

SID



سرویس های ویژه



سرویس ترجمه تخصصی



کارگاه های آموزشی



بلاگ مرکز اطلاعات علمی



عضویت در خبرنامه



فیلم های آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛ شبکه های توجه گرافی (GAN)

مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



آموزش استفاده از وب آو ساینس

کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آو ساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی

محمدیگی، فاطمه؛ امیرینالو، الهه؛ زارعی، عاطفه؛ اسفندیاری مقدم، علیرضا (۱۳۹۷). پیشنهاد مؤلفه‌های شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی با استفاده از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بین‌المللی. پژوهشنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۸(۲)، ۲۴۱-۲۲۱.



پیشنهاد مؤلفه‌های شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی با استفاده از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بین‌المللی

فاطمه محمدیگی^۱، الهه امیرینالو^۲، عاطفه زارعی^۳، علیرضا اسفندیاری مقدم^۴

DOI: 10.22067/riis.v0i0.68117

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۱۰/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۰۳/۱۲

چکیده

مقدمه: شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور به عنوان یکی از انواع شبکه‌ها مورد توجه واقع شده است. لذا با رشد و گسترش فناوری‌ها کتابخانه‌ها علاوه بر خدمات سنتی باید با این نوآوری‌ها همگام شوند. هدف از این پژوهش پیشنهاد مؤلفه‌های شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی با استفاده از مدل معادلات ساختاری مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بین‌المللی است.

روش‌شناسی: این پژوهش از نوع آمیخته بوده و از دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. ابتدا شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور که در سایت الکسا جزء رتبه‌های برتر بازیابی هستند شناسایی شد، سپس به منظور تهیه سیاهه‌ای در خصوص مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور به بررسی این سایت‌ها پرداخته شد و عناصر تشکیل‌دهنده آن‌ها مورد بررسی قرار گرفت. ابزار گردآوری داده‌ها چک لیست محقق ساخته متشکل از ۱۴ معیار و ۷۳ مؤلفه بود که به روش دلفی نهایی گردید و برای ارزیابی مورد استفاده قرار گرفت و در نهایت با استفاده از معادلات ساختاری بارعاملی مؤلفه‌های پیشنهادی جهت استفاده در الگوی بومی مورد بررسی قرار گرفت.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش نشان داد که همه مؤلفه‌های مورد بررسی در این پژوهش دارای اهمیت بوده و با توجه به بارعاملی به دست آمده تمامی معیارهایی توان در الگوی پیشنهادی مورد استفاده قرار گیرد. همچنین شاخص‌های مورد بررسی نشان داد که مدل ارائه شده از برازش مناسبی برخوردار است.

نتیجه‌گیری: نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که تمامی مؤلفه‌های شناسایی شده این نوع شبکه‌ها برای طراحی ضروری است و چنانچه این شبکه‌ها بر اساس معیارهای به دست آمده طراحی شود از کارایی لازم برخوردار خواهد بود. از نتایج حاصل از این پژوهش و مؤلفه‌های شناسایی شده آن می‌توان در طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی استفاده نمود. تاکنون پژوهش پیرامون طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی انجام نگرفته است.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور، گودریدز، لایبری تینگ، انابی

۱. دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی (ره) قزوین (نویسنده مسئول)، mohammadbeigi@org.ikiu.ac.ir

۲. دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، نهاد کتابخانه‌های عمومی کشور، inanloo.lis@gmail.com

۳. استادیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، atefehzaree@gmail.com

۴. دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان، ali.isfandyari@iauh.ac.ir

مقدمه

تکنولوژی اطلاعات زندگی بشر امروزی را تغییر داده و در کیفیت مطالعه و عادات مطالعاتی افراد تغییراتی را به وجود آورده است. این تغییرات نقش عمده‌ای در تحولات خواندن، تفکر، کیفیت و کمیت مطالعه به وجود آورده که در نهایت منجر به یادگیری مادام‌العمر و در نتیجه انقلاب باز در جامعه گردیده است (Shimray, Keerti & Ramaiah, 2015). گسترش فناوری رسانه اجتماعی راه‌های جدیدی را برای جست‌وجو و اشتراک اطلاعات برای میلیون‌ها کاربر در سراسر جهان و چالش‌های جدیدی را برای کتابخانه‌ها در مواجهه با کاربران که در فضای اجتماعی هستند ایجاد نموده است. به کارگیری رسانه اجتماعی جلوه فیزیکی کتابخانه را به فضای مجازی تغییر داده و رؤیت‌پذیری، دسترسی و تأثیر کتابخانه را بیشتر نموده است. عبارت «رسانه اجتماعی» تداعی کننده نوع جدیدی از رسانه است که ماهیتاً مشارکتی بوده و هدف آن به اشتراک‌گذاری است و دیگران را در چرخه تولید، سازماندهی، اشتراک، یافتن و استفاده از اطلاعات درگیر می‌سازد (ساعی، ۱۳۹۴).

عبارت «اجتماعی» در رسانه اجتماعