دادن طرح تحقیقاتی خود، ممکن است نحوه پاسخ‌دهی را تا حدودی تحت‌الشعاع قرار دهد. این عوامل و برخی متغیرهای پیش‌بینی‌نشده و درعین حال مؤثر، باعث می‌شوند که از اظهار نظر صریح در این مورد پرهیز شود. مهم‌ترین دلایل کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی از نگاه مجریان که در جدول ۴ منعکس شده است، "اهمیت و ضرورت انجام تحقیق" و "ماهیت کاربردی بودن نتایج طرح" با ۲۰/۳ درصد و "شناسایی و رفع عوامل بیماری‌زا" با ۱۷/۸ درصد، ذکر شده‌اند. در جدول شماره ۶ نیز که مربوط به میزان درخواست‌های اولیه برای انجام طرح‌های تحقیقاتی مشخص شده است، سهم بخش دولتی ۴۶ درصد و سهم بخش خصوصی فقط ۶ درصد مشخص شده است. این مسئله از آن جهت قابل تأمل است که معمولاً برای بخش خصوصی نسبت به بخش دولتی، عملیاتی شدن نتایج طرح‌های تحقیقاتی و به‌عبارت‌دیگر تجاری‌سازی نتایج طرح‌ها، اهمیت بیشتری دارد.

نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که از نظر ۸۷ درصد از کل پاسخ‌دهندگان، طرح‌های انجام شده مبتنی بر اولویت‌های از پیش تعیین شده بوده است (نمودار ۲). بنابراین، بررسی اطلاعات مندرج در جدول ۳، نمودار ۲ و ۳ حاکی از آن است که میزان عملیاتی شدن نتایج طرح‌ها ۶۶ درصد و میزان انتظار پژوهشگران از عملیاتی شدن طرح‌ها با ۸۵ درصد و اولویت‌های از پیش تعیین شده با ۸۷ درصد، نزدیک به هم است و می‌توان گفت که روند پژوهش‌های انجام شده در حوزه شیلات و آبزیان و میزان به‌کارگیری نتایج آن‌ها وضعیت قابل قبولی دارند. چرا که از جامعه آماری تصادفی (۱۳۵ طرح بررسی شده)، حدود ۶۶ درصد طرح‌های تحقیقاتی از دیدگاه مجریان، عملیاتی شده‌اند و ۲۷ درصد آن‌ها عملیاتی نشده‌اند و حدود ۳ درصد پاسخ‌نداده و ۴ درصد هم اظهار بی‌اطلاعی کرده‌اند.

این در حالی است که وضعیت حاضر نیز بنا بر اظهارات مجریان، از طریق ثبات مدیریتی در سازمان و واحدهای تابعه و حمایت‌های مادی و معنوی مسئولان از مجریان و نتایج طرح‌های تحقیقاتی آن‌ها، می‌تواند بهبود یابد.

در زمینه سومین پرسش اساسی پژوهش - همان‌گونه که در مقدمه، به‌خصوص در مصاحبه‌های مدیران و مسئولان سابق سازمان و برخی مدیران برون سازمانی اشاره شده است و در پیشینه‌های پژوهشی داخلی مانند یحیی فائدی (۱۳۸۲) مورد استناد قرار گرفته است - ارتباط بین تحقیق و اجرا در کشور ما ضعیف است. این نکته در یافته‌های پژوهش حاضر نیز (جدول ۵) به این شکل نمایان شد که ناهماهنگی‌های بین بخش تحقیق، ترویج و بهره‌برداران نهایی با ۲۲/۶ درصد، مهم‌ترین دلیل عملیاتی نشدن نتایج طرح‌های تحقیقاتی ذکر شده است. بنا به اظهارات پژوهشگران، هماهنگی‌های لازم میان دو بخش مهم تحقیق و ترویج وجود ندارد و این مسئله باعث می‌شود که نتایج نهایی طرح‌های تحقیقاتی، پس از خاتمه عملاً وارد حوزه ترویج نشود. مروری بر چارت سازمانی سازمان نیز نشان می‌دهد درحالی که ترویج بخشی از سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی است، در مراکز استان‌ها که بالقوه استفاده‌کننده اصلی نتایج طرح‌های تحقیقاتی هستند، بخش ترویج زیر نظر سازمان جهاد کشاورزی استان فعالیت می‌کند و این مسئله باعث ناهماهنگی بین سازمان به‌عنوان متولی طرح‌های تحقیقاتی با بخش ترویج به‌عنوان مروج و انتقال‌دهنده نتایج تحقیقات و دستاوردهای پژوهشی به بهره‌برداران شده است.

یکی از مهم‌ترین اهداف و آرمان‌های هر مؤسسه پژوهشی، به بار نشستن نتایج پژوهش‌هایی است که توسط محققان آن مؤسسه انجام می‌شود. تحقق این امر، مستلزم فراهم شدن عوامل و سازوکارهای مختلفی است که می‌تواند روند اجرا و پیاده‌سازی نتایج پژوهش را کند سازد یا سرعت دهد. سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین سازمان‌های تحقیقاتی کشور، مجری و مشوق انجام طرح‌های تحقیقاتی کاربردی در حوزه کشاورزی است. متأسفانه آمار و شواهد مستند وجود ندارد که اجرایی شدن نتایج صدها طرح پژوهشی را که سالانه در این سازمان انجام می‌شود، نشان دهد. پژوهش حاضر می‌کوشد در حد مقدور، شواهدی نسبی بر این امر را از نگاه

میزان کاربست نتایج طرح‌های تحقیقاتی سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی از نگاه مجریان طرح‌ها // ۶۷

مجریان این طرح‌ها گرد آورد. بنابراین با توجه به یافته‌های پژوهش و با استناد به پیشنهاد های ارائه شده از سوی پژوهشگران، سازمان باید برای عملیاتی کردن نتایج پژوهش‌ها و اجرای پژوهش‌های کاربردی با هدف بهبود وضعیت شیلات کشور، برنامه‌ریزی دقیق و فعالیت‌های گسترده‌ای را انجام دهد.

برخی از پیشنهاد های مهم ارائه شده از سوی مجریان عبارت‌اند از: ضرورت حمایت مالی سازمان از پژوهشگران و پروژه‌های در دست انجام آنها، ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی، صدور مجوز انتشار مجله برای اطلاع رسانی نتایج طرح‌های پژوهشی، مدیریت صید و حفظ ذخایر باارزش ژنتیکی گونه‌های منحصر به فرد آبزیان کشور، برگزاری دوره و کارگاه‌های آموزشی در سطوح مختلف برای مروجان، بهره‌برداران و پژوهشگران. امید است یافته‌های این پژوهش بتواند در راستای عملیاتی شدن هر چه بیشتر نتایج نهایی طرح‌های تحقیقاتی و برنامه‌ریزی‌های پژوهشی سازمان، مفید واقع شود.

## تشکر و قدردانی

این مقاله برگرفته از طرح تحقیقاتی با عنوان " مطالعه میزان به کارگیری نتایج طرح‌های تحقیقاتی در حوزه شیلات و آبزیان سازمان طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۰ از نگاه مجریان آنها" است که در سال ۱۳۹۳ انجام شده است. لذا لازم می‌دانیم از تمام دوستان و همکارانی که شرایط انجام این پژوهش را فراهم نموده‌اند، و ما را در انجام این مطالعه یاری رسانده‌اند سپاسگزاری و قدردانی نماییم.

## منابع

۱. آهون منش، علی (۱۳۹۲). تجاری سازی تحقیقات در ایران بسیار ضعیف است. (مصاحبه) مجله آنلاین کشاورز جوان. دسترسی در: <http://www.keshavarzjavan.ir/news.html>
۲. پاول، رونالد (۱۳۷۹). روش های اساسی پژوهش برای کتابداران. ترجمه نجلا حریری. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، مرکز انتشارات علمی.
۳. صدیقی، ژیلدا و همکاران (۱۳۸۶). طراحی مدل ترجمه دانش جهت بهره گیری از نتایج پژوهش. فصلنامه پایش. (۱)۷، ۳۵-۴۷.
۴. عابدی، احمد؛ عریضی سامانی، سید حمید رضا؛ شواخی، علی رضا (۱۳۸۴). فرا تحلیل عوامل مؤثر بر افزایش کاربست یافته های پژوهشی در وزارت آموزش و پرورش. نوآوری های آموزشی. (۱۲)، ۱۰۹-۱۳۳.
۵. عرب مازار، عباس؛ جمشیدی، محمدتقی؛ صالحیان عمران، ابوالفضل (۱۳۸۸). آسیب شناسی تحقیق و توسعه در سازمان های دولتی. تدبیر، (۲۰۷)، ۴۹-۵۵.
۶. قانندی، یحیی (۱۳۸۲). بررسی و ارائه راه های مناسب جهت کاربست یافته های پژوهشی بین مسئولان و تصمیم گیران در آموزش و پرورش. طرح پژوهشی. شورای تحقیقات سازمان آموزش و پرورش شهرستان های استان تهران.
7. Gold, Marsha and Taylor, Erin F. (2007). Moving research into practice: lessons from the US Agency for Healthcare Research and Quality's IDSRN program. *Implementation Science* 2007, 2(9), Available: <http://www.implementationscience.com/content/2/1/9>
8. Grimshaw, Jeremy M et al (2012). Knowledge translation of research findings. *Implementation Science*, 7(50) (doi: 10.1186/1748-5908-7-50).
9. Htwe, Myint and Jost, Stephan P. (2006). Promoting the Application of Research Findings in Health Development. *Regional Health Forum WHO South-East Asia Region*, 2(2), Available: <http://www.searo.who.int/en/Section1243/Section1310/Section1343/Section1350.htm>
10. Lemay, Margaret A. and Sa, Creso (2013). The use of academic research in public health policy and practice. *Research Evaluation*. pp. 1-10 (doi:10.1093/reseval/rvt029)
11. Wilson, Paul M. (2010). Disseminating research findings: what should researchers do? A systematic scoping review of conceptual frameworks. *Implementation Science* 2010, 5(91).

# کودک، رسانه و ارتباط متقابل\*

(صفحات ۹۴-۶۹)

محمد حسن عظیمی<sup>۱</sup>

دکتر یونس شکرخواه<sup>۲</sup>

## چکیده

**هدف:** بررسی نقش رسانه در فرایند پرورش کودکان به عنوان مخاطبین بالقوه و بالفعل رسانه

**روش:** پژوهش مبتنی بر بررسی متون می باشد. سیاهه ای از متون مرتبط پیرامون موضوع شناسایی و کتابشناسی تحقیق شکل گرفت و سپس بر اساس ساختار مقاله از متون و منابع شناسایی شده به تناسب بحث استفاده شد.

**یافته:** بررسی نشان داد که رسانه‌ها آثار قابل توجهی بر مخاطبان خود دارند و کودکان در معرض اثیرات منفی بیشتری هستند. رسانه های دیداری و شنیداری به مراتب بیشتر از دیگر رسانه می تواند اثرگذار باشد. اینترنت با ویژگی های خاص خود توانسته جمع تمام ویژگیهای رسانه های دیگر را در خود داشته باشد و از طرفی کشش بیشتری در بین مخاطبان به ویژه کودکان و نوجوانان ایجاد کرده است. به همین دلیل می تواند علی رغم فرصت های بالقوه ای که دارد، تهدید جدی عصر حاضر برای کودکان و نوجوانان باشد. تأثیر رسانه ها و تهدیدات آنها برای کودکان، یک مسئله جهانی شده است و برای حل آن و کاهش آثار منفی رسانه ها تمهیدات جهانی اندیشیده شده است.

**نتیجه گیری:** بررسی نشان داد که مدیریت رسانه در حوزه کودک و کاهش آثار منفی آن نیازمند اراده عمومی است و لازم است که همه نهادهای متولی در سطح محلی، ملی و بین المللی در این زمینه همگام شوند. خانواده مهمترین نقش را در این زمینه می تواند داشته باشد. توسعه سواد رسانه ای در بین والدین و به ویژه مخاطبان جامعه هدف، می تواند در کاهش آثار منفی آن نقش موثری داشته باشد. تبدیل تهدیدات این قبیل رسانه به فرصت و بهره جستن از آن برای توسعه فرهنگ عمومی و دانش فردی و اجتماعی، از دیگر عوامل مؤثر بر کاهش خطرات رسانه ها می تواند باشد.

**کلیدواژه ها:** رسانه، کودک، اینترنت، تلویزیون، رادیو

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۱۷

۱. عضو هیات علمی گروه علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه شهید چمران و دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش شناسی دانشگاه تهران

azimih@scu.ac.ir

shokrkah@ut.ac.ir

۲. استادیار دانشکده مطالعات جهان دانشگاه تهران

## مقدمه

در این نوشته سعی شده است به مقوله کودک و رسانه پرداخته شود و وجوه ارتباط و نقاط برخورد این دو موضوع مورد بررسی قرار گیرد. در نظریه کودک محور در مقابل رسانه محور، آنچه برداشت می شود، این است که این دو موضوع تقابل دارند و به منزله صفر و یک یا سیاه و سفید در نظر گرفته شده اند؛ در حالی که بر اساس پژوهش های مکرر و متعدد انجام شده در این حوزه، به صراحت بیان شده است که این دو موضوع نمی تواند حالت صفر و یک داشته باشد، بلکه بیشتر دو سر طیف است که در فاصله این دو سر طیف، عوامل و مسائلی هستند که می توانند ارتباط بین دو سر را به هم پیوند دهند. البته تأثیر هر طرف بر دیگری به عوامل و عناصر درون طیف و نحوه چیدمان آنها وابسته است. در این مقوله رسانه به طور عام بررسی شده و همه قالب های آن مد نظر بوده است. همان طور که ذکر شد، عناصر داخل این طیف که حالت ارتجاعی نیز دارد، می تواند شامل مواردی شود مانند: انواع و اقسام رسانه، کارکردهای رسانه، مفاهیم حوزه رسانه، نگرش ها به رسانه، انتظارات از رسانه، متولیان و صاحبان رسانه و اهداف ایجاد رسانه، تولید، توزیع و به - کارگیری رسانه، عکس العمل های مخاطب، محیط رسانه، محیط کاربر و مخاطب، عناصر



فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و ... این عناصر می توانند قوت و شدت اثر هریک از دو طرف طیف را بر دیگری افزایش یا کاهش دهند.

در این میان لازم است ابتدا هریک از عناصر موجود در این طیف بازشناسی شده و میزان اثر هریک از آن‌ها بر روابط حاکم بر طیف تعیین شود. در پایان راهکارهایی برای بهبود آثار مثبت هریک بر دیگری بیان خواهد شد.

### تعریف رسانه

برای شناخت بیشتر درباره یک موضوع، بهترین و نخستین مرحله، تعریف جامع از موضوع است. از این رو در مقوله رسانه‌ها ابتدا به تعریف رسانه می پردازیم؛ تا حیطه آن را به طور کامل مشخص نماییم. رسانه اصطلاح فارسی شده واژه لاتین «Medium» است که جمع آن «Media» است و منظور از آن گروهی از ابزارها هستند که مورد توجه تعداد کثیری قرار گرفته و از تمدن‌های جدید به وجود آمده‌اند. البته رسانه در این تعریف به طور کامل معرفی نشده است، زیرا چنین ابزارهایی محدود و منحصر به وسایل ارتباط جمعی نیست. از این رو بایستی به تعریفی دقیق تر پرداخت. رسانه به معنی هر وسیله‌ای است که فرهنگ‌ها و افکار عده‌ای را انتقال دهد. (انجمن ملی برای آموزش جوانان...، ۲۰۱۲). البته تعریف‌های خاصی برای انواع رسانه‌ها نیز ارائه شده است که ما به تعریفی از رسانه تعاملی اشاره می کنیم.

### دسته بندی رسانه ها

رسانه‌ها را از چند منظر می توان دسته بندی کرد تا درک بهتری از رسانه و نقش و کارکرد آن ایجاد شود. دائره‌المعارف بین المللی رسانه و ارتباطات در مداخل خود، رسانه را به دسته‌های زیر تقسیم کرده است.

- رادیو و پخش برنامه های تلویزیونی بر روی مجموعه آی پاد و پخش کننده های قابل حمل و یا بر روی تلفن های همراه
- فیلم ها و پخش برنامه های تلویزیون و یا بر روی دی وی دی و شبکه های ماهواره ای
- بازی های رایانه ای بر روی رایانه های شخصی، لپ تاپ ها و یا دستی مازول ها و بازی های تعاملی اینترنت
- تلفن ثابت و تلفن همراه
- رایانه های همراه و رایانه های رومیزی
- رسانه های ارتباطی مانند اتاق های گفتگو، تلفن همراه و ایمیل (ادگار<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸)
- تلویزیون کابلی و تلویزیون شبکه ای
- سیستم های ضبط و پخش صدا (دونالد<sup>۲</sup>، ۲۰۰۳)
- اینترنت و تمام خدمات قابل دسترس در اینترنت (وبلاگ ها، وب سیاه های مربوط به سازمان ها، نهادها، شرکت ها، اشخاص و شرکت ها، پادکست و....) (رسانه اجتماعی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲)

### کارکردهای رسانه

در نظام نو پدید جهانی، ما در عصر رسانه ها زندگی می کنیم؛ عصری که در آن رسانه های گروهی جزو جدایی ناپذیر زندگی ما هستند. رسانه ها با اتخاذ سیاست های متفاوت ارتباطی، توسعه فرهنگی کشورها را آسان می کنند و سرعت می بخشند. کارکرد رسانه ها در عصر ارتباطات، بی شک در همه ابعاد زندگی اجتماعی و فرهنگی جوامع بشری انکار ناپذیر است. امروزه جامعه ای توسعه یافته تلقی می شود که بتواند در کنار

---

1 . Edgar  
2 . Donald  
3 . Mass media

توسعه شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی مانند درآمد سرانه، توزیع ناخالص ملی و نرخ مرگ و میر، بر معیارهای آموزش و اطلاعات و در حقیقت عنصر دانایی اجتماعی تأکید کند. در چنین جامعه‌ای وسایل نوپدید ارتباط جمعی با تولید و توزیع مطلوب اطلاعات، نقش زیادی در بالابردن آگاهی‌های گوناگون و ضروری به عهده می‌گیرند و جامعه را در نیل به تعالی و ترقی همه جانبه یاری می‌کنند.

امروزه کارکردهای سه‌گانه وسایل ارتباط جمعی (خبری، آموزشی، تبلیغی و سرگرمی) نزد متخصصان امر، کارکردهای شناخته شده‌ای است، در حالی که قابلیت‌های وسایل ارتباط جمعی در حوزه‌هایی فراتر از تبلیغ و سرگرمی، نزد بسیاری از برنامه‌ریزان اجتماعی همچنان به صورت یک رازواره باقی مانده و در پرده‌ای از ابهام قرار دارد (کاظم زاده، ۱۳۸۹).

رسانه با وجود کارکردهای جاری و مرسوم که برای آن تعریف شده، در تغییر ساختار جامعه، باورهای مردم و نگرش آن‌ها به موضوعات خاص نقشی بسزا دارند. به همین جهت محققان و نویسندگان حوزه رسانه وقتی از رسانه و کارکردهای آن سخن می‌گویند، عقیده دارند که تأثیر رسانه‌ها بر کودکان، زیاد و عمدتاً منفی است، زیرا بیشتر گیرندگان پیام منفعل هستند. حتی کودکان را به ظرف خالی تشبیه کرده‌اند که رسانه‌ها آن‌ها را با پیام‌های خود، آن‌گونه که می‌خواهند، پر می‌کنند. به عقیده کارشناسان، صاحبان رسانه با بهره‌گیری از این ابزار قدرتمند، قصد دارند مخاطبان و به ویژه کودکان و نوجوانان را شست و شوی مغزی دهند (بولت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷).

البته همه انواع رسانه‌ها به یک میزان، از قدرت کافی برای چنین خواسته‌هایی برخوردار نیستند و آثار همه رسانه‌ها نیز به یک اندازه، ماندگاری و دوام ندارد. برخی رسانه‌ها از اثرگذاری سریع و کوتاه مدتی برخوردارند، مانند رسانه‌های دیداری و شنیداری از جمله تلویزیون، سینما، رادیو و ماهواره‌ها؛ در حالی که برخی رسانه‌ها اثرگذاری کندتری دارند، ولی ماندگاری آثار آن‌ها به مراتب بیشتر و عمیق‌تر است. از این دست

رسانه‌ها می‌توان به رسانه‌های نوشتاری و مکتوب اشاره کرد، از جمله کتاب، روزنامه و مجلات. این رسانه‌ها به لحاظ ویژگی‌های فیزیکی خود و محدودیت‌های ذاتی که دارند، کندتر از رسانه‌های دیداری و شنیداری موصوف، مفاهیم و پیام‌ها را منتقل می‌کنند. اما به لحاظ همان ویژگی‌های ذاتی می‌توانند اثری عمیق‌تر بر جای بگذارند و ماندگاری بیشتری داشته باشند. سرعت انتقال پیام در رسانه‌های نوپدید و رسانه‌های دیداری و شنیداری زیاد است و می‌کوشند که از تمام حواس ادارکی مخاطب بهره‌گیرند، لذا آثار وضعی سریعتری از آن‌ها مشاهده می‌شود، ولی فرصت فکر کردن و تأمل را از مخاطبان می‌گیرند و مجالی برای تعمق و تفکر روی مفاهیم پیام نمی‌گذارند، بدین روی آثار آن نیز کوتاه مدت خواهد بود. در نتیجه به همان سرعتی که آمده‌اند، از ذهن‌ها خارج خواهند شد و به فراموشی سپرده می‌شوند.

### ویژگی‌های رسانه

رسانه‌ها به طور عام ویژگی‌های مشترکی را دارند، چنانکه هر کدام از انواع رسانه‌ها نیز ویژگی‌هایی خاص خود دارد. این ویژگی‌ها سبب می‌شود رسانه‌ای به رسانه دیگر در برخی از کارکردها مقدم باشد و در برخی موارد، خواسته‌های صاحبان رسانه را سریعتر و به شکل مطلوب‌تری تحقق بخشند. در عصر حاضر، از میان تمام رسانه‌هایی که نام برده شد، رسانه‌های دیداری و شنیداری و رسانه‌های ترکیبی و همچنین اینترنت به طور خاص که رسانه‌ای فوق‌العاده ترکیبی است (ترکیبی از انواع تمام رسانه‌های دیداری، شنیداری، تعاملی، متنی و گفتاری و صامت)، از محبوبیت و جذابیت خاصی برخوردار است و بیش از بقیه رسانه‌ها در راستای انتقال پیام‌ها، مورد استفاده قرار می‌گیرد. در این مقاله، فرصت پرداختن به ویژگی‌های همه رسانه‌ها وجود ندارد، لذا می‌کوشیم ویژگی‌های رسانه‌های غالب موجود را بررسی کنیم.

## رسانه‌های دیداری و شنیداری مشابه

رسانه تلویزیون، از جمله رسانه‌های ترکیبی دیداری و شنیداری است که در ارائه پیام، می‌کوشد تا بیشترین حواس غالب را همزمان بکار گیرد، مانند: حس شنوایی، حس دیداری، و قوه تخیل و تفکر.

تلویزیون می‌تواند یک قصه گوی فوق العاده خوب باشد. بعلاوه می‌تواند منفعت‌ها و مزایای زیادی برای مخاطبان به ویژه کودکان داشته باشد، از جمله: آموزش‌های تلویزیونی و کمک به برنامه‌های آموزشی و درسی کودکان. کودکان همواره به درام و نمایش بیش از برنامه‌های علمی کتبخ دارند. داستان‌ها با جامعه پیوند ناگسستنی دارند. کودکان آن‌ها را یک هدف مشترک، یک نقشه راه برای زندگی شان و آموزش به آن‌ها در باره احساس شان، تبار و ریشه شان، فرهنگ شان، و موقعیت و جغرافیای زندگیشان در دنیا می‌پندارند. فرهنگ منسجم و هویت ملی نیاز به توسعه و آموزش عمومی و فراگیر دارد. در هر دوره سنی، بدون استفاده از تجارب مشترک فرهنگی، آموزش از سنین پایین ممکن نخواهد بود. این فرایند به کمک فیلم و برنامه‌های تلویزیونی و رسانه تحقق می‌یابد (ادگار، ۲۰۰۸).

تلویزیون در این بخش از ویژگی‌ها، شباهت‌های فراوانی با رسانه‌های مکتوب دارد، اما قابلیت‌های دیداری و همراه شدن گفتار و متن و تصاویر متحرک، قابلیت‌های ویژه‌ای به تلویزیون می‌دهد.

گرایش به سمت بهره‌گیری از رسانه‌های دیداری و شنیداری افزایش یافته است، لذا این روش می‌تواند چالش‌های رسانه‌های جدید را کاسته و ادبیات و فرهنگ کهن را هم چنان برای نسل جدید، جذاب و پرکشش جلوه دهد.

براساس برخی از تحقیقات، نقش روزنامه‌ها در انتقال مفاهیم و اندیشه‌های تحلیلی بیشتر از تلویزیون است، اما تلویزیون در انتقال مفاهیم احساسی و عاطفی و درونی موفق‌تر عمل کرده است (جواهری، ۱۳۸۵).

## رادیو(صدا)

رادیو تنها دنیای رسانه‌ای فراموش شده در زندگی امروزه ی فرزندان ما است. رادیو رسانه‌ای است شنیداری که شنیدن و خوب شنیدن انسان را تقویت می‌کند. زمانی که کودک به تلویزیون نگاه می‌کند، خوب دیدن و خوب شنیدن، ربط دادن دیدن و شنیدن، فعال نمودن حس شنوایی و حس بینایی ایشان تمرین می‌کند و کودک از داده‌های بینایی و شنیداری تلویزیون مستقیماً استفاده می‌کند، ولی رادیو عامل مثبت دیگری نسبت به تلویزیون دارد و آن هم تقویت حس ذهنی تخیل و رشد این حس در کودکان است.

## اینترنت

اینترنت نو ظهورترین رسانه عصر جدید است و به همان اندازه که جوان است، برای تمام گروه‌ها کشش و جاذبه دارد. سرعت رشد فناوری اطلاعات باعث شد که اینترنت به قابلیت‌های ویژه‌ای دست یابد، از تمام رسانه‌های دیگر در جذب مخاطب گوی سبقت را برآید و تا جایی پیش برود که تمام رسانه‌های دیگر را با قابلیت‌های خیلی بیشتر از خودشان در دل خود جای دهد. کمتر کاربری در اینترنت می‌توان یافت که نتواند شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی را پیدا کند و استفاده نماید. همچنین کمتر استفاده‌کننده‌ای است که با مفاهیمی همچون کتاب دیجیتال آشنایی نداشته باشد و لذت استفاده از یک کتابخانه دیجیتال را نچشیده باشد.

معدود استفاده‌کنندگان اینترنت را می‌توان یافت که ارتباط راه دور صوتی و تصویری همزمان را با دوستانی در فاصله هزاران کیلومتر دورتر از خود و یا شاید همسایه طبقه بالای آپارتمان خود را تجربه نکرده باشد. کمتر نوجوان و جوانی را می‌توان یافت که شنیدن موسیقی دلخواه خود را در اینترنت تجربه نکرده باشد و یا به مدد اینترنت موسیقی‌های مورد علاقه مشترک را برای دوستان خود به اشتراک نگذاشته باشد و یا از طریق پست الکترونیک خود، مناسبت‌های خاص را به دیگر دوستان به صورت گروهی و همزمان یادآور نشده باشد.

اینترنت با این همه ویژگی و قابلیت، معدود رسانه‌ای است که هنوز متخصصان حوزه کودک نه چالش‌های وحشتناک آن را شناخته‌اند، نه فرصت‌های بس بزرگ آن را. زمانی نه چندان دور، استفاده از اینترنت فقط برای عده‌ای قلیل و آن هم با هزینه‌های فوق‌العاده گزاف میسر بود. حال آنکه در زمان حاضر، هر کسی که تلفن همراه دارد، امکان استفاده از حداکثر قابلیت‌های اینترنت را دارد، با هزینه‌ای ناچیز. از مهمترین ویژگی‌های اینترنت می‌توان به راحتی دسترسی، هزینه‌های ناچیز، ابزارهای واسط آسان یاب و حداقل مهارت-های کاربری، و از همه مهم‌تر جذابیت‌های فوق‌العاده بالا و شکستن مرزهای زمان و مکان اشاره کرد. این همه جذابیت و کشش باعث شده است که افراد فرصت طلب نیز برای تحقق خواسته‌های خود، این ابزار قدرت‌مند رسانه‌ای را به خوبی شناخته و به خدمت بگیرند. به همین لحاظ لحظه به لحظه حجم اطلاعات موجود در اینترنت با رشدی تصاعدی در حال افزایش بوده و کلیه مخاطبان و کاربران خود را در حجم عظیمی از اطلاعات غرق نموده است.

شاید نسبت کمی از والدین، از انواع رسانه‌ها و کارکرد آن‌ها در زندگی روزمره آشنایی و آگاهی داشته باشند، ولی کودکان و نوجوانان با توجه به ذهن فعال خویش در اسرع وقت با آن‌ها ارتباط گرفته و آنها را وارد زندگی خویش می‌کنند. اینجاست که اهمیت شناخت والدین و مربیان کودک و نوجوان نسبت به دنیای رسانه‌ها، اهمیتی در خور می‌یابد (رنجبریان، ۱۳۸۹، ص ۲).

## انتظارات از رسانه

انتظاراتی که از رسانه‌ها می‌رود، عمدتاً تحقق اهداف متولیان و صاحبان رسانه است. اما این انتظارات یک طرفه نبوده و مخاطبان نیز انتظاراتی دارند. لذا وقتی ببینند که انتظارات آنها مورد توجه رسانه‌ها قرار نگرفته است، انتخاب‌های جدیدی خواهند داشت. هر چند که این تغییر رسانه‌ای ممکن است پیامدهایی نیز داشته باشد.

نظریه جایگزینی اشاره به همین نکته دارد. در نظریه جایگزینی مطرح است که یک فرد بر اساس ذائقه خود نسبت به انتخاب رسانه‌ای اقدام می‌کند. ممکن است این انتخاب

جدید جایگزین رسانه‌ای شود که مخاطب قبلاً از آن استفاده می‌کرده است، هر چند ممکن است که در این جایگزینی و جابجایی رسانه‌ای، مزیت‌های جدیدی برای استفاده کننده پدید آید یا فرصت‌هایی را از دست بدهد. اصل جایگزینی یک اصل کاملاً روشن در حوزه تأثیرات رسانه‌ای بر کودکان و نوجوانان است. زمانی را که مخاطب صرف رسانه‌ای می‌کند، به طور بالقوه، بقیه رسانه‌های دیگر را کنار می‌گذارد. به عنوان مثال وقتی کودکی بر اساس ویژگی‌های خود و جذابیت‌های رسانه تلویزیون، آن را برای تماشا انتخاب می‌کند، فرصت‌های دیگری مانند مطالعه، بازی کردن در بیرون از منزل، گفتگو با دوستان، و یا ورزش‌های جذاب دیگر را از دست داده است.

عمده ترین دلیل این جایگزینی، انتظاراتی است که وی از رسانه داشته و می‌خواسته لذت بیشتری از زمان صرف شده با این رسانه ببرد (استراسبورگر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷). همچنین بر اساس نظریه دستکاری اطلاعات استیو مک کرناک<sup>۲</sup>، یک سخنران، هدفمند و مخفیانه، به منظور اغوا و فریب مستمع و شنونده خود، یکی از اصول گفتگو مانند کیفیت، کمیت، ارتباط و روش را نقض می‌کند. تئوری دستکاری اطلاعات، چهار اصل را ارائه می‌دهد.

- اصل کمیت بر می‌گردد به انتظارات شخصی که مکالمه بر اساس آن انجام می‌شود. ما انتظار نداریم چیزی از اطلاعات کنار گذاشته و حذف شود.
- اصل کیفیت اشاره دارد به انتظارات اشخاص که اطلاعات درست و کامل ارائه شود.
- اصل رابطه، انتظاراتی را که اطلاعات مرتبط می‌تواند به یک مکالمه کمک کند، توصیف می‌کند.
- اصل حالت و چگونگی ارتباط، ناظر بر این است که عناصر چگونه گفته شده، نه اینکه چه چیزی گفته شده است (مک کورناک<sup>۳</sup>، ۱۹۹۲).

---

1 . Strasburger  
2. Steve A. McCornack  
3 . McCornack



اشاره شد که صاحبان رسانه، با بهره‌گیری از ویژگی‌های رسانه‌ای، می‌کوشند اهداف خود را تحقق بخشند؛ ولی نمی‌خواهند مخاطبان را از دست بدهند، بدین روی می‌کوشند پیام‌های خود را با ذائقه‌های مخاطبان هم‌سو سازند تا میزان جذب آن توسط مخاطب به حداکثر برسد. چنانچه این ویژگی مورد توجه قرار نگیرد، به مرور زمان و گاهی نیز دفعتاً ممکن است تمام یا بخشی از مخاطبان خود را از دست بدهند.

نظریه استفاده و لذت، رویکردهای انسانی متعددی را برای استفاده از رسانه‌ها می‌پذیرد. بلومر و کتز معتقدند که مردم به شیوه‌های متعدد، از رسانه‌ها استفاده می‌کنند. به عقیده آنها دلایل بسیاری برای استفاده‌گان از رسانه‌ها به عنوان کاربران رسانه‌ها وجود دارد. با توجه به این نظریه، استفاده‌کنندگان رسانه‌ها آزادانه تصمیم می‌گیرند که چگونه از رسانه‌ها استفاده کنند و چگونه از رسانه‌ها متأثر شوند.

ارزش نظریه بلومر و کتز به وضوح مبتنی است بر این باور آن‌ها که استفاده‌کنندگان رسانه‌ها می‌تواند تأثیری را که رسانه‌ها بر آن‌ها دارند، انتخاب کنند. همچنین معتقدند که کاربران، رسانه‌ها را صرفاً به عنوان یک وسیله انتخاب می‌کنند. نظریه استفاده و لذت به رسانه‌ها خوشبین است. این نظریه نهایتاً معتقد است که توانمندی‌های رسانه‌ها می‌تواند یک اثر دورنی بر زندگی ما داشته باشد و بگوید که ما چطور باید به جهان نگاه کنیم. این ایده که ما به سادگی از رسانه‌ها برای ارضای نیازهای خود استفاده می‌کنیم، به نظر نمی‌رسد کاملاً قدرت رسانه‌ها در جامعه امروز را شناخته باشد. نظریه استفاده و لذت را می‌توان در مواردی، از قبیل انتخاب موسیقی شخصی دید. ما موسیقی را انتخاب می‌کنیم، نه تنها برای این که یک رفتار و عادت فردی است، بلکه می‌خواهیم انگیزه‌های درونی و قدرت اجتماعی را به نمایش بگذاریم. انواع مختلف و متعددی از موسیقی وجود دارد، ولی ما چیزی را بر می‌گزینیم که به ذائقه فردی ما مناسب باشد (بلومر<sup>۱</sup>، ۱۹۷۴).

اما به طور کلی انتظارات از رسانه، در دو دسته اساسی جای می‌گیرد: انتظارات مالکان و صاحبان رسانه و انتظارات مخاطبان رسانه، که برخی موارد مانعاً الجمع هستند.

## تأثیر رسانه بر کودکان

بحث اصلی این مقاله، تأثیر رسانه بر کودک است، بدین روی در ادامه می‌کوشیم به این آثار، به صورت ویژه توجه کنیم. در بخش قبلی اشاره شد که آثار رسانه، در گروه‌های مختلف جای می‌گیرد. این گروه‌ها در ادامه، به تفصیل بررسی خواهد شد.

## آموزشی و علمی

رسانه عموماً، از همان ابتدا که عمومیت یافت، کارکرد آموزشی خود را نیز به نمایش گذاشت. از انتقال تجربه و آموزش‌های عمومی گرفته تا بالاترین سطح آموزشی و علمی که در عصر حاضر با مقوله رسانه‌های آموزشی روبرو هستیم. در این حوزه رسانه‌ها به طور خاص رویکرد آموزشی داشته و می‌کوشند مفاهیم علمی و کاربردی را به منظور ارتقاء سطح دانش، مهارت، بینش و نگرش مخاطب به ویژه کودکان انتقال دهند. از سال‌های پیشین که مجلات علمی آموزشی و کتاب‌های درسی به عنوان شاخص‌ترین این نوع رسانه‌ها بود، تا عصر حاضر که رسانه‌های ترکیبی، آموزشی از رایج‌ترین محصولات رسانه‌ای برای کودکان محسوب می‌شود.

شبکه‌های تلویزیونی آموزشی، شبکه‌های مستند علمی، شبکه‌های خبری علمی و آموزشی، سی‌دی و وی‌دی‌های آموزشی و علمی، مجلات علمی آموزشی و کتاب‌های آموزشی و علمی، در شمار بارزترین مصادیق این حوزه هستند. تمام این مصادیق تلاش می‌کنند که آثار مثبت آموزشی برای مخاطب به دنبال داشته باشند. لذا میزان اثر بخشی هر یک از این رسانه‌ها، به عوامل متعددی، از جمله میزان توجه به ذائقه و ویژگی‌های کودکان وابسته است. هرچه این توجه بیشتر باشد، کشش، جذابیت و نهایتاً اثربخشی آن بیشتر خواهد بود. گاهی شرایط زمانی استفاده از رسانه نیز در کاهش یا افزایش آثار رسانه، نقشی مهم می‌یابد.

## آثار اجتماعی رسانه

آثار اجتماعی رسانه به حدی ملموس و عینی است که به ندرت کسی از اهمیت آن غفلت می‌کند. به تعبیر دیگر، به دلیل آثار اجتماعی بالایی که دارد، به عنوان مهمترین ابزار کنترل اجتماعی نیز مطرح است. در عصر حاضر، پژوهشگران و مدیران و متولیان امر اجتماع به این باور رسیده‌اند که رفتارهای ناهنجار اجتماعی با قدرت‌های کنترلی خشن اصلاح نخواهند شد. شاید با بهره‌گیری از ابزارهای قدرت و فشارهای فیزیکی بتوان تا حدی در مدت محدودی کنترل کرد، ولی برای ماندگار شدن آثار، باید از قدرت پنهان و نرم رسانه‌ها بهره گرفت.

ری<sup>۱</sup> در تحقیقی که توسط همکاران خود در هند انجام داده، به این نتیجه رسیده است که رادیو، تلویزیون، فیلم‌ها، بازی‌های ویدئویی، تلفن‌های همراه، و شبکه‌های کامپیوتری نقش محوری را در زندگی روزانه کودکان ما گرفته است. رسانه‌ها آثار بالقوه عمیق، مثبت و منفی بر روی توسعه شناختی، اجتماعی و رفتاری کودکان نشان داده‌اند. با توجه به این که کودکان در معرض شکل‌های جدیدتری از رسانه‌های روبه‌افزایش قرار می‌گیرند، ری و همکارانش تصمیم گرفتند آثار و منابع موجود در مورد آثار رسانه‌ها بر سلامت کودکان هر دو در کشورهای غربی و هند را بررسی کنند. نتیجه این شد که به طور گسترده‌ای رسانه‌ها تأثیر عمیقی بر سلامت کودکان، از جمله خشونت، چاقی، سیگار و مصرف الکل، و رفتارهای خطرناک جنسی داشته است. همزمان، رسانه ممکن است برخی از آثار مثبت بر سلامت کودکان داشته باشد. ما به یافتن راه‌هایی برای بهینه‌سازی نقش رسانه‌ها در جامعه خودمان، بهره‌گیری از ویژگی‌های مثبت خود را و به حداقل رساندن منفی آنها نیاز داریم. ما نیازمندیم که درک کنیم چگونه می‌توان تأثیرات منفی رسانه را کاهش و آثار مثبت آن را افزایش دهیم. (ری، ۲۰۱۰)

وجود تلویزیون در یک جامعه، مشارکت در فعالیت‌های جمعی را کاهش می‌دهد، حتی درون یک خانواده. وقتی تلویزیون روشن است، صحبت‌ها و گفت‌وگوها کاهش می‌

یابند. علاوه بر این، کودک برای تمام فعالیت‌های خود، نیاز به توانایی روحی و جسمی دارد که خواب محور این نیازمندی هاست. اگر برنامه خواب کودکان درست تنظیم نشود، فعالیت‌های کودکان مختل می‌گردد و شگمی نیست که تلویزیون عامل مهم بی‌نظمی در ساعات خواب کودکان و نوجوانان است. وقتی کودک در وضعیت‌هایی که گاه توسط تلویزیون بر وی تحمیل شده است قرار می‌گیرد، به بزرگسالان واقعی متعلق به نخستین گروه تماس با خود متوسل می‌شود. در این موقع، بیشتر آنها را ناتوان می‌یابد. تأثیر این عدم توانایی بزرگسالان واقعی بر کودک، می‌تواند به اندازه تأثیر عدم اطمینان به بزرگسالان به روایت تلویزیون یا بیش از آن باشد. (جوکار، ۱۳۸۶)

کودکان بیشتر زمان تماشای تلویزیون خود را صرف مشاهده برنامه‌های بزرگسالان می‌کنند. برخی از روانشناسان و روانکاوان احساس می‌کنند مواجهه دایمی با این سرگرمی‌ها می‌تواند به نحوی غیر طبیعی تأثیر محیط زندگی بزرگسالان را بر کودک سرعت بخشد و او را به اجبار به نوعی بلوغ زودرس بکشاند؛ بلوغی که ویژگی‌های آن سردرگمی، عدم اعتماد به بزرگسالان، رویکرد سطحی به مسائل بزرگسالان و حتی عدم تمایل به بزرگ شدن است. (ظهیری ناو، ۱۳۹۰)

کودک در دنیای خاص خود زندگی می‌کند و تا زمانی که کودک است، باید در این فضا قرار داشته باشد. طبیعی است که اگر فضای بزرگسالان جایگزین دنیای کودک گردد، کودک را دچار تعارض درونی و «از خود بیگانگی» می‌کند.

## آثار فرهنگی رسانه

به نظر می‌رسد که بچه‌ها باورهایی یکسان و مشابه نسبت به چارچوب فرهنگی جهان داشته باشند. تلویزیون‌ها نقش مهمی در شکل‌گیری تخیل آنها بازی می‌کنند، اما قطعا فقط بخشهای جذابی برای بچه‌ها انتخاب شده است. کودکان از رسانه‌ها بخصوص تلویزیون استفاده می‌کنند. مهم این است که نه تنها محدودیتی برای استفاده از آن در جاهای مختلف نیست، بلکه می‌توان اثر تعاملی تلویزیون را به گونه‌ها و انواع گوناگون دید. مطالعه نشان می‌دهد که بچه‌ها در مورد سرزمین‌های دیگر، شهرها و طبیعت شگفت

انگیز جهان نقاشی می کنند و سخن می گویند، به راحتی سطح بالایی از تخیل و خیال پردازی یکسان و متجانس در کودکان و خواسته‌های آنان احساس می شود، در حالی که آنان در نقاط مختلف جهان زندگی می کنند و سنتها و فرهنگ‌های متفاوتی دارند. این امر جز به مدد و کمک رسانه بویژه تلویزیون و اینترنت ممکن نمی شود (مون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

به نظر می‌رسد الگوهای معمول و متداول و یکسانی از "خیال پردازی های بزرگ" در سراسر مرزهای فرهنگی وجود دارد. به عنوان مثال:

دنیایی از هماهنگی با طبیعت و حیوانات

دنیایی از جنگ و تهدید

دنیای سرگرمی

دنیای قدرت فوق العاده

دنیای فن آوری، اختراع ماشین آلات

دنیایی از سفر

دنیایی از سرزمین های خارجی

دنیایی از شاهان و حکومت‌های سلطنتی (همان)

آثار خانواده

رسانه‌ها به شکل‌های گوناگون بر اعضا و روابط افراد خانواده اثر می گذارند. برنامه‌های گوناگون رادیویی و تلویزیونی می تواند الگوهای رفتاری را در قالب فیلم، سریال و نمایش های رادیویی ارائه دهد. این الگوها از زمان کودکی در فرد درونی شده، تصویری خاص از روابط زن و شوهر و فرزندان ایجاد می کند. بدین ترتیب می توان گفت القای یک تفکر یا روش غلط در هر یک از زمینه‌های رفتاری می تواند به تشدید یا شکل گیری آسیب های جدید منجر شود. نقش رسانه عمدتاً در طرح نیازها و خواسته‌ها است. در برخی از سریال های تلویزیون مردان متأهل به پنهان کاری و داشتن رابطه با زنان دیگر متهم می شوند. البته هدف این سریال ها نشان دادن چهره ای نامطلوب از این رفتار است،

اما بیننده این سریال ها ممکن است با برداشت سطحی از این گونه موارد تحت تأثیر آن قرار گیرد (لیبی، ۱۳۹۰).

همچنین نتایج پژوهش دیگری نشان داد که الگوهای رفتاری کودکان، والدین و شخصیت‌های تلویزیونی است؛ چه این الگو سازی مستقیم باشد، به این معنا که کودک مستقیماً از برنامه های تلویزیونی که می بیند، الگو بگیرد، و چه اینکه والدین برنامه های تلویزیونی را دیده و رفتارهایی مشابه انجام داده که الگوی کودک شده است. نتایج بررسی نشان داد که بین مشاهده برنامه های تلویزیون و رفتار والدین و رفتارهای کودک ارتباط مستقیم وجود دارد. چنانچه کودک برنامه های خشن تلویزیونی ببیند و سپس الگوهای خانواده نیز آن را تایید کند، این رفتار در کودک، با سرعت بیشتر به رفتارهای واقعی تبدیل خواهد شد. همچنین مشخص شد که استدلال های اخلاقی کودکانی که در معرض خشونت تلویزیونی هستند، به شدت متأثر از برنامه‌های دیده شده در تلویزیون است (کریمار و ویرا، ۲۰۰۵).

اکنون جوامع غربی به سوی نوعی از خانواده جمعی پیش می‌روند که ارزش عمده در آن، انعطاف پذیری<sup>۱</sup> است. در این میان رسانه‌ها از طریق اثرگذاری بر ارتباط منفی بین والدین و فرزندان، منشأ تحولات بزرگی در تربیت فرزندان می‌شوند. نسل جوان امروز در مقایسه با نسل‌های گذشته، کمتر زیر بار ارزش‌های دیکته شده توسط خانواده می‌رود. به طور خلاصه می‌توان گفت: امروزه تنها مدارس و مساجد و سایر نهادهای اجتماعی جایگزین نقش تربیتی فرزندان نشده‌اند، بلکه رسانه نیز نقش مهمی در این میان دارد و فرزندان الگوهای رفتاری خود را در بسیاری موارد، از رسانه اخذ می‌کنند. جای تعجب نیست که هنر پیشگان و بازیگران فیلم‌ها و سریال‌ها، بیش از معلمان مدارس و اساتید دانشگاه‌ها بعنوان الگو شناخته می‌شوند (لیبی، ۱۳۹۰).

در بررسی دیگری مشخص شد که تبلیغات تلویزیونی تأثیر مستقیم روی نگرش کودکان دارد. تبلیغات تلویزیونی کودکان را به مصرف گرایی بیشتر و در نتیجه فشار

1 . Krcmar, Marina; Vieira, Jr, Edward.T

2 . Flexibility

بیشتر بر والدین ترغیب نموده است تا خواسته‌های آنان را برای خرید آنچه آنان دیدند و تمایل یافتند، تحقق بخشند. نتیجه این تأثیر روی کودکان، ناامیدی و نارضایتی از زندگی در کودکان و کاهش ارتباط آنان با والدین شان بوده است. مقایسه نتایج این پژوهش با پژوهش‌های مشابه در سال‌های ۱۹۷۰ ما را به نتایج غیر قابل باور رساند؛ چه آنکه در دهه ۱۹۷۰ و ۱۹۸۰ برنامه‌های تبلیغی تلویزیون و در پی آن، ساعات تماشای تلویزیون برای کودکان محدود بود. در حالی که در زمان حاضر، این محدودیت از هیچ طرف وجود ندارد، نه برای محدودیت تماشای تلویزیون توسط کودکان و نه محدودیت برنامه‌های تبلیغاتی برای کودکان. در نتیجه دشواری‌های عاطفی بین والدین و کودکان، ناشی از تأثیرهای منفی تبلیغات تلویزیونی و خواسته‌های محقق نشده کودکان، به مراتب بیش از سال‌های گذشته است (بوژان<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

ری به نقل از بیخان و همکاران می‌گوید که آن‌ها رابطه بین زمان مشاهده تلویزیون، محتوا، زمینه و ترکیب یکنواخت برنامه مشاهده را بررسی کردند. آنان متوجه شدند فرزندان مجموعاً مدت زمان بیشتری را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، و به مراتب به میزان قابل توجهی مدت زمان کوتاه‌تری را صرف بودن با دوستان می‌کنند. بنابراین، دیدن تلویزیون رابطه عاطفی و دوستانه را کاهش و در نتیجه خطر انزای اجتماعی را افزایش می‌دهد. همچنین اختلال اضطراب، ترس از مکان‌های شلوغ، و رفتار ضد اجتماعی، از جمله تجاوز و حضور و عضویت در گروه‌های هنجار شکن را شدت می‌دهد (ری، ۲۰۱۰).

## رفتاری

تأثیر رسانه‌های جمعی مؤثر بر رفتارهای مرتبط با سلامت کودکان و نوجوانان، به مراتب گسترده و به طور بالقوه زیانبار شناسایی شده است. خیلی از افراد هنوز به حد بلوغ کافی نرسیده‌اند تا واقعیت را از خیال تشخیص دهند، به ویژه هنگامی که برنامه‌ها و محتوای رسانه به عنوان الگوی "زندگی واقعی" ارائه می‌شود. برای سلامت فکری

کودکان بسیار مهم است که چه کسانی فکر آن‌ها را به درستی رشد و توسعه می دهند، تا آن‌ها بتوانند توهم و خیال را از واقعیت تشخیص دهند.

علاوه بر این، مدت زمانی که با رسانه‌ها صرف شده، مقدار زمان در دسترس برای پیگیری فعالیت‌های سالم‌تر مانند ورزش، فعالیت‌های بدنی، خدمات اجتماعی، حرفه‌های فرهنگی، زمان مفید با خانواده را کم می‌کند. کودکانی که در رسانه‌ها شاهد برنامه‌های مخرب و رفتارهای ناهنجار هستند، بالقوه برای انجام و نمایش همان رفتارهای خشن تهاجمی مانند ضربه زدن و خرابکاری آمادگی دارند (همان). مؤسسات دولتی و نهادهای غیر دولتی نیز می‌توانند تجربیات موفق در این زمینه را در بخش‌های مختلف به اشتراک گذارند و بهبود عملکردهای پیشگیرانه را بهبود بخشند. انجام پژوهش‌های علمی و کاربردی با حمایت این قبیل سازمان‌ها نیز می‌تواند به این فرایند کمک مؤثری نماید (اندرسون<sup>۱</sup>، ۲۰۰۳).

نتایج بررسی‌های بیش از دو دهه از دانشمندان نشان می‌دهد که بین برنامه‌های مشاهده شده در تلویزیون و رفتارهای پر خاشگرانه کودکان، ارتباط مستقیم وجود دارد. علاوه بر این تحقیقات نشان می‌دهد که کودکان مستعد پر خاشگری، برای رسیدن به اهداف خود، از رفتارهای ضد اجتماعی در تلویزیون، ویدئو و رسانه‌های بصری و نمایش الگو می‌گیرند. تماشای یک فیلم کارتون برای کودک مستعد پر خاشگری، وی را وادار به عکس العمل‌های مشابه در دنیای واقعی می‌کند. لذا افراد مستعد پر خاشگری مراقبت‌های ویژه‌ای را می‌طلبند و باید برنامه‌های ویژه‌ای برای تماشای تلویزیون برای آن‌ها در نظر گرفته شود (گادو<sup>۲</sup>، ۱۹۹۳).

به نظر می‌رسد که حذف برخی برنامه‌های تلویزیون یا کنترل تماشای تلویزیون، خشونت و جرم را در بین افراد جوان و نوجوان و جامعه به طور کلی کاهش دهد. البته محدود کردن تماشای برنامه‌های تلویزیونی و کنترل آن، به برقراری ارتباط با همسالان و

---

1 . Anderson

2 . Gadov



همسایگان نیز ممکن است کمک کند. در این وضعیت مهارت‌های ارتباط اجتماعی افزایش یافته و آثار مثبت دیگری در پی خواهد داشت. برخی برنامه‌های تلویزیونی نیز فیلم‌هایی تهیه و پخش می‌کنند که کودکان از دیدن خشونت و رفتارهای خشن در فیلم لذت می‌برند، و این گونه عوامل تماشای تلویزیون، رشد چشم‌گیری در بین کودکان و نوجوانان در پی دارد. برخی واژگان مورد استفاده در برنامه‌های تلویزیون و رسانه‌ها نیز ذاتاً خشونت را در ذهن مخاطبان متبلور می‌کند، مانند برخی اخبار و واژگان ورزشی از قبیل بوکس و ... البته سواد رسانه‌ای مطلوب مخاطبان به ویژه کودکان و نوجوانان و جوانان، می‌تواند از آثار منفی این موارد به نحوی چشمگیر بکاهد. روابط والدین با فرزندان نیز می‌تواند تأثیر زیادی در کاهش آثار مخرب برنامه‌های تلویزیونی داشته باشد، به ویژه اگر این رابطه به صحبت در خصوص زیان‌ها و خطرات ناشی از تماشای این برنامه‌ها بینجامد. البته والدین می‌توانند از مزایای این قبیل رسانه‌ها سخن گویند و آن‌ها را به استفاده مطلوب از رسانه‌ها بویژه تلویزیون ترغیب کنند. نتیجه این روش بیشتر از سانسور و ایجاد محدودیت‌های بیش از حد برای تماشای برنامه‌های تلویزیون است. مدارس نیز در این زمینه نقش فعال‌تری می‌توانند داشته باشند. اگر در این زمینه فعالیت جدی صورت نگیرد، در آینده شاهد رفتارهای خشونت بار زیاد و سوء استفاده‌های فراوانی از کودکان خواهیم بود (ساواج<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

همچنین کودکانی که مدت زمان زیادی را صرف تماشای تلویزیون می‌کنند، فرصت کمتری برای دیگر فعالیت‌های پرتحرک و تعامل با همسالان دارند. به نظر می‌رسد تماشای تلویزیون جایگزین دیگر فعالیت‌هایی می‌شود که کودکان باید به طور مستقیم با آن‌ها درگیر شوند؛ از قبیل: رفتن به سینما، بازی کردن، مطالعه، گوش دادن به رادیو، شرکت در ورزش‌های سازمان یافته و دیگر فعالیت‌های غیرسازمانی (جوکار، ۱۳۸۶).

## چالش‌های رسانه و راهکارهای مدیریت آن

با آثار رسانه در ابعاد مختلف بر کودکان تا حدی آشنا شدیم و روشن شد که چالش‌های زیادی فراروی رسانه‌ها بویژه رسانه‌های ترکیبی وجود دارد. همچنین فرصت‌های زیادی نیز می‌تواند به مدد رسانه‌ها برای کودکان ایجاد شود که باعث بهبود عملکرد رفتاری، آموزشی، تربیتی، اخلاقی و ... آن‌ها شود.

چالش‌های رسانه‌ای به حدی قابل توجه و مهم هستند که کمیته حقوق کودک سازمان ملل در ۱۷ اکتبر ۱۹۹۶ در جلسه عمومی خود تصمیم گرفت در این خصوص به طور ویژه پردازد و رسانه‌ها و آثار و کارکردهای آن را بررسی کند. به همین منظور، این کمیته در همین مورد مقرر کرد به سه حوزه اصلی زیر به صورت جدی پردازد.

چه کارهایی برای محافظت از کودکان از خشونت در رسانه‌ها می‌تواند انجام شود؟  
برای تشویق رسانه‌ها به کمک در مبارزه با بیگانه ستیزی چه کاری می‌توان انجام

داد؟

برای توسعه مشارکت فعال برای کودکان، در رسانه‌ها چه کاری می‌توان انجام داد؟  
برای تحقق خواسته‌های فوق چندین توصیه و دستورالعمل تصویب شد:

رسانه مخصوص کودکان ایجاد شود

انجمن‌های مخصوص کودکان در اینترنت ایجاد شود

کتابخانه فعال برای کودکان ایجاد شود

حمایت دولت‌ها از ایجاد و تقویت رسانه‌ها برای کودکان است

توافقات سازنده با شرکت‌های رسانه‌ای برای محافظت از کودکان در برابر تأثیرات

مضر

طرح جامع ملی اقدام به توانمندسازی پدر و مادر در بازار رسانه‌ها توسط دولت‌ها  
حمایت دولت‌ها از رسانه‌های کودکان در اجرای ماده ۱۷ کنوانسیون حقوق کودک  
تدوین رهنمودهای خاص برای گزارش در مورد کودک آزاری

ایجاد شبکه رسانه‌های دیدبان و ناظر (کمیته حقوق کودک سازمان ملل، ۱۹۹۶)

## کاهش آثار منفی تلویزیون

کاهش آثار منفی تلویزیون، از چند منظر می‌تواند مورد توجه قرار گیرد:

اول اینکه متولیان رسانه و متولیان جامعه متفقا برای تولید محتوای رسانه‌ای نسبت به وضعیت کودکان با مطالعه لازم اقدام کنند. از این دست ممکن است بخشی از آثار منفی رسانه‌ها بر کودکان کاسته شود. البته توسعه کارکردهای مثبت می‌تواند بر اساس نظریه جایگزینی، تهدیدهای موجود را به فرصت تبدیل کند.

منظر دیگری که می‌بایست مورد توجه قرار گیرد، خانواده و کودک است. خانواده-ها باید نسبت به مدیریت زمان استفاده از برنامه‌ها و ساعات تماشای تلویزیون توسط کودک، برنامه ریزی منظم و عالمانه‌ای داشته باشد. این نکته حساس باید مورد توجه قرار گیرد که هر گونه افراط و تفریط افزایش آسیب‌های جایگزین را سبب می‌شود که کنترل آن به مراتب سخت‌تر خواهد بود.

خانواده، مهم‌ترین زمینه برای یادگیری اولیه است و خانه محیطی مناسب به عنوان یک رسانه اشباع شده برای رشد و تربیت کودک است. والدین، فرزندان را در استفاده از اینترنت همراهی نمی‌کنند. فناوری بخشی از زندگی و آموزش و تربیت بچه‌ها است و رشد و بالندگی بخشی از شخصیت و هویت آنهاست که از طریق ارتباط، مشارکت جامعه و آینده تعامل مدنی تحقق می‌یابد. برنامه ریزی خوب برای بهره‌گیری از رسانه می‌تواند درسهایی با ارزشی در مورد زندگی در یک جامعه را آموزش دهد. کودکان نیاز دارند یاد بگیرند که آنها بخشی از یک گروه هستند، آنها همیشه نمی‌توانند برنده شوند و زندگی یک رقابت نیست. آنها نیاز دارند که تلاش انسان‌ها را در بهترین حالت آن ببینند. (ادگار، ۲۰۰۸). گرچه کارکردهای منفی تلویزیون را نمی‌توان به صفر رساند، ولی نباید نسبت به آنها بی تفاوت بود. از این رو، باید تمام هم خود را به کار بست تا این کارکردهای منفی به حداقل ممکن برسند.

## الگوسازی توسط والدین

با بهره‌گیری از نظریه اسکریت شناختی کاترین هانسون، می‌توان گفت: والدین با الگو سازی و انتقال مفاهیم منفی، با بهره‌گیری از الگوهای مناسب می‌توانند زمانی را که کودکانشان صرف تماشای تلویزیون می‌کنند که نباید بکنند، با رسانه‌های دیگر و فعالیت‌های مطلوب تری دیگری جایگزین نمایند؛ مانند: مطالعه، ورزش، بودن در جمع دوستان، فعالیتهای اجتماعی و....

نظریه هانسون بر این باور است که مفاهیمی که الگو شده اند، باورپذیر ترند و به راحتی می‌توان انتقال داد. به همین جهت وقتی صحبت از برنامه منظم تماشای تلویزیون در ساعات خاص می‌شود، هیچ‌الگویی بهتر از رفتار والدین نخواهد بود. همچنین وقتی صحبت از مشاهده برنامه مربوط به خود برای کودک مطرح می‌شود، الگوی رفتاری وی والدین هستند. اگر هر یک از والدین در ساعات معین و کنترل شده ای برنامه خاص خود را نگاه کنند، این رفتار برای فرزندان الگو می‌شود. آنگاه درک این نکته که فرزندان باید منظم و بر اساس برنامه تلویزیون را ببینند، راحت تر و ملموس تر خواهد بود.

## اثر سواد رسانه ای

از مهمترین راهکارهای کاهش آثار نامطلوب رسانه بر کودکان، توجه به سواد رسانه‌ای است. سواد رسانه‌ای مجموعه‌ای از مهارت‌هاست که هر کسی می‌تواند یاد بگیرد، همان‌طور که سواد خواندن و نوشتن را یاد می‌گیرد. سواد رسانه‌ای، اشاره دارد به توانایی برای دسترسی، تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد همه انواع پیام‌های رسانه‌ای. این مهارت‌های ضروری در جهان امروز است. امروزه، بسیاری از مردم، بخش زیادی از اطلاعات خود را از طریق ترکیب پیچیده‌ای از متن، تصویر و صدا دریافت می‌کنند.

ما باید بتوانیم محیط پیچیده رسانه‌ای را هدایت کنیم تا بتوانیم درک درستی از پیام‌های رسانه را که هر روز ما را بمباران می‌کنند، پدید آوریم و خودمان را با شکل‌ها و انواع گوناگونی از فناوری و ابزارهای رسانه‌ای نشان دهیم. جوانان و بزرگسالان باسواد رسانه‌ای، بهتر قادر به کشف پیام‌های پیچیده‌ای هستند که از تلویزیون، رادیو، روزنامه‌ها،

مجلات، کتاب‌ها، بیلبردهای تبلیغاتی، علائم، بسته بندی، مواد بازاریابی، بازی‌های ویدئویی، موسیقی ضبط شده، اینترنت و رسانه‌های دیگر دریافت می‌کنند. آن‌ها می‌توانند درک کنند که چگونه این پیام‌های رسانه‌ای ساخته شده است، و همچنین کشف نمایند چگونه آن‌ها معمولاً به طور پنهانی و در لایه‌های زیرین، معانی را می‌آفرینند. کسانی که سواد رسانه‌ای دارند، می‌توانند رسانه‌های خود را بسازند و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای داشته باشند. آموزش سواد رسانه‌ای به توسعه تفکر انتقادی و مشارکت فعال در فرهنگ رسانه‌ای کمک می‌کند. هدف این است که با قدرت بخشیدن به جوانان و بزرگسالان برای دسترسی آن‌ها به تجزیه و تحلیل، ارزیابی و ایجاد رسانه‌ها استقلال دهیم.

در مدارس، استانداردهای آموزشی در بسیاری از کشورها (در حوزه هنر، زبان، مطالعات اجتماعی، بهداشت و دیگر موضوعات) شامل مهارت‌های دسترسی، تجزیه و تحلیل و ارزیابی اطلاعات موجود در رسانه‌ها است. اینها مهارت‌های سواد رسانه‌ای است، هر چند از استانداردها ممکن است استفاده نشوند. معلمان می‌دانند که دانش آموزان به بررسی و سخن گفتن در مورد رسانه‌های خودشان تمایل دارند. آن‌ها متوجه می‌شوند و درک می‌کنند که سواد رسانه‌ای راه جذابی برای کشف یک بخش وسیعی از موضوعات و مسائل است (پروژه سواد رسانه‌ای<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰).

مهارت‌های سواد رسانه‌ای می‌تواند به کودکان، جوانان و بزرگسالان کمک کند تا:

- درک کنند و بفهمند رسانه‌ها چگونه مضمون و مقصود خود را می‌سازند.
- شناسایی کسانی که پیام‌های رسانه‌ای خاص را می‌سازند.
- تشخیص اینکه متولیان رسانه‌ای می‌خواهند ما چیزی را باور کنیم یا کاری را انجام دهیم.
- تشخیص تعصب، تنیدگی و چرخش، اطلاعات غلط و دروغ

- کشف بخشی از داستان است که گفته نمی شود و پنهان است (واقعیت‌های پنهان).
- ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای بر اساس تجارب، باورها و ارزش‌های ما
- ایجاد و توزیع پیام‌های خودمان
- تبدیل به حامیان تغییر در سیستم رسانه‌ای (همان).

### جمع بندی و نتیجه گیری

رسانه‌ها آثار محسوس و قابل توجهی بر مخاطبان خود دارند و کودکان در این بین در معرض تهدیدات و تأثیرات منفی بیشتری هستند. رسانه‌های دیداری و شنیداری به مراتب بیشتر از دیگر رسانه می‌تواند اثرگذار باشد. اینترنت با ویژگی‌های خاص خود توانسته جمع تمام ویژگی‌های رسانه‌های دیگر را در خود داشته باشد و از طرفی کشش بیشتری در بین مخاطبان به ویژه کودکان و نوجوانان ایجاد کرده است. به همین دلیل می‌تواند علی‌رغم فرصت‌های بالقوه‌ای که دارد، تهدید جدی عصر حاضر برای کودکان و نوجوانان باشد. تأثیر رسانه‌ها و تهدیدات آن‌ها برای کودکان، یک مسئله جهانی شده است و برای حل آن و کاهش آثار منفی رسانه‌ها تمهیدات جهانی اندیشیده شده است. کمیته حقوق کودکان در این راستا برنامه‌های پیشگیرانه و کنترلی جهانی طراحی کرده و از همه کشورها خواسته است که برای تحقق و اجرای آن بکوشند. نتیجه بررسی‌ها نیز نشان داد که مدیریت رسانه‌ها در حوزه کودک و کاهش آثار منفی آن نیازمند اراده عمومی است و لازم است که همه نهادهای متولی در سطح محلی، ملی و بین‌المللی در این زمینه همگام شوند. خانواده مهم‌ترین نقش را در این زمینه می‌تواند داشته باشد. توسعه سواد رسانه‌ای و فراگیر نمودن آن در بین والدین و به ویژه مخاطبان جامعه هدف، می‌تواند در کاهش آثار منفی آن نقش موثری داشته باشد. تبدیل تهدیدات این قبیل رسانه به فرصت و بهره‌جستن از آن برای توسعه فرهنگ عمومی و دانش فردی و اجتماعی نیز، از دیگر عوامل مؤثر بر کاهش خطرات و تهدیدات رسانه‌ها می‌تواند باشد.

## منابع

۱. جواهری، فاطمه؛ بالاخانی، قادر (۱۳۸۵). رسانه جمعی و اعتماد: بررسی تأثیر رسانه های جمعی بر اعتماد اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان تهرانی). مجله علوم اجتماعی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه فردوسی مشهد. (۱۳). ص ۱-۲۹.
۲. جوکار، قاسم (۱۳۸۶). بررسی تأثیر تلویزیون بر کودکان. ماهنامه معرفت. ۱۶ (۶).
۳. کمیته حقوق کودک سازمان ملل (۱۹۹۶). کودکان و رسانه آمریکا. ایالات متحده آمریکا: سازمان ملل.
۴. کاظم زاده، موسی؛ کوهی، کمال (۱۳۸۹). نقش وسایل نو پدید ارتباط جمعی در توسعه فرهنگی، موانع و راهکارها. نامه پژوهش فرهنگی. (۱۲).
5. "Media" (2008), International Encyclopedia of the Social Sciences, Encyclopedia.com, (September 8, 2012), <http://www.encyclopedia.com/doc/1G2-3045301503.html>
6. Anderson, Craig A.; Berkowitz, Leonard; Donnerstein, Edward, Huesmann, L. Rowell; Johnson, James D.; Linz, Daniel; Malamuth, Neil M.; Wartella, Ellen (2003). The Influence Of Media Violence On Youth. Psychological Science in the Public Interest, Vol. 4, No. 3
7. Boldt, G. (2007). Child-centered vs. media-centered perspectives, In Encyclopedia of children, adolescents, and the media, (pp. 156-157), Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952606.n71
8. Buijzen, Moniek; Valkenburg, Patti M. (2003), The Unintended Effects Of Television Advertising a Parent-Child Survey, Communication Research, 30,( 5). 483-503.
9. Edgar, Patricia; Edgar, Don (2008). TELEVISION, DIGITAL MEDIA AND CHILDREN'S LEARNING. [http://www.vcaa.vic.edu.au/Documents/earlyyears/Edgar\\_Paper\\_20081223.pdf](http://www.vcaa.vic.edu.au/Documents/earlyyears/Edgar_Paper_20081223.pdf).
10. Gadow, Kenneth D.; Sprafkin, Joyce (1993). Television "Violence" and Children with Emotional and Behavioral Disorders, Journal Of Emotional And Behavioral Disorders, Vol. 1, No. 1, 54-63.
11. Krmar, Marina; Vieira, Jr; Edward.T (2005), Imitating Life, Imitating Television: The Effects of Family and Television Models on Children's Moral Reasoning, Communication Research, Vol. 32, No 3, 267-294.
12. Mass media. (August 2012). Wikipedia, [http://en.wikipedia.org/wiki/Mass\\_media](http://en.wikipedia.org/wiki/Mass_media)
13. McCornack, S.A. (1992). Information manipulation theory, Communication Monographs. (59). 1-16.
14. Media literacy Project (2010). Introduction to Media Literacy. <http://medialiteracyproject.org/resources/introduction-media-literacy>
15. Moon, Hysesung; Aidman, Amy; Lemish, Dafna; Götzt, Maya (2003), The role of media in childrens make-believe worlds a cultural comparison of Germany, Israel, the USA and South Korea. [http://www.br-online.de/jugend/izi/english/televizion/16\\_2003\\_1/e\\_goetz\\_ua.htm](http://www.br-online.de/jugend/izi/english/televizion/16_2003_1/e_goetz_ua.htm).
16. National Association for the Education of Young Children and the Fred Rogers Center for Early Learning and Children's Media (2012), Technology and Interactive Media as Tools in Early Childhood Programs Serving Children from Birth through Age 8. USA, Saint Vincent College.
17. Ray, Munni; Ram Jat, kana (2010), Effect of electronic media on children, Indian pediatrics, (47, 17). 561-582.
18. Savage, Joanne (2008), The Role of Exposure to Media Violence in the Etiology of Violent Behavior A Criminologist Weighs In, American Behavioral Scientist, Vol. (51,8), 1123-1136.
19. Strasburger, V. (2007), Displacement effect, In Encyclopedia of children, adolescents, and the media, (pp. 246-247), Thousand Oaks: SAGE Publications, Inc. doi: 10.4135/9781412952606.n121





# ارزیابی کیفیت وب سایت‌های فارسی زبان در حوزه

## زنان و خانواده<sup>۱\*</sup>

(صفحات ۹۵-۱۲۰)

فائزه السادات طباطبایی امیری<sup>۲</sup>

نرگس خالقی<sup>۳</sup>

### چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر، ارزیابی وب سایت‌های فارسی زبان در حوزه زنان و خانواده با استفاده از ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت دابلویو. کیو. ای. تی<sup>۴</sup> و ارائه پیشنهادهایی به منظور ارتقای کیفیت آن‌ها است.

**روش:** پژوهش به روش پیمایشی توصیفی انجام شده است. جامعه پژوهش، سایت‌های فارسی زبان زنان است که از طریق جست و جو در موتور جست و جوی گوگل، یاهو و موتور جست و جوی فارسی سلام بازیابی شدند و در نهایت ۱۰۰ وب سایت انتخاب شد. گردآوری داده‌ها به روش مشاهده مستقیم در طول یک ماه و بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت انجام شد.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی، ۱۹٪ دارای رتبه عالی، ۳۵٪ رتبه بسیار خوب، ۲۱٪ رتبه خوب، ۲۰٪ رتبه نسبتاً خوب و ۵٪ نیز دارای رتبه نامناسب هستند.

**نتیجه‌گیری:** نتایج پژوهش، در مجموع نشان از عملکرد نسبتاً خوب طراحان و دست‌اندرکاران وب سایت‌های فارسی زبان زنان دارد، به طوری که وضعیت بیش از نیمی از وب سایت‌های مورد بررسی در سطح قابل قبولی است.

**کلیدواژه:** ارزیابی وب سایت، ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دابلویو. کیو. ای. تی)، وب سایت فارسی زبان، زنان، خانواده

۱. بخشی از مقاله حاضر، در کنفرانس فضای سایبری و تحولات فرهنگی (تبریز، دانشگاه پیام نور مرکز تبریز، ۳۰ بهمن ۱۳۹۳) به صورت شفاهی ارائه شد. به منظور چاپ در مجله حاضر منابع روزآمد شده است.

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۲۰

faeze.tabatabai@gmail.com

۲ کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی از دانشگاه شهید چمران اهواز،

bahar\_16us@yahoo.com

۳ عضو هیات علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه قم،

4. Web site Quality Evaluation Tool

## مقدمه

پیدایش اینترنت و به دنبال آن وب جهان گستر، جهان را با پدیده‌ای به نام وب سایت مواجه ساخته است. وب سایت‌ها ابزارهای مناسبی برای برقراری ارتباط بین سازمان‌ها، کاربران و شهروندان هستند و مهم‌ترین هدف هر وب سایت، ارائه اطلاعاتی است که پاسخگوی انتظارات کاربران باشد. امروزه میلیون‌ها نفر در سراسر جهان از وب برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز خود بهره می‌برند. اشخاص، سازمان‌ها، شرکت‌ها، دانشگاه‌ها و مؤسسات تلاش می‌کنند با ارائه اطلاعات خود به شکل الکترونیک، در دنیای مجازی فضایی برای نقل و انتقال اطلاعات با کاربران خود فراهم کنند. اما وب متولی ندارد و کنترل اطلاعات، همانند آنچه در دنیای نشر جریان دارد امکان‌پذیر نیست، بدین روی رشد روز افزون وب سایت‌ها، به معنای رشد کیفی آن‌ها نیست. از این رو، نیاز به شناسایی و ارزیابی وب سایت‌های با کیفیت، ما را بر آن می‌دارد تا با استفاده از ابزارها و راه کارهایی که تاکنون به منظور ارزیابی کیفیت و کمیت وب سایت‌ها طراحی و آماده‌سازی شده است، به این مهم پردازیم.

همچنین به دلیل امکان دسترسی آسان و سریع اقشار مختلف جامعه به ویژه زنان در محیط‌های خانواده و اجتماع به اینترنت، سطح دانایی افراد، راه‌های مؤثر بر تفکر و اندیشه

انسان‌ها و شیوه‌های انجام امور فرهنگی تحول یافته است. در این راستا، فرصت‌یابی و برنامه‌ریزی در عرصه زن و اینترنت به یک اندازه حائز اهمیت خواهد بود. بدیهی است که تقریباً نیمی از جامعه را زنان تشکیل می‌دهند و از نقش و جایگاهی خاص برخوردارند. فراگیر شدن اینترنت سبب شده تا این رسانه به عنوان ابزاری برای آگاهی از اخبار و رویدادهای روز مورد استفاده قرار گیرد و خانواده‌ها به ویژه زنان از آن برای کسب آگاهی بیشتر درباره موضوعات مورد علاقه بهره‌برند. بانوان با توجه به ویژگی‌های خاص شخصیتی و روحیه فردی و اجتماعی، رویکرد متفاوتی در استفاده از اینترنت دارند. جدا از تأثیرهایی که تفاوت‌های جنسیتی در استفاده از اینترنت میان مردان و زنان پدید آورده است، تمایزهای چشمگیری در رفتارهای اطلاع‌یابی آنان نیز پدیدار گشته است (دیلمقانی، حجازی، ۱۳۸۶، ص ۱۱۱). سهولت دسترسی به سایت‌های تخصصی زنان سبب شده که اغلب کاربران این سایت‌ها، با مراجعه به آن‌ها اطلاعات مورد نیاز خود را از این طریق به دست آورند. در این بین نکته‌ای که کمتر مورد توجه قرار گرفته، مسئله صحت و اعتبار کیفیت اطلاعات موجود در این سایت‌هاست. زیرا فراوانی شمار زنان و کاربران تخصصی سایت‌ها بدون توجه به اعتبار و کیفیت منابع اینترنتی، از این منابع برای فعالیت‌های مختلف استفاده می‌کنند. این کاربران در سیل عظیمی از اطلاعات غرق می‌شوند و عمدتاً توانایی گزینش منابع اطلاعاتی با کیفیت را ندارند. از این رو، ارزیابی سایت‌های تخصصی زنان ضرورتی است که باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

وب سایت‌های تخصصی زنان، مجموعه‌ای از صفحات موجود در شبکه جهانی وب هستند که ممکن است افراد یا سازمان‌های مختلف تجاری، علمی، موضوعی، ملی، بین‌المللی و ... در باره مباحث مربوط به زنان یا از طرف زنان یا هر گروه دیگر، ایجاد و پشتیبانی شوند (حاجی زین العابدینی، ۱۳۸۶، ص ۶۴).

لذا، با توجه به استفاده فراگیر زنان جامعه ایرانی از اینترنت، به نظر می‌رسد تا کنون پژوهشی به منظور ارزیابی وب سایت‌های فارسی زبان زنان انجام نگرفته است. پژوهش حاضر با استفاده از ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دابلو. کیو. ای. تی) که مک آینرنی (۲۰۰۴) طراحی کرده، به این مهم پرداخته است. این پژوهش می‌تواند با نشان دادن نقاط

ضعف و قوت وب سایت‌های مورد مطالعه، راهنمای طراحان و دست اندرکاران در طراحی بهتر این گونه سایت‌ها باشد تا با ارائه اطلاعاتی که کیفیت و ارزش بالاتر و ساختاری هدفمندتر دارند، رضایت کاربران و استفاده کنندگان فراهم شود.

### هدف پژوهش

هدف پژوهش حاضر، ارزیابی وب سایت‌های فارسی زبان زنان با استفاده از ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی)<sup>۱</sup> و ارائه پیشنهادهایی به منظور ارتقای کیفیت آن‌ها است.

### پرسش‌های پژوهش

۱. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر محتوا بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۲. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر عملکرد بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۳. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر اعتبار بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۴. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر روزآمد بودن بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۵. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر پیوند بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۶. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر گرافیک بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟

۷. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر دامنه بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۸. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر ساختار بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۹. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر استفاده از ابربرچسب‌ها بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۱۰. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، از نظر بازخورد بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دبلیو.کیو.ای. تی) چه وضعیتی دارند؟
۱۱. وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده، به طور کلی با در نظر گرفتن معیار مورد بررسی در ابزار ارزیابی وب سایت دبلیو کیو ای تی چه وضعیتی دارند؟

### پیشینه پژوهش

فرهاد پور و خلف آبادی (۱۳۹۴) در پژوهشی به روش پیمایشی و با استفاده از سیاهه واریسی مبتنی بر استاندارد ایزو ۹۱۲۶-۱ و مدل وب کیو.ای. ام. ۳۳ وبگاه کودکان و نوجوانان را مورد ارزیابی کیفی قرار دادند. یافته‌ها نشان داد که وبگاه‌های کودکان و نوجوانان ایران از لحاظ «قابلیت استفاده» در وضعیت مطلوبی قرار ندارند، از لحاظ «قابلیت عملکرد» در وضعیت متوسط به پایین قرار دارند، و از لحاظ «قابلیت اطمینان» و «قابلیت کارایی» گرچه در وضعیت بهتری قرار دارند، اما با وضعیت بسیار مطلوب فاصله دارند. به طور کلی، وبگاه‌های کودکان و نوجوانان ایران از نظر رعایت الگوها و معیارهای کیفی وب کیو ای ام، نمره‌ای پایین‌تر از حد متوسط دریافت کرده‌اند.

دغاقله، بیگدلی، و عظیمی (۱۳۹۳) پژوهشی را به روش توصیفی با هدف ارزیابی پورتال شرکت‌های تابعه وزارت نفت ایران با استفاده از وب کیو ای ام انجام دادند. جامعه پژوهش شامل ۱۳۰ پورتال بود. نتایج پژوهش نشان داد که ویژگی قابلیت استفاده در

وضعیت متوسط قرار دارد. موقعیت عملکرد پورتال‌ها زیر حد متوسط، و ویژگی قابلیت اطمینان و بهره‌وری در وضعیت خوبی قرار داشتند. به طور کلی، پورتال‌ها از نقطه نظر ویژگی‌های قابلیت استفاده و عملکرد، وضعیت ضعیفی داشتند و از لحاظ ویژگی قابل اطمینان بودن و بهره‌وری، نیازمند بازنگری بودند.

آجیلی (۱۳۹۳) پایان نامه خود را با هدف بررسی ویژگی‌های ظاهری، ساختاری و محتوایی وب سایت نشریات علمی پژوهشی ایران با روش ارزیابانه و استفاده از ابزار سیاهه واریسی محقق ساخته به نگارش درآورده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که وب سایت نشریات مذکور، از لحاظ ویژگی‌های ظاهری، ساختاری و محتوایی در حد مطلوبی طراحی شده‌اند.

نساج پور و دیگران (۲۰۱۴) در پژوهشی با روش تحلیلی روی ۱۴۶ وب سایت کتابخانه‌های دانشگاهی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران، به بررسی کیفیت این وب سایت‌ها بر اساس مدل استور پر داختنند. تحلیل یافته‌ها با استفاده از روش آنووا حاکی از آن است که در بعد کیفیت محتوا، بالاترین میزان متعلق به دانشگاه‌های درجه یک علوم پزشکی و پایین‌ترین میزان به دانشگاه‌های درجه سه اختصاص دارد. درخصوص قابلیت‌های جست و جو و پژوهش نیز بالاترین میزان مربوط به دانشگاه‌های درجه یک است. همچنین دانشگاه‌های درجه یک بالاترین میزان را در بعد امکانات ارائه شده به کاربران و دانشگاه‌های درجه سه پایین‌ترین میزان را به دست آورده‌اند.

نوری آقکند، مطلبی و علیپور حافظی (۱۳۹۲) در پژوهشی ارزیابانه با استفاده از ابزار ارزیابی دلبیوکیو ای تی به شناسایی وضعیت وبگاه مجله‌های کتابداری و اطلاع‌رسانی داخلی پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که از کل ۳۱ مؤلفه و ۸ معیار مورد بررسی در پژوهش، تنها ۲ معیار عملکرد و اعتبار در سطح عالی و معیار محتوا از نظر عملکرد قوی و معیارهای گرافیک، ساختار، ابررچسب متوسط و همچنین دو معیار پیوند و روزآمد بودن ضعیف بوده‌اند.

حق شناس (۱۳۹۲) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود که به روش پیمایشی توصیفی انجام شده است، به ارزیابی وب سایت‌های ناشران عمومی در ایران با استفاده از ابزار

ارزیابی کیفیت وب سایت‌ها (دبلیوکیو ای تی) پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که معیارهای میزان عملکرد در وب سایت، پیوندها، گرافیک و ساختار در سطح عالی، معیارهای دامنه، روزآمد بودن، استفاده از ابربرچسب‌ها و محتوای وب‌سایت در سطح خوب و معیار اعتبار در سطح متوسط قرار گرفتند. نتایج کلی حاصل از پژوهش حاکی از آن است که طراحان در وب سایت‌های مورد مطالعه به اندازه کافی به ویژگی‌های مندرج در ابزار ارزیابی کیفیت وب‌سایت‌ها توجه نکرده‌اند و در سطح متوسط قرار دارند.

مردانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱) به ارزیابی کیفیت ۴۰ وب‌سایت واحدهای آموزش مجازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران و جهان پرداختند. پژوهش به روش توصیفی و با استفاده از سیاهه و آرسی دبلیو کیو ای تی انجام شد. یافته‌ها نشان داد دو مؤلفه هدف مشخص برای محدوده اطلاعاتی و مخاطبان و هدف وب‌سایت‌ها در وضعیت عالی قرار دارند. همچنین، مؤلفه‌های میزان سهولت جست و جو، گرافیک، روزآمدی، پیوندهای درونی، سابقه علمی نویسنده یا تنالگان، پایداری ساختار وب‌سایت و سرعت بارگذاری در وضعیت خوبی قرار گرفته‌اند.

امین پور و اطرج (۱۳۹۱) در یک مطالعه توصیفی-مقطعی، به رتبه‌بندی وب‌سایت‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی تپ یک ایران پرداختند. یافته‌ها نشان داد که دانشگاه‌های برتر علوم پزشکی کشور، حضور چندان مؤثری در وب‌سایت‌ها، در سطح بین‌المللی شناخته شده نیستند. کم بودن تعداد صفحات وبی انگلیسی و جوان بودن وب‌سایت‌های دانشگاهی ایران، از عمده دلایل حضور ضعیف دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران در وب به شمار می‌رود.

زندیان و الوانکار (۱۳۹۱) در پژوهشی با روش تلفیقی (کمی و کیفی) تعداد ۲۷ وبگاه موزه ایرانی را با استفاده از سیاهه ارزیابی میوزیم کوال مورد ارزیابی قرار دادند. نتایج نشان داد که وبگاه موزه‌های ایران در بعد محتوا، قابلیت استفاده، خدمات الکترونیکی و فنی در سطح مناسب، در بُعد نمایش در سطح خوب، در بُعد تعامل و بازخورد در سطح نامناسب قرار دارند.

باقری نسب (۱۳۹۰) به بررسی و رتبه‌بندی وب سایت‌های فارسی مذهب شیعه با استفاده از معیارهای سیلبرگ، اس.ام.آر. تی، و اکشن فورهلز بر اساس سیاهه واریسی طراحی شده پرداخت. نتایج نشان داد که میانگین کلی مطابقت این سایت‌ها با سیاهه واریسی، ۵۷/۱۷ درصد است که در این میان دسترسی به مطالب، بیشترین و روزآمد سازی، کمترین میزان مطابقت با سیاهه واریسی را دارا بوده است. در کل، میانگین نمرات ۷۶ وب سایت مورد مطالعه، نشان دهنده عملکرد ضعیف وب سایت‌های مورد بررسی است.

علی بیگ و همکاران (۱۳۹۰) به ارزیابی کیفی وب سایت‌های کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور ایران با استفاده از وب کیو ای ام پرداختند. نتایج نشان داد که وب سایت‌های مورد بررسی در کل، از لحاظ معیار «قابلیت اطمینان» در حد بسیار مطلوب، از لحاظ شاخص «کارایی» در حد مطلوب، و از لحاظ شاخص «قابلیت عملکرد» در حد متوسط هستند. وب سایت‌های مورد پژوهش از نظر شاخص «قابلیت عملکرد» و «قابلیت استفاده» نقاط ضعف بیشتری دارند. در مورد دو شاخص «اطمینان» و «کارایی» هر چند میانگین امتیازات وضعیت بهتری دارد، اما در هر حال برخی از وب سایت‌های جامعه مورد پژوهش، از نظر این دو شاخص در وضعیت بسیار مطلوب قرار دارند.

یوسفی و فدایی (۱۳۸۸) به شناسایی عناصر و ویژگی‌های مناسب سیستم‌های مدیریت محتوا برای وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که تفاوت چشمگیری بین وضعیت فعلی وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران با وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی مورد بررسی در مرحله اول پژوهش وجود دارد.

عصاره و پاپی (۱۳۸۷) با استفاده از ابزار دابلو کیو ای تی، به ارزیابی کیفیت وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی ایران پرداختند. یافته‌ها نشان داد که ویژگی‌های مخاطبان و هدف وب سایت، بارگذاری و پایدار بودن ساختار در بین وب سایت‌های مورد مطالعه در سطح خوبی قرار دارند. ویژگی‌های میزان سهولت جست و جو، گرافیک، وجود سابقه و پیشینه علمی نویسنده یا تنالگان و هدف مشخص برای محدوده



اطلاعاتی، در سطح متوسط و روزآمد بودن مطالب و پیوندهای درونی در سطح پایینی قرار گرفته‌اند.

مهراد و گیلوری (۱۳۸۶) در پژوهش خود، میزان استفاده از ابر برچسب‌ها در طراحی مجلات الکترونیکی فارسی را به روش پیمایشی توصیفی بررسی کردند. ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی جامعه پژوهش این تحقیق را شکل داده‌اند. نتایج نشان داد که میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی تنها ۹/۲۶ درصد است. مجلات الکترونیکی فارسی که نام دامنه آن‌ها شبکه<sup>۱</sup> بوده است، بیشترین میزان استفاده از ابربرچسب‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

وکیلی (۱۳۸۳) در پایان نامه خود به رتبه‌بندی ۶۳ وب سایت عفونی و ویروسی بر اساس معیار دلبلیو. اچ. ا، و سیلبرگ پرداخت. یافته‌ها نشان داد که فقط ۱۲/۶۹ درصد وب سایت‌ها، بالاترین نمره سیلبرگ را دریافت کرده‌اند. وضعیت وب سایت‌های مورد بررسی به لحاظ روزآمدی، جامعیت و از نظر رعایت معیارهای سیلبرگ ضعیف است.

خالقی و داورپناه (۱۳۸۳) با استفاده از سیاهه واری محقق ساخته به بررسی وضعیت وب سایت‌های ایرانی بر اساس معیارهای عمومی ارزیابی پرداختند. نتایج نشان داد که اکثر وب سایت‌ها در ارائه اطلاعات توسط پایگاه‌های اطلاعاتی و الکترونیکی بسیار ضعیف عمل کرده‌اند. بیش از ۸۰ درصد آنها به تاریخ روزآمدی و بیش از نیمی به بیان اهداف خود توجهی نداشته‌اند.

بهمن آبادی (۱۳۸۲) در پژوهشی به بررسی میزان استفاده از ابربرچسب‌های راهنما در سایت‌های وب فارسی پرداخت. یکی از راه‌حل‌های پیشنهادی این تحقیق، استفاده از برچسب‌های راهنماست. نظر به اهمیت و پتانسیلی که این روش در امر سازماندهی اطلاعات دارد، در این پژوهش تلاش شده است تا میزان کاربرد این روش در طراحی صفحات وب فارسی و میزان آگاهی طراحان آن‌ها از برچسب‌های راهنما بررسی شود. نتایج نشان داد بیش از ۹۰ درصد از سایت‌های مورد بررسی دست کم از یکی از انواع

برچسب‌ها استفاده می‌کنند. سایت‌های تجاری بیشترین میزان استفاده و سایت‌های دولتی کمترین سهم را در استفاده از برچسب‌های راهنما داشته‌اند.

فرودی (۱۳۸۰) در پایان نامه خود به ارزیابی صفحات وب ۱۳ کتابخانه دانشگاهی ایران با استفاده از سیاهه واریسی شامل ۲۵ سؤال پرداخت. نتایج نشان داد که بیش از ۴۰ درصد عوامل سیاهه واریسی، در این وب سایت‌ها رعایت شده است. ذکر عنوان کتابخانه، پیوند جهت بازگشت به صفحه اصلی، برقراری ارتباط با مسئولان توسط ایمیل یا فرم، وجود فهرست کتابخانه، ارتباط با سایر سایت‌های اینترنتی مرتبط و وجود پایگاه‌های اطلاعات کتابشناختی، از مواردی است که بیش از موارد دیگر مورد توجه طراحان سایت بوده است.

کومار سینگ، کومار، و ماتور<sup>۱</sup> (۲۰۱۴) در پژوهشی با عنوان «پایه سازی مدلی برای ارزیابی کیفیت وب سایت»، وب سایت دانشگاه دهلی را از نقطه نظر عواملی نظیر زیبایی، سهولت استفاده، امکانات چند رسانه‌ای، محتوا، و اعتبار، ارزیابی کردند. یافته‌ها حاکی از آن است که از میان ویژگی‌های کیفی وب سایت‌ها، امکانات چند رسانه‌ای بالاترین رتبه و مشخصه اعتبار، پایین‌ترین رتبه را به خود اختصاص داده‌اند. در این بین، ویژگی‌های سهولت استفاده، زیبایی و محتوا، درجه رضایت قابل قبولی را از سوی کاربران دریافت کرده‌اند.

سوبرامانیام<sup>۲</sup> و دیگران (۲۰۱۳) در پژوهشی به ارزیابی کیفیت وب سایت‌های رستوران‌های فست فود مالزی که خدمات سفارش آنلاین را برای مشتریان خود فراهم می‌آورند، بر اساس مدل وب کیو ای ام پرداختند. پرسش‌نامه محقق ساخته که شامل معیارهای قابلیت استفاده، عملکرد، قابلیت کارایی و سودمندی بود، در اختیار ۳۰ نفر از مراجعان قرار گرفت. تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش نشان داد که ۷۰ درصد کاربران

---

۱. Kumar Singh, K; Kumar, P; Mathur, J.

۲. Subramaniam

روی ویژگی قابلیت استفاده از وب سایت‌ها که شامل فاکتورهای طراحی و امنیت است، تأکید داشته و از آن رضایت دارند.

کارلوس، رودریگاس و گوویا<sup>۱</sup> (۲۰۱۲) به ارزیابی وب سایت‌های مؤسسات آموزش عالی پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که برای این که این وب سایت‌ها بتوانند در دنیای متلاطم و رقابتی امروز نقش ایفا کنند، هنوز جای کار دارند.

هیل<sup>۲</sup> و همکاران (۲۰۱۰) به بررسی وب سایت‌های آموزش فیزیک دروه راهنمایی پرداختند. ۲۸۵ وب سایت مدارس در کالیفرنیا جنوبی با استفاده از یک سیاهه واری، به لحاظ ساختار و محتوا مورد بررسی قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد که اکثر وب سایت‌های آموزش فیزیک به لحاظ ساختار و محتوا کامل نیستند.

اینرنی و برد<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) به ارزیابی کیفیت محتوای وب سایت‌های حوزه مواد غذایی اطلاع شده ژنتیک با استفاده از ابزار دابلو کیو ای تی پرداختند. نتایج نشان داد که در بازیابی اطلاعات، دسترس پذیری، تنها ویژگی مطرح در کیفیت وب سایت است. همچنین، در نهایت الگویی برای ارزیابی کیفیت وب سایت‌ها ارائه شد.

رابینز و استیلیانو<sup>۴</sup> (۲۰۰۳) با استفاده از یک مدل مفهومی، به بررسی ویژگی‌های ساختاری و محتوایی ۹۰ وب سایت تجاری بر اساس «فرهنگ» و «نوع حرفه» پرداختند. یافته‌ها نشان داد که وب سایت‌های مورد مطالعه به لحاظ ویژگی‌های ساختاری تفاوت معنی داری ندارند؛ اما به لحاظ محتوایی، تفاوت معناداری بین بیشتر ویژگی‌های محتوایی وب سایت‌ها در گروه‌های فرهنگی مختلف مشاهده شد.

مرور نوشتار، حاکی از پژوهش‌های فراوانی است که در زمینه ارزیابی وب سایت‌ها انجام شده است. همچنین، شیوه‌ها و روش‌های متعددی به منظور سنجش کیفیت وب سایت‌ها و بررسی ویژگی‌های ساختاری و محتوایی آن‌ها به کار گرفته می‌شود که از جمله می‌توان به عامل اثرگذار، تحلیل پیوندها، ارزیابی کیفیت وب سایت‌ها با استفاده از

1 . Carlos & Rodrigues & Gouveia

2 . Hill

3 . Inerney & Bird

4 . Robbins & Stylianou

ابزارهایی مانند اکشن فور هلس، سیلبرگ، اس.ام.آر. تی، و دبلو کیو ای تی، و همچنین سیاهه‌های واری واری محقق ساخته اشاره کرد. به نظر می‌رسد پژوهشی مبتنی بر ارزیابی وب سایت‌های زنان به ویژه وب سایت‌های فارسی زبان در حوزه زنان و خانواده انجام نشده است. این نکته بر ضرورت انجام پژوهش حاضر تأکید دارد.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر، کاربردی و از نوع پیمایشی توصیفی است. جامعه پژوهش، سایت‌های فارسی زبان زنان است که از طریق جست و جو در موتور جست و جوی گوگل، یاهو و موتور جست و جوی فارسی سلام بازیابی شدند. سپس در هر کدام از سایت‌های بازیابی شده، پیوندها نیز بررسی شدند و وب سایت‌هایی نیز از این طریق شناسایی و به موارد بالا اضافه شد. از این تعداد، وب سایت‌های شخصی، وب سایت‌های نشریه‌های زنان، و سایت‌های در دست ساخت از جامعه پژوهش حذف شدند و در نهایت ۱۰۰ تعداد وب سایت مورد بررسی قرار گرفت.

گردآوری داده‌ها به روش مشاهده مستقیم در طول یک ماه و بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت (دابلو کیو ای تی) که توسط مک اینرنی (۲۰۰۴) طراحی شده است، انجام شد. ابزار (دابلو کیو ای تی) شامل ۹ معیار (محتوا، عملکرد، اعتبار، روزآمد بودن، پیوندها، گرافیک، دامنه، ساختار، استفاده از برجسب‌ها) و ۳۸ مؤلفه است. امتیاز کلی کیفیت از ۹ معیار با امتیازهای تعلق گرفته از ۱ تا ۷ (۲-۱ ضعیف، ۴-۳ متوسط، ۶-۵ خوب، ۷ عالی) برای معیارهای فرعی متفاوت موجود به دست می‌آید. ۳ معیار محتوا، عملکرد و اعتبار با دو برابر کردن امتیازاتشان سنجیده می‌شوند، چرا که در این سه مورد، محتوا اشاره به محتوای فکری، تازگی و وضوح مطالب دارد. عملکرد به معنای سهولت در استفاده و جست و جو است و اعتبار، اشاره به اعتبار پدیدآورنده و یا سازمان پشتیبان دارد. سنجش این عوامل، میزان اهمیت و توجه متخصصان کیفیت وب سایت به امر کیفیت را نشان می‌دهد. سقف امتیازات ممکن برای هر وب سایت ۸۲ و کف آن امتیاز کمتر از ۵۰

است. امتیازات وب سایت‌های مورد بررسی در این پژوهش با امتیازات موجود در ابزار (۸۲-۵۰) معادل سازی شده‌اند. فرمول معادل سازی بدین شرح است:

$$A = \frac{X * 82}{Y}$$

در این فرمول، X، کل امتیاز به دست آمده برای هر وب سایت، و Y، نمره وب سایتی است که بالاترین امتیاز را کسب کرده است.

در نهایت، برای تعیین کیفیت وب سایت‌های مورد مطالعه، امتیازات کسب شده توسط آن‌ها، با نتایج کدگذاری شده که در ادامه آمده است، تطبیق داده می‌شود:

امتیاز کل وب سایت بین ۸۲-۷۱: سایت عالی و قابل اعتماد است.

امتیاز بین ۷۰-۶۴: سایت بسیار خوب است، آن را در نظر داشته باشید.

امتیاز بین ۶۳-۵۷: سایت خوب است، ولی با احتیاط از آن استفاده کنید.

امتیاز بین ۵۶-۵۰: سایت نسبتاً خوب است، ممکن است در مواردی مفید باشد ولی

به اطلاعات ارائه شده بدون تحقیق اعتماد نکنید.

امتیاز کمتر از ۵۰: سایت نامناسب است، اطلاعات این سایت کافی و مناسب نمی-

باشد (عصاره و پاپی، ۱۳۸۸؛ مک اینرنی و برد، ۲۰۰۴).

## یافته‌های پژوهش

پس از بررسی وب سایت‌های مورد مطالعه با استفاده از ابزار ارزیابی کیفیت وب

سایت و جمع‌بندی امتیازات نتایج زیر به دست آمد:

در پاسخ به پرسش اول پژوهش، درباره وضعیت وب سایت‌های زنان بر اساس معیار

«کیفیت محتوا»، یافته‌های جدول شماره ۱ نشان می‌دهد از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی،

تنها ۷ وب سایت عالی بوده‌اند. ۸۲ وب سایت قوی و ۱۱ وب سایت در سطح متوسط می-

باشند. نتایج جدول شماره ۱ بیانگر آن است که طراحان وب سایت‌های فارسی زبان زنان و

خانواده به محتوای وب سایت توجه داشته‌اند.

جدول ۱. توزیع فراوانی رتبه بندی وب سایت های زنان بر حسب میانگین کیفیت محتوا  
(n=۱۰۰)

مقیاس رتبه بندی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۷	۷
قوی	۸۲	۸۲
متوسط	۱۱	۱۱
ضعیف	۰	۰
بسیار ضعیف	۰	۰
کل	۱۰۰	۱۰۰

در پاسخ به پرسش دوم پژوهش، درباره وضعیت وب سایت های زنان بر اساس معیار «کیفیت عملکرد»، همان گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می شود، تعداد ۴ وب سایت عالی، ۶۴ وب سایت قوی، و ۳۰ وب سایت متوسط بوده اند. بدین ترتیب، بیش از نیمی از وب سایت ها به لحاظ کیفیت عملکرد، قوی عمل کرده اند.

جدول ۲. توزیع فراوانی رتبه بندی وب سایت های مورد مطالعه بر حسب میانگین کیفیت عملکرد (n=۱۰۰)

مقیاس رتبه بندی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۴	۴
قوی	۶۴	۶۴
متوسط	۳۰	۳۰
ضعیف	۲	۲
بسیار ضعیف	۰	۰
کل	۱۰۰	۱۰۰

### ارزیابی کیفیت وب سایتهای فارسی زبان در حوزه زنان و خانواده // ۱۰۹

در پاسخ به پرسش سوم پژوهش، درباره وضعیت وب سایتهای زنان بر اساس معیار «روزآمد بودن»، یافتههای جدول شماره ۳ نشان می‌دهد از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی، تعداد ۵ وب سایت از نظر روزآمد بودن بسیار ضعیف، ۲۲ وب سایت ضعیف، ۶۵ وب سایت متوسط، ۵ وب سایت قوی و ۳ وب سایت عالی عمل کرده‌اند. بدیت ترتیب، محتوای وب سایتهای زنان و خانواده در حد متوسط به روزآمد بودن وب سایت توجه داشته‌اند.

جدول ۳. توزیع فراوانی رتبه‌بندی وب سایتهای مورد مطالعه بر حسب میانگین روزآمدبودن (n=۱۰۰)

مقیاس رتبه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۳	۳
قوی	۵	۵
متوسط	۶۵	۶۵
ضعیف	۲۲	۲۲
بسیار ضعیف	۵	۵
کل	۱۰۰	۱۰۰

در پاسخ به پرسش چهارم پژوهش، درباره وضعیت وب سایتهای زنان بر اساس معیار «پیوند»، یافته‌ها نشان می‌دهد از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی، ۶۱ وب سایت قوی و ۳۱ وب سایت متوسط بوده‌اند. وب سایتهای زنان و خانواده به میزان زیادی به پیوند وب سایتهای توجه داشته و آن را بر اساس مدل دبلیو کیو ای تی در سطح قوی حفظ کرده‌اند. از این رو، از نظر توجه به معیار پیوند، به نحو قابل قبولی عمل کرده‌اند.

جدول ۴. توزیع فراوانی رتبه‌بندی وب سایت‌های مورد مطالعه بر حسب امتیاز پیوند ( $n=100$ )

مقیاس رتبه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۱	۱
قوی	۶۱	۶۱
متوسط	۳۱	۳۱
ضعیف	۷	۷
بسیار ضعیف	۰	۰
کل	۱۰۰	۱۰۰

در پاسخ به پرسش پنجم پژوهش، درباره وضعیت وب سایت‌های زنان بر اساس معیار «گرافیک»، همان‌گونه که در جدول شماره ۵ مشاهده می‌شود، از مجموع ۱۰۰ وب سایت، ۹ وب سایت در حد عالی، ۵۳ وب سایت قوی، ۳۶ وب سایت متوسط و تنها ۲ وب سایت ضعیف بوده‌اند. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت وب سایت‌های زنان و خانواده از نظر معیارها و اصول گرافیکی در سطح قوی و مطلوبی هستند.

جدول ۵. توزیع فراوانی رتبه‌بندی وب سایت‌های مورد مطالعه بر حسب میانگین امتیاز

گرافیک ( $n=100$ )

مقیاس رتبه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۹	۹
قوی	۵۳	۵۳
متوسط	۳۶	۳۶
ضعیف	۲	۲
بسیار ضعیف	۰	۰
کل	۱۰۰	۱۰۰



در پاسخ به پرسش ششم پژوهش، درباره وضعیت وب سایتهای زنان بر اساس معیار «اعتبار»، یافتههای جدول شماره ۶ نشان می‌دهد از کل وب سایتهای، تعداد ۴۲ وب سایت از نظر رتبه قوی و ۱۸ وب سایت نیز عالی بوده‌اند. به بیان دیگر، ۶۰ درصد وب سایتهای رتبه قوی و عالی بدست آورده‌اند. بدین ترتیب، وب سایتهای مورد مطالعه به میزان قابل توجهی به اعتبار وب سایت توجه داشته‌اند.

جدول ۶. توزیع فراوانی رتبه‌بندی وب سایتهای مورد مطالعه بر حسب میانگین امتیاز

اعتبار (n=۱۰۰)

درصد فراوانی	فراوانی	مقیاس رتبه‌بندی
۱۸	۱۸	عالی
۴۲	۴۲	قوی
۲۴	۲۴	متوسط
۱۴	۱۴	ضعیف
۲	۲	بسیار ضعیف
۱۰۰	۱۰۰	کل

در پاسخ به پرسش هفتم پژوهش، درباره وضعیت وب سایتهای زنان بر اساس معیار «دامنه»، همان‌گونه که در جدول شماره ۷ مشاهده می‌شود، تعداد ۹۲ وب سایت از نظر دامنه، امتیاز قوی بدست آورده‌اند. این امر نشان از توجه طراحان وب سایتهای مورد مطالعه به این مؤلفه دارد.

جدول ۷. توزیع فراوانی رتبه‌بندی وب سایتهای مورد مطالعه بر حسب میانگین امتیاز

دامنه (n=۱۰۰)

درصد فراوانی	فراوانی	مقیاس رتبه‌بندی
۰	۰	عالی

مقیاس رتبه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
قوی	۹۲	۹۲
متوسط	۶	۶
ضعیف	۱	۱
بسیار ضعیف	۱	۱
کل	۱۰۰	۱۰۰

در پاسخ به پرسش هشتم پژوهش، درباره وضعیت وب سایت‌های زنان بر اساس معیار «ساختار»، یافته‌های جدول شماره ۸ نشان می‌دهد از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی، ۶۵ وب سایت از نظر ساختار قوی و ۳۳ وب سایت متوسط بوده‌اند. بدین ترتیب، طراحان وب سایت‌های فارسی زبان زنان و خانواده به میزان قوی به ساختار وب سایت توجه داشته‌اند.

جدول ۸. توزیع فراوانی رتبه‌بندی وب سایت‌های مورد مطالعه بر حسب میانگین امتیاز ساختار (n=۱۰۰)

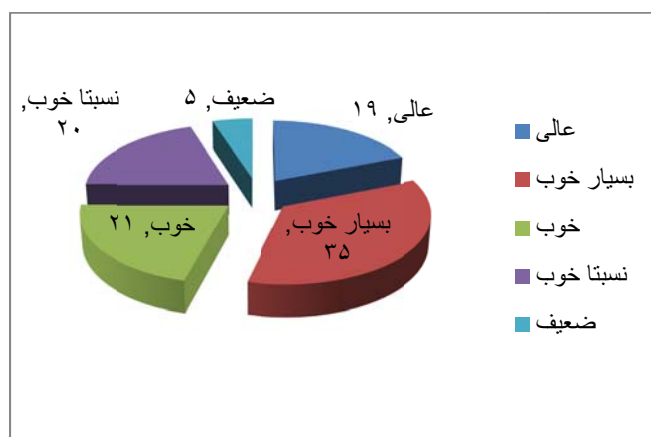
مقیاس رتبه‌بندی	فراوانی	درصد فراوانی
عالی	۲	۲
قوی	۶۵	۶۵
متوسط	۳۳	۳۳
ضعیف	۰	۰
بسیار ضعیف	۰	۰
کل	۱۰۰	۱۰۰

در پاسخ به پرسش نهم پژوهش، درباره وضعیت وب سایت‌های زنان از نظر استفاده از ابربرچسب‌ها، یافته‌ها نشان داد که فقط ۱۳ وب سایت از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی در طراحی وب سایت خود از ابربرچسب استفاده کرده‌اند.

همچنین در پاسخ به دهمین پرسش پژوهش مبنی بر استفاده از امکان بازخورد، یافته‌ها نشان داد که فقط ۳۹ وب سایت از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی این امکان را در طراحی وب سایت‌های زنان و خانواده در نظر گرفته‌اند.

در پاسخ به آخرین پرسش پژوهش، در مجموع، پس از محاسبه کل امتیازات برای هر وب سایت، مشخص شد تعداد ۱۹ مورد (۱۹ درصد) امتیازی بین ۸۲-۷۱ و رتبه عالی و قابل اعتماد، ۳۵ مورد (۳۵ درصد) امتیازی بین ۷۰-۶۴ و رتبه بسیار خوب (آن را در نظر داشته باشید)، ۲۱ مورد (۲۱ درصد) امتیازی بین ۶۳-۵۷ و رتبه خوب (ولی با احتیاط از آن استفاده کنید)، ۲۰ مورد (۲۰ درصد) امتیازی بین ۵۶-۵۰ را کسب کرده و رتبه نسبتاً خوب (ممکن است در مواردی مفید باشند ولی به اطلاعات ارائه شده بدون تحقیق اعتماد نکنید) را به خود اختصاص داده‌اند و ۵ وب سایت (۵ درصد) از ۱۰۰ وب سایت، امتیاز کمتر از ۵۰ را کسب کرده‌اند که نشان می‌دهد اطلاعات وب سایت کافی و مناسب نمی‌باشد. رتبه وب سایت‌های فارسی زبان زنان در نمودار زیر ارائه شده است.

نمودار شماره ۱. رتبه‌بندی وب سایت‌های فارسی زبان زنان



## بحث و نتیجه‌گیری

با گسترش و رشد سریع اینترنت در سال‌های اخیر، توجه به کیفیت وب سایت‌ها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار شده و نمی‌توان آن را نادیده گرفت، چرا که هیچ‌گونه برقراری ارتباط انسانی در صفحه‌های وب وجود ندارد و هر گونه برقراری ارتباط، از طریق صفحه وب سایت و در قالب تعامل انسان و رایانه ایجاد می‌شود. یافته‌های پژوهش حاضر که به منظور ارزیابی وب سایت‌های حوزه زنان و خانواده انجام شد، نشان داد از نظر محتوا، ۸۲ وب سایت قوی و ۷ وب سایت عالی بوده‌اند. این امر نشان از توجه مطلوب طراحان وب سایت‌ها به محتوای ارائه شده به کاربران است. نتایج پژوهش حاضر با نتایج پژوهش‌های زندیان و الوانکار (۱۳۹۱)، نوری آقکند و همکاران (۱۳۹۲)، حق شناس (۱۳۹۲)، آجیلی (۱۳۹۳)، و کومارسینگک، کومار و ماتور (۲۰۱۴) همسو است که همگی نشان از ارائه محتوای مناسب و در حد مطلوب توسط وب سایت‌های مورد مطالعه‌شان دارند.

از نظر کیفیت عملکرد، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد ۶۸ وب سایت امتیاز قوی و عالی به دست آورده‌اند که با یافته‌های پژوهش‌های نوری آقکند و همکاران (۱۳۹۲)، حق شناس (۱۳۹۲)، همسو است. در عین حال، با نتایج پژوهش‌های باقری نسب (۱۳۹۰)، علی بیگ و دیگران (۱۳۹۰)، فرهادپور و خلف آبادی (۱۳۹۴)، و دغاقله و همکاران (۱۳۹۳) که نشان از عملکرد متوسط و ضعیف وب سایت‌های مورد مطالعه‌شان دارد، متفاوت است.

روزآمد بودن مطالب وب سایت‌های زنان و خانواده با ۶۵ درصد در سطح متوسط قرار دارد. هرچند که وب سایت‌ها از این لحاظ در وضعیت متوسطی قرار دارند، ولی امکان افزایش سطح این ویژگی در وب سایت‌ها میسر و ضروری است. این مسئله توجه بیشتر طراحان وب سایت را به این ویژگی کیفی مهم می‌طلبد. نتایج سایر پژوهش‌ها مانند خالقی و داورپناه (۱۳۸۳)، و کیلی (۱۳۸۳)، عصاره و پاپی (۱۳۸۷)، باقری نسب (۱۳۹۰)، نوری آقکند و همکاران (۱۳۹۲)، نیز بر روزآمد سازی ضعیف وب سایت‌های مورد

مطالعه‌شان تأکید دارند. تنها پژوهش مردانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱)، و حق شناس (۱۳۹۲) نشان دهنده وضعیت خوب وب سایت‌ها از لحاظ روزآمدسازی است.

از نقطه نظر پیوند ۶۱ وب سایت قوی و ۳۱ وب سایت متوسط بوده‌اند. به عبارت دیگر، بیشتر پیوندهای درونی و بیرونی در وب سایت‌های زنان و خانواده کاربران را به نتایج دلخواه و منطقی و نیز سایر وب سایت‌های مرتبط با حوزه زنان و خانواده هدایت کرده و افزایش کیفیت وب سایت‌ها را موجب شده است. با این حال، ضروری است که طراحان و مدیران وب سایت به این ویژگی مهم توجه بیشتری داشته و شرایط مناسب‌تری در این خصوص برای کاربران فراهم سازند. نتایج پژوهش‌های فرودی (۱۳۸۰)، مردانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱)، حق شناس (۱۳۹۲) نیز وضعیت وب سایت‌های مورد مطالعه‌شان را از نظر پیوند خوب و عالی ارزیابی کرده‌اند. ولی پژوهش عصاره و پاپی (۱۳۸۷) و نوری آقکند و همکاران (۱۳۹۲) حاکی از پیوندهای ضعیف در وب سایت‌های مورد ارزیابی است.

پس از بررسی وب سایت‌های زنان و خانواده مشخص شد که ۶۲ وب سایت این ویژگی را در سطح قوی و عالی رعایت کرده و تنها ۲ وب سایت از نظر کاربرد اصول گرافیک در طراحی سایت ضعیف عمل کرده‌اند. به این ترتیب، می‌توان گفت در وب سایت‌های مورد مطالعه، از گرافیک در جذب مخاطبان استفاده شده و تنها در برخی وب سایت‌ها به این ویژگی کمتر توجه شده است. ضروری است طراحان وب سایت‌های حوزه زنان و خانواده در این خصوص توجه بیشتری نمایند، چرا که توجه به بُعد زیبایی‌شناسی وب سایت‌ها از طریق استفاده از گرافیک مناسب در کنار محتوای ارزشمند، باعث جلب نظر و اعتماد کاربران شده و ارتقای سطح کیفی وب سایت‌ها را به همراه دارد. عصاره و پاپی (۱۳۸۷) و نوری آقکند و همکاران (۱۳۹۲) نیز در پژوهش‌های خود گرافیک وب سایت‌های مورد مطالعه را در سطح متوسط ارزیابی کرده‌اند. در حالی که یافته‌های پژوهش مردانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱) و حق شناس (۱۳۹۲) به ترتیب بیان‌کننده وضعیت خوب و عالی وب سایت‌ها از بعد گرافیک است.

از لحاظ اعتبار، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از کل وب سایت‌ها، تعداد ۴۲ وب سایت از نظر رتبه قوی و ۱۸ وب سایت نیز عالی بوده‌اند. به بیان دیگر، ۶۰ درصد وب سایت‌ها رتبه اعتبار قوی و عالی بدست آورده‌اند. در عین حال، ۲۴ وب سایت در سطح متوسط و ۱۴ وب سایت نیز در سطح ضعیف قرار دارند. به این ترتیب، هر چند طراحان در بیش از نیمی از وب سایت‌ها به مؤلفه‌های مهم در ویژگی اعتبار وب سایت توجه داشته‌اند، ولی با این حال در حد لزوم به این ویژگی مهم در بین تمامی وب سایت‌های مورد مطالعه توجه و پرداخته نشده است. از دیدگاه اهل فن، توجه به سابقه علمی نویسنده در ارزیابی کیفیت وب سایت‌ها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بی شک، وب سایت‌هایی دارای اعتبار هستند که متخصص یا متخصصان موضوعی یا سازمان و مؤسسه‌ای که دانش و مهارت لازم را در آن زمینه موضوعی دارد، ایجاد کرده باشد. از سوی دیگر، کاربران با مطالعه سابقه و تخصص علمی نویسنده وب سایت، با وی بیشتر آشنا شده و اطمینان و اعتماد کاربران را نیز به دنبال خواهد داشت و در نهایت، سبب افزایش اعتبار وب سایت می‌شود. یافته‌های پژوهش فرودی (۱۳۸۰)، مردانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱)، فرهادپور و خلف آبادی (۱۳۹۴)، دغاقله و همکاران (۱۳۹۳) نیز نشان از وضعیت خوب و نسبتاً خوب وب سایت‌های مورد مطالعه از نقطه نظر اعتبار دارد. در حالیکه وب سایت‌های مورد مطالعه در پژوهش عصاره و پاپی (۱۳۸۷)، و حق شناس (۱۳۹۲) از لحاظ اعتبار در وضعیت متوسطی قرار دارند. باقری نسب (۱۳۹۰)، نوری آفکنند و همکاران (۱۳۹۲) نیز اعتبار وب سایت‌های مورد ارزیابی خود را در سطح عالی و بسیار مطلوب بیان کرده‌اند. تنها در پژوهش کومارسینگ و همکاران (۲۰۱۴) وب سایت‌ها از لحاظ اعتبار رتبه پایینی کسب کرده‌اند.

در پژوهش حاضر، تعداد ۹۲ وب سایت از نظر دامنه، امتیاز قوی بدست آورده‌اند. یافته‌های پژوهش حق شناس (۱۳۹۲) نیز نشان از سطح خوب وب سایت‌های مورد مطالعه دارد.

از لحاظ ساختار، از ۱۰۰ وب سایت حوزه زن و خانواده مورد ارزیابی، ۶۵ وب سایت از نظر رتبه ساختار قوی و ۳۳ وب سایت متوسط بوده‌اند. به این معنی که دسترسی به

اکثریت وب سایت‌ها در هر بار مراجعه امکان‌پذیر بوده است و کاربران به راحتی می‌توانند در هر بار مراجعه به وب سایت‌های مورد نظر خود به اطلاعات مورد نیاز دست یابند. یافته‌های پژوهش عصاره و پایی (۱۳۸۷)، مردانی نژاد و همکاران (۱۳۹۱) و آجیلی (۱۳۹۳) نیز نشان از وضعیت خوب وب سایت‌های مورد مطالعه از لحاظ ساختار دارد. نوری آفکنند و همکاران (۱۳۹۲) وضعیت ساختار وب سایت‌های مورد مطالعه خود را متوسط و حق شناس (۱۳۹۲) وضعیت را در سطح عالی ارزیابی کرده‌اند. تنها پژوهش هیل و همکاران (۲۰۱۰) حاکی از وضعیت نامناسب وب سایت‌ها از نقطه نظر ساختار است.

درباره وضعیت وب سایت‌های زنان از نظر استفاده از ابربرچسب‌ها، یافته‌ها نشان داد که فقط ۱۳ وب سایت از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی در طراحی وب سایت خود، از ابربرچسب استفاده کرده‌اند که نشان از وضعیت بسیار ضعیف دارد. در پژوهش مهرداد و گیلوری (۱۳۸۶) نیز میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی تنها ۹/۲۶ درصد است. در حالی که یافته پژوهش بهمن آبادی (۱۳۸۲) استفاده بیش از ۹۰ درصدی سایت‌های مورد بررسی از برچسب‌های راهنما را مشخص می‌سازد. همچنین، نوری آفکنند، مطلبی و علیپور حافظی (۱۳۹۲) میزان استفاده از ابربرچسب‌ها را در وب سایت‌های مورد ارزیابی خود در سطح متوسط و حق شناس (۱۳۹۲) در سطح خوب گزارش داده‌اند.

همان‌طور که یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد، فقط ۳۹ وب سایت از ۱۰۰ وب سایت مورد بررسی امکان بازخورد از کاربران را در طراحی وب سایت‌ها در نظر گرفته‌اند که در سطح قابل قبولی نیست. در بعد تعامل و بازخورد، یافته‌های این تحقیق با یافته‌های پژوهش زندیان و الوانکار (۱۳۹۱) همسو است که در آن پژوهش نیز وب سایت‌های مورد بررسی، از لحاظ این ویژگی در سطح نامناسب قرار دارند.

در مجموع، نتایج پژوهش حاضر، نشان از عملکرد نسبتاً خوب طراحان و دست‌اندرکاران وب سایت‌های فارسی زبان زنان دارد، به طوری که وضعیت بیش از نیمی از وب سایت‌های مورد بررسی در سطح قابل قبولی است. با این همه، با توجه به نوع مخاطبان (زنان ایرانی)، به لحاظ نقش مادری و همسری و نقش‌های اجتماعی متنوع، و اثرگذاری

این قشر بر ابعاد فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی خانواده و جامعه، پیشنهاد می‌شود مسئولان، دست‌اندرکاران، طراحان و متولیان این امر به لحاظ ساختاری، فنی، و محتوایی بیش از پیش به کیفیت وب سایت‌های حوزه زنان و خانواده توجه داشته باشند و در افزایش کیفیت این وب سایت‌ها، با در نظر گرفتن معیارهای مورد بررسی در پژوهش حاضر، به ویژه معیارهای روزآمدی، وجود پیشینه و سابقه علمی نویسنده و سازمان، نقشه و راهنمای سایت، اطلاعات تماس، و پیوندهای بیرونی، اهتمام ورزند.



## فهرست منابع

۱. آجیلی، فاطمه (۱۳۹۳). بررسی ویژگی‌های ظاهری، ساختاری و محتوایی وب‌سایت‌های نشریات علمی پژوهشی ایران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه قم، دانشکده علوم انسانی.
۲. امین پور، فرزانه؛ اطرح، زهرا (۱۳۸۹). رتبه‌بندی وب‌سایت‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی تیپ یک ایران. مدیریت اطلاعات سلامت، ۷(۱): ۹۴-۱۰۲.
۳. باقری نسب، فریده (۱۳۹۰). بررسی و رتبه‌بندی وب‌سایت‌های فارسی مذهب شیعه با استفاده از معیارهای سیلبرگ، اس.ام. آر.تی و اکشن فور هلس. تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۷(۲): ۳۰۵-۳۳۶.
۴. بهمن آبادی، علیرضا (۱۳۸۲). بررسی میزان استفاده از برجسب‌های راهنما در سایت‌های وب فارسی، فصلنامه کتاب، ۵۴(۳): ۲۳-۳۵.
۵. حاجی زین العابدینی، محسن؛ خسروی، عبدالرسول (۱۳۸۶). معیارهای ارزیابی سایت‌های فارسی زبان تخصصی زنان، فصلنامه مطالعات فرهنگی - دفاعی زنان، ۳(۱): ۶۱-۸۲.
۶. حق شناس، سمانه (۱۳۹۲). ارزیابی وب‌سایت‌های ناشران عمومی در ایران با استفاده از ابزار ارزیابی کیفیت وب سایت‌ها (دبلیو. کیو. ای. تی). پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام رضا (ع)، دانشکده علوم انسانی و مدیریت.
۷. خالقی، نرگس؛ داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۳). بررسی وب‌سایت‌های ایرانی بر اساس معیارهای عمومی ارزیابی وب‌سایت‌ها، مطالعات تربیتی و روانشناسی، ۵(۲): ۱۲۱-۱۴۳.
۸. دغاقله، نغمه؛ بیگدلی زاهد؛ عظیمی، محمد حسن (۱۳۹۳). ارزیابی کیفی پورتال‌های شرکت‌های تابعه وزارت نفت ایران با استفاده از وب کیو ای ام، پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۲۹(۴): ۱۰۶۹-۱۰۸۹.
۹. دیلمقانی، میترا؛ حجازی، علیرضا (۱۳۸۶). اثربخشی اینترنت در ارتقای دانش عمومی بانوان. مجموعه مقالات منتخب همایش سراسری زنان و اینترنت در هزاره سوم، تدوین و ویرایش مهرشاد شبابی، فرشته ولویون، مهناز جزایری. تهران: بروج: ۱۱۱-۱۲۲.
۱۰. زندیان، فاطمه، و الوانکار، الهام (پاییز ۱۳۹۱). ارزیابی وبگاه موزه‌های ایران با استفاده از میوزیم کوال، فصلنامه گنجینه اسناد، ۲۲(۳): ۷۴-۸۷.
۱۱. عصاره، فریده؛ پاپی، زینب (۱۳۸۷). ارزیابی کیفیت وب‌سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاه‌های دولتی ایران به منظور ارائه پیشنهادهایی در جهت ارتقای کیفیت آن‌ها، علوم و فناوری اطلاعات، ۲۳(۴): ۳۵-۶۹.
۱۲. عصاره، فریده؛ پاپی، زینب (۱۳۸۸). کیفیت وب‌سایت‌های کتابخانه‌ای: مروری بر ابزارها و معیارها، فصلنامه کتاب، ۷۸: ۲۸۵-۲۹۸.
۱۳. علی بیک، محمد رضا؛ جمشیدی اورک، روح انگیز؛ حاجی زین العابدینی، محسن؛ پاشازاده، فریبا (۱۳۹۰). ارزیابی کیفی وب‌سایت‌های کتابخانه‌های مرکزی دانشگاه‌های علوم پزشکی کشور ایران با استفاده از روش وب کیو ای ام، مدیریت سلامت، ۱۴(۴۳): ۶۳-۷۷.
۱۴. فرودی، نوشین (۱۳۸۰). ارزیابی صفحات وب کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و ارائه الگوی پیشنهادی. پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، تهران.

۱۲۰ /// فصلنامه علوم و فنون مدیریت اطلاعات (سال اول، شماره اول، زمستان ۱۳۹۴)

۱۵. فرهادپور، محمدرضا؛ خلف آبادی، راضیه (تابستان ۱۳۹۴). ارزیابی کیفی وبگاه‌های کودکان و نوجوانان ایران با استفاده از مدل وب کیو. ای. ام.، فصلنامه مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات، ۲۶ (۲): ۹۱-۱۱۰.
۱۶. مردانی نژاد، علی؛ فرهادی، آید؛ خانجانی، طاهره؛ امیری مقدم، مرجان (۱۳۹۱). ارزیابی کیفیت وب سایت‌های واحدهای آموزش مجازی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران و جهان، گام‌های توسعه و آموزش پزشکی، ۹ (۲): ۱۷۹-۱۹۰.
۱۷. مهرداد، جعفر؛ گیلوری، عباس (۱۳۸۶). مجلات الکترونیکی فارسی و ابربرچسب‌ها: بررسی میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی مجلات الکترونیکی فارسی، فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۵ (۲): ۱۶۵-۱۸۷.
۱۸. نوری آقکند، آذر؛ مطلبی، داریوش؛ علی‌پورحافظی، مهدی (۱۳۹۲). ارزیابی وبگاه مجله‌های کتابداری و اطلاع‌رسانی بر اساس ابزار ارزیابی کیفیت (WQET)، فصلنامه نظام‌ها و خدمات اطلاعاتی، ۲ (۳): ۱-۱۲.
۱۹. وکیلی، روشنک (۱۳۸۳). رتبه‌بندی سایت‌های عفونی و ویروسی بر اساس معیارهای دابلینوچ‌ا و سیلیبرگ. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، تهران.
۲۰. یوسفی فرد، مهرداد؛ فدایی، غلامرضا (۱۳۸۸). ارائه ویژگی‌های مناسب برای سیستم‌های مدیریت محتوای وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران بر اساس عناصر مطرح در وب سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی دنیا، تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی، ۱۵ (۱): ۶۵-۹۳.

21. Carlos, Vera Silva; Rodrigues, Ricardo Gouveia (2012). Web site quality evaluation in Higher Education Institutions, *Procedia Technology*, 5 : 273 – 282
22. Hill, Grant M., Tucker, Michael, Hannon, James, Physical Educator (2010). An Evaluation of Secondary School Physical Education Websites, *Physical Educator*, 67 (3).
23. Kumar singh, kavindra; kumar, Praveen; mathur, jitendra (2014). Implementation of a model for websites quality evaluation- DU website, *international journal of innovations & advancement in computer science (IJACS)*, 3 (1): 27-37.
24. McInerney, C. & Bird, N. (2004). Assessing Website quality in context: retrieving information about genetically modified food on the Web. *Information Research*, 10 (2) paper 213 [Available at <http://InformationR.net/ir/10-2/paper213.html>]
25. Nasajpour, Mohammad Reza; Ashrafi-rizi, Hasan; Soleymani, Mohammad Reza; Shahrzadi, Leila; Hassanzadeh, Akbar (2014). Evaluation of the quality of the college library websites in Iranian medical Universities based on the Stover model, *J Edu Health Promot*, 3 (121).
26. Robbins SS, Stylianou AC. (2003). Global corporate web sites: an empirical investigation of content and design. *Information & Management*, 40(3): 205- 210.
27. Subramaniam, hema; Abdullah, rusli; mohd zin, nor hafiza; almasi, mohammad moein (2013). Quality evaluation of Malaysia online fast food restaurant websites, *world academy of science, engineering and technology*, 74: 409-413.

# وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم

## پزشکی کرمانشاه\*

(صفحات ۱۴۰-۱۲۱)

الهام رشیدی<sup>۱</sup>

### چکیده

**هدف:** پژوهش حاضر، با هدف شناسایی میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه از وب ۲ انجام شده است.

**روش:** پژوهش حاضر کاربردی و با روش پیمایشی صورت گرفته و جمع آوری اطلاعات از طریق پرسشنامه انجام گرفته است. جامعه آماری آن کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه است که ۳۹ نفر می‌باشند. اطلاعات به دست آمده از پاسخگویان با استفاده از روش آمار توصیفی و استنباطی از جمله تحلیل واریانس یک طرفه، آزمون تی دو نمونه ای مستقل و ضریب همبستگی پیرسون مورد تحلیل قرار گرفت.

**یافته‌ها:** یافته‌ها نشان داد کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در حد متوسط (۴۳/۵۹٪) با ابزارهای وب ۲ آشنایی دارند و کتابداران از ابزارهای وب ۲ در حد کم (۵۳/۸۵٪) استفاده می‌کنند. و بیشترین مشکلی که کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی با آن مواجه هستند، کمبود منابع الکترونیکی مورد نیاز است. همچنین یافته‌ها نشان داد که از دیدگاه کتابداران، بهترین ابزار برای اطلاع رسانی در کتابخانه‌ها وبلاگ (۱۸/۱٪) و ضعیف‌ترین ابزار نیز فلیکر و یادکست (۸/۱٪) است.

**اصالت:** پژوهش حاضر با توجه به ضرورت یادگیری و استفاده از فناوری اطلاعات در عصر حاضر انجام گرفته است. وب ۲ نیز یکی از این امکانات است که در بهبود مهارت کتابداران اثر می‌گذارد.

**کلیدواژه‌ها:** ابزارهای وب ۲، کتابداران، کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، فناوری

اطلاعات، منابع الکترونیکی

1. Web 2

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۹/۱۶

۲ کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی، کتابدار کتابخانه شهید مطهری، اداره کل استان کرمانشاه، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور  
rashidi.elham88@gmail.com

## مقدمه

در دو دهه‌ی گذشته شاهد تحولات سریع کتابخانه‌ها در بهره‌گیری از فناوری اطلاعات بوده‌ایم. کتابخانه‌ها خدمات خود را مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشرفته توسعه داده‌اند. یکی از این فناوری‌های معمول، وب ۲ است که به عنوان نسل دوم فناوری برای ارتباطات پدید آمده است. وب ۲ به شدت در عرصه‌ی تجارت الکترونیک، تبلیغات آنلاین و همچنین سایر خدمات آنلاین بکار گرفته شده است (کونگک لین، ۲۰۰۸). بنابراین کتابداران نیز باید برای تسهیل روند دسترسی به اطلاعات و آسان‌سازی استفاده از کتابخانه‌ها اقدام اساسی کنند. در ویکی پدیا آمده که واژه‌ی وب ۲ نخستین بار توسط تیم اوریلی و دیل دورتی<sup>۱</sup> از شرکت اوریلی مدیا ابداع شده است. نسل نخست وب که ثابت و فقط خواندنی<sup>۲</sup> است، به نسل جدید وب ۲ که پویا و خواندنی/نوشتنی<sup>۳</sup> است تغییر یافته

---

1. Tim O'Reilly & Dale Dougherty  
2. Read Only  
3. Read / Write

است (سولیوان<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). وب ۲ مفهومی است که بر اساس آن تعامل با محتوای وب، به مثابه تعامل با محتوای موجود در رایانه‌های شخصی است؛ دنیایی که در آن هر کنشی، چون فشار بر هر دکمه و پیوندی، واکنشی آنی و بی درنگ در بر خواهد داشت، به طوری که کاربر احساس می‌کند در حال استفاده از یک نرم افزار نصب شده بر سیستم خود است. به عبارتی، این نسل از وب کاربر سالار (ایزدپناه، ۱۳۸۴) و شامل جنبه‌های بیشتری برای تعامل انسان‌ها (مانند مکالمه و گفتگو، شبکه‌سازی بین شخصی، شخصی کردن و فرد گرایی) است (آبرام<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵). ویکی‌ها، پادکست‌ها<sup>۳</sup>، پیام‌رسانی فوری، آر.اس. اس. اس<sup>۴</sup>، وبلاگ، فلیکر<sup>۵</sup>، فیس بوک<sup>۶</sup> و مانند آن، از جمله قابلیت‌های جدید وب هستند. چنین کاربردی از وب به عنوان نوعی ابزار تعامل اجتماعی، موجب پدید آمدن بحثی با نام وب ۲ به مثابه گونه جدیدی از وب پدید آورده است (کشاورز، ۱۳۸۷). در محیط وب ۲ کتابداران باید بکوشند ارتباط بین کاربران و کتابخانه را نگاه دارند. لازمه این امر، تحول به سوی کتابدار ۲ است (پلیتر-دویس<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹). کتابدار ۲ باید بین فناوریهای اطلاعات و مردم ارتباط ایجاد کند. لذا باید مانند معلمی قابلیت‌های وب ۲ و کتابخانه ۲ را به کاربران بیاموزد، آن‌ها را با این اصطلاحات آشنا سازد و در هر مکان و زمانی که کاربر حضور دارد، کتابدار ۲ نیز حضور داشته باشد. در عصری که وب ۲ سیر صعودی خود را در زمینه‌های گوناگون می‌پیماید و کاربران نیز به کاربران ۲ تبدیل می‌شوند، برای کتابدار ۲ شدن باید بکوشیم. بدیهی است که کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی نیز در این میان سهمی دارند و با توجه به محیط کاری و ارتباط با دانشجویان و ارائه خدمات متنوع به آن‌ها، بایستی مجهز به مهارت‌های وب ۲ باشند تا بتوانند پاسخگوی نیاز اطلاعاتی جامعه‌ی مراجعه‌کننده خود باشند و به طور رضایت بخشی نیاز کاربران را مرتفع سازند.

---

1. Solivan  
2. Abram  
3. Padeksts  
4. R. S. S  
5. Flickr  
6. facebook  
7. Politer-Doice

البته سرعت و دقت ارائه‌ی خدمات به کاربران کتابخانه‌های دانشگاهی اهمیت دارد و وب ۲ ابزارهایی فراوان دارد. از جمله ابزارهایی که در پژوهش حاضر بررسی شده، شامل: وبلاگ، آر.اس.اس، فیس بوک، ویکی، آی ام (پیام فوری)، فلیکر و پادکست و... که در زندگی شخصی کاربران اثر گذارند و کاربران از این ابزارها استفاده می‌کنند. لذا فناوری جدید وب ۲ نیز خواه یا ناخواه به کتابخانه‌ها وارد می‌شود و بر کتابخانه‌ها اثر گذار است. کتابداران باید با این ابزارها آشنایی کافی داشته باشند تا بتوانند نیاز روز کاربران را در محیط کتابخانه - حتی بدون مراجعه‌ی حضوری آنان - پاسخ دهند و رسالت خود یعنی خدمت به کاربران را به انجام رسانند. بنابراین مسئله اصلی پژوهش، بررسی میزان آشنایی و استفاده‌ی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه از ابزارهای وب ۲ می‌باشد.

برای رسیدن به پاسخ این مسئله، پرسش‌ها و فرضیات زیر مطرح می‌شود:

### پرسش‌های اساسی پژوهش

۱. میزان آشنایی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه با ابزارهای وب ۲ چه اندازه است؟
۲. میزان استفاده‌ی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه از ابزارهای وب ۲ چه اندازه است؟
۳. چه چالش‌هایی پیش روی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در استفاده از ابزارهای وب ۲ قرار دارد؟
۴. بهترین ابزار وب ۲ برای اطلاع رسانی و استفاده در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه، از دیدگاه کتابداران آن کدام است؟

### فرضیه‌های پژوهش

۱. بین آشنایی کتابداران با فناوری‌های نوپدید (وب ۲) و ارائه خدمات از این طریق، رابطه وجود دارد.

۲. بین رشته تحصیلی کتابداران و استفاده ی آنان از ابزارهای وب ۲ تفاوت وجود دارد.

### پیشینه پژوهش

وب ۲ به عنوان مبحثی جدید و مناقشه آمیز وارد مقوله‌ی علوم ارتباطات و فناوری شده و بخش مهمی از خدمات کتابخانه‌ها را نیز در بر گرفته است. کتابداران نیز باید فرصت مهم استفاده از ابزارهای وب ۲ را گسترش و سواد اطلاعاتی خود را نیز افزایش دهند. پژوهشگران نیز با توجه به اهمیت روزافزون این مقوله، تحقیقاتی در این زمینه سامان داده‌اند که در این بخش، برخی از پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج از کشور معرفی شده‌اند.

جدول ۱: مروری بر پژوهش‌های انجام گرفته در زمینه وب ۲

پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
۱ فرامکین <sup>۱</sup> (۲۰۰۵)	کاربرد ویکی در کتابخانه دیجیتال	استفاده از ویکی باعث افزایش مشارکت و تعامل در کتابخانه‌های دیجیتال است.
۲ کونگ لین <sup>۲</sup> (۲۰۰۷)	بررسی و شناسایی کاربرد- های وب ۲ در کتابخانه- های دانشگاهی استرالیا	شاخص و میانگین استفاده از وب ۲ پایین است
۳ آهارونی <sup>۳</sup> (۲۰۰۹)	میزان استفاده دانشجویان رشته کتابداری و اطلاع رسانی از وب ۲	بیشترین میزان استفاده، به ویکی و کمترین میزان به آر.اس.اس. مربوط است.

- 1 . Frumkin.
- 2 . Cuong Linh.
- 3 . Aharony.

پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
۴ بورهانا و سالم ۱ (۲۰۰۹)	بررسی فناوریهای وب ۲ در یک کتابخانه دانشگاهی با تمرکز بر دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایالتی کنت	دانشجویان از شبکه‌های اجتماعی نسبت به سایر ابزارهای وب ۲ بیشتر استفاده می‌کنند.
۵ چن و چو <sup>۲</sup> (۲۰۰۹)	میزان سازگاری وب سایت کتابخانه‌های دانشگاهی نیویورک بر روی ۸۸ کتابخانه	حدود نیمی از کتابخانه‌های دانشگاهی، از به کارگیری ابزارهای وب ۲ چون ویلاگها، پیام رسان های فوری، آر.اس.اس و شبکه‌های اجتماعی بهره می‌برند در بین کاربردهای وب ۲، استفاده از پیام رسانی فوری بیشترین کاربرد را داشته است
۶ چوا و گو <sup>۳</sup> (۲۰۱۰)	بررسی میزان استفاده از ابزارهای وب ۲ در ۱۲۰ کتابخانه عمومی و دانشگاهی از شمال آمریکا، اروپا و آسیا و نیز بررسی افزایش کیفیت وب سایت با کمک این ابزارها	استفاده از ابزارهای وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی در مقیاسی بیشتر از کتابخانه‌های عمومی، بوده است و استفاده از ابزارهای وب ۲ تأثیر مثبتی بر افزایش کیفیت وب سایت کتابخانه دارد.
۷ هان <sup>۴</sup> (۲۰۱۰)	بررسی کاربردهای وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاهی برتر چین	اغلب این کتابخانه‌ها تنها از یک یا دو مورد از کاربردهای وب ۲ در خدمات خود استفاده می‌کنند. از بین ۶ ابزار مورد بررسی در این پژوهش، آر.اس.اس.بیشترین کاربرد، و آی.ام.، ویلاگ، ویکی و سایتهای شبکه سازی اجتماعی، کمترین کاربرد را داشته‌اند.

1 . Burhanna, Seeholzer and Salem.

2 . Chen, Ouyang and Chu.

3. Chua & Goh.

4 . han.



وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه /// ۱۲۷

پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
۸ امانوئل <sup>۱</sup> (۲۰۱۲)	بررسی استفاده از وب ۲ در کتابخانه و آموزش علوم اطلاعات در مورد یونان پرداخته است	بسیاری از دانش‌آموزان به اکثر ابزار وب ۲ آگاه هستند. وبلاگ و ویکی نخستین ابزار انتخابی آنها برای یادگیری است. دانش‌آموزان بر این باور هستند که ارتباط مستقیمی بین متخصصین کامپیوتر و کتابداران برای تدریس ابزار وب ۲ وجود دارد چراکه این همکاری به نفع آنها می‌باشد.
۹ کرمی (۱۳۸۴)	بررسی رویکردهای ممکن به پدیده وبلاگ از نقطه نظر خدمات کتابداری و اطلاع رسانی	در بیشتر وبلاگها هدف، تهیه اخبار و اطلاعات برای کاربران و کتابداران می‌باشد، بیش از نیمی از وبلاگها برای اشاعه‌ی اطلاعات از آ.اس.اس استفاده کرده‌اند.
۱۰ اسفندیاری مقدم و حسینی شعار (۱۳۹۰)	میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب ۲	میزان آشنایی کتابداران با امکانات و قابلیت‌های وب ۲ در سطح متوسط و میزان استفاده آنها از امکانات و قابلیت‌های وب ۲ در سطح متوسط و پایین است. بیشترین توانایی کتابداران در استفاده از ایمیل و وبلاگ است و کمترین توانایی آنها در استفاده از فلیکر است.
۱۱ عبدخدا و محمدی (۱۳۹۰)	بررسی میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های علوم پزشکی شهر تهران که شامل کتابخانه‌های علوم پزشکی تهران، ایران و شهید بهشتی در سال ۸۸	میزان آشنایی با وب به خصوص وب‌های نسل جدید و امکانات آن پایین است. میزان استفاده از وب جهت خدمت رسانی به مراجعین چشمگیر نیست. و برگزاری دوره‌های بازآموزی و حین خدمت با موضوع وب ۲ در ترغیب کتابداران حوزه علوم پزشکی نسبت به شناخت وب و به کارگیری آن در خدمات کتابخانه‌ای از مواردی است که باید به آن پرداخته شود.

پژوهشگر	موضوع پژوهش	نتیجه پژوهش
علی‌پور (۱۳۹۱)	مقایسه تطبیقی میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه-های عمومی و دانشگاهی همدان از قابلیت‌های وب ۲	میزان آشنایی کتابداران کتابخانه های عمومی همدان با امکانات و قابلیت‌های وب ۲ در حد کمی و میزان آشنایی کتابداران کتابخانه های دانشگاهی همدان در حد متوسطی است. میزان استفاده کتابداران کتابخانه های عمومی و دانشگاهی از امکانات و قابلیت‌های وب ۲۰۰ در حد کم متوسطی است. بیشترین توانایی کتابداران کتابخانه های عمومی و دانشگاهی در استفاده از پست الکترونیکی و وبلاگ بوده و کمترین توانایی نیز در زمینه استفاده از فلیکر و ویکی است.

از بررسی پژوهش‌های پیشین چنین بر می‌آید که پژوهشگران، یک یا چند مورد از امکانات و قابلیت‌های وب ۲/۰ را انتخاب و بررسی کرده‌اند. آنان بین کتابداران شاغل و دانشجویان رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی در استفاده از این امکانات و قابلیت‌ها، تفاوت قایل شده‌اند. نیاز به تحقیق و بررسی در زمینه وب ۲/۰ و استفاده کتابخانه‌های دانشگاهی از این امکانات و قابلیت‌ها لازم و ضروری است، چون بررسی‌ها در این زمینه (در ایران) به صورت نظری بوده و تنها پژوهش‌هایی به طور خاص (درباره یکی از ابزارها، و نه کاربرد آن در کتابخانه‌های دانشگاهی) انجام شده است. کتابخانه‌ها نیز، باید تغییرات جدید را در کتابخانه‌ها وارد کنند و برای بقای خود آن را بپذیرند. برای این امر، باید ابتدا سعی شود امکانات و قابلیت‌های وب ۲/۰ را در کتابخانه‌های دانشگاهی به کاربران و کتابداران شناسانده و سپس میزان تأثیر و مفید بودن آن‌ها سنجیده شود و در نهایت، برای کاربرد این امکانات و قابلیت‌ها تصمیم‌گیری کرد. این روند به آشنایی و آگاهی کتابداران با امکانات و قابلیت‌های وب ۲/۰ نیاز دارد تا پس از سنجش میزان آشنایی آنان، میزان استفاده، کاربرد-گرا بودن، و کیفیت خدمات ارائه شده از این طریق، بررسی گردد.

## روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که به روش پیمایشی و با رویکرد توصیفی انجام شده است. جامعه‌ی آماری مورد پژوهش، تمام ۴۸ کتابدار کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه است. از سرشماری برای کسب اطلاع در مورد جامعه استفاده شد. ابزار مورد استفاده جهت گردآوری داده‌ها، پرسشنامه‌ی محقق ساخته‌ای است که بر اساس مرور متون مرتبط طراحی شده است. پرسشنامه بین کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه توزیع گردید که در این میان ۹ نفر از کتابداران حاضر به همکاری نشدند و در نتیجه، حجم مورد مطالعه به ۳۹ نفر کاهش یافت.

جهت روایی، پرسشنامه برای ۱۰ نفر استاد کتابداری ارسال گردید و در نهایت، نظرهای سودمند آنان در پرسشنامه نهایی اعمال گردید. در این تحقیق برای تعیین پایایی، ابتدا پرسشنامه بین ۳۰ نفر از کتابداران که به عنوان پیش نمونه اولیه انتخاب شده بودند، توزیع گردید. سپس با استفاده از نرم افزار اس. پی. اس. اس<sup>۱</sup> ویرایش ۱۸ ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه محاسبه شد که مقدار آن برابر با ۰/۹۳۵ شد.

بر اساس نتایج به دست آمده در پژوهش حاضر، از لحاظ جنسیت، تعداد ۱۷ نفر (۴۳/۶٪) را مرد، ۲۲ نفر (۵۶/۴٪) را زن تشکیل داده اند، از نظر سن، ۲۶ تا ۳۰ سال ۳ نفر (۷/۶٪)، ۳۱ تا ۳۵ سال ۱۲ نفر (۳۰/۷٪)، ۳۶ تا ۴۰ سال ۶ نفر (۱۵/۴٪)، ۴۱ تا ۴۵ سال ۹ نفر (۲۳/۱٪)، ۴۶ تا ۵۰ سال ۸ نفر (۲۰/۵٪) و بی پاسخ ۱ نفر (۲/۷٪) می باشد.

از لحاظ سطح تحصیلات، جامعه آماری مورد پژوهش دارای ۴ نفر (۱۰/۳٪) دیپلم، ۳ نفر (۷/۷٪) فوق دیپلم، ۲۲ نفر (۵۶/۴٪) لیسانس و ۱۰ نفر (۲۵/۶٪) فوق لیسانس و بالاتر می باشند. جامعه آماری مورد پژوهش همچنین دارای ۲۵ نفر (۶۴/۱٪) رشته کتابداری و ۱۳ نفر (۳۳/۲٪) رشته های غیر کتابداری می باشد. ضمناً ۱ نفر (۲/۷٪) به این سوال پاسخ نداده است.

### پاسخ به پرسش‌ها و فرضیه‌های پژوهش

پرسش ۱: میزان آشنایی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی با وب ۲ چه اندازه است؟

برای پاسخگویی به پرسش ۱، داده‌های جدول ۲ جمع‌آوری شده است.

جدول ۲. توزیع کتابداران بر حسب میزان آشنایی آنها با ابزارهای وب ۲

میزان آشنایی با ابزارهای	فراوانی	درصد
وب ۲		
کم	۱۴	۳۵/۹
متوسط	۱۷	۴۳/۵۹
زیاد	۸	۲۰/۵۱
جمع	۳۹	۱۰۰
انحراف معیار	میانگین	نمره
۴/۵	۱۵/۲۱	نمره حدداقل ۸ حداکثر ۲۴

با توجه به یافته‌های جدول ۲، میزان آشنایی بیشتر کتابداران با ابزارهای وب ۲/۰ در حد متوسط (۴۳/۵۹٪) است. با پاسخ به این سؤال، مشخص شد که بیشتر کتابداران، یا با ابزار وب ۲/۰ آشنا نیستند یا با تعدادی از ابزار وب ۲ آشنایی کمی دارند. پیشنهاد می‌شود برای آشنایی کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه با ابزارهای وب ۲/۰ برنامه‌ریزی‌هایی (مانند برگزاری کارگاه آموزشی و ...) انجام گیرد.

پرسش ۲: میزان استفاده‌ی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه از ابزارهای وب ۲ چه اندازه است؟

با توجه به پرسش ۲، توزیع کتابداران بر حسب میزان استفاده آنان از ابزارهای وب ۲ در جدول ۳ قابل مشاهده است:

جدول ۳. توزیع کتابداران برحسب میزان استفاده‌ی آنان از ابزارهای وب ۲/۰

میزان استفاده از ابزارهای وب ۲/۰		فراوانی	درصد
کم	۲۱	۵۳/۸۵	
متوسط	۱۴	۳۵/۹	
زیاد	۴	۱۰/۲۵	
جمع	۳۹	۱۰۰	
انحراف معیار	میانگین	نمره	نمره
۳/۶۶	۱۴/۲۶	حداقل	حداک
		۱۰	۲۳

همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، میزان استفاده‌ی بیشتر کتابداران از ابزارهای وب ۲/۰ در حد کم (۵۳/۸۵٪) است. طبق نتایج به دست آمده از جدول ۲، میزان شناخت کتابداران از ابزارهای وب ۲ نیز در سطح متوسطی است. بنابراین، یافته‌های جدول ۲ نیز تأیید می‌شود، زیرا هر اندازه میزان آشنایی با وب ۲/۰ کم باشد، استفاده‌ی از این ابزار نیز پایین خواهد بود.

پرسش ۳: چه مشکلاتی پیش روی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در استفاده از ابزارهای وب ۲ قرار دارد؟ برای پاسخگویی به پرسش ۳، داده‌های جدول ۴ ارائه شده است که در زیر قابل مشاهده می‌باشد:

جدول ۴. توزیع فراوانی مشکلات استفاده از ابزارهای وب ۲ از نظر کتابداران در بین

جامعه مورد پژوهش

درصد	تعداد	مشکلات استفاده از وب ۲
۲۸	۱۴	عدم وجود منابع الکترونیکی مورد نیاز
۱۰	۵	عدم همکاری مدیران با کتابداران در جهت استفاده از ابزارهای وب ۲
۱۲	۶	عدم آشنایی کافی کتابداران به زبان خارجی برای استفاده از ابزارهای وب
۱۴	۷	عدم وجود تجهیزات و امکانات
۲۰	۱۰	مشکلات آموزشی برای استفاده از ابزارهای وب ۲
۱۶	۸	مشکلات سیاسی و امنیتی برای استفاده از ابزارهای وب ۲
۱۰۰	۵۰	جمع

یافته‌های جدول ۴ نشان می‌دهد که بیشترین مشکلی که کتابداران دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه با آن مواجه می‌شوند، عدم وجود منابع الکترونیکی مورد نیاز (۲۸٪) است. مسئولان امر و مدیران باید بکوشند که برای رفع این مشکل، منابع مورد نیاز کتابداران را جهت ارائه هر چه بهتر خدمات تامین کنند.

پرسش ۴: بهترین ابزار وب ۲ برای اطلاع رسانی و استفاده در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه از دیدگاه کتابداران کدام است؟ برای پاسخگویی به پرسش ۴، داده‌های جدول ۵ قرار داده شده است:

۱. چون هر پاسخ‌گو می‌توانست بیش از یک مورد از ابزارهای وب ۲ را انتخاب کند، تعداد پاسخ‌های داده شده به این سوال ۵۰ مورد است

وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه /// ۱۳۳

جدول ۵. توزیع فراوانی نظر کتابداران در باره بهترین ابزار برای اطلاع رسانی در کتابخانه

در بین جامعه مورد پژوهش

ابزارهای وب ۲	تعداد	درصد
ویکی	۲۰	۱۲/۵
وبلاگ	۲۹	۱۸/۱
آر.اس.اس	۲۰	۱۲/۵
فلیکر	۱۳	۸/۱
فیس بوک	۱۸	۱۱/۲
ایمیل	۲۷	۱۶/۹
چت	۲۰	۱۲/۵
پادکست	۱۳	۸/۱
جمع	۱۶۰ <sup>۱</sup>	۱۰۰

همان‌گونه که جدول ۵ نشان می‌دهد، یافته‌های حاصل از پژوهش در زمینه توزیع فراوانی کتابداران، ابزار وبلاگ با ۱۸/۱ درصد بهترین ابزار برای اطلاع رسانی و استفاده در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه است. در حالی که ابزارهای فلیکر و پادکست با ۸/۱ درصد، کمترین میزان را به خود اختصاص داده‌اند.

**آزمون فرضیه اول:** بین آشنایی کتابداران با فناوری‌های نوپدید (وب ۲) و ارائه خدمات از این طریق، رابطه وجود دارد.

۱. چون هر پاسخگو می‌توانست بیش از یک مورد از ابزارهای وب ۲ را انتخاب کند، تعداد پاسخ‌های داده شده به این سوال ۱۶۰ مورد است.

جهت تحلیل این فرضیه که بین آشنایی کتابداران با فناوری‌های نوپدید (وب ۲) و ارائه‌ی خدمات از این طریق رابطه وجود دارد، از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. نتایج این آزمون در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. نتایج آزمون همبستگی پیرسون آشنایی کتابداران با فناوریهای نو پدید و ارائه خدمات

تعداد مشاهدات	ضریب همبستگی پیرسون	p-مقدار
۲۴	۰/۳۶۹	۰/۰۳۳

ضریب همبستگی پیرسون، میزان همبستگی بین دو متغیر را نشان می دهد. این ضریب مقادیری بین ۱- و ۱+ دارد که مقادیر نزدیک به صفر، به معنای عدم رابطه است. هر چه مقادیر این ضریب به ۱+ نزدیک باشند، وجود همبستگی و رابطه‌ی مستقیم بیشتری را نشان می دهد، یعنی با افزایش مقادیر یکی از متغیرها، مقادیر متغیر دیگر نیز افزایش می یابد و با کاهش آن، کم می شود. مقادیر نزدیک به ۱- رابطه و همبستگی معکوس بین دو متغیر را می رساند، یعنی با افزایش یکی، دیگری کاهش می یابد. p-مقدار برای این آزمون ۰/۰۳۳ محاسبه شده است و این مقدار از ۰/۰۵ کوچکتر است، پس در سطح معنی داری ۰/۰۵ می پذیریم که بین آشنایی کتابداران با فناوریهای نوپدید (وب ۲) و ارائه خدمات از این طریق، رابطه وجود دارد. نیز مقدار ضریب همبستگی محاسبه شده برابر با ۰/۳۶۹ و مثبت است، پس می توان نتیجه گرفت که بین آشنایی کتابداران با فناوری‌های نوپدید (وب ۲) و ارائه‌ی خدمات از این طریق، رابطه مثبتی وجود دارد، یعنی با افزایش ارائه‌ی خدمات، آشنایی کتابداران با فناوری‌های نوپدید (وب ۲) نیز افزایش می یابد.

**آزمون فرضیه دوم:** بین رشته تحصیلی کتابداران و استفاده‌ی آنها از ابزارهای

وب ۲ تفاوت وجود دارد.



وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه /// ۱۳۵

برای آزمون این فرضیه که بین رشته تحصیلی کتابداران و استفاده‌ی آنان از ابزارهای وب ۲ تفاوت وجود دارد، از آزمون تی دو نمونه ای مستقل استفاده شده است. نتایج این آزمون در جدول ۷ ارائه شده است.

جدول ۷. نتایج آزمون تی استفاده از ابزارهای وب ۲ با توجه به رشته تحصیلی

#### کتابداران

-p	درجه آزادی	آماره آزمون	کتابداری	
			سایر رشته ها	میانگین $\pm$ انحراف معیار
۰/۰۴۵	۲۱	۲/۱۳۳	۴۷/۳۷ $\pm$ ۶/۰۷	۶۱/۲۶ $\pm$ ۳/۵۰

ابزارهای  
وب ۲

با توجه به میزان مقدار احتمال به دست آمده به وسیله‌ی آزمون تی مستقل در جدول ۷، بین میزان استفاده از ابزارهای وب ۲ در بین کتابداران با رشته‌ی تحصیلی کتابداری و سایر رشته‌ها اختلاف معناداری وجود دارد ( $p=0/045$ ). در ضمن با توجه به اطلاعات جدول مشخص می‌شود که علاقه به استفاده از ابزارهای وب ۲ در میان کتابداران با رشته‌ی تحصیلی کتابداری، بیشتر از کتابداران با تحصیلاتی از سایر رشته‌ها است. به عبارت دیگر فرضیه تایید می‌شود.

### بحث و نتیجه‌گیری

همان‌گونه که گفته شد، وب ۲/۰ در سال ۲۰۰۴ مطرح گردید، و در سال‌های آغازین به صورت تئوری به معرفی وب ۲/۰ پرداخته شد. پژوهش‌هایی در زمینه کاربرد وب ۲/۰ در کتابخانه‌ها به خصوص کتابخانه‌های دانشگاهی در سال‌های بعد انجام گرفت. با توجه به یافته‌های به دست آمده در پاسخ به مسأله‌ی اصلی، مبنی بر "بررسی میزان آشنایی و استفاده‌ی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه از وب ۲" پژوهش

حاضر نشان داد که بیشتر کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در حد متوسطی با ابزارهای وب ۲ آشنایی دارند و در سطح کمی از ابزار وب ۲ استفاده می‌کنند. پیشنهاد می‌شود برای آشنایی و شناخت کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه با ابزارهای وب ۲/۰ برنامه‌ریزی‌هایی (مانند برگزاری کارگاه آموزشی و ...) انجام گیرد. همچنین کتابداران اظهار داشتند که به ترتیب، وبلاگ، ایمیل، چت، آر.اس.اس و ویکی، بهترین ابزار اطلاع رسانی و استفاده در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی است.

تهیه منابع الکترونیکی مورد نیاز، برگزاری دوره‌های آموزشی، آموزش از راه دور، آموزش استفاده از ابزار وب ۲ در ارائه‌ی خدمات به کاربران از این طریق، مؤثر است. با توجه به نتایج به دست آمده مشاهده گردید که بین میزان استفاده از ابزارهای وب ۲ در بین کتابداران با رشته‌ی تحصیلی کتابداری و سایر رشته‌ها اختلاف معناداری وجود دارد، یعنی میزان علاقه به استفاده از ابزارهای وب ۲ در میان کتابداران با رشته‌ی تحصیلی کتابداری، بیشتر از کتابداران با تحصیلاتی از سایر رشته‌ها است. بنابراین جذب متخصصان در زمینه وب ۲ نیز می‌تواند چاره ساز باشد و کتابخانه‌های دانشگاهی را در مسیر رشد و توسعه‌ی استفاده از ابزار وب ۲ قرار دهد.

از پژوهش حاضر بر می‌آید که بیشتر کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه در حد متوسطی با ابزارهای وب ۲ آشنایی دارند و در سطح کمی از ابزار وب ۲ استفاده می‌کنند. این نتیجه به نوعی با نتایج بررسی عبدخدا (۱۳۹۰) مبنی بر اینکه میزان آشنایی و استفاده کتابداران دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران در حد کم است، هم‌خوانی دارد. همچنین با نتایج پژوهش هان (۲۰۱۰)، با بررسی استفاده کتابخانه‌های دانشگاهی چین از کاربردهای وب ۲ سازگار است که به این نتیجه رسید: اغلب کاربردهای وب ۲ در ۳۸ کتابخانه دانشگاهی چین، هنوز در مرحله‌ی ابتدایی توسعه و پیشرفت هستند. اغلب این کتابخانه‌ها تنها یک یا چند مورد از کاربردهای وب ۲ را در خدمات خود استفاده می‌کنند. این نتیجه با پژوهش حاضر در استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه همسو است. همچنین نتیجه‌گیری شد که تنها

وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه /// ۱۳۷

(۱۰/۲۵٪) کتابداران از ابزارهای وب ۲ زیاد استفاده می‌کنند و ۵۳/۸۵٪ کتابداران در حد کم، از ابزارهای وب ۲ بهره می‌گیرند.

نتایج پژوهش «هان» نشان داد آر.اس.اس. بیشترین کاربرد، و آی.ام.، وبلاگ و ویکی کمترین کاربرد را در بین کتابخانه‌های دانشگاهی برتر چین دارد. نتایج پژوهش حاضر نیز - که پنج مورد از امکانات و قابلیت‌های وب ۲/۰ را بررسی کرده است - نشان داد کتابداران اظهار داشتند به ترتیب، وبلاگ، ایمیل، چت، آر.اس.اس. و ویکی، بهترین ابزار اطلاع رسانی و استفاده در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی است. نتایج پژوهش «کیم»، آر.اس.اس. و وبلاگ را به عنوان ابزار مورد استفاده در کتابخانه دانشگاهی شناسانده و بیان کرده که این دو ابزار، برای استفاده در کتابخانه‌های دانشگاهی مناسب است. «هارینا رایانا» نیز نتیجه گرفت آر.اس.اس. و آی.ام. بیشترین استفاده را در کتابخانه‌های دانشگاهی دارد و کمترین استفاده کتابخانه‌ها، به ویکی مربوط است.

نتایج پژوهش حاضر، مبنی بر این که بین میزان استفاده از ابزارهای وب ۲ در بین کتابداران با رشته‌ی تحصیلی کتابداری و سایر رشته‌ها اختلاف معناداری وجود دارد، تایید گردید و با نتایج پژوهش اسفندیاری مقدم به وجود تفاوت بین مدرک تحصیلی و میزان استفاده از امکانات و قابلیت‌های وب ۲/۰ تاکید شده مطابقت دارد.

مزایای استفاده از وب ۲ در ارائه‌ی خدمات، همان‌گونه که در این پژوهش نیز مشخص شد، به اثبات رسیده است. بنابراین پیشنهاد آشنا ساختن کتابداران با ابزارهای وب ۲ و کاربردهای آن در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی، ایجاد شرایط و امکانات لازم برای کاربرد و استفاده از ابزارهای وب ۲ در کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی و اختصاص بودجه در برنامه‌ریزی سالانه، برای تجهیزات مناسب جهت ارائه خدمات از طریق وب ۲ در کتابخانه‌ها می‌تواند چاره ساز باشد.

## منابع

۱. اسفندیاری مقدم، علیرضا و منصوره حسینی شاعر (۱۳۹۰). میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی همدان از امکانات و قابلیت‌های وب ۲. کتابداری و اطلاع رسانی ۱(۵۳): ۱۵۵-۱۸۱.
۲. ایزد پناه، پرهام (۱۳۸۴). وب ۲ شوق یک جهان نو. ماهنامه شبکه (۶۳)، ۲۱۵.
۳. تاج الدینی، اورانوس و علی سادات موسوی (۱۳۸۷). وب ۲: تقابل حقیقت و ایده آل. کتاب ماه کلیات، اطلاعات و ارتباطات و دانش شناسی (۱): ۱۸-۲۳.
۴. عبدخدا، هیوا و لیلا محمدی (۱۳۹۰). میزان آشنایی و استفاده کتابداران دانشگاه‌های علوم پزشکی شهر تهران از امکانات تار جهان گستر (وب) در خدمات کتابخانه‌ای. مدیریت اطلاعات سلامت ۸(۱۹): ۳۵۴-۳۶۲.
۵. علی‌پور، امید (۱۳۹۱). مقایسه تطبیقی میزان آشنایی و استفاده کتابداران کتابخانه‌های عمومی و دانشگاهی همدان از قابلیت‌های وب ۲، عطف، شماره ۱۴. دسترس پذیر در:
6. <http://www2.atfmag.info/1391/07/16>
۷. کرمی، طاهره (۱۳۸۴). بررسی رویکردهای ممکن به پدیده وبلاگ از نقطه نظر خدمات کتابداری و اطلاع رسانی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع رسانی. دانشگاه تهران، تهران.
۸. کشاورز، حمید (۱۳۸۷). چگونه از وب ۲ در کتابخانه خود استفاده کنید؟. کتاب ماه کلیات، اطلاعات و ارتباطات و دانش شناسی (۴۳): ۶۴-۶۷.
9. Abram, S. (2005). Web 2.0 - huh?! Library2.0, librarian 2.0. Information outlook, 9 (12): 44- 46.
10. Aharony, N. (2009). The influence of LIS students, personality characteristics on their perceptions toward Web2 use. Librarianship and Information Science. 41 (4): 227-242.
11. Burhanna, Kenneth J., Jamie Seeholzer and Joseph Salem Jr. (2009). No Natives Here: A Focus Group Study of Student Perceptions of Web 2.0 and the Academic Library. The Journal of Academic Librarianship 35(6): 523-532.
12. Chua, A.Y.K & D.H.Goh. (2010). A study of Web 2.0 applications in library websites. Library & Information Science Research 32, 2010 203-211.
13. Cuong Linh, N. (2007), "A survey of application of Web 2 in Australasian universitylibraries" Library Hi Tech, 26(4): 630-653
14. Emmanouel Garoufallou, & Vassiliki Charitopoulou. (2012). Web 2.0 in library and information science education: the Greek case. New Library World 113 (3/4): 202 – 217
15. Frumkin, J. (2005), "The Wiki and the digital library", OCLC Systems & Services: International Digital Library Perspectives, 21 (1 ):18-22.
16. Kim, Y.M. and Abbas, J. (2010) .Adoption of Library 0/2 Functionalities by Academic Libraries and Users: A Knowledge Management Perspective. School of Library and Information Studies 36 (3): 211-218.
17. Han, Z. and YanQuan, L. (2010). Web 2 applications in top Chinese university library. Library Hi Tech 28 (1): 41-62.
18. O'Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. Communications and Strategies 65: 17-37.

وب ۲ و کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی کرمانشاه /// ۱۳۹

19. Peltier – Davis, C.(2009). Web 2.0, Library 2.0, Library User 2.0, Librarian 2.0: Innovative Services for Sustainable Libraries. *Computersin Libraries* 29 (10): 16-21.
20. Sullivan, T. (2009). Librarians use of Web 2.0 Tools to Support International Baccalaureate Students Working on their Personal Projects or Extended Essays. An Abstract of a Special Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Library Science (MLS).
21. Wikipedia,(2007b). Web 2.0 In Wikipedia. The Free Encyclopedia. [on-line] Available at:
22. <http://en.Wikipedia.org/Wiki/Web 2.0> (Accessed 25 May2008).



# اطلاع جویی مشارکتی: مفاهیم، ابعاد، سیستم‌ها\*

(صفحات ۱۶۲-۱۴۱)

<sup>۱</sup> دکتر یعقوب نوروزی

<sup>۲</sup> سمانه خویدکی

## چکیده

**هدف:** در گذشته جست‌وجوی اطلاعات، فعالیتی فردی در نظر گرفته می‌شد، اما مطالعات در زمینه اطلاع‌جویی نشان داد که افراد در طول فعالیت‌های جست‌وجوی اطلاعات با یکدیگر همکاری دارند. هدف مقاله حاضر، معرفی و تشریح مباحث مرتبط با اطلاع‌جویی مشارکتی است.

**روش:** این مقاله به روش مروری با بهره‌گیری از منابع موجود، پس از تشریح مفاهیم اطلاع‌جویی و همکاری، به تعریف اطلاع‌جویی مشارکتی، ابعاد و سیستم‌هایی که از فرایند اطلاع‌جویی مشارکتی حمایت می‌کنند، پرداخته است.

**یافته‌ها:** مطالعه حاضر نشان می‌دهد تعریف واحدی در بین محققان برای اطلاع‌جویی مشارکتی وجود ندارد و محیط‌های اطلاع‌جویی مشارکتی تحت تأثیر همکاری آشکار در مقابل ضمنی، همزمان در مقابل غیرهمزمان، هم مکان در مقابل توزیع شده و عمق میانجیگری قرار دارند و حاصل مطالعات در زمینه اطلاع‌جویی مشارکتی، ایجاد سیستم‌هایی است که این فرایند پشتیبانی می‌کند.

**نتیجه‌گیری:** اطلاع‌جویی مشارکتی را می‌توان مطالعه انگیزه‌ها، روش‌ها، و سیستم‌هایی دانست که افراد را قادر می‌سازد تا در فرایند جست‌وجو اطلاعات همکاری داشته باشند.

**کلیدواژه:** اطلاع‌جویی، همکاری، اطلاع‌جویی مشارکتی، سیستم‌های اطلاعاتی

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۱۰/۱۲

ynorouzi@gmail.com

۱ استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه قم.

Samaneh.Kh1389@gmail.com

۲ کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه قم.

## مقدمه

جست‌وجوی اطلاعات، بخش جدایی‌ناپذیر از فعالیت‌های روزمره افراد است. به طور کلی فعالیت‌های مربوط به جست‌وجوی اطلاعات، فعالیتی فردی در نظر گرفته می‌شود که فرد در پی مرتفع ساختن نیاز اطلاعاتی خود است. در نتیجه برای پشتیبانی از فرایند اطلاع‌جویی فردی یا تک‌کاربر، سیستم‌ها و الگوهای طراحی گردیدند. با این وجود، مطالعات نشان می‌دهد که افراد تمایل دارند که در جست‌وجوی اطلاعات با یکدیگر همکاری داشته باشند. دلایلی از جمله عدم تخصص، نیاز اطلاعاتی پیچیده، و عدم دسترسی آسان به اطلاعات (اسپنس، ردی، و هال<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵) باعث شده است که افراد در مسیر جست‌وجوی اطلاعات با یکدیگر همکاری داشته باشند، چرا که در جست‌وجوی اطلاعات به صورت یک فعالیت مشترک، افراد مختلف با دیدگاه‌ها، تجربه‌ها، تخصص و واژگان مختلف در فرایند جست‌وجو (پیکنس و دیگران<sup>۲</sup>، ۲۰۰۸) شرکت دارند. به طور سنتی حوزه‌های تحقیقاتی، جست‌وجوی اطلاعات و همکاری به طور جداگانه در رشته‌های مختلف (ابتدا در علوم اطلاعات و رفتار سازمانی و سپس تحت عنوان تعامل

---

1 Spance, Reddy, Hall

2 Pickens & et al



انسان و رایانه<sup>۱</sup> و کار مشارکتی به پیش‌تیبانی رایانه<sup>۲</sup> مورد مطالعه قرار گرفتند. علاقه رو به رشد در علوم اطلاعات و تعامل انسان و رایانه، منجر به درک نقش همکاری در تسهیل جست و جوی اطلاعات شد و در پی آن تحقیقات در حوزه اطلاع‌جویی مشارکتی شکل گرفت (کاروناکاران<sup>۳</sup> و ردی، ۲۰۱۲). از این رو مقاله حاضر به روش مروری در پی معرفی و تبیین همکاری در عرصه اطلاع‌جویی است، لذا می‌کوشد پس از ارائه مفاهیم اطلاع‌جویی و همکاری، به تعریف اطلاع‌جویی مشارکتی و ابعاد این فرایند پرداخته و آنگاه سیستم‌هایی را که پشتیبان فرایند اطلاع‌جویی مشارکتی هستند، بشناساند.

### مؤلفه‌های اطلاع‌جویی مشارکتی

اطلاع‌جویی مشارکتی اصطلاح رایج<sup>۴</sup> در برابر عبارت انگلیسی collaborative information seeking است که از دو مولفه collaborative و information seeking تشکیل شده است. لازم است قبل از پرداختن به تعریف در ارتباط با اطلاع‌جویی مشارکتی، مولفه‌های تشکیل دهنده آن مورد بررسی قرار گیرند. فعالیت‌های درگیر در شناسایی نیاز به اطلاعات، اکتشاف این نیاز اطلاعاتی، شناسایی منابع اطلاعاتی، تفسیر منابع انتخابی، تطبیق اطلاعات با مشکلات به عنوان اطلاع‌جویی تعبیر می‌شود (هرتزوم<sup>۵</sup>، ۲۰۰۸). افزون بر این، همانگونه که داورپناه (۱۳۸۶) به نقل از کریکلاس بیان می‌کند، اطلاع‌جویی عبارت است از "تلاش برای برآوردن یک نیاز فوری از طریق جست و جوی اطلاعات مرتبط" بنابراین همان‌گونه که از تعاریف ذکر شده استنباط می‌شود، اطلاع‌جویی در پی یک نیاز اطلاعاتی به وجود می‌آید و آن خود منجر به رفتار اطلاع‌جویی می‌شود. رفتار اطلاع‌جویی عبارت از جست‌وجوی هدفمند اطلاعات برای مرتفع ساختن نیاز و هدف

1 HCI (human-computer interaction)

2 Computer-supported cooperative work

3 Karunakaran, A.

6 Collaboration در زبان فارسی به معنای همکاری است و در قسمت تبیین مفهوم collaboration به طور مفصل در مورد

اصطلاحات نزدیک به آن بحث شده و تفاوت همکاری با مشارکت مطرح گردیده است. لذا چون ترجمه رایج، اطلاع‌جویی

مشارکتی است، نویسندگان نیز از همین اصطلاح استفاده کرده‌اند.

5 Hertzum, M.

خاص است. در همین زمینه، محققان الگوهای اطلاع جویی چندی ارائه کرده اند که به نقل از داورپناه (۱۳۸۶) در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

- الگوی رفتار اطلاعاتی ویلسون<sup>۱</sup>: ویلسون فرایند اطلاع‌یابی را به عنوان یک الگوی حل مسأله برای پژوهش‌ها به کار برد. مراحل حل مسأله عبارتند از: شناسایی مسأله، تعریف مسأله، حل مسأله و در صورت نیاز، بیان راه حل.
  - الگوی اطلاع‌جویی الیس<sup>۲</sup>: این الگو ابتدا با شش ویژگی عمومی عرضه شد. سپس این مدل مورد پالایش قرار گرفت و رده‌های دیگری به آن اضافه شد. ویژگی‌های این الگو عبارتند از: آغاز، پیوندیابی، مرور، تمایزیابی، نظارت، استخراج، تایید و اتمام.
  - الگوی فرایند جست‌وجوی کولتاو<sup>۳</sup>: کولتاو فرایند اطلاع‌جویی را متشکل از سه حیطه می‌داند: عاطفی-احساسات، شناختی-افکار، و فیزیکی-کنش‌ها که دارای مراحل شش‌گانه: شروع، گزینش، کشف، صورت‌بندی، گردآوری، و ارائه است.
  - الگوی بلکین<sup>۴</sup>: این الگو بر این فرضیه استوار است که نیاز به اطلاعات، نتیجه ناهمگونی در وضعیت علمی فرد است. بلکین برای فهمیدن اینکه کاربر چگونه مسأله خود را بیان می‌کند، از رویکرد شناختی بهره گرفت.
- در مورد مولفه دوم collaboration، ریشه لاتین آن به "laborate" و "col" برمی‌گردد و collaboration به معنی "با هم کار کردن" است (لندن<sup>۵</sup>، ۱۹۹۵). Collaboration در زبان فارسی معادل همکاری در نظر گرفته شده است و از لحاظ معنی بسیار با اصطلاح انگلیسی cooperation (در زبان فارسی معادل تعاون)، coordination (در زبان فارسی معادل هماهنگی)، participation (در زبان فارسی معادل مشارکت) نزدیک است (نوروزی و ولایتی، ۱۳۸۸). قابل ذکر است که همکاری نه تنها در عرصه

---

1 Wilson  
2 Ellis  
3 Kuhlthau  
4 Belkin  
5 London, S.

اطلاع جویی، بلکه در عرصه‌های مختلف از جمله نویسندگی، یادگیری و ... نمود می‌یابد. اصطلاحات هم‌تالیفی، تالیف مشترک، یادگیری مشارکتی شکل گرفته‌اند و به نظر می‌رسد در ترجمه اصطلاحات مذکور در مقالات مختلف، با ترجمه‌های مختلف رو به رو هستیم. به عنوان مثال، یادگیری مشارکتی ترجمه اصطلاح cooperative learning است. این در حالی است که اصطلاحات مذکور، اگر چه مفهوم همکاری دارند، ولی با یکدیگر متفاوت‌اند و کاربرد آن‌ها به جای یکدیگر، منجر به نوعی آشفتگی می‌شود. لذا در ادامه برای تبیین مفهوم collaboration اصطلاحات مذکور با هم مقایسه می‌شود.

ویژگی بارز مشارکت، روابط غیر رسمی است. در صورتی که در همکاری، روابط رسمی تر است و تا حدود زیادی به برنامه ریزی، تقسیم کار، و تقسیم نقش‌ها نیاز دارد و باید کانال‌هایی برای ارتباط ایجاد شوند. همچنین در همکاری، روابط دوام بیشتر دارد و فراگیرتر است. ماکسول تفاوت همکاری و مشارکت را این گونه بیان می‌کند. همکاری به معنای رضایت‌مندی برای انجام دادن کار با همدیگر است، اما مشارکت به معنای کار کردن با هم و با جدیت است. کاری که هم تیمی‌های مشارکت پذیر انجام می‌دهند، در سطحی بالاتر از کار کردن محض با یکدیگر است. هر فردی چیزی را به میان می‌آورد که به کار آنها ارزش افزوده داده و اثر هم افزایی به تیم می‌دهد (ماکسول، ۱۳۸۵ به نقل از نوروزی و ولایتی، ۱۳۸۸). تعاون هم معنای کمک متقابل (همیاری) است؛ جایی که صحبت از یکدیگر را یاری کردن و مددکاری یکدیگر کردن مورد نظر است و هم به معنای کمک یک سویه (دگر یاری) است. جایی که یاری کردن بعضی دیگر مطرح است (فرهادی، ۱۳۸۱). این درحالی است که همکاری رابطه‌ای کاملاً تعریف شده با منافع دوسویه است که میان افراد و یا سازمان‌ها برای دستیابی به اهداف مشترک پدید می‌آید. همکاری اصطلاحی اخصّ از مشارکت است. مردمی که مشارکت می‌کنند بر اهداف توافق دارند، اما اغلب در رسیدن به اهداف به صورت مستقل عمل می‌کنند. ولی همکاری ارتباط نزدیک و مسئولیت دوطرفه جهت رسیدن به هدف مشترک را ایجاد می‌کند

(نوروزی و ولایتی، ۱۳۸۸). افزون بر این شاه<sup>۱</sup> (۲۰۱۰) در مدلی ۵ لایه ارتباط بین همکاری با واژگان مترادف را ارائه کرده است. به طوری که ارتباط، هم بخشی<sup>۲</sup>، هماهنگی و تعاون مجموعه داخلی این ۵ لایه را تشکیل می‌دهد و همکاری لایه بیرونی جامع تر و در برگیرنده چهار لایه داخلی است. از سویی دیگر این مدل نشان می‌دهد که مجموعه داخلی برای مجموعه بیرونی ضروری است.

### تعاریف اطلاع‌جویی مشارکتی

مدل‌های اطلاع‌جویی سنتی (الیس، ۱۹۹۷؛ کولشواو، ۱۹۹۱؛ ویلسون، ۱۹۸۱) بر اطلاع‌جویی انفرادی تمرکز دارد. اما در دهه‌های گذشته مطالعات در زمینه اطلاع‌جویی نشان داده است که اغلب مردم در طول فعالیت‌های جست‌وجوی اطلاعات با هم همکاری و ارتباط دارند. ابتدا در اواخر ۱۹۹۰ محققان بر درک رفتار اطلاعاتی مشترک تکیه داشتند و بسیاری از مطالعات اولیه رفتار اطلاعات مشترک در زمینه فرماندهی و کنترل<sup>۳</sup> نظامی انجام شد (پل<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰). از جمله مطالعات در زمینه فرماندهی و کنترل می‌توان به مطالعات سوننوالد و پیرس<sup>۵</sup> (۲۰۰۰) اشاره کرد. آن‌ها جست‌وجوی اطلاعات مشارکتی را به عنوان یک فعالیت پویا توصیف می‌کنند که در آن افراد در جست‌وجو، تولید و اشاعه اطلاعات با هم کار می‌کنند. به غیر از زمینه فرماندهی و کنترل، محققان به شواهدی از اطلاع‌جویی مشارکتی در دیگر حوزه‌ها دست یافتند. یکی از مطالعات ابتدایی درباره رفتار اطلاعات مشارکتی را تویدل<sup>۶</sup> و دیگران (۱۹۹۷) در مورد همکاری در استفاده از کتابخانه انجام دادند. هدف آن‌ها این بوده است که نشان دهند همکاری از جنبه‌های مهم جست‌وجو در مخازن آنلاین اطلاعات است که به پشتیبانی رایانه نیاز است و یک سیستم کاربرمحور باید تعامل و همکاری بین کاربران را حمایت کند (پل، ۲۰۱۰). بنابراین، محققان شروع به

1 Shah, C.

2 Contribution

3 Command and Control (C2)

4 Paul, S. A.

5 Sonnenwald, D. H., & Pierce, L. G.

6 Twidale

بررسی جست‌وجوی اطلاعات به عنوان یک فعالیت مشارکتی در طیف گسترده‌ای از جمله در آموزش و پرورش (اسپنس و دیگران، ۲۰۰۵؛ هایلدگارد<sup>۱</sup>، ۲۰۰۴) و در پزشکی (ردی و دیگران، ۲۰۰۲؛ ردی و دوریش<sup>۲</sup>، ۲۰۰۲) کردند. اما گسترده‌ترین مطالعه در مورد اطلاع‌جویی مشارکتی توسط تیمی از محققان دانشگاه واشنگتن انجام شده است (ردی و اسپنس، ۲۰۰۸).

در حال حاضر در ارتباط با اطلاع‌جویی مشارکتی و اصطلاحات مرتبط با آن، که حتی گاهی به جای مفهوم اطلاع‌جویی مشارکتی بکار برده می‌شود (جدول ۱)؛ مطالعات فراوانی وجود دارد. با این حال، تعریف واحدی از اطلاع‌جویی مشارکتی در بین محققان وجود ندارد. فوستر<sup>۳</sup> (۲۰۰۶) اشاره می‌کند که تحقیقات مربوط به بازیابی و اطلاع‌جویی مشارکتی، پدیده‌ای میان رشته‌ای است که شامل مطالعات انجام شده به ویژه در زمینه‌هایی مانند تعامل انسان و رایانه، کار مشارکتی به پشتیبانی رایانه، و علم اطلاعات است (هانسن، گراناتو، و سنتوسی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۱). همچنین شاه، مارچونینی، و کلی<sup>۵</sup> (۲۰۰۹)، اطلاع‌جویی مشارکتی را تقاطع بازیابی اطلاعات با رشته‌های دیگر همچون تعامل انسان و رایانه، کار مشارکتی با پشتیبانی رایانه می‌دانند. در اظهاراتی مشابه گولوکنیسکی، دیریای<sup>۶</sup> و پیکنس (۲۰۱۱) اطلاع‌جویی مشارکتی را فعالیت پیچیده‌ای می‌دانند که شامل اثر متقابل بازیگران متعدد (شامل انسان و رایانه) می‌شود.

ارتباط معنایی بسیار نزدیکی که مولفه‌های اطلاع‌جویی مشارکتی با دیگر مفاهیم دارند، مزید بر علت شده است که درباره مفهوم اطلاع‌جویی مشارکتی تعاریف مختلفی وجود داشته باشد. به طوری که اصطلاحات دیگری وجود دارند که در عین حال که با یکدیگر مرتبط هستند به جای یکدیگر استفاده می‌شوند. در جدول ۱ تعدادی از این اصطلاحات و مطالعات مربوطه ارائه گردیده است.

1 Hyldegard

2 Dourish

3 Foster

4 Hansen, P., Granato, G. L., & Santucci, G.

5 Shah, C.; Marchionini, G. & Kelly, D.

6 Golovchinsky, G., Diriye, A.

جدول ۱: برخی اصطلاحات و مطالعات صورت گرفته در زمینه اطلاع‌جویی مشارکتی

اصطلاحات	مفاهیم
بازیابی اطلاعات مشارکتی <sup>۱</sup>	هرگونه فعالیت توسط اعضای یک تیم کاری برای حل اشتراکی، مسائل اطلاعاتی (فیدل <sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۰۰) مطالعه سیستم‌ها و روش‌هایی که افراد را قادر می‌سازد در طول جست‌وجو و بازیابی اطلاعات همکاری کنند (فoster، ۲۰۰۶ به نقل از شاه، ۲۰۱۰).
جست‌وجوی اجتماعی <sup>۳</sup>	ایوانز و چی <sup>۴</sup> (۲۰۰۸) بیان می‌کنند، علاوه بر همکاری آشکار و صریح در جست‌وجوهای مشترک، تجربه‌های اجتماعی ضمنی نیز می‌تواند فرایند جست‌وجو را بهبود بخشد. از جمله جست‌وجوهای که از شبکه اجتماعی و تخصصی یا از فضای کاری اجتماعی به اشتراک گذاشته شده، استفاده می‌کنند.
جست‌وجوی اکتشافی مشارکتی <sup>۵</sup>	این سیستم به تیم‌های جست‌وجوگر، امکان هماهنگ کردن فعالیت‌های جست‌وجو برای یک هدف مشترک می‌دهد (گولوکینسکی و دیگران، ۲۰۰۸).
هم‌تورقی یا ناوبری اجتماعی <sup>۶</sup>	فرایندی که به مجموعه‌ای از شرکت‌کنندگان اجازه تورق و ناوبری می‌دهد و اشتراک اطلاعات را بوسیله رابط میانجی فراهم می‌کند (شاه، ۲۰۱۲).

1 Collaborative information retrieval

2 Fidel, R.

3 Social searching

4 Evans, B. M., & Chi, E. H.

5 Collaborative exploratory search

6 Co-browsing

اصطلاحات	مفاهیم
رفتار اطلاعاتی مشارکتی <sup>۱</sup>	افرادی که با همکاری هم، به دنبال اطلاعات هستند و یک نیاز اطلاعاتی را مرتفع می‌سازند و این تعریف شامل: جست‌وجو، بازیابی، و استفاده از اطلاعات برای حل یک مسئله است (ردی و جانسن <sup>۲</sup> ، ۲۰۰۸).
ترکیب اطلاعات مشارکتی <sup>۳</sup>	مدلی برای رفتار اطلاعاتی است. در زمان ترکیب اطلاعات، دانشمندان دو ساختار اطلاعاتی (طرح فرضیه و زمینه اطلاعات) را ایجاد می‌کنند و در چهار وظیفه حیاتی (بازیابی، استخراج، بررسی و تجزیه و تحلیل) تعامل دارند (بلیک و پرات <sup>۴</sup> ، ۲۰۰۶).
اطلاع‌جویی مشارکتی	اطلاع‌جویی مشارکتی: ترکیبی از جست‌وجوی اطلاعات و پایه مشارکت (هرتزوم، ۲۰۰۸)

در جدول ۱ سعی شده است با توصیف هر مفهوم، رابطه‌ای که بین اطلاع‌جویی مشارکتی با اصطلاحات مطرح شده، از جمله بازیابی اطلاعات مشارکتی، جست‌وجوی اجتماعی، جست‌وجوی اکتشافی مشارکتی، هم‌تورقی، رفتار اطلاعاتی مشارکتی، ترکیب اطلاعات مشارکتی مشخص گردد. نقطه اشتراک اصطلاحات، کار گروهی و مشارکتی است و در مفهوم هر یک از اصطلاحات، ردّ پای اطلاع‌جویی قابل مشاهده است. بنابراین اگرچه این اصطلاحات با یکدیگر مرتبط هستند، اما باید در کاربرد آن‌ها دقت کرد.

### محدودیت‌ها و موانع اطلاع‌جویی مشارکتی

همکاری و فعالیت‌های گروهی در بسیاری از موارد، افراد را با نظرات و توانایی مختلف گرد هم می‌آورد، با این حال فعالیت‌های گروهی در تمام شرایط و محیط‌ها

1 Collaborative information behavior

2 Jansen, B. J.

3 Collaborative information synthesis

4 Blake, C., & Pratt, W.

پاسخگو نیست. برای درک بهتر این مطلب کافی است که به محدودیت‌های همکاری اشاره کرد:

- همکاری فرایندی به شدت وقت گیر است و برای مشکلاتی که نیاز به اقدام سریع و قاطع دارد، مناسب نیست؛
- نابرابری قدرت در بین اعضای گروه می‌تواند مسیر حرکت را عوض کند؛
- گاهی اوقات در تصمیمات نیاز است که همکاری خوب نسبت به منافع و علائق افراد در اولویت قرار گیرد؛
- همکاری در گروه‌های کوچک قابلیت اجرا را دارد و اغلب در گروه‌های بیش از حد بزرگ با شکست روبه رو می‌شود؛
- همکاری بدون قدرت برای پیاده سازی تصمیم گیری نهایی بی معنی است (لندن، ۱۹۹۵).

افزون بر این گری (۱۹۸۹) شرایطی را که تحت آن همکاری مناسب نیست، بر شمرده است:

- ۱) زمانی که دسته‌ایی، قدرت بلامنازع برای تأثیر گذاشتن بر نتیجه نهایی دارند؛
  - ۲) زمانی که اختلافات در زمینه‌ی، تفاوت‌های عمیق ایدئولوژیکی است؛
  - ۳) زمانی که قدرت به صورت نامتعادل توزیع شده است؛
  - ۴) زمانی که مسائل مربوط به قانون اساسی در گیر هستند یا پیشینه حقوقی و قانونی دنبال می‌شود؛
  - ۵) زمانی که نمی‌توان رئیس قانونی و مشروع برای همکاری پیدا کرد (شاه، ۲۰۱۳).
- براساس نظر کاروناکاران و ردی (۲۰۱۲) موانع سازمانی (مربوط به ویژگی‌های سازمانی از جمله ساختار، فرهنگ، ارزش‌ها، پاداش و انگیزه‌ها و شیوه‌های سازمانی)، موانع تکنولوژیکی (فقدان تکنولوژیکی خاص و مورد نیاز و عدم قابلیت و کارآیی در تکنولوژی‌های جاری)، موانع در سطح فردی (نگرش و ادراک افراد درباره خودشان و دیگران، ترس از دست دادن سمت) و موانع در سطح گروهی (تضاد برنامه و ظرفیت کار،



فاصله و در دسترس بودن، زبان و مسائل مربوط به ارتباطات) ممکن است در فرایند اطلاع جویی مشارکتی روی دهد.

همکاری و کارهای گروهی مزایای فراوان دارد، به طوری که همکاری در جست‌وجوی اطلاعات منجر به این می‌شود که افراد گروه از تخصص یکدیگر بهره ببرند. افزون بر این دسترسی به اطلاعات را آسان می‌کند، اما نه به این معنا که همکاری تحت هر شرایطی منجر به کسب موفقیت شود. همانطور که اشاره شد، همکاری، در کنار مزایایی که دارد، با موانع و محدودیت‌هایی نیز همراه است که توجه به این محدودیت‌ها برای اجرای یک فعالیت موفقیت‌آمیز گروهی ضروری است.

### ابعاد اثرگذار بر اطلاع‌جویی مشارکتی

ابعاد بسیاری وجود دارد که اطلاع‌جویی مشارکتی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. در این میان می‌توان به همکاری آشکار در مقابل ضمنی، عمق میانجی‌گری، همزمان در مقابل غیرهمزمان، و هم مکان در مقابل توزیع شده (از راه دور) اشاره کرد (گولوکنیسکی، پیکنس، و بیگ<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). در ادامه به توضیح هر یک از این ابعاد پرداخته می‌شود:

### صریح و آشکار در مقابل ضمنی

سیستم‌های پیشنهاد دهنده در هر حوزه سعی دارد با شناسایی و مدل‌سازی رفتار کاربران، رفتار و نیازهای آینده آنها را تشخیص دهند و از میان انبوه اطلاعات، گزینه‌هایی را که بیشتر مورد علاقه و رضایت آنهاست، پیشنهاد کنند. سیستم‌های پیشنهاد دهنده اساساً به این منظور ایجاد می‌شوند تا در فرایند جست‌وجو و یا انتخاب، گزینه‌ای را به کاربر پیشنهاد دهند (دهقانی، ۱۳۸۹). این یک همکاری ضمنی است. برخی از سیستم‌های مشارکتی و ب<sup>۲</sup> از جمله توصیه‌های خرید آمازون، خدمات جست‌وجوی شخصی شده گوگل<sup>۳</sup>، و آی-اسپی<sup>۳</sup> از نمونه‌های جست‌وجوی ضمنی، غیر همزمان، با واسطه عمیق

1 Back, M.

2 Google Personalized search

3 I-SPY

توزیع<sup>۱</sup> است. در همکاری آشکار، گروهی از افراد به جست و جوی اسناد برای مرتفع ساختن نیاز اطلاعاتی مشترک می پردازند. اخیراً چند سیستم برای همکاری آشکار و همزمان طراحی شده اند، از جمله search together از سیستم های اطلاع جویی مشارکتی (گولو کنیسکی، پیکنس، و بیک، ۲۰۰۸).

### عمق میانجگری

میانجگری جست و جوی اطلاعات می تواند در رابط کاربری رخ دهد، و همچنین ممکن است در الگوریتم های جست و جوی زمینه ای منعکس شود (گولو کنیسکی، پیکنس، و بیک، ۲۰۰۸). به عبارت دیگر، در پروژه ی مشترک، همکاری می تواند با میانجگری سیستمی باشد یا کاربران سیستم می توانند خودشان میانجگری را انجام دهند. براساس عمق میانجگری، سیستم های اطلاع جویی مشترک به همکاری با واسط سیستم مانند Cerchiamo و همکاری با واسط کاربر مانند Ariadne، Search Together،... دسته بندی می شوند (شاه، ۲۰۱۲).

### همزمان در مقابل غیرهمزمان

ارتباطات انسانی به طور سنتی ممکن است همزمان (از طریق چهره به چهره در زمان واقعی) یا غیر همزمان (از طریق پست عادی و خواندن کتاب/مجله) باشد. همچنین ارتباط با میانجگری کامپیوتر ممکن است از طریق پست الکترونیک، جست و جو در اینترنت غیرهمزمان و از طریق ویدئو کنفرانس همزمان باشد (هسنون و ژرولین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵).

### هم مکان در مقابل توزیع شده

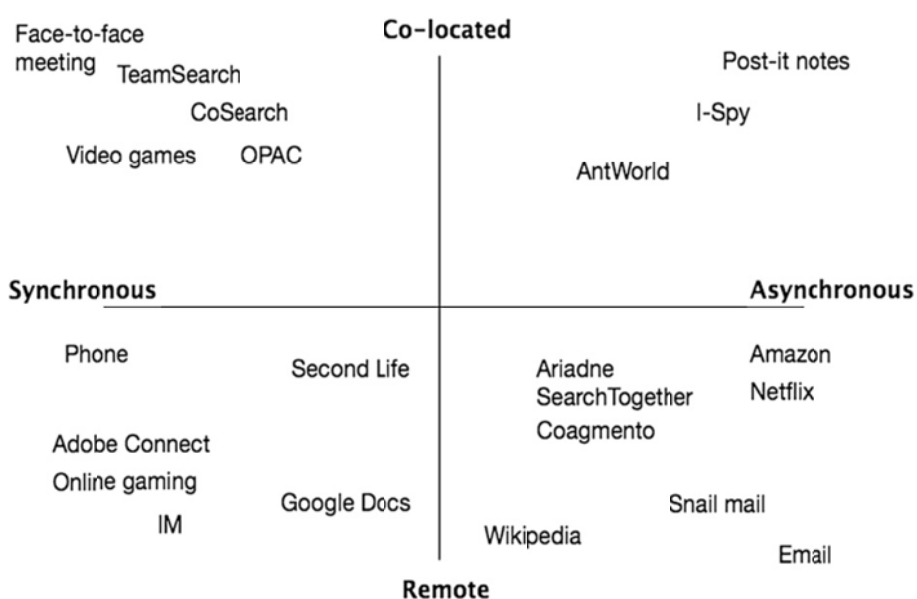
از نظر مکانی، همکاری می تواند هم مکان یا توزیع شده (از راه دور) باشد. در همکاری توزیع شده نیاز به کانال های اضافی برای هماهنگ کردن فعالیت جست و جوگران

1 Deeply-mediated distributed

2 Henson and Jarvelin

است. گفتگوی همزمان (چت) و کنفرانس ویدئویی و صوتی از جمله این کانال‌ها هستند (گولوکنیسکی، پیکنس، و بیک، ۲۰۰۸).

شاه (۲۰۱۰) فعالیت‌ها، روش‌ها و محیط‌های مختلف مشارکتی را تحت تأثیر دو بعد مکان و زمان به تصویر کشیده شده است (شکل ۲). اکثریت فعالیت‌های مشترک در کتابخانه‌های معمولی هم مکان و هم زمان است، از جمله چهره به چهره، جلسات، و مصاحبه مرجع. در حالی که فعالیت‌های مشترک مربوط به کتابخانه‌های دیجیتالی از راه دور و همزمان است، از جمله مرجع دیجیتال و جلسات مجازی. پالایش اطلاعات اجتماعی و پالایش مشارکتی، بهره‌گیری از اقدامات کاربران به صورت غیر همزمان و از راه دور است. ایمیل ابزاری برای همکاری غیرهمزمان و از راه دور است. چت و پیام رسان فوری امکان همکاری‌های همزمان و از راه دور را فراهم می‌کنند.



شکل ۲: زمان و مکان ابعادی از فعالیت مشارکتی (شاه، ۲۰۱۰)

در محیط اطلاع‌جویی مشارکتی به عنوان مثال نرم افزار کانتکت آدوب<sup>۱</sup>، تشکیل جلسات آنلاین را برای همکاری‌های همزمان و از راه دور، آسان می‌کند و شرکت کنندگان می‌توانند تبادل اطلاعات داشته باشند. افزون بر این شاه (۲۰۱۰) بیان می‌کند اگرچه پیکربندی مکان و زمان مفهوم سیستم‌های مشارکتی را در سطح کلان ارائه می‌دهد، در سطح خرد می‌توان با توجه به ابعاد کاربر، منبع و زمان پیکربندی دیگری را برای اطلاع‌جویی مشارکتی در نظر گرفت (جدول ۲).

جدول ۲: اطلاع‌جویی مشارکتی ابعاد کاربر، منبع، زمان

کاربر	منبع	زمان	مثال
یک نفری	منفرد	-	جست و جوی معمولی
یک نفری	متعدد	غیرهمزمان	جست و جوی چند منبع
یک نفری	متعدد	همزمان	فرا جست و جو
متعدد	منفرد	غیرهمزمان	پالایش مشارکتی، ناوبری مشارکتی، اطلاع‌جویی مشارکتی، بازیابی اطلاعاتی مشارکتی
متعدد	منفرد	همزمان	ناوبری مشارکتی، اطلاع‌جویی مشارکتی، بازیابی اطلاعات مشارکتی
متعدد	متعدد	غیرهمزمان	پالایش مشارکتی، اطلاع‌جویی مشارکتی، بازیابی اطلاعات مشارکتی
متعدد	متعدد	همزمان	ناوبری مشارکتی، اطلاع‌جویی مشارکتی، بازیابی اطلاعات مشارکتی

## اطلاع جویی مشارکتی: مفاهیم، ابعاد، سیستم‌ها // ۱۵۵

همان‌گونه که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، ابعاد اطلاع‌جویی مشارکتی با مثال‌های مربوط به آن به تصویر کشیده شده است، در ادامه به تشریح هر یک از مثال‌ها پرداخته می‌شود:

- جست‌وجوی کاربر منفرد. همان جست‌وجوی معمولی است. کاربر در یک موتور جست‌وجو مسئله مورد نظر را جست‌وجو می‌کند و فهرست رتبه‌بندی شده آن را دریافت می‌کند.
- جست‌وجوی چند منبعی. هیچ موتور جست‌وجویی به طور جامع وب را پوشش نمی‌دهد، بنابراین کاربر یک مسئله را در موتورهای جست‌وجوی مختلف جست‌وجو می‌کند.
- فرا جست‌وجو. به جای این که کاربر یک مسئله را در موتورهای جست‌وجوی مختلف پرس‌وجو کند، از فرا موتور جست‌وجو بهره می‌گیرد. فرا موتور جست‌وجو به طور همزمان در چند موتور جست‌وجو به کاوش می‌پردازد.
- پالایش مشارکتی یا سیستم‌های پیشنهاد دهنده. اگر تعدادی از کاربران از منبعی یکسان برای رفع نیاز خود استفاده کنند، براساس آمار ردیابی سپس همان منبع به کاربران دیگر که در جست‌وجوی آیتم‌های یکسان یا مشابه هستند، پیشنهاد می‌گردد. آمازون مثالی برای این سیستم است.
- بازیابی اطلاعات مشارکتی. این اصطلاح به چند کاربر همزمان یا غیر همزمان که بر روی یک یا چند منبع برای نیاز اطلاعاتی مشابه کار می‌کنند، اشاره دارد.
- ناوبری مشارکتی. این اصطلاح به چند کاربر که یک یا چند منبع را به طور هم مکان یا از راه دور اما همزمان مرور می‌کنند، اشاره دارد (شاه، ۲۰۱۲).

## سیستم‌های اطلاع‌جویی مشارکتی

افراد از دو کانال برای کسب اطلاعات مورد نیاز خود استفاده می‌کنند: کانال غیر رسمی شامل ارتباط با همکاران، حضور در گردهمایی‌ها، مجموعه‌های شخصی و ... و کانال رسمی شامل کتابخانه‌ها، کتابداران و سیستم‌های بازیابی اطلاعات. لذا مطالعات فراوان در زمینه نیاز اطلاعاتی، رفتار اطلاعاتی، اطلاع‌جویی، و ... انجام گردید. در این میان مطالعات در زمینه اطلاع‌جویی، در پی آگاهی از مکانیزم جست‌وجو و استفاده از اطلاعات بوده و در نتیجه محققان الگوهای متعدد اطلاع‌جویی ارائه کرده‌اند. همانگونه که قبلاً ذکر شد، در دهه‌های گذشته مطالعات در زمینه اطلاع‌جویی نشان داده است که اغلب مردم در طول فعالیت‌های جست‌وجوی اطلاعات با هم همکاری و ارتباط دارند. از جمله مواردی که انجام مطالعات اطلاع‌جویی را الزامی می‌کند، نقش آگاهی از فرایند اطلاع‌جویی کاربران در ارتقاء و بهینه‌سازی سیستم یا پایگاه‌های اطلاعاتی در راستای ارائه خدمات موثرتر است. در سال‌های اخیر تمایل به حمایت از همکاری در عرصه اطلاع‌جویی وجود داشته است و حمایت سیستم‌های سنتی بازیابی اطلاعات از فرایند همکاری محدود بوده و یا ارائه نمی‌گردید (کریشناپا<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵)، بدین روی گروه‌های مختلف به مطالعه موارد، انگیزه‌ها و روش‌ها برای همکاری با استفاده از نظرسنجی، مصاحبه‌ها و مشاهدات تجربی پرداخته‌اند. ایجاد سیستم‌هایی مانند Ariadne, cerchiamo و ... دستاورد این مطالعات بوده است (شاه، ۲۰۱۰). در واقع ایجاد سیستم‌هایی که موجب ارتباط بین چند کاربر برای جست‌وجوی اطلاعات می‌شود ضروری است. سیستم‌های اطلاع‌جویی مشارکتی نشان می‌دهند که چگونه انسان‌ها با یکدیگر و در سیستم‌های تعاملی به جست‌وجوی اطلاعات می‌پردازند. در واقع همکاری آشکار در مقابل ضمنی، همزمان در مقابل غیرهمزمان، هم مکان در مقابل توزیع شده و عمق میانجیگری به عنوان ابعاد اثر گذار بر اطلاع‌جویی مشارکتی معرفی گردیدند. به تبع آن، این ابعاد در طراحی سیستم‌های اطلاع‌جویی

مشارکتی نقش مهمی را ایفا می‌کنند. در ادامه به معرفی شماری از سیستم‌های اطلاع‌جویی مشارکتی پرداخته می‌شود.

## Cerchiamo

این سیستم در سال ۲۰۰۷ توسط آزمایشگاه پالو آلتو فکس<sup>۱</sup> توسعه یافته است. Cerchiamo، سیستم جست‌وجوی اکتشافی مشارکتی است که در آن گروه‌های جست‌وجو گر می‌توانند به طور همزمان مجموعه اسناد را کشف کنند. در کار با این سیستم، اعضای گروه، از رابط‌های مستقل برای اجرای پرس‌وجوها، مرور نتایج و قضاوت‌های ربط استفاده می‌کنند. سیستم، عملیات اعضای گروه را با عبور و مرتب‌سازی مجدد نتایج جست‌وجو و پیشنهاد اصطلاحات پرس‌وجو مبتنی بر گروه میانجی‌گری می‌کند. ترکیبی از همزمانی و تعامل مستقل، این امکان را فراهم می‌کند تا اعضای گروه به طور موثرتر به جست‌وجو بپردازند (گولوکنیسکی و دیگران، ۲۰۰۸). معماری این سیستم از سه لایه تشکیل شده است: لایه کاربر، لایه تنظیم‌کننده و لایه الگوریتمی. لایه کاربر شامل تمام ورودی و خروجی دستگاه برای تعامل انسان و کامپیوتر است. در لایه تنظیم‌کننده، یک تنظیم‌کننده ورودی و یک تنظیم‌کننده خروجی وجود دارد. تنظیم ورودی، اجرای یک سیاست است که اجازه می‌دهد تا کاربران به نقش‌های همکاری از پیش تعیین شده عمل کنند. تنظیم‌کننده خروجی، پذیرش اطلاعات از لایه الگوریتمی و مسیر یابی اطلاعات به کاربر یا نمایش اطلاعات در زمان مناسب است. لایه الگوریتمی شامل تعدادی توابع برای ترکیب فعالیت‌های دو یا تعدادی بیشتر جست‌وجوگران برای ایجاد اسناد، رتبه‌بندی، پیشنهادات پرس‌وجو و دیگر اطلاعات مربوط به جست‌وجو است (ادکوک<sup>۲</sup> و دیگران، ۲۰۰۵).

## Ariadne

تویدل و نیکولز (۱۹۹۸)، Ariaden را به عنوان ابزاری برای تصویرسازی یک فرایند جست و جو به منظور تسهیل ارتباط بین جست و جوگران و کتابداران طراحی کردند (فولی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). طراحان این سیستم بر عامل یادگیری در فرایند جست و جو و اهمیت همکاری برای یادگیری موثر تأکید دارند (رومانو<sup>۲</sup> و دیگران، ۱۹۹۹). لذا از اهداف این سیستم، افزایش فرصت و اثربخشی یادگیری مشارکتی است (تویدل و دیگران، ۱۹۹۵). در این سیستم فرایند جست و جو به چند سطح تقسیم شده است: انتخاب پایگاه داده، پرس و جوها و نتایج. هر یک از این فرایندها توسط یک کارت نشان داده شده است (شکل ۴). کارت‌ها می‌توانند توسط جست و جوگر یادداشت گذاری و با هم گروه بندی شوند و یک متخصص مانند کتابدار می‌تواند به سرعت اشتباهاتی مانند استفاده از اصطلاحات نامناسب پرس و جو را نقطه گذاری کند (فولی، ۲۰۰۸) در واقع سیستم ariadne این امکان را فراهم می‌کند که کاربران با متخصصان اطلاعات، از راه دور و به طور همزمان همکاری داشته باشند (شاه، ۲۰۱۲).



شکل ۴: جست و جوی تصویرری در Ariadne (تویدل و دی گران، ۱۹۹۵)

1Foley,C.  
2Romano



## Search Together

این سیستم توسط موریس و هورویتز (۲۰۰۷) ایجاد گردیده است. در این سیستم، گروهی از کاربران از راه دور می‌توانند همزمان یا غیر همزمان با یکدیگر در جست‌وجوی وب همکاری کنند. Search together به حمایت از آگاهی، تقسیم کار و تداوم در همکاری توجه دارد. آگاهی از طریق تاریخچه پرس‌وجوی هر کاربر، تاریخچه ملاقات، رتبه‌بندی و نظرات ارائه شده است. برای حمایت از تقسیم کار "پیام‌رسانی یکپارچه" و تداوم، "خلاصه‌سازی" در نظر گرفته شده است. این سیستم همچنین برای تقسیم کار خودکار، جست‌وجوی جدا از هم و چند موتور جست‌وجو را ارائه کرده است. در جست‌وجوی جدا از هم، پرس‌وجو به موتور جست‌وجو پیش فرض کاربر فرستاده می‌شود و در چند موتور جست‌وجو، پرس‌وجوی کاربر به  $n$  موتور جست‌وجو فرستاده می‌شود.

## Coagmento

در لاتین به معنای کار یا پیوستن با یکدیگر است. این سیستم توسط شاه در سال ۲۰۰۷ به عنوان یک پروژه تحقیقاتی برای پایان‌نامه ایجاد شده است. این سیستم اجازه می‌دهد که چند نفر در حالت همزمان یا غیرهمزمان، در وضعیت هم‌مکان یا از راه دور برای جست‌وجوی اطلاعات آنلاین با یکدیگر همکاری کنند (شاه، ۲۰۱۳). Coagmento سیستمی انعطاف‌پذیر است که از فرایند جست‌وجوی کاربران به صورت انفرادی یا به صورت همکاری با دیگران پشتیبانی می‌کند. این سیستم قادر به پیگیری فعالیت‌های مرور، اعمال کاربران، چت، پرسشنامه و دیگر اطلاعات مفید است (گونزالس - ابانز<sup>۱</sup>، شاه و هاسکی، ۲۰۱۱). افزون بر این، با ترکیب اطلاعات از طریق فراهم آوردن یک فضای کاری در CSspace حمایت می‌کند. این سیستم دو جزء اصلی دارد: ۱. قابل اتصال به مرورگر فایرفاکس ۲. فضای مشارکتی مبتنی بر وب به نام CSspace<sup>۲</sup> (شاه، ۲۰۱۰).

1 González-Ibáñez, R.,

2 collaborative space,

## نتیجه گیری:

اطلاع‌جویی مشارکتی از دو مولفه اطلاع‌جویی و همکاری تشکیل شده است. اطلاع‌جویی به دنبال یک نیاز اطلاعاتی به وجود می‌آید که فرد در تلاش برای مرتفع ساختن نیاز اطلاعاتی خود، از طریق جست‌وجوی اطلاعات است و همکاری از لحاظ معنی با مفاهیم دیگری همچون تعاون، هماهنگی، مشارکت بسیار نزدیک است. بسیاری از پژوهشگران از جمله شاه (۲۰۱۰) مفاهیم مرتبط با همکاری را بررسی کرده‌اند. علاقه به تحقیق در علم اطلاعات و تعامل انسان و رایانه، منجر به درک نقش همکاری در تسهیل جست‌وجوی اطلاعات شد و به دنبال آن تحقیقات در حوزه اطلاع‌جویی مشارکتی شکل گرفت. اطلاع‌جویی مشارکتی همچون مولفه‌های تشکیل دهنده‌اش (اطلاع‌جویی و همکاری) با اصطلاحاتی همچون بازیابی اطلاعات مشارکتی، جست‌وجوی اجتماعی، جست‌وجوی اکتشافی مشارکتی، هم‌تورقی، رفتار اطلاعاتی مشارکتی، ترکیب اطلاعات مشارکتی ارتباط نزدیکی دارد، به طوری که در مطالعات به جای یکدیگر استفاده می‌شوند. لذا تعریف واحدی در مورد اطلاع‌جویی مشارکتی در بین محققان وجود ندارد. با نظر به مطالعاتی که در این زمینه وجود دارد، اطلاع‌جویی مشارکتی را می‌توان مطالعه انگیزه‌ها، روش‌ها و سیستم‌هایی دانست که افراد را قادر می‌سازد تا در فرایند جست‌وجوی اطلاعات همکاری داشته باشند. سیستم‌های سنتی بازیابی اطلاعات از فرایند اطلاع‌جویی مشارکتی پشتیبانی نمی‌کنند. گروه‌های مختلف با انجام مطالعات فراوان، به ایجاد و طراحی سیستم‌های اطلاع‌جویی مشارکتی پرداختند. سیستم‌های اطلاع‌جویی مشارکتی نشان می‌دهند که چگونه انسان‌ها با یکدیگر و در سیستم‌های تعاملی به جست‌وجوی اطلاعات می‌پردازند. ابعاد همکاری آشکار در مقابل ضمنی، همزمان در مقابل غیرهمزمان، هم مکان در مقابل توزیع شده و عمق میانجیگری، محیط‌های اطلاع‌جویی مشارکتی را تحت تأثیر قرار می‌دهند و در طراحی سیستم‌های اطلاع‌جویی مشارکتی این ابعاد قابل مشاهده هستند. در این مقاله سعی شد تا با بررسی مفاهیم، ابعاد، و سیستم‌های مرتبط با اطلاع‌جویی مشارکتی زمینه لازم برای پژوهش‌های آینده فراهم شود.

## منابع

۱. داورپناه، محمدرضا (۱۳۸۶). *ارتباط علمی: نیاز اطلاعاتی و رفتار اطلاع‌یابی*. تهران: دبیرش؛ چاپار.
۲. دهفانی، زهره (۱۳۸۹). سیستم‌های پیشنهاد دهنده آگاه در زمینه کتابخانه‌های دیجیتال، *اطلاع‌شناسی*، ۲۷، ۱۴۷-۱۸۰.
۳. فرهادی، مرتضی (۱۳۸۱). فضای مفهومی مشارکت هم‌معنایی و نا هم‌معنایی یاریگری (یاوری، تعاون) با مشارکت (انبازی) و همکاری. *علوم اجتماعی*، ۱۹، ۷-۳۴.
۴. نوروزی، علیرضا؛ ولایتی، خالد (۱۳۸۸). همکاری علمی پژوهشی: جامعه‌شناسی همکاری علمی. تهران: چاپار.
5. Blake, C., & Pratt, W. (2006). Collaborative information synthesis I: A model of information behaviors of scientists in medicine and public health. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(13), 1740-1749. Retrieved January 14, 2014, from [http://www.asist.org/awards/Collaborative\\_Information\\_Synthesis\\_1.pdf](http://www.asist.org/awards/Collaborative_Information_Synthesis_1.pdf).
6. Evans, B. M., & Chi, E. H. (2008, November). Towards a model of understanding social search. In *Proceedings of the 2008 ACM conference on Computer supported cooperative work* (pp. 485-494). Retrieved January 14, 2014, from <http://arxiv.org/pdf/0908.0595.pdf>
7. Fidel, R., Bruce, H., Pejtersen, A., Dumais, S., Grudin, J., & Poltrock, S. (2000). Collaborative information retrieval. *The New Review of Information Behaviour Research*, 1(1), 235-247. Retrieved January 14, 2014, from [projects.ischool.washington.edu/cir/CIRprop18.doc](http://projects.ischool.washington.edu/cir/CIRprop18.doc)
8. Foley, C. (2008). Division of labour and sharing of knowledge for synchronous collaborative information retrieval. Thesis PhD. Dublin City University School of Computing and Centre for Digital Video Processing. Retrieved January 14, 2014, from [http://doras.dcu.ie/552/1/cfoley-PhD\\_thesis.pdf](http://doras.dcu.ie/552/1/cfoley-PhD_thesis.pdf).
9. Golovchinsky, G., Adcock, J., Pickens, J., Qvarfordt, P., & Back, M. (2008). Cerchiamo: a collaborative exploratory search tool. *Proceedings of Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 8-12. Retrieved January 14, 2014, from [file:///C:/Users/Pardis/Documents/Downloads/50463517d88a25a58a.pdf](http://C:/Users/Pardis/Documents/Downloads/50463517d88a25a58a.pdf).
10. Golovchinsky, G., Diriyeh, A., & Pickens, J. (2011, October). Designing for collaboration in information seeking. In *Proc. Fifth Workshop on Human-Computer Interaction and Information Retrieval (HCIR 2011)*. Retrieved January 14, 2014, from <http://collab.infoseeking.org/resources/papersCIS11/GolovchinskyPaper.pdf>.
11. Golovchinsky, G., Pickens, J., & Back, M. (2008). A taxonomy of collaboration in online information seeking. Retrieved January 14, 2014, from <http://arxiv.org/ftp/arxiv/papers/0908/0908.0704.pdf>
12. González-Ibáñez, R., & Shah, C. (2011). Coagmento: A system for supporting collaborative information seeking. *proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 48(1), 1-4. Retrieved January 14, 2014, from [http://mail.asist.org/asist2011/proceedings/submissions/336\\_FINAL\\_SUBMISSION.pdf](http://mail.asist.org/asist2011/proceedings/submissions/336_FINAL_SUBMISSION.pdf)
13. González-Ibáñez, R., Shah, C., & Haseki, M. (2011). A Method to Evaluate the Synergic Effect in Collaborative Information Seeking. In *Workshop on Human-Computer Interaction and Information Retrieval (HCIR), October* (Vol. 20). Retrieved January 14, 2014, from <http://collab.infoseeking.org/resources/papersCIS11/GonzalezPaper.pdf>
14. Hansen, P., Granato, G. L., & Santucci, G. (2011). Collecting and assessing collaborative requirements. In *Proc. Workshop on Collaborative Information Seeking: Briding the Gap between Theory and Practice (CIS 2011)*. Retrieved January 14, 2014, from <http://collab.infoseeking.org/resources/papersCIS11/HansenPaper.pdf>
15. Hansen, P., & Järvelin, K. (2005). Collaborative information retrieval in an information-intensive domain. *Information Processing & Management*, 41(5), 1101-1119. Retrieved January 14, 2014, from <http://comminfo.rutgers.edu/~muresan/IR/Docs/Articles/ipmHansen2006.pdf>
16. Hertzum, M. (2008). Collaborative information seeking: The combined activity of information seeking and collaborative grounding. *Information Processing & Management*, 44(2): 957-962. Retrieved January 14, 2014, from [http://akira.ruc.dk/~mhz/research/Publ/IPM2008\\_preprint.pdf](http://akira.ruc.dk/~mhz/research/Publ/IPM2008_preprint.pdf)
17. Karunakaran, A., & Reddy, M. (2012). Barriers to collaborative information seeking in organizations. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 49(1): 1-10. Retrieved January 14, 2014, from <http://www.asis.org/asist2012/proceedings/Submissions/169.pdf>

18. Krishnappa, R. (2005). Multi-user search engine (muse): Supporting collaborative information seeking and retrieval. Retrieved January 14, 2014, from [http://lite.mst.edu/media/research/ctel/documents/2005\\_1\\_krishnappa.pdf](http://lite.mst.edu/media/research/ctel/documents/2005_1_krishnappa.pdf)
19. London, S. (1995). Collaboration and community. Retrieved January 14, 2014, from <http://www.upperskeena.ca/storytellers/CCL%20research/ccl/themes/micro-macro/collaboration.pdf>
20. Morris, M. R., & Horvitz, E. (2007, October). SearchTogether: an interface for collaborative web search. In *Proceedings of the 20th annual ACM symposium on User interface software and technology* (pp. 3-12). ACM. Retrieved January 14, 2014, from <http://research.microsoft.com/en-us/um/people/merrie/papers/searchtogether.pdf>
21. Pickens, J., Golovchinsky, G., Shah, C., Qvarfordt, P., & Back, M. (2008). Algorithmic mediation for collaborative exploratory search. In *Proceedings of the 31st annual international ACM SIGIR conference on Research and development in information retrieval* (pp. 315-322). ACM Retrieved January 14, 2014, from file:///C:/Users/Pardis/Documents/Downloads/50463517d88a315aaf.pdf.
22. Paul, S. A. 2010. Understanding together: sensemaking in collaborative information seeking. Thesis PhD. The Pennsylvania State University Retrieved January 14, 2014, from. [http://research.microsoft.com/en-s/um/redmond/groups/connect/cscw\\_10/docs/p321.pdf](http://research.microsoft.com/en-s/um/redmond/groups/connect/cscw_10/docs/p321.pdf)
23. Reddy, M. C., & Jansen, B. J. (2008). A model for understanding collaborative information behavior in context: A study of two healthcare teams. *Information Processing & Management*, 44(1): 256-273. Retrieved January 14, 2014, from [http://faculty.ist.psu.edu/jjansen/academic/pubs/reddy\\_jansen\\_collaborative\\_information\\_searching.pdf](http://faculty.ist.psu.edu/jjansen/academic/pubs/reddy_jansen_collaborative_information_searching.pdf)
24. Reddy, M. C., & Spence, P. R. (2008). Collaborative information seeking: A field study of a multidisciplinary patient care team. *Information processing & management*, 44(1), 242-255. Retrieved January 14, 2014, from file:///C:/Users/Pardis/Documents/Downloads/72e7e52442d790a381.pdf
25. Shah, C. (2009). Toward collaborative information seeking (CIS). Retrieved January 14, 2014, from [http://arxiv.org/pdf/0908.0709.pdf?origin=publication\\_detail](http://arxiv.org/pdf/0908.0709.pdf?origin=publication_detail)
26. Shah, C. (2010). Coagmento-a collaborative information seeking, synthesis and sense-making framework. *Integrated demo at CSCW*, 6-11. Retrieved January 14, 2014, from [http://research.microsoft.com/en-us/um/redmond/groups/connect/CSCW\\_10/docs/p527.pdf](http://research.microsoft.com/en-us/um/redmond/groups/connect/CSCW_10/docs/p527.pdf)
27. Shah, C. (2010). Collaborative information seeking: A literature review. *Advances in librarianship*, 32, 3-33 Retrieved January 14, 2014, from [http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/Shah\\_AIL\\_2010.pdf](http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/Shah_AIL_2010.pdf)
28. Shah, C. (2012). *Collaborative information seeking: The art and science of making the whole greater than the sum of all* (Vol. 34). Springer Science & Business Media.
29. Shah, C. (2013). Effects of awareness on coordination in collaborative information seeking. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(6), 1122-1143. Retrieved January 14, 2014, from [http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/10.1002\\_asi.22819.pdf](http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/10.1002_asi.22819.pdf)
30. Shah, C., & González-Ibáñez, R. (2010). Exploring information seeking processes in collaborative search tasks. *Proceedings of the American Society for Information Science and Technology*, 47(1): 1-7. Retrieved January 14, 2014, from [http://asis.org/asist2010/proceedings/proceedings/ASIST\\_AM10/submissions/211\\_Final\\_Submission.pdf](http://asis.org/asist2010/proceedings/proceedings/ASIST_AM10/submissions/211_Final_Submission.pdf)
31. Shah, C., Marchionini, G., & Kelly, D. (2009, April). Learning design principles for a collaborative information seeking system. In *CHI'09 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems* (pp. 3419-3424). ACM. Retrieved January 14, 2014, from [http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/Shah\\_CHI\\_2009.pdf](http://comminfo.rutgers.edu/~chirags/papers/Shah_CHI_2009.pdf)
32. Sonnenwald, D. H., & Pierce, L. G. (2000). Information behavior in dynamic group work contexts: interwoven situational awareness, dense social networks and contested collaboration in command and control. *Information Processing & Management*, 36(3): 461-479. Retrieved January 14, 2014, from file:///C:/Users/Pardis/Documents/Downloads/9fcfd512392aabb018.pdf
33. Spence, P. R., Reddy, M. C., & Hall, R. (2005, November). A survey of collaborative information seeking practices of academic researchers. In *Proceedings of the 2005 international ACM SIGGROUP conference on supporting group work* (pp. 85-88). ACM. January 14, 2014, from file:///C:/Users/Pardis/Documents/Downloads/72e7e52442d795a657%20(1).pdf
34. Twidale, M. B., Nichols, D. M., Smith, G., & Trevor, J. (1995, October). Supporting collaborative learning during information searching. In *The first international conference on Computer support for collaborative learning* (pp. 367-370). L. Erlbaum Associates Inc. January 14, 2014, from [http://eprints.lancs.ac.uk/53830/1/twidale\\_cscl\\_95.pdf](http://eprints.lancs.ac.uk/53830/1/twidale_cscl_95.pdf)

# تفاوت‌های مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟\*

(صفحات ۱۹۱-۱۶۳)

میترا پشوتنی‌زاده<sup>۱</sup>

## چکیده

**مقدمه:** امروزه کتابخانه‌ها با توجه به تهیه منابع در انواع قالب‌ها در موضوعات و زبانهای گوناگون، باید دارای فهرست‌های کامل و خدمات کتابشناختی مناسب و مورد نیاز کاربران باشند. استفاده از مارک در شبکه‌های کتابشناختی کتابخانه‌ها را به خوبی در انجام این مسئولیت یاری می‌رساند.

**هدف:** در حال حاضر، یونی مارک و مارک ۲۱ بیش از مارک‌های دیگر در جهان مورد استفاده قرار گرفته‌اند. هدف از این مطالعه آن است که تا با مقایسه این دو و مشخص شدن نقاط ضعف و قوت آنها، برای کتابخانه‌ها این امکان را فراهم کند که مارک مناسب با نیازهای خود را برای مبنای شبکه کتابشناختی خود انتخاب کنند.

**روش:** در این پژوهش، این دو مارک با استفاده از آخرین ویرایش‌های در دسترس یونی مارک (ویرایش ۲۰۰۸ با در نظر گرفتن فیلدهای روزآمد شده ۲۰۱۲) و مارک ۲۱ (۲۰۱۵) از جنبه‌های مختلف تاریخچه، عملکرد، محتوا و ساختار کلی، روزآمدی و پشتوانه سازمانی مورد مقایسه قرار گرفته‌اند و تفاوت‌ها، قابلیت‌ها و نقاط ضعف هر یک در این مقولات مشخص شده است.

**یافته‌ها:** جمع‌بندی داده‌ها نشان داد که از تمامی جوانب یاد شده مارک ۲۱ قابلیت‌های بیشتری نسبت به یونی مارک دارد.

**کلیدواژه‌ها:** مارک ۲۱، یونی مارک، فهرست‌های رایانه‌ای، شبکه کتابشناختی

\* تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۴/۰۹/۲۴

۱ استادیار علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه اصفهان.

## مقدمه

امروزه پیشرفت‌های شگرفی در زمینه‌های نشر، تولید اطلاعات و فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به وجود آمده است. ولی از سوی دیگر بالا رفتن سرعت زندگی محدودیت‌های زمانی و مکانی بیشتر برای دسترسی به اطلاعات کتابشناختی و نیز اصل منابع توسط کاربران و متقاضیان اطلاعات پدید آورده است. به همین دلیل در عصر حاضر، ضرورت روزآمد سازی سریع و یکدست سازی فهرست کتابخانه‌ها و ایجاد نظام ملی (و بین‌المللی) اطلاع‌رسانی یا شبکه کتابشناختی رایانه‌ای ملی (و بین‌المللی) بیش از پیش احساس می‌شود، به نحوی که کاربران، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاعاتی به راحتی و در کمترین زمان بتوانند به اطلاعات کتابشناختی یکدیگر دست یابند. به همین منظور برای نخستین بار، مارک<sup>۱</sup> از اواخر دهه ۱۹۵۰ در کتابخانه کنگره امریکا طراحی شد، یعنی زمانی که در این کتابخانه امکان تهیه داده‌های فهرست‌نویسی به شکل ماشین‌خوان مورد بررسی قرار گرفت. تلاش‌هایی که در این زمینه انجام شد، سرانجام به تهیه فرمت مقدماتی منجر شد که مارک یک<sup>۲</sup> نام گرفت (کوکبی، ۱۳۸۵). مارک یا فهرست‌نویسی ماشین‌خوان،

---

1. MARC  
2. MARC I

آغازهای برای کلمات (MARC) Machine Readable Cataloging است. با استفاده از مارک می‌توان داده‌های موجود در یک فهرست برگه را به گونه‌ای آماده ساخت که کامپیوتر قادر به خواندن آن‌ها باشد و برابر دستور، بر روی هر داده به گونه‌ای مناسب عمل کند (تیلور<sup>۱</sup>، ۱۳۸۱). مارک در واقع نظام برچسب‌گذاری عناصر کتابشناختی برای ذخیره الکترونیک پیشینه‌هاست (کوکی، ۱۳۸۵).

پس از مارک یک، مارک‌های مختلفی در جهان و کشورهای مختلف ایجاد شد. ولی در حال حاضر دو مارک بیش از مارک‌های دیگر در جهان مورد استفاده قرار گرفته اند که یونی مارک را سازمان ایفلا و مارک ۲۱ را کتابخانه کنگره آمریکا پدید آورده است. تاکنون این دو مارک به طور علمی با یکدیگر مقایسه نشده‌اند تا نقاط ضعف و قوت هر یک مشخص گردد. به همین دلیل، انجام پژوهشی در این زمینه، این امکان را فراهم می‌آورد که برای اخذ تصمیم به استفاده از هر یک از این مارک‌ها در یک کتابخانه، منطقه یا کشور، بتوان با آگاهی اقدام کرد. نیز می‌توان در صورت استفاده از یکی از این مارک‌ها در گذشته، می‌توان با شناخت نقاط ضعف آن، در پی رفع آن‌ها برآمد و از نقاط قوت آن به طور بهینه بهره برد.

عمرانی در مصاحبه خود با لیزنا اذعان داشت که: در ایران داده مارکی سالم بسیار محدود است. شاید داده‌های جدید کتابخانه ملی که از ابتدا در رسا ورود اطلاعات شده اند (احتمالاً داده های ۱۳۸۵ به این سو) و یکی دو کتابخانه که از ابتدا داده های خود را کامل و با همه جزئیات و در محل درست وارد کرده باشند. تعداد این رکوردهای سالم به یک میلیون هم نمی‌رسد (لیزنا، ۱۳۹۳).

همچنین همان طور که کوکی (۱۳۸۳) در پژوهش خود بر روی سطوح مختلف فهرست‌نویسی توصیفی اشاره کرده است، کتابخانه ملی ما بین دو سطح دو و سه توصیف عمل می‌کند. این در حالی است که شماری از کتابخانه‌ها مانند انواع کتابخانه‌های کودکان، مساجد، زندان‌ها و غیره ممکن است به این سطح تفصیل از اطلاعات نیاز نداشته

باشند. اگر آنان همچنان پایبند به فهرست‌های سنتی باشند، این امر زمان و هزینه آنان را در زمینه نیروی انسانی و تهیه برگه‌های اضافی بالا می‌برد. این مشکل در حالی وجود دارد که می‌توان ترتیبی در مارک ایران اتخاذ نمود که هر کتابخانه از هر پیشینه، بر حسب سطح فهرست نویسی انتخابی خود، عناصر اطلاعاتی لازم را استخراج کند. به علاوه ربیعی و باب الحوائجی (۱۳۹۰) ذکر می‌کنند که با وجود این که هدف از فهرست‌نویسی پیش از انتشار (فیفا)، ایجاد دقت، صحت، سرعت و یکدستی در امر فهرست‌نویسی، صرفه‌جویی در بودجه و پیشگیری از دوباره‌کاری در کتابخانه‌هاست؛ بین فیفا و فهرست‌نویسی بعد از انتشار (فاپا) مقداری ناهمگونی وجود دارد. این در حالی است که شماری از کتابخانه‌ها ممکن است از اطلاعات فیپای کتاب برای بخش ورود اطلاعات کتاب در سیستم توسط نیروی انسانی استفاده کنند که احتمالاً خطاهای انسانی را در بر خواهد داشت. همه این مشکلات، هزینه‌ها و عدم یکدستی‌ها را می‌توان با استفاده از یک سیستم کتابشناختی مبتنی بر مارک حل نمود.

بنابراین می‌توان برای مجموعه‌ای از مشکلات کتابشناختی که در کشور وجود دارد، یک شبکه کتابشناختی مبتنی بر مارک را پیشنهاد نمود؛ ولی ضرورت جدی برای این شبکه کتابشناختی، انتخاب فرمت مناسب مارک برای آن است. اکنون از یونی مارک و مارک ۲۱ بیش از دیگر مارک‌ها در جهان استفاده می‌شود. مقایسه این دو مارک، نقاط قوت و ضعف هر یک را نشان می‌دهد. پس از آن، تصمیم‌گیری برای انتخاب فرمت مناسب برای شبکه کتابشناختی مبتنی بر مارک آسان خواهد شد. پژوهشگر حاضر اشراف دارد که اکنون در ایران، داده‌های مارک در حال استفاده هستند (هرچند به صورت نه چندان ایده آل) و کتابخانه کنگره نیز در سال ۲۰۱۱، "چارچوب کتابشناختی در دوران دیجیتال" را به عنوان مدلی داده‌ای برای توصیف کتابشناختی برای جایگزینی تدریجی آن با مارک پیشنهاد کرده است. ولی شواهد حاکی از آن است که این مدل هنوز مراحل اولیه آزمایش خود را در کتابخانه‌های مختلف که اکثراً نیز در آمریکا هستند، می‌گذرانند. از سویی این مدل قابلیت انتقال داده‌های مارکی به محیط جدید را فراهم کرده است و هنوز



مدل جدید در حال تکامل است، پس بهتر است در ایران در مورد مشکلات مارک فعلی تصمیماتی گرفته شود و از هر امکانی برای ارتقاء و اصلاح آن استفاده گردد. عمرانی نیز در سال ۱۳۹۳ بیان داشت که: "اگر ما داده‌های سالم مارکی در کشور داریم، تا روزی که محیط جدیدی بر اساس مدل مفهومی ایجاد نکرده‌ایم که در آن از همه امکانات داده‌های پیوندی، RDF و سایر ابزارهای مورد استفاده در وب معنایی استفاده کنیم، باید نرم افزارهای مارکی خود را نگهداری کنیم تا بتوانیم همان طور که BibFrame می‌گوید، از توصیف مجدد اطلاعات در آینده جلوگیری کنیم". حسن باقری مهابادی نیز در باره مارک و جایگزینی آن با الگوهای مفهومی گوید:

"چگونه می‌توانیم در حالی که ساختار استاندارد در ایران تولید نشده و زمان کافی برای تولید آن اختصاص نیافته است، همواره منتظر ظهور ساختار استاندارد بعدی باشیم تا عقب افتادگی خود در این گام را، در گام بعد جبران کنیم؟! غافل از آنکه زیرساخت استاندارد، زمان را برای رسیدن به ساختار استاندارد بعدی کوتاه‌تر و هموارتر خواهد نمود".

بنابر اعتقاد پژوهشگر بر اصلاح مارک فعلی و عدم ادامه روند اشتباه گذشته و انتظار برای اجرایی شدن چارچوب کتابشناختی کتابخانه کنگره، این دو مارک را از جنبه‌های مختلف مقایسه کرده است تا با شناسایی قابلیت‌های هر یک، برای بهبود ساختار مارکی ایران تدابیری اندیشه شود. بنابراین در این پژوهش، پس از معرفی مختصری از مارک ۲۱ و یونی مارک، به برخی از این جنبه‌ها، از جمله موارد تاریخچه، عملکرد، محتوا و ساختار کلی، روزآمدی و پشتوانه سازمانی اشاره می‌شود.

## روش پژوهش

برای انجام این پژوهش، ابتدا آخرین ویرایش‌های در دسترس یونی مارک (ویرایش ۲۰۰۸ با در نظر گرفتن فیلدهای روزآمد شده ۲۰۱۲) و مارک ۲۱ (۲۰۱۵) و تمامی مدارک و اطلاعات موجود بر روی وب سایت‌های آن‌ها مطالعه شده و سپس در گروه‌های

"تاریخچه و عملکرد"، "محتوا و ساختار کلی"، "روزآمدی" و "پشتوانه سازمانی" داده های جمع آوری شده با یکدیگر مقایسه شدند.

## یافته ها

### - مارک ۲۱

از سال ۱۹۶۰، مارک در آمریکا مورد استفاده بود؛ ولی از اواخر دهه ۱۹۹۰، مارک ۲۱ با ترکیب مارک آمریکا و کانادا و به منظور تبادل داده های کتابشناختی و اطلاعات مربوط به آن، به وجود آمد. در ساختار آن، از استانداردهای ملی و بین المللی هم چون ANSI Z39.2 و ISO 2709 استفاده شد و محتوای عناصر داده ای مارک ۲۱ بر اساس استانداردهایی همچون قواعد فهرست نویسی انگلو امریکن، سرعنوانهای موضوعی کنگره، رده بندی کتابخانه ملی پزشکی و ... تهیه گردید.

مارک ۲۱ دارای ۵ فرمت زیر است:

۱. فرمت کتابشناختی که شامل عناصر داده ای لازم برای توصیف، بازیابی و کنترل شکل های مختلف مواد کتابشناختی است و یک فرمت منسجم برای شناسایی و توصیف مواد مختلف است. در سال ۱۹۹۹ برای نخستین بار تهیه، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و در سال ۲۰۱۵، بیستمین روزآمد آن منتشر شده است.

۲. فرمت موجودی که شامل عناصر داده ای مربوط به اطلاعات موجودی و محل انواع مواد است. در سال ۲۰۰۰ برای نخستین بار تهیه، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و در سال ۲۰۱۵، بیستمین روزآمد آن منتشر شده است.

۳. فرمت مستندات که شامل عناصر داده ای لازم برای شناسایی یا کنترل مستند محتوا و محتوا نماها در فرمت کتابشناختی است. در سال ۱۹۹۹ برای نخستین بار تهیه، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و در سال ۲۰۱۵، بیستمین روزآمد آن منتشر شده است.

۴. فرمت رده بندی که شامل عناصر داده ای مربوط به شماره های رده بندی و سرفصلهای مربوط به آنهاست. پیشینه های رده بندی برای نگهداری و گسترش فرامای

## تفاوت‌های مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟ // ۱۶۹

رده بندی استفاده می‌شوند. در سال ۲۰۰۰ برای نخستین بار تهیه، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و در سال ۲۰۱۵، بیستمین روزآمد آن منتشر شده است.

۵. فرمت جامعه که به پیشینه این امکان را می‌دهد که اطلاعات درباره وقایع، برنامه ها، خدمات و ... را در بر گیرد. بنابراین این اطلاعات می‌تواند در فهرست عمومی به عنوان نوع دیگری از پیشینه در دسترس باشند. در سال ۲۰۰۰ برای نخستین بار تهیه، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و سال ۲۰۱۵، بیستمین روزآمد آن منتشر شده است.

فرمت‌های کتابشناختی و مستندات، اساساً برای تبادل پیشینه‌های فهرست کتابخانه کنگره با دیگر سازمان‌ها ایجاد شدند و رابطه نزدیکی با فعالیتهای و نیازهای کتابخانه‌های آمریکای شمالی در رابطه با مجموعه جهانی دارند. به علاوه این فرمتها کدهای فهرست نویسی متفاوت و مورد نیاز، هم برای کتابخانه‌ها و هم برای آرشیوها دارند (ماربی<sup>۱</sup> و اداره استاندارد و توسعه مارک کتابخانه کنگره، ۱۹۹۶). از آنجایی که مارک ۲۱ برای تسهیل تبادل داده‌های کتابشناختی و اطلاعات مربوط به آن به وجود آمده است، سعی شده تا با دیگر فرمت‌های ملی و بین‌المللی همچون مارک انگلستان و یونی مارک و ... سازگار باشد. همچنین کاربران مارک ۲۱ می‌توانند از راه‌های زیر نظرات و دیدگاه‌های خود را درباره فرمت‌های مختلف مارک ۲۱ بیان کنند:

### ۱. گروه بحث مارک

۲. کمیته‌های ملی مانند گروه مشاوره مارک در آمریکا<sup>۲</sup>، گروه کانادایی برای مارک<sup>۳</sup> و گروه استانداردهای کتابشناختی بیک<sup>۴</sup>

۳. ادارات ملی مارک مانند اداره استانداردها و توسعه شبکه مارک در کتابخانه کنگره، بخش استانداردهای کتابخانه و آرشیو کانادا<sup>۵</sup> و بخش استانداردهای ابر داده‌ای و کتابشناختی کتابخانه انگلستان<sup>۶</sup> (کتابخانه کنگره، ۲۰۱۱).

---

1. MARBI: American Library Association's ALCTS/LITA/RUSA Machine-Readable Bibliographic Information Committee  
2. U.S. MARC Advisory Committee  
3. Canadian Committee on MARC  
4. BIC (Book Industry Communication) Bibliographic Standards Group  
5. Standards division at the Library and Archives Canada  
6. Bibliographic & Metadata Standards section at the British Library.

دسترسی به آخرین نسخه و ویرایش‌های مارک ۲۱، علاوه بر نسخه‌های قدیمی‌تر، به دو صورت کامل و مختصر<sup>۱</sup> از طریق وب سایت کتابخانه کنگره آمریکا در دسترس است و آخرین تغییرات و روزآمد سازی‌ها با استفاده از رنگ قرمز متمایز شده‌اند. در قسمت استاندارد مارک ۲۱ در وب سایت کتابخانه کنگره بخشها، خدمات و مستندات مختلفی دیده می‌شود که در زیر پس از نمایش صفحه نخست مارک ۲۱، به مهمترین آن‌ها اشاره می‌شود:



**MARC 21**  
Library of Congress - Network Development and MARC Standards Office

The MARC formats are standards for the representation and communication of bibliographic and related information in machine-readable form.

**NEW!** [Midwinter ALA MAC 2014 Meeting Agenda](#)  
**NEW!** [Bibliographic Framework Transition Initiative](#)  
[MARC Code Lists as Linked Data](#)  
**UPDATED!** [RDA in MARC -- Summary of Additions](#)  
[MARC en ESPAÑOL]

[Understanding MARC Bibliographic -- a brief description and tutorial](#)  
[Understanding MARC Authority -- a brief description and tutorial](#)  
[Understanding MARC Holdings Records -- a brief description and tutorial](#)

**General Information**  
[Introductory MARC Information](#)  
[News & Announcements](#)  
[MARC FAQ](#)  
[MARC Forum \(listserv\)](#)  
[Unicode-MARC Forum](#)  
[Recommended Reading](#)

**MARC Formats**  
[Formats and Code Lists](#)  
[Format Overview](#)  
[Ordering Information](#)  
[National Level Requirements](#)  
[MARC Mappings](#)  
[MARC User Notes](#)

**MARC in XML**  
[MARCXML](#)  
[MODS](#)  
[MADS](#)  
**MARC and FRBR**  
[FRBR Display Tool](#)

**MARC Development**  
[MARC Advisory Committee](#)  
[MARC Proposals](#)  
[MARC Discussion Papers](#)  
[MARC Change Form](#)

**MARC Records, Systems and Tools**  
[MARC Record Services](#)  
[MARC Systems](#)  
[MARC Specialized Tools](#)

**MARC LITE**  
[Bibliographic](#)

**MARC Code Lists**  
[Countries](#)  
[GACs](#)  
[Languages](#)  
[Organizations](#)  
[Relators](#)  
**Other Value Lists**  
[Sources](#)

**MARC Specs.**  
[Record Structure](#)  
[Character Sets](#)  
[Exchange Media](#)

**More Documentation...**

تصویر ۱: صفحه وبی مارک ۲۱

## تفاوت‌های مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟ // ۱۷۱

۱. دسترسی به آخرین ویرایش‌های ۵ فرمت مارک ۲۱ و هر گونه ترجمه‌ای که از آن‌ها موجود است.
۲. وجود نسخه کوچک<sup>۱</sup> برای فرمت کتابشناختی مارک ۲۱ که در واقع یک زیرمجموعه از فرمت کتابشناختی مارک ۲۱ به صورت کامل است و تمامی عناصر ضروری و مورد نیاز برای توصیف کتابشناختی اثر را در بر دارد.
۳. ارائه کد لیست مارک برای سازمان‌ها، زبان‌ها، کشورها و ...
۴. ارائه دستنامه و راهنمای چگونگی استفاده از فرمت کتابشناختی (از سال ۱۹۹۸ تا ویرایش ۱۷ سال ۲۰۰۳)، فرمت مستندات (۲۰۰۴) و فرمت موجودی (۲۰۱۱)
۵. جداول تطبیقی<sup>۲</sup> برای تبدیل طرح‌های ابر داده‌ای مختلف به مارک ۲۱ و بالعکس
۶. راهنمای کد گذاری برای منابع الکترونیکی و فیلد 856 (مکان الکترونیکی و دسترسی)
۷. معرفی مارک، اخبار و اطلاعیه‌ها، پرسش‌ها متداول و معرفی گروه‌های بحث مرتبط با مارک ۲۱
۸. معرفی مختصر کارگزاران، خدمات، ابزارها و نرم افزارهایی که از پیشینه‌های مارک ۲۱ پشتیبانی می‌کنند.
۹. ارائه مارک اکس.ام.ال.، مادز، متس و مدز
۱۰. امکان مطالعه و دسترسی به پروپوزالهایی که برای افزودن، ویرایش یا تغییر هر فیلد یا هر نشانگری به کتابخانه کنگره ارائه شده است.
۱۱. امکان بارگذاری فرمت خلاصه ۲۰۱۲ مارک ۲۱ به صورت کامل همراه با تغییرات
۱۲. بخش دفتر یادداشت مارک که شامل انواع مثالها و دستورالعملها و فایل‌های متفرقه و مفید مرتبط با مارک و انواع ابر داده هاست.
۱۳. شیوه بهره‌گیری از آر.دی.ای. و اف.آر.بی.آر. در مارک ۲۱

---

1. MARC Lite  
2. mapping

به عنوان مثال، پیوست I از آر.دی.ای. مربوط به روابط بین منبع، افراد، خاندان‌ها و تنالگان‌ها است. مارک ۲۱ نیز این نوع ارتباط را در e\$ (عبارت مرتبط کننده) و 4\$ (کد مرتبط کننده) از فیلدهای 1XX, 6XX, 7XX و 8XX از فرمت کتابشناختی و در e\$ از فیلدهای 1XX, 4XX و 5XX رعایت شده است.

۱۴. امکان تماس با مسئولین مارک ۲۱

### - یونی مارک

ظهور مارک‌های مختلف ملی، کار تبادل داده‌های کتابشناختی در سطح بین‌المللی را با مشکل مواجه کرده بود. به همین سبب ایفلا تصمیم گرفت تا در سال ۱۹۷۷، یونی مارک را به هدف تسهیل تبادل داده‌های ماشین‌خوان بین سازمان‌های کتابشناختی ملی و بر مبنای ISO 2709 به وجود آورد. پس از آن نیز در سال ۱۹۸۳ دستنامه یونی مارک منتشر شد. در ابتدا، بیشتر توجه به فهرست‌نویسی تک‌نگاشت‌ها و پایندها و استفاده از ISBD بود، ولی در اواسط ۱۹۸۰ این ضرورت احساس شد که یونی مارک برای دیگر منابع نیز ایجاد گردد. گسترش‌ها به همین جا ختم نشد، بلکه فرمت جدید مستندات در سال ۱۹۹۱ به وجود آمد.

به مرور، کاربران یونی مارک متوجه شدند که یونی مارک نیاز به پشتیبانی مداوم دارد. به همین دلیل کمیته دائمی یونی مارک که مسئول نظارت کاربران یونی مارک نیز هست، به وجود آمد و زیر نظر برنامه مارک بین‌المللی و کنترل کتابشناختی جهانی<sup>۱</sup> وابسته به ایفلا فعالیت خود را ادامه داد.

با وجودی که یونی مارک فرمتی برای تبادل داده‌های کتابشناختی است، ولی بسیاری از کشورها از آن به عنوان یک فرمت ملی برای پردازش و تبادل داده‌ها استفاده می‌کنند (ایفلا، ۱۹۹۹).

یونی مارک دارای ۴ فرمت زیر است:

---

1. Universal Bibliographic Control and International MARC Programme (UBCIM)

## تفاوت‌های مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟ // ۱۷۳

۱. کتابشناختی: که سال ۱۹۷۷ برای نخستین بار و در ۲۰۰۸ برای سومین مرتبه نشر یافت و در سال ۲۰۱۲ ویرایش مجدد شد.
  ۲. مستندات: به منظور امکان ایجاد پیشینه‌های مستند و ارجاعی برای مدیریت نقاط دستیابی مهار شده در پایگاه‌های کتابشناختی، در سال ۱۹۹۱ این فرمت به وجود آمد. آخرین نسخه آن مربوط به سال ۲۰۰۹ است که در سال ۲۰۱۲ مورد روزآمدسازی قرار گرفته است.
  ۳. رده بندی: کارگروهی که از سوی کمیته دائمی یونی مارک تعیین شده بود، به هدف مدیریت و کنترل داده های رده بندی، این فرمت را در سال ۱۹۹۷ ایجاد کرد و آخرین ویرایش آن مربوط به سال ۲۰۰۰ است.
  ۴. موجودی: در اواخر سال ۱۹۹۹ کارگروهی از سوی کمیته دائمی یونی مارک برای کار بر روی فرمت موجودی مرتبط با آثار کتابشناختی تعیین شد و نخستین ویرایش آن در سال ۲۰۰۶ ایجاد، ولی در ۲۰۰۷ اصلاحاتی بر روی آن انجام شد. این فرمت‌ها در دو صورت کامل و خلاصه منتشر می شوند، ولی فرمت خلاصه آن‌ها فقط شامل محتوا نماها و نشانگرها بدون هیچ گونه توضیحی است. در صفحه ای از وب سایت ایفلا که متعلق به انتشارات کمیته دائمی یونی مارک و برنامه مارک بین المللی و کنترل کتابشناختی جهانی است، آخرین انتشارات و مقالات این دو بخش درباره یونی مارک معرفی شده اند، ولی دسترسی رایگان فقط به برخی از آنها (از جمله مدارک قدیمی، فرمت‌های خلاصه و یا ترجمه های به زبان دیگر) امکان پذیر است. همچنین ۸ راهنما برای منابع و شرایط مختلف مانند راهنمای استفاده از یونی مارک برای نشریات (ویرایش ۲۰۰۷)، برای موسیقی (ویرایش ۲۰۰۵)، برای نسخ خطی (ویرایش ۱۹۹۸)، برای مواد چند بخشی (ویرایش ۱۹۹۹) و برای منابع الکترونیکی (ویرایش ۲۰۰۰) و ... در این قسمت وجود دارد.
- در این صفحه وبی، که بخشی از آن در تصویر ۲ قابل مشاهده است، جداول تطبیقی برای تبدیل یونی مارک به برخی طرح‌های ابر داده‌ای و برعکس، و همچنین گزارش گردهمایی‌های سالانه کمیته دائمی یونی مارک قابل دسترس هستند.

The screenshot shows the IFLA UCA website. The top navigation menu includes: About IFLA, Activities and Groups, News and Events, Membership, Partners, Publications, and Annual Conference. The breadcrumb trail reads: Home » Activities and Groups » UCA » Publication listing. The main content area is titled 'Publication listing' and contains three sections: 'Publications' with links to 'UNIMARC & Friends: Charting the New Landscape of Library Standards', 'Manuel UNIMARC. Format bibliographique', and 'IFLA Cataloguing Principles: Steps towards an International Cataloguing Code, 5'; 'Reports' with a link to 'UNIMARC Core Activity Reports'; and 'Strategic plans' with a link to 'UCA Strategic Plan'. A search bar is located at the top right of the main content area.

تصویر ۲: صفحه وبی یونی مارک از وب سایت ایفلا

## – مقایسه تاریخچه و عملکرد

مارک ۲۱ و یونی مارک، هر دو بر مبنای استاندارد ISO 2709 تهیه شده‌اند و دارای بلوک شناسه‌های ارتباطی هستند، بدین روی مشابه عمل کرده‌اند؛ ولی تفاوت‌های آنها درباره تاریخچه و نحوه عملکردشان، بیش از شباهت‌هایشان است که در زیر به آن‌ها اشاره می‌شود:

- یونی مارک نسبت به مارک ۲۱ نزدیک به دو دهه قدمت دارد، ولی سابقه بهره‌گیری و استفاده از مارک در آمریکا و ترکیب دو مارک کانادا و آمریکا، زمینه ساز ایجاد تجربه‌ای ارزشمند در زمینه مارک شده و امکان طراحی مارک ۲۱ به صورت کاملتر و منسجم‌تر را فراهم آورد.
- هر دو وب سایت جداول تطبیقی دارند، ولی کتابخانه کنگره در این زمینه دارای تنوع و روزآمدی بیشتری است.
- مارک ۲۱ فرمت جامعه دارد که یونی مارک از آن بی بهره است.



## تفاوت‌های مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟ // ۱۷۵

- مارک ۲۱ تمامی مدارک و مستندات لازم را به صورت رایگان و کامل بر روی سایت خود قرار داده است، در حالی که یونی مارک فقط در مورد پاره ای از منابع به این شکل عمل کرده است.
- تعداد راهنماهای یونی مارک برای منابع مختلف بیش از مارک ۲۱ است (اگرچه تاریخ آنها چندان روزآمد نیست)؛ در مقابل مارک ۲۱ برای دیگر فرمت‌هایش (مانند مستندات و موجودی) نیز دستنامه و راهنما ارائه کرده است.
- فرمت خلاصه مارک ۲۱ توضیحات نیز دارد، ولی فرمت خلاصه یونی مارک فقط دارای محتواها و نشانگرهاست.
- در صفحه وبی مارک ۲۱، مارک اکس.ام.ال.، مادز، مدز و متس ارائه شده و از شیوه به کارگیری آر.دی.ای. و اف.آر.بی.آر. در مارک ۲۱ سخن رفته است، ولی به هیچ یک از آنها در وب سایت ایفلا اشاره ای نشده است.
- در مارک ۲۱، امکان دسترسی به بحث‌ها و پورپوزال‌هایی که برای تعیین و تأیید هر فیلد و محتوایی صورت گرفته است، وجود دارد؛ ولی در یونی مارک این امکان بر روی سایت در نظر گرفته نشده است.

### – مقایسه محتوا و ساختار کلی

یونی مارک و مارک ۲۱ هر دو دارای سطح حداقل و کامل پیشینه هستند. سطح حداقل شامل فیلدهایی الزامی برای سطح حداقل و فیلدهایی است که در صورت امکان پذیر بودن، الزامی محسوب می‌شوند. در فیلدهای مارک ۲۱ هیچ اطلاعاتی در مورد الزامی و اختیاری بودن آنها وجود ندارد، بدین روی مارک ۲۱ در فایل جداگانه‌ای به معرفی سطح حداقل و سطح کامل (ملی) مارک ۲۱ برای دو فرمت کتابشناختی و مستندات می‌پردازد. این برنامه توضیح می‌دهد که این فایل برای کتابخانه‌های ایالت متحده تعریف شده است و هر کشوری بسته به نیاز خود و سازمان‌هایی که می‌خواهد با آنها تبادل داده

داشته باشد، در تعیین این فیلدها آزاد است. ولی یونی مارک به شیوه‌ای متفاوت عمل می‌کند و در هر فیلدی که معرفی می‌کند، الزامی و اختیاری بودن را نیز مشخص می‌دارد و این کار را برای تمام فرمت‌هایش انجام داده است. برای تعیین سطح حداقل در فرمت کتابشناختی نیز راهنمایی را به تفکیک انواع منابع تهیه کرده است؛ ولی در مواردی دیده می‌شود که فیلدهایی که در فرمت اصلی کتابشناختی اختیاری بوده‌اند، در این راهنما، برای سطح حداقل، الزامی در نظر گرفته شده‌اند. مانند فیلد 005 که اختیاری و پیشنهاد شده است، یا فیلد 102 که اختیاری است، ولی در این راهنما الزامی در نظر گرفته شده است.

به عنوان مثال، سطح حداقل مارک ۲۱، یازده فیلد الزامی برای منابع الکترونیکی دارد؛ ولی یونی مارک با توجه به برچسب پیشینه دارای ۹ فیلد الزامی است و در صورتی که پدید آورنده نیز داشته باشد، ۳ فیلد دیگر می‌تواند به آن اضافه گردد.

مقایسه برچسب پیشینه یونی مارک و راهنمای مارک ۲۱ نشان می‌دهد که یونی مارک از ۲۴ نویسه، ۳ نویسه و مارک ۲۱ از ۲۴ نویسه، تنها یک نویسه را تعریف نکرده است. مارک ۲۱ در جایگاه‌های نویسه‌ای ۸ و ۹ به ترتیب دارای نویسه‌های "نوع کنترل" و "طرح کدگذاری نویسه‌ها" است که یونی مارک از آن‌ها بی‌بهره است. ولی در مورد فهرست راهنما، تطابق کاملی بین هر دو مارک وجود دارد.

از آنجا که یونی مارک از ابتدا به عنوان یک فرمت بین‌المللی طراحی شد، به هیچ قواعد فهرست‌نویسی خاصی خود را پایبند نکرد تا قابلیت استفاده در تمامی کشورها را داشته باشد. ترتیب قرار گرفتن بلوک‌هایش نیز به خوبی بیانگر این امر هستند. به عنوان مثال، یادداشت‌ها در بلوک ۳ و شرح مسئولیت در بلوک ۷ قرار گرفته است. در حالی که بر طبق قواعد فهرست‌نویسی انگلو امریکن، شرح مسئولیت بر ناحیه یادداشت، اولویت دارد. ولی در مورد مارک ۲۱، ترتیب فیلدها بر اساس قواعد فهرست‌نویسی انگلو امریکن در نظر گرفته شده است، لذا پس از اطلاعات کنترل و داده‌های کد شده، نخستین قسمت اطلاعاتی، مربوط به فیلدهای سرشناسه و سپس به ترتیب عنوان، توصیف فیزیکی و ... است. این امر می‌تواند برای کشورهایی که از این قواعد فهرست‌نویسی استفاده می‌کنند، یک مزیت باشد و به خاطر سپاری فیلدها را آسان‌تر سازد.

قبلاً نیز اشاره شد که فرمت‌های کتابشناختی و مستندات مارک ۲۱ اساساً برای تبادل پیشینه‌های فهرست کتابخانه کنگره با دیگر سازمان‌ها ایجاد شده‌اند و رابطه نزدیکی با فعالیت‌های و نیازهای کتابخانه‌های آمریکای شمالی در رابطه با مجموعه جهانی دارد. به همین دلیل در مارک ۲۱ می‌توان فیلهایی را دید که با توجه به نگرش‌ها و نیازمندی‌های کتابخانه‌های آن منطقه در نظر گرفته شده‌اند. مانند فیلهای زیر:

010 شماره کنترل کتابخانه کنگره

025 شماره فراهم آوری خارجی

051 شرح کتابخانه کنگره از کپی، نسخه و چاپ مستقل

060 شماره راهنمای کتابخانه ملی پزشکی

061 شرح کتابخانه ملی پزشکی از نسخه

070 شماره راهنمای کتابخانه ملی کشاورزی

071 شرح کتابخانه ملی کشاورزی از نسخه

ولی در یونی مارک هیچ فیلهای را برای کتابخانه خاصی در نظر نگرفته و به صورت بین‌المللی عمل کرده است.

هر فیلد در یونی مارک ۸ بخش دارد: تعریف، چگونگی کاربرد، نشانگرها، فیلهای فرعی، نکاتی درباره محتوای فیلد، فیلهای مرتبط، مثال و سابقه. ولی برای هر فیلد مارک ۲۱، توضیحات در ۵ بخش ارائه شده است: سیاهه محتواها، جایگاه نویسه‌ای یا توضیح فیلد و محدوده آن، راهنما برای چگونگی به کارگیری محتواها به همراه نمونه، شرایط و قوانین نشانه‌گذاری و تاریخچه و سابقه محتواها.

یونی مارک بخشی برای فیلهای مرتبط متمایز کرده تا امکان شناسایی و مقایسه آنها را با فیلد مورد نظر به نحو مؤثرتری نسبت به مارک ۲۱ فراهم آورد. در مقابل مارک ۲۱ با سیاهه کردن محتواها در ابتدای هر فیلد، امکان شناسایی و قدرت تصمیم‌گیری بهتر و سریعتری را برای انتخاب فیلد، نسبت به یونی مارک فراهم می‌آورد. زیرا که فیلهای فرعی و نشانگرها در یونی مارک تنها در محل خود و همراه با توضیحات مربوط به خود می‌آیند و شاید لازم باشد که چندین صفحه برای وجود و یا عدم وجود یک فیلد

فرعی در یونی مارک بررسی شود. به عنوان نمونه، به بخش ابتدایی فیلد شابک در مارک ۲۱ (020) و بخش انتهایی آن در یونی مارک (010) به همان شکلی که در متن هر یک از فرمت‌ها ذکر شده، اشاره می‌شود:

#### Subfield Codes

\$a - International Standard Book Number (NR)	\$6 - Linkage (NR)
\$c - Terms of availability (NR)	\$8 - Field link and sequence number (R)
\$z - Canceled/invalid ISBN (R)	

020 - International Standard Book Number (R)

First Indicator

Second Indicator

*Undefined*

*Undefined*

# - Undefined

# - Undefined

10 INTERNATIONAL STANDARD BOOK NUMBER

Related fields

011 ISSN

A number similar in use to the ISBN but applied to continuing resources.

013 INTERNATIONAL STANDARD MUSIC NUMBER (ISMN)

A number similar in use to the ISBN but applied to printed music.

همان‌طور که مشخص است، در فیلد شابک مارک ۲۱، نشانگرها و فیلدهای فرعی در دو قسمت جداگانه، قبل از هرگونه توضیحی در ابتدای فیلد قرار گرفته‌اند، ولی یونی مارک به این شیوه عمل نمی‌کند. یونی مارک در بخش انتهایی هر فیلد، فیلدهای مرتبط و وجه متمایز کننده آنها نسبت به فیلد اصلی را معرفی می‌کند، اما مارک ۲۱ به این شیوه عمل نمی‌کند و در توضیحات فیلد به این موارد اشاره می‌کند.

یکی از مسائل متمایزکننده یونی مارک و مارک ۲۱، روشهای متفاوت آنها برای نشانه‌گذاری در پیشینه‌هاست. در توضیحات فیلدهای فرعی مارک ۲۱، نشانه‌هایی که بعد یا قبل از هر داده‌ای لازم است که وجود داشته باشد، مورد اشاره قرار می‌گیرد و در تهیه پیشینه مارک برای هر اثر، باید به نشانه‌گذاری‌ها نیز توجه داشت. ولی این مسئله در موارد محدودی در یونی مارک اتفاق می‌افتد، یعنی در اغلب مواقع، هر فیلد فرعی معادل یک

نشانه است و به صورت خودکار در زمان تبدیل پیشینه مارک به کاربرگ‌های کتابخانه، این علائم و نشانه‌ها ظاهر می‌شوند. همین امر، فهرست‌نویس را از توجه به نحوه استفاده از علائم نشانه‌گذاری و محل آنها بی‌نیاز می‌کند.

یکی از نمونه‌های قابل مقایسه در هر دو مارک برای این مورد، فیلد مربوط به مشخصات نشر یعنی فیلد 260 از مارک ۲۱ و 210 از یونی مارک است. نمونه‌هایی از هر دو مارک برای این مورد، فیلد مربوط به مشخصات نشر یعنی فیلد 260 از مارک ۲۱ و 210 از یونی مارک است. در اینجا به فیلدهای فرعی \$a آنها که مربوط به محل نشر و پخش است، اشاره می‌شود. تنها در مورد استفاده از نشانه قلاب برای مکان‌های نشر ناشناخته یا اشتباه، در هر دو فرمت تذکر داده شده است. ولی در مارک ۲۱ پس از توضیحات مربوط به این فیلد فرعی، متن زیر نیز دیده می‌شود:

a colon (:) when subfield \$a is followed by subfield \$b, a semicolon (;) when subfield \$a is followed by another subfield \$a, and a comma (,) when subfield \$a is followed by subfield \$c.

به این معنی که نشانه (:) قبل از \$b و نشانه (;) قبل از \$a دوم و نشانه (,) قبل از \$c

قرار می‌گیرد و در مثال‌های زیر دقیقاً می‌توان این نشانه‌ها را مشاهده کرد.

260 ##\$aNew York, N.Y. :\$bElsevier,\$c1984.

260 ##\$aParis ;\$aNew York :\$bVogue,\$c1964-

اما در یونی مارک در زیر فیلد فرعی \$a به غیر از مورد قلاب که در مارک ۲۱ نیز

وجود داشت، چنین دستوراتی دیده نمی‌شود و با آوردن جدولی، نشان داده شده است که

هر یک از فیلدهای فرعی به چه نشانه‌ای تبدیل می‌شوند (جدول ۱).

جدول ۱: تبدیل فیلهای فرعی به نشانههای ISBD

نشانه گذاری آغازین	بخش ISBD(G)	نام عنصر	فیلهای فرعی یونی مارک
ناحیه جدید (نشانه ندارد)	۱/۴	محل نشر، پخش و غیره	\$a
؛	۱/۴	دیگر محل نشر، پخش و غیره	\$a (تکرار)
	۲/۴	نشانی ناشر و پخش کننده و غیره	\$b
:	۳/۴	نام ناشر، پخش کننده و غیره	\$c
،	۴/۴	تاریخ ناشر، پخش کننده و غیره	\$d
)	۵/۴	مکان تولید	\$e
؛		دیگر مکان تولید	\$e (تکرار)
		نشانی تولیدکننده	\$f
:	۶/۴	نام تولیدکننده	\$g
،	۷/۴	تاریخ تولید	\$h

هرچند که یونی مارک ادعا کرده است که در بخش سابقه، به بررسی تغییرات اساسی انجام شده در آن فیلد می پردازد، ولی در کمتر فیلدی این بخش از اطلاعات دیده می شود. حتی در پیوست O نیز که مربوط به تغییرات است، اطلاعات مفصلی نمی توان یافت. این امر می تواند به صورت احتمالی، دو دلیل داشته باشد:

۱. عدم انجام تغییرات اساسی ۲. عدم توجه و اهمیت به سابقه هر فیلد، که هیچ کدام به نظر مطلوب نمی رسند. ولی مارک ۲۱ در هر فیلد توضیحات کامل و مفصلی در رابطه با سابقه و تغییراتی که بر روی فیلد و محتوای آن انجام شده، ارائه می کند. حتی در ابتدای هر فیلد تاریخ آخرین روزآمدسازی آن را نیز ذکر می کند.

مورد دیگری از تفاوت که می توان به آن اشاره کرد، نحوه ارائه مثالهاست. در یونی مارک همان طور که قبلاً گفته شد، بخش جداگانه ای برای مثالها در نظر گرفته شده است و همین امر باعث شده است که در برخی فیلهای، به شماره مثالهایی که ارجاع می دهد، اشکالاتی دیده شود. به عنوان مثال، در \$a از فیلد 615 به مثال ۴ ارجاع داده شده است که

اصلاً وجود ندارد و یا فیلد فرعی \$j از فیلد 602 که در مثال ۲ و \$h در فیلد 617 که در هیچ یک از مثال‌های ارجاع داده شده (۶، ۸ و ۹) دیده نمی‌شود. ولی در مارک ۲۱ با معرفی هر محتوانمایی، مثال‌هایی مربوط به آن نیز در همان قسمت ارائه می‌شود که پیگیری و درک محتوای فیلد را تسریع می‌نماید.

با نگاهی با فیلدهای مارک ۲۱ به نظر می‌رسد که برخی از آنها تکراری هستند ولی وقتی توضیحات مربوط به آن‌ها خوانده می‌شود، مشخص می‌شود که یکی از فیلدها تکمیل‌کننده فیلد دیگر بوده و امکان اضافه کردن اطلاعاتی که در فیلد قبلی وجود نداشته و یا به صورت مختصر و گذشته‌بوده است را فراهم می‌آورد. یعنی در واقع یک فیلد دارای اطلاعات کاملتر و دیگری دارای اطلاعات خلاصه‌تر است. مانند مانند 006 که امکان لحاظ کردن اطلاعاتی که در 008 قرار نگرفته‌اند را دارد و یا 041 و 044 که به ترتیب دارای اطلاعات بیشتری نسبت به 008/35-37 و 008/15-17 هستند. همچنین 052 نسبت به 043 امکان لحاظ کردن اطلاعات بیشتری را دارد. ولی در یونی مارک به ندرت فیلدهایی با همپوشانی محتوایی دیده می‌شود و تنها می‌توان به نمونه‌های محدودی همچون 122 و 661 برای کد دوره زمانی اشاره کرد.

ولی یکی از ویژگی‌های مارک ۲۱، که یونی مارک از آن بی‌بهره است، امکان ادغام کردن فیلدهای بخش موجودی در پیشینه کتابشناختی (فیلدهای 88X-841) است که دسترسی یک جا به اطلاعات کتابشناختی و موجودی را امکان‌پذیر می‌سازد.

با وجودی که پیشینه‌های مارک ۲۱ از یکدیگر مستقلند ولی عناصر داده‌ای برای ارتباط بین پیشینه‌ها در نظر گرفته شده است. این پیوند می‌تواند از طریق وجود نقاط دستیابی یکسان در پیشینه‌های مختلف باشد و یا از طریق فیلد شناسه‌های ارتباطی (-76X 78X) صورت گیرد. به علاوه کدی در Leader مشخص می‌کند که آیا پیشینه به پیشینه دیگری از طریق شماره کنترل پیوند داده شده است یا نه؟ (ماربی و اداره استاندارد و توسعه مارک کتابخانه کنگره، ۱۹۹۶). یونی مارک نیز برای ارتباط بین آثار مختلف دارای بلوک چهار (-4) به نام شناسه رابط است. فیلدهای این بلوک به نحوی طراحی شده‌اند که برای شناسایی پیشینه اثر مرتبط یا خود اثر کمک کنند.

از دیگر مشترکات مارک ۲۱ و یونی مارک، اختصاص بلوک ۹ به نیازها و استفاده-های محلی در هر کشور و استفاده از فیلدهای فرعی 8\$ (فیلدهای مرتبط و شماره های متوالی) در مارک ۲۱ و 6\$ (داده های رابط بین فیلدی) در یونی مارک است. فقط 8\$ نسبت به 6\$ این مزیت را دارد که شماره های آن، می توانند ترتیب را نیز نشان دهند ولی در یونی مارک، شماره ها، الزاماً نشان دهنده ترتیب نیستند.

با استفاده از 8\$ در فیلدهای مارک ۲۱، می توان فیلدهای مرتبط به یکدیگر را با توالی مشخصی شناسایی کرد و برای این که بتوان یک فیلد را به بیش از چند فیلد مرتبط کرد، امکان تکرار آن وجود دارد. این فیلد فرعی دارای ساختار زیر است:

[نوع فیلد ارتباطی] \ [شماره متوالی] . [شماره ارتباط دهنده] 8\$

شماره ارتباط دهنده، شماره ای است که در تمام فیلدهای که با یکدیگر مرتبط هستند باید تکرار شود و حتماً باید وجود داشته باشد. بعد از گذاشتن علامت نقطه "." می توان به صورت اختیاری از شماره متوالی استفاده کرد تا بتواند ترتیب قرار گرفتن فیلدهای مرتبط را تعیین کرد. بخش بعدی با علامت \ از بخشهای اولیه جدا شده و دربرگیرنده کدی است که نوع و دلیل ارتباط را مشخص می کند. این کدها عبارتند از: a (فعالیت)، c (اجزاء اثر)، x (بازتولید) و x (وجود توالی). مثال زیر نمونه ای از کاربرد این فیلد فرعی است.

541 ##\$81.1\ a\$3Public School and College Authority and Trade School and Junior College Authority project files\$aFinance Dept.\$cTransferred

583 ##\$81.2\ a\$aAppraised\$c198712-\$ltjb/prr

583 ##\$81.3\ a\$aScheduled\$c19880127\$ksrc/prr

583 ##\$81.4\ a\$aArranged\$c19900619\$kmcdm

583 ##\$81.5\ a\$aProcessed level 2\$b90.160\$c19901218\$kmcdm

فیلد فرعی 6\$ در یونی مارک نیز حاوی اطلاعاتی برای ارتباط با دیگر فیلدهای پیشینه است. در این فیلد کدی نیز برای مشخص سازی دلیل این ارتباط وجود دارد. در صورت استفاده از این فیلد فرعی، به کارگیری جایگاه های 0-2 اجباری و 3-5 اختیاری است. داده های ضبط شده در 6\$ باید به ترتیب زیر قرار گیرند.



تفاوت‌های مارک ۲۱ و یونی مارک در چیست؟ // ۱۸۳

6/0 \$ کد توضیحی رابط، که دلیل ارتباط را با ارزش‌های a (خط یا شکل گرافیکی برابر)، b (مربوط به یک نسخه) و z (سایر دلایل برای ارتباط) مشخص می‌سازد.  
2-6/0 \$ عدد رابط، کار این عدد این است که فیلدهای رابط را با هم جفت کند و به هیچ عنوان نشانه شماره ترتیب نیست.  
5-6/3 \$ شماره فیلد ارتباط یافته، که شماره فیلدی که ارتباط با آن برقرار می‌شود را مشخص می‌سازد.

مثال زیر، نمونه ای از کاربرد این فیلد فرعی است.

```
100 ##$a character positions 34-35 = ka [Korean]  
200 1#$6a01$a[Title in Korean characters]  
200 1#$6a01$7ba$a[Title romanized]
```

## - روزآمدی

اگر روزآمدی را از جنبه زمان در نظر بگیریم، هر ۵ فرمت مارک ۲۱، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و در سال ۲۰۱۳، هفدهمین روزآمد خود را منتشر کردند ولی در یونی مارک روزآمدترین فرمت‌ها، فرمت‌های کتابشناختی (نخستین ویرایش در سال ۱۹۷۷) و مستندات (نخستین ویرایش در سال ۱۹۹۱) هستند که در سال ۲۰۱۲ روزآمد ویرایش سوم آنها منتشر شده است. به علاوه در روز ۲۷ ژانویه ۲۰۱۳، پژوهشگر به صورت همزمان از صفحه وبی مارک ۲۱ و یونی مارک بازدید کرد. تاریخ روزآمدسازی صفحه وبی مارک ۲۱، مربوط به ۲۰ دسامبر ۲۰۱۳ بود و صفحه وبی یونی مارک برخلاف بازدیدهای گذشته که دارای هیچ تاریخ روزآمدسازی نبود در ۱۰ آگوست ۲۰۱۳ روزآمد شده بود. تأکید کتابخانه کنگره بر روی موارد روزآمد شده به حدی است، که فیلدهای روزآمد شده بر روی نسخه وبی مارک ۲۱ را با رنگ قرمز مشخص می‌سازد و فایل‌های جدیدی را که در رابطه با مارک بر روی صفحه خود قرار می‌دهد با برچسب‌های New و Updated متمایز می‌سازد. البته کمیته دائمی یونی مارک (PUC) نیز به تازگی، فیلدهایی از نسخه سال ۲۰۰۸ را که در سال ۲۰۱۲ روزآمد شده و جدید هستند را در سایت خود سیاهه، و دسترسی و مشاهده تغییرات را میسر کرده است.

راهنمای چگونگی استفاده از فرمت کتابشناختی (از سال ۱۹۹۸ تا ویرایش ۱۷ سال ۲۰۰۳)، فرمت مستندات (۲۰۰۴)، فرمت موجودی (۲۰۱۱)، کدگذاری منابع الکترونیکی

در leader/06 (۲۰۰۷) و راهنمای استفاده از فیلد 856 برای منابع الکترونیکی (۲۰۰۳) مارک ۲۱ بر روی وب سایت آن موجود است. یونی مارک نیز برای نشریات (۲۰۰۷)، موسیقی (۲۰۰۵)، نسخ خطی (۱۹۹۸)، مواد چندبخشی (۱۹۹۹)، توصیفات چندسطحی (۱۹۹۹)، پیشینه‌های سطح حداقل (۱۹۹۹)، میکروفرمها (۱۹۹۹) و منابع الکترونیکی (ویرایش ۲۰۰۰) دارای راهنماهایی است. همان‌طور که مشخص است با وجود تنوع بیشتر راهنماهای یونی مارک، اکثر آنها به غیر از دو مورد، از تمامی راهنماهای مارک ۲۱ قدیمی‌ترند. فقط راهنمای نشریات (۲۰۰۷) و موسیقی (۲۰۰۵) هستند که از قدیمی‌ترین راهنمای مارک ۲۱ یعنی راهنمای فرمت کتابشناختی، استفاده از فیلد 856 برای منابع الکترونیکی (۲۰۰۳) و راهنمای فرمت مستندات (۲۰۰۴) روزآمدتر هستند.

حال اگر روزآمدی را به معنای هماهنگی با فناوری‌ها، قواعد فهرست‌نویسی جدید و طرح‌های ابر داده‌ای تعریف کنیم، شرایط کمی متفاوت خواهد بود.

کتابخانه کنگره معتقد است که مارک ۲۱ برای تسهیل تبادل داده‌های کتابشناختی و اطلاعات مربوط به آن به وجود آمده است، به همین دلیل سعی می‌کند تا با دیگر فرمت‌های ملی و بین‌المللی همچون مارک انگلستان، یونی مارک و غیره سازگاری داشته باشد. شاید این جمله نشان‌دهنده این باشد که هر چه قدر دیگر فرمت‌های موجود در جهان روزآمد شوند، مارک ۲۱ نیز به موازات آنها روزآمد خواهد شد. ولی علاوه بر این مطلب، نکات دیگری نیز وجود دارد که نشان می‌دهد مارک ۲۱ بیش از یونی مارک به هماهنگی با استانداردهای روز دنیا و ابر داده‌های جدید علاقه‌مند است و کتابخانه کنگره فعالیت‌های عملی بیشتری را در این رابطه نسبت به ایفلا انجام می‌دهد.

از جمله مهمترین فعالیت‌های کتابخانه کنگره برای هماهنگی با فناوری‌های دنیا و پاسخگویی به نیازهای جدید کاربران، ارائه مارک اکس.ام.ال. و طرح‌های ابر داده‌ای مادز، متس و مدز است که در بخش‌های اولیه فصل ۲ در مورد هر یک از آنها توضیح داده شد. کیتو (۲۰۰۷) یکی از بزرگترین مزیت‌های مارک ۲۱ را وجود نسخه اکس.ام.ال. آن و عدم نیاز به ایجاد آن می‌داند. اسکورتسوف، ژلویینسکایا و پشکوا (۲۰۰۵) نیز مارک اکس.ام.ال. را شناخته‌شده‌ترین و پراستفاده‌ترین طرح در محیط اکس.ام.ال. معرفی کردند.

کتابخانه کنگره علاوه بر ارائه این طرحها، در فهرست پیوسته خود نیز با قرار دادن یک پیوند دائمی بعد از شماره کنترل کتابخانه کنگره در هر پیشینه کتابشناختی یا پیشینه مستندات، این امکان را فراهم می کند که با کلیک بر روی آن، فرمت‌های مارک اکس.ام.ال، مادز و دابلین کور این پیشینه در قسمت کتابشناختی و فرمت‌های مارک اکس.ام.ال. و مدز آن در بخش مستندات نمایش داده شوند.

اداره استاندارد و توسعه مارک کتابخانه کنگره در سال ۲۰۰۱ تصمیم گرفت که بر روی مارک ۲۱ از سه جنبه مختلف زیر مطالعات گسترده ای انجام دهد:

۱. مدل اف.آر.بی.آر.؛
  ۲. مدل قواعد فهرست نویسی انگلواامریکن؛ و
  ۳. مجموعه ای از فعالیتهای کاربران که مارک ۲۱ باید از آنها پشتیبانی کند.
- پس از بررسی بخش اول مشخص شد که برای توسعه دائمی مارک ۲۱ باید به اف.آر.بی.آر. توجه کرد. در همان سال، اداره استاندارد و توسعه مارک کتابخانه کنگره، پژوهشی با نام "نمایش نسخه ترکیبی مارک ۲۱ و اف.آر.بی.آر." منتشر کرد که به چگونگی به کارگیری اف.آر.بی.آر. برای خوشه بندی پیشینه های کتابشناختی بازایی شده مارک می پرداخت تا بدین وسیله کاربران بتوانند با استفاده از نمایش معنایی این پیشینه ها، در انتخاب اثر مورد نظر خود در مجموعه های کتابشناختی، به طور مؤثری عمل کنند. البته برای این که کتابخانه ها بتوانند از این امکان استفاده کنند باید "ابزار نمایش اف.آر.بی.آر." را که یک برنامه تحت XSLT است بارگذاری و نصب می کردند. این ابزار داده های کتابشناختی مارک را با گروه بندی داده های کتابشناختی مربوط به "اثر"، "بیان اثر" و "قالب (فیزیک اثر)"، به صورت معناداری نمایش می دهد. این ابزار انعطاف پذیر، پیشینه های از قبل ایجاد شده مارک را با استفاده از جعبه ابزار مارک اکس.ام.ال.<sup>۳</sup> به مارک اکس.ام.ال. و سپس به اکس.ام.ال. تبدیل می کند. در فایل اکس.ام.ال. از ساختار کد گذاری اف.آر.بی.آر. و عناصر انتخابی مادز استفاده و در نهایت، نتیجه به صورت یک

1. FRBR Display Tool

۲. بخش موجودیتهای اف.آر.بی.آر. به سه گروه اصلی تقسیم می شود و این سه عنصر، جزء گروه اول آن هستند.

3. MARCXML Toolkit

فایل اچ.تی.ام.ال. نمایش داده می شود (اداره استاندارد و توسعه مارک کتابخانه کنگره، ۲۰۰۹). کیتو (۲۰۰۷) نیز با توجه به تجربیات خود در به کارگیری مارک ۲۱ در کتابخانه های سوئد معتقد است که با استفاده از مارک ۲۱ گذر به اف.آر.بی.آر. برای کتابخانه های سوئد ساده تر شده است.

با وجودی که اف.آر.بی.آر. از سوی ایفلا ایجاد شده و مقالاتی نیز از سوی پژوهشگران مختلف همچون آلبرگ، پسانسکی و زومر<sup>۱</sup> (۲۰۱۱) بر روی این مقوله نوشته شده است، ولی پژوهشگر هیچ گونه فعالیتی در سایت ایفلا برای هماهنگی یونی مارک با اف.آر.بی.آر. مشاهده نکرد. حتی این سه پژوهشگر در مقاله خود اشاره کرده اند که مدل اف.آر.بی.آر. بر روی آر.دی.ای. نیز تأثیر گذاشته و متعاقباً بر روی استانداردهای دیگری که برای کدگذاری پیشینه های کتابشناختی در آینده تهیه می شوند، تأثیر می گذارد و به همین دلیل تغییراتی بر روی مارک ۲۱ انجام شده است. بنابراین ضروری است که یونی مارک نیز خود را روزآمد سازد و از قابلیت هایی همچون فیلد فرعی \$8 مارک ۲۱ که برای ارتباط های بین فیلدی است و روش خاص آن برای فیلدهای درونه ای، بهره برد (آلبرگ، پسانسکی و زومر، ۲۰۱۱).

در صفحه وبی مارک ۲۱، قسمتی به نام "آر.دی.ای. در مارک" وجود دارد که تاریخ آن برابر اکتبر ۲۰۱۲ است. در این قسمت به کاربردهای مختلف آر.دی.ای. در فرمتهای مختلف مارک ۲۱ اشاره و ذکر شده که از روزآمدهای نهم تا پانزدهم مارک ۲۱ (ژوئن ۲۰۱۲)، تغییرات لازم برای استفاده از آر.دی.ای. انجام شده است.

به غیر از اف.آر.بی.آر. هیچ گونه اشاره ای نیز به استفاده از آر.دی.ای. در یونی مارک، به جز مقالاتی که در آنها، توسط پژوهشگران مختلف به بررسی امکان استفاده از آر.دی.ای. در یونی مارک پرداخته شده است، دیده نمی شود. بنابراین به نظر می رسد که مارک ۲۱ نسبت به یونی مارک چه از نظر ویرایشهای جدید و چه از نظر کاربرد طرح های ابر داده ای جدید و استانداردهای فهرست نویسی، و ارائه طرح های جدیدی همچون مارک اکس.ام.ال.، مدز، مادز و متس، روزآمدتر باشد. هرچند شاید دلیل این مساله پایبندی

1. Aalberg, Pisanski & Zumer

مارک ۲۱ به پیشینه‌ها و داده‌هایی باشد که در اختیار دارد و یونی مارک این پایبندی را ندارد. ولی به هر دلیلی که باشد می‌تواند نشان از اهمیت کنگره به کاربران مارک ۲۱، و رها شدن کاربران یونی مارک به حال خود توسط ایفلا باشد.

### – پشتوانه سازمانی

به طور معمول هر نوع خدمات یا محصولی که دارای پشتوانه سازمانی قویتری باشد، دارای امکانات و موقعیت بهتری است و کاربران با اعتماد و تضمین بیشتری اقدام به استفاده از آن می‌نمایند. در مورد این دو فرمت مارک نیز این مسئله صادق، و به همین دلیل بررسی پشتوانه سازمانی آنها حائز اهمیت است.

یکی از مهمترین سازمان‌های بین‌المللی کتابداری در جهان، یعنی ایفلا (با ۸۵ سال سابقه)، مسئولیت ایجاد و پشتیبانی از یونی مارک را به عهده دارد. در مقابل، کتابخانه کنگره آمریکا (با قدمتی بیش از دو قرن)، کتابخانه و آرشیو کانادا (با بیش از نیم قرن سابقه) و کتابخانه انگلستان (با بیش از ۴۰ سال سابقه) به عنوان سازمان‌های پشتیبان مارک ۲۱ شناخته شده‌اند (کتابخانه کنگره، ۲۰۱۱)، اگرچه مسئولیت اصلی آن با کتابخانه کنگره آمریکاست.

به غیر از موضوع سابقه و تعداد سازمان‌های حمایت کننده از یک فرمت، خدماتی که هر یک از سازمان‌ها برای کاربران خود فراهم می‌کنند بیانگر میزان اهمیتی است که آنها به کاربران خود و نیازهای آنان می‌دهند. به عنوان نمونه کاربران مارک ۲۱ می‌توانند از راه‌های زیر نظرات و دیدگاه‌های خود را درباره فرمت‌های مختلف مارک ۲۱ بیان کنند:

۱. گروه بحث مارک ۲۱؛
۲. کمیته‌های ملی مانند کمیته مشاوره مارک در آمریکا، کمیته کانادایی برای مارک و گروه استانداردهای کتابشناختی بیک؛ و
۳. ادارات ملی مارک مانند اداره استانداردها و توسعه شبکه مارک در کتابخانه کنگره، بخش استانداردهای کتابخانه و آرشیو کانادا و بخش استانداردهای ابر داده‌ای و کتابشناختی کتابخانه انگلستان (کتابخانه کنگره، ۲۰۱۱).

در مقابل یونی مارک، برای برقراری امکان تماس برای کاربران یونی مارک، به جز نشانی پستی و تلفنی، تنها پست الکترونیکی رئیس کمیته دائمی یونی مارک (آلن هاپکینسون) و مدیر فعالیتهای اساسی یونی مارک (ماریا اینس کوردیرو<sup>۱</sup>) را فراهم کرده است. اگر چه در سایت قدیمی ایفلا (آخرین تاریخ روزآمدسازی: ۲۰۰۹)، یک گروه بحث نیز برای کاربران یونی مارک معرفی شده بود، ولی در سایت جدید آن، هیچ گونه اطلاعاتی از آن در دست نبود.

مقایسه محتوایی وب سایت‌های یونی مارک و مارک ۲۱ نشان می‌دهد که یکی از خدمات کتابخانه کنگره در رابطه با مارک ۲۱، صفحه وبی است که برای آن طراحی کرده که انواع مختلف فایل‌ها، خدمات و اطلاعات در آن قابل بازیابی است. از جمله این خدمات، دسترسی به آخرین نسخه و ویرایش‌های مارک ۲۱، علاوه بر نسخه‌های قدیمی-تر، به دو صورت کامل و مختصر از طریق وب‌سایت کتابخانه کنگره آمریکا، و معرفی مختصری از کارگزاران، خدمات، ابزارها و نرم افزارهای پشتیبان پیشینه‌های مارک ۲۱ برای کتابخانه‌ها و کاربران مارک ۲۱ است. همچنین مارک ۲۱، امکان دسترسی به بحث‌ها و پروپوزال‌هایی را که برای تغییر، تعیین و تأیید هر فیلد و محتوانمایی صورت گرفته، ایجاد کرده است. ولی برخلاف مارک ۲۱، در صفحه وبی یونی مارک، به جز دسترسی به فایل‌های قدیمی و فیلدهای روزآمد شده سال ۲۰۱۲ یونی مارک، هیچ یک از خدماتی که کتابخانه کنگره برای مارک ۲۱ ارائه کرده است، وجود ندارد.

روزآمد بودن نیز می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم برای ارزیابی پشتوانه سازمانی در نظر گرفته شود که در بخش قبلی مشخص شد که مارک ۲۱ نسبت به یونی مارک از جنبه‌های مختلف، روزآمدتر است.

علاوه بر این اطلاعاتی که همگی بیانگر قوی‌تر بودن پشتوانه سازمانی مارک ۲۱ هستند، تجربه شخصی پژوهشگر حاضر در پرسش‌هایی که از کتابخانه کنگره و مسئولین مارک داشت نیز نشان می‌دهد که مارک ۲۱ به خوبی از کاربرانش حمایت می‌کند.

---

1. Maria Ines Cordeiro

## بحث و نتیجه گیری

مقایسه از نظر تاریخچه و عملکرد نشان دهنده تفاوت‌هایی در مارک ۲۱ و یونی مارک بود که در زیر به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

- مارک ۲۱ دارای فرمت جامعه است که یونی مارک از آن بی بهره است.
- در صفحه وبی مارک ۲۱، مارک اکس.ام.ال.، مادز، مدز و متس ارائه شده و از شیوه به کارگیری آر.دی.ای. و اف.آر.بی.آر. در مارک ۲۱ صحبت شده است ولی به هیچ یک از آن‌ها در وب سایت ایفلا اشاره ای نشده است.

- تعداد راهنماهای یونی مارک برای منابع مختلف بیش از مارک ۲۱ است.
- مقایسه یونی مارک و مارک ۲۱ در بخش محتوا و ساختار کلی نیز نشان داد که در مارک ۲۱ فیلدهای الزامی و اختیاری با توجه به نیازهای کتابخانه های ایالت متحده تعریف شده است و هر کشوری بسته به نیاز خود و سازمان‌هایی که می خواهد با آنها تبادل داده داشته باشد، در تعیین این فیلدها آزاد است. ولی یونی مارک به شیوه ای متفاوت عمل می کند و در هر فیلدی که معرفی می کند، الزامی و اختیاری بودن را نیز مشخص می نماید. از جمله مسائل متمایزکننده یونی مارک و مارک ۲۱، روشهای متفاوت آن‌ها برای نشانه-گذاری در پیشینه‌ها و پایبندی مارک ۲۱ به برخی قواعد فهرست نویسی از جمله قواعد فهرست نویسی انگلو امریکن و عدم پایبندی یونی مارک به هیچ گونه قواعد فهرست نویسی خاصی است. از دیگر ویژگی‌های مارک ۲۱، که یونی مارک از آن بی بهره است، امکان ادغام کردن فیلدهای بخش موجودی در پیشینه کتابشناختی (فیلدهای 88X-841) است که دسترسی یک جا به اطلاعات کتابشناختی و موجودی را امکان پذیر می سازد.
- نقاط مشترک یونی مارک و مارک ۲۱ در این بخش مربوط به اختصاص بلوک ۹ به نیازها و استفاده‌های محلی در هر کشور؛ استفاده از فیلدهای فرعی \$8 (فیلدهای مرتبط و شماره های متوالی) در مارک ۲۱ و \$6 (داده های رابط بین فیلدی) در یونی مارک؛ و کاربرد تقریباً مشابه فیلد شناسه های ارتباطی (76X-78X) در مارک ۲۱ و بلوک چهار --4 (در یونی مارک به نام شناسه رابط است.

مقایسه از منظر روزآمد سازی نیز نشان داد که هر ۵ فرمت مارک ۲۱، در سال ۲۰۰۱ نخستین روزآمد و در سال ۲۰۱۳، هفدهمین روزآمد خود را منتشر کردند ولی در یونی مارک روزآمدترین فرمت‌ها، فرمت‌های کتابشناختی (نخستین ویرایش در سال ۱۹۷۷) و مستندات (نخستین ویرایش در سال ۱۹۹۱) هستند که در سال ۲۰۱۲ روزآمد ویرایش سوم آن‌ها منتشر شده است. از نظر سازگاری با طرح‌های ابر داده‌ای جدید نیز، مارک ۲۱ بسیار بیشتر از یونی مارک تلاش کرده تا از طرح‌هایی همچون اف.آر.بی.آر و آر.دی.ای استفاده کند در صورتی که به غیر از اف.آر.بی.آر. هیچ گونه اشاره‌ای به استفاده از آر.دی.ای. در یونی مارک، به جز مقالاتی که در آن‌ها، توسط پژوهشگران مختلف به بررسی امکان استفاده از آر.دی.ای. در یونی مارک پرداخته شده است، دیده نمی‌شود. بنابراین به نظر می‌رسد که مارک ۲۱ نسبت به یونی مارک چه از نظر ویرایش‌های جدید و چه از نظر کاربرد طرح‌های ابر داده‌ای جدید و استانداردهای فهرست نویسی، و ارائه طرح‌های جدیدی همچون مارک اکس.ام.ال.، مدز، مادز و متس، روزآمدتر باشد.

همین روزآمدی بیشتر مارک ۲۱، دسترسی به فایل‌ها و مدارک گوناگون، خدمات پشتیبانی از کاربران و امکان برقراری تماس با مسئولین مارک ۲۱ از طرق مختلف، و در نهایت پشتیبانی ۳ سازمان بزرگ کتابداری در دنیا (کتابخانه کنگره، کتابخانه و آرشیو کانادا و کتابخانه انگلستان) از مارک ۲۱ نیز موجب شده است که به نظر رسد مارک ۲۱ دارای پشتوانه سازمانی قویتری نسبت به یونی مارک می‌باشد.

در نهایت می‌توان بیان داشت که موارد یاد شده تنها بخشی از تفاوت‌های یونی-مارک و مارک ۲۱ است که این امکان را به مسئولین و دست‌اندرکاران کتابخانه‌ها و مؤسسات اطلاع‌رسانی می‌دهد که با دید روشن‌تری نسبت به انتخاب مارک مناسب برای زیرساخت‌های خود اقدام نمایند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های دیگری، این دو قالب مارک از جنبه‌های دیگر نیز با یکدیگر مقایسه شوند تا نقاط قوت و ضعف هر یک مشخص گردد.



## منابع

۱. باقری مهابادی، حسن (۱۳۹۰). مارک یا اف.آر.بی.آر.: از خیال تا واقعیت. بازیابی ۷ تیر ۱۳۹۱. از [http://www.lisna.ir/index.php?option=com\\_content&view=article&id=7812](http://www.lisna.ir/index.php?option=com_content&view=article&id=7812)
۲. تیلور، آرلین جی. (۱۳۸۱). *سازماندهی اطلاعات*. ترجمه محمدحسین دینانی. مشهد: کتابخانه رایانه‌ای.
۳. ربیعی، محبوبه؛ باب الحوائجی، فهیمه (۱۳۹۰). مقایسه عناصر اطلاعاتی در پیشینه‌های فهرست‌نویسی پیش از انتشار (فیفا) و فهرست‌نویسی بعد از انتشار (فاپا) کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران: تفاوت‌ها و شباهت‌ها. *فصلنامه کتاب*، ۲۲ (۱)، ۱۴۶-۱۶۲.
۴. عمرانی، ابراهیم (۱۳۹۳). آیا مارک قالب مدل مفهومی است؟ مشاهده شده بازیابی ۳۰ آذر ۱۳۹۴. از <http://www.lisna.ir/Note/17250>
۵. کوکی، مرتضی (۱۳۸۳). شکل نوپدید پیشنهادی برای شناسه‌های کتابشناسی ملی ایران. *کتابداری و اطلاع رسانی*، ۷ (۱)، ۴۳-۵۲.
۶. کوکی، مرتضی (۱۳۸۵). مارک. در *دایره‌المعارف کتابداری و اطلاع‌رسانی*. سرویراستار عباس حری، ویراستار همکار نرگس نشاط، دستیاران علمی محمدحسن رجبی، نرگس نشاط. (ج. ۲، ص. ۱۶۵۲). تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
7. Aalberg, Trond; Pisanski, Jan; Zumer, Maja (2011). UNIMARC and FRBR. Can we have both? In the *World Library and Information Congress: 77th IFLA General Conference and Council* (pp. 1-13). 13-18 August, San Juan, Puerto Rico. Retrieved 15 May 2012, from <http://www.conference.ifla.org/ifla77>.
8. Cato, Anders (2007). *Migration to MARC21: Swedish Experiences*. Paper presented at the International Workshop: MARC 21-Experiences, Challenges, and Visions. 14-15 May. Frankfurt. Retrieved 15 February 2012, from [www.d-b.de/standardisierung/pdf/sally\\_mccallum\\_futures.pdf](http://www.d-b.de/standardisierung/pdf/sally_mccallum_futures.pdf).
9. Hopkinson, Alan (2008). *UNIMARC Manual- Bibliographic Format*. 3rd ed. München: K.G. Saur.
10. IFLA (1999). *UNIMARC: An Introduction*. Retrieved 11 May 2012, from <http://archive.ifla.org/V1/3/p1996-1/unimarc.htm>.
11. Library of Congress (2011). *MARC Development: Overview*. Retrieved 1 June 2012, from <http://www.loc.gov/marc/overview.html>.
۱۲. Library of Congress. *MARC 21*. Retrieved 15 October 2012, from: [www.loc.gov/marc/translations.html](http://www.loc.gov/marc/translations.html).
13. MARBI & Network Development and MARC Standards Office Library of Congress (1996). *The MARC 21 Formats: Background and Principles*. Retrieved 1 February 2012, from [http://www.loc.gov/marc/96\\_principi.html](http://www.loc.gov/marc/96_principi.html).
14. Network Development and MARC Standards Office of Library of Congress (2009). *FRBR Display Tool (Version 2.0)*. Retrieved 23 February 2012, from <http://www.loc.gov/marc/marc-functionalanalysis/tool.html>.
15. Skvortsov, Vladimir; Zhlobinskaya, Olga; Pashkova, Alla (2005). *UNIMARC XML Slim Schema: Living in New Environment*. Paper presented at the Libraries- A Voyage of Discovery: 75th IFLA General Conference and Council. 14-15 August, Oslo, Norway.

# Personal Information Management: An Essay on its Definitions, Approaches and Background

Morteza Kokabi<sup>1</sup>

Ayda Mojaver<sup>2</sup>

Gholam Reza Heydari<sup>3</sup>

Muhammad Reza Shekari<sup>4</sup>

## Abstract

**Purpose:** *The present study seeks to provide definitions and discuss major perspectives in the realm of personal information management, coupled with a view to its foreign research background and status of the studies in this regard in Iran. It also provides some suggestions for its improvement in Iran.*

**Methodology:** *This study has been carried out within the framework of a library research and focusing on the research literature available on personal information management.*

**Findings:** *Research in the field of personal information management can be divided into early studies, and paper-based vs. electronic information management. Studies concerned with electronic personal information management can be divided in one of the following five categories: 1. Personal information management of certain individuals; 2. Comparison carried out between electronic vs. paper-based personal information management; 3. A three-fold approach to the electronic personal management; 4. Relevant emails, bookmarks, and saved pages; and 5. Designing relevant management systems and software, particularly for electronic personal information management. Iranian studies in this area are still in their infancy, with the focus of a greater bulk of research so far carried out merely on surveying the situation in the societies under study.*

**Conclusion:** *Results indicate that time and technology make the most important factors in the variation observable in the research in personal information management. Researchers first studied the situation of those individuals who have a greater bulk of personal information; then they focus on other people of various social strata. Gradually electronic personal information management take precedence over the traditional paper-based one, all in effect of modern technological developments.*

**Originality/ value:** *This present study can be considered as a pioneering work in Iran that provides definitions, theoretical foundations, and presenting conclusions in the realm of personal information management.*

**Keywords:** *Personal Information, Human Interaction Information, Information Management, Personal Information Management.*

---

1. Professor of Information Science and Knowledge, Shahid Chamran University

2. Postgraduate of Information Science and Knowledge, Shahid Chamran University

3. Assistant Professor of Information Science and Knowledge, Shahid Chamran University

4. Postgraduate of Information Science and Knowledge, University of Tehran (corresponding author)

Kokabi80@yahoo.com

Ayda.mojaver@gmail.com

ghrhaidari@gmail.com

Shekari.scu@gmail.com

# The Application of the Results of Research Projects of the Agricultural Research, Education and Extension Organization as Viewed by the Researchers

Javad Bashiri<sup>1</sup>  
Abbas Gilvari<sup>2</sup>  
Fardin koulaian<sup>3</sup>

## Abstract

**Objective:** *The aim of this project is to provide quantitative evidence about the use or non-use of the finished research results in the Agricultural Research, Education and Extension Organization. This study, however, will determine the most important reasons for applying or not applying research projects according to researchers' opinions. At present, an annual average of more than 2000 research projects is executed in the Institutes and research centers affiliated with the organization, but with almost little exact data about the implementation of these research projects.*

**Methodology:** *This study utilized the results of the research projects in the field of fisheries and aquaculture operators are looking at 2001 to 2011 was performed. Survey methodology and questionnaires were used to collect the data. The research population is 228 persons of researchers who have done a research project from 2001 to 2011.*

**Findings:** *Findings showed that 66 percent of researchers claimed that their research projects have been used; 27 percent declare none of use and 4 percent in this case were unaware and 3 percent did not respond.*

**Conclusion:** *Research in the field of fisheries and aquaculture shows that the application of the results is acceptable. This is due to the fact that out of the randomized population (135 projects examined), about 66% of the research projects have been put into practice from the perspective of the operators.*

**Keywords:** *Research projects; Researchers; Fisheries and aquaculture; Research results operational.*

---

1 Research Instructor, Training Centre for Information Technology and Agricultural Information and publishing director of research, education and agricultural extension, Tehran. [j.bashiri@areo.ir](mailto:j.bashiri@areo.ir)

2 Assistant professor, Department of Research, Education and Promoting Agricultural Technology and Information Center of Agricultural Research Organization, Education and Agricultural Extension, Tehran. [j.bashiri@areo.ir](mailto:j.bashiri@areo.ir)

3 Research Instructor, Research Training Centre for Information Technology and Agricultural Information, publishing director of Research, Education and Agricultural Extension, Tehran. [Fardin.koulaian@gmail.com](mailto:Fardin.koulaian@gmail.com)

## Children, Media and Interaction

Mohammad Hasan Azimi<sup>1</sup>  
Yunos Shokrkhah<sup>2</sup>

### Abstract

**Objective:** *To investigate the role of the media as actual and potential media contacts in the process of raising children.*

**Methods:** *The study is based on literature review. This study was carried out by making a list of relevant literature, including bibliographic research literature, that was identified for the present study.*

**Results:** *The results showed a significant impact of the media on the audience. As such, children are more apt to be victims of the media's negative effects and threats. Audio-visual media prove more effective compared with other forms of the media. The Internet has had the overall characteristics, hence more effective than other forms of the media. On the other hand, they arise more interest in the children and young people. As such, it can prove a serious threat, despite the favorable opportunities it provides. The impact of the media and other threats on children is a global issue, hence a global attempt is required for its remedies and removing its negative effects.*

**Conclusion:** *The study showed that protecting children against the negative effects of the media must be a public endeavor in which all people, local, national, and international institutions must cooperate. Families can play the most important role in this regard. Development of media literacy among parents and especially the target audience can play an important role in reducing the negative effects it will have. And, by utilizing the media, such threats can turn into opportunities for both individual as well as socio-cultural development, so as to reduce the risks of the media.*

**Keyword:** *Media, children, internet, TV, radio*

---

<sup>1</sup> Faculty member, Department of Information and Knowledge Science, Martyr Chamran University; also PhD student, Knowledge and Information Science, University of Tehran, [azimih@scu.ac.ir](mailto:azimih@scu.ac.ir)  
<sup>2</sup> Assistant Professor, Faculty of World Studies, University of Tehran, [shokrkhah@ut.ac.ir](mailto:shokrkhah@ut.ac.ir)

## Quality Assessment of Women's Farsi Websites

Faeze Sadat Tabatabaei Amiri<sup>1</sup>  
Narges Khaleghi<sup>2</sup>

### Abstract

**Purpose:** *The present study was carried out to come up with a quality assessment of women's Farsi websites in order to rank them and present some suggestions for their quality improvement.*

**Method:** *The websites collected through Google, yahoo and Salam (Farsi search engine), and finally 100 websites were selected. The data was collected by direct observation of websites during one month based on web quality evaluation tool (WQET).*

**Findings:** *The results show that from 100 websites, 19% of them received excellent rating, 35% received very good rating, 21% of them good rating, 20 % fair rating (investigate further), and just 5% of websites were problematic (used cautiously).*

**Results:** *On the whole, this study shows that women's Farsi websites are in a relatively good condition.*

**Keyword:** *website quality evaluation tool (WQET), Farsi website, women website.*

---

1 Graduate of Information Science and Knowledge, Martyr Chamran University  
2 Faculty member, Information Science and knowledge, University of Qom,

faeze.tabatabai@gmail.com  
bahar\_16us@yahoo.com

## Web2 & Librarians of Kermanshah University of Medical Science

Elham Rashidi<sup>1</sup>

### Abstract

**Purpose:** *The purpose of this study is to examine familiarity and use of web2 by librarians at the libraries of Kermanshah University of Medical Science.*

**Methodology:** *This is an applied study by gathering information via questionnaire. The population of Kermanshah University of Medical Science is comprised of thirty-nine librarians, and the information obtained from respondents via descriptive and inferential statistical methods such as anova, one-way, two-sample t-test, and the Pearson correlation coefficients were utilized for analysis.*

**Findings:** *Findings showed that the average rate of librarian's familiarity with web2 is (%43.59) and also lower use (%53.85) of web technology. And, the most essential problem of librarians is the lack of electronic sources. Other findings showed that the best tool for searching information in the library is weblog (%18.1), and the weakest tools are Flicker and Podcast (%8.1), as reported by the librarians.*

**Originality:** *The study shows that learning and using information technology is a necessity. Nowadays, the Web 2 is one of the technologies that improves the librarians' specialized ability.*

**Keywords:** *electronic resources, information technology, librarians, libraries of the Kermanshah University of Medical Science, tools Web 2.*

---

<sup>1</sup> Iran Public Libraries Foundation, Kermanshah, Iran.

rashidi.elham88@gmail.com

## Collaborative Information Seeking: Concepts, Measures, Systems

Yaghob Noruzi<sup>1</sup>  
Samaneh Khavidaki<sup>2</sup>

### Abstract

**Purpose:** Formerly, searching for obtaining information was regarded an individual activity; however, studies show that people collaborate with one another in the process of obtaining information. The purpose of this paper is to introduce and explain issues related to collaborative information seeking.

**Method:** This paper describes an overview of information seeking and collaboration, collaborative information seeking, with its dimensions and systems discussed.

**Results:** This study shows that there is no single definition of collaborative information seeking among researchers. Dimensions of collaboration include explicit vs. implicit, depth of mediation, synchronous vs. asynchronous, co-located vs. distributed pieces of information. The results of studies on collaborative information indicate that researchers create systems that support this process.

**Conclusion:** Collaborative information seeking aspires to study the motifs, methods, and systems which enable individuals to collaborate in the information seeking process.

**Keywords:** Information seeking, Collaboration, Collaborative information seeking, Information systems.

---

<sup>1</sup> Faculty Member, University of Qom,  
<sup>2</sup> Graduate of Library and Information, University of Qom.

ynorouzi@gmail.com  
samaneh.kh1389@gmail.com

## What are the differences of MARC21 and UNIMARC?

Mitra Pashootanzadeh<sup>1</sup>

### Abstract

**Introduction:** Nowadays libraries collect and gather different kinds of materials in all formats, e.g., books, periodicals, newspapers, tapes, pamphlet, CD, electronic materials, and on various subjects and in different languages, all according to the needs of their users. For this reason, they need to have access to relevant catalogues and appropriate bibliographic services suitable to their needs. One of the best solutions for this problem is using MARC format for libraries' bibliographic network.

**Purpose:** UNIMARC and MARC21 are quite well-known formats in the world, hence the aim of the present research is to compare these two formats (i.e., UNIMARC and MARC21) and to study their points of weakness and strength. The results of this comparison may help librarians for choosing the best basic format(s) for their bibliographic network.

**Method:** In this research, the comparison of these two MARCs is done according to such different features as history and performance, content and structure, all via the latest version of UNIMARC (2012) and MARC 21 (2015).

**Findings:** Data analysis showed that MARC 21 has more capabilities compared with UNIMARC.

**Keywords:** Marc21, Unimarc, Computerized Catalogue, Bibliographic network.

---

<sup>1</sup> Assistant Professor of Knowledge & Information Science, University of Isfahan.

M.pashootanzade@edu.ui.ac.ir





***Sciences and Techniques of Information Management***

A Quarterly Journal of the University of Qom

Under the Supervision of the Vice-President in Research Affairs

Vol. 1, No. 1, Winter 1394 Sh/ 2016.

**Proprietor:** University of Qom

**Chief Director:** Reza Karimi.

**Chief Editor:** Morteza Kokabi, Ph.D

**Vice- Editor - in – Chief:** Mahdi Mohammadi, Ph.D

---

**Editorial Board**

Fahimeh Babalhavaeji, Zahed Bigdeli, Mohammad Hassanzade, Ahmad Shabani, Hassan Kiani, Mahdi Mohammadi, Yaghob Norouzi

---

**Internal director and editorial-board director:** Sokaine Falsafin

**Editor:** Abd al-Hosain Taleei

**English Editor:** Dr. Muhammad-Reza Fakh-Rohani

**Layout:** Mohmmad-Bagher Mehr Abbadi

---

**Note**

The Journal Science and Techniques of Information Management accept papers in the realms of the Information Management; Knowledge Management; Information Technology; Information Society. Contributors are expected to observe the house style of the journal; authors shall bear responsibilities for their own papers.

---

**Tel:** 0098-25-32103360

**Fax:** 0098-25-32103361

**Email:** [Stim@Qom.ac.ir](mailto:Stim@Qom.ac.ir)

stim.qom.ac.ir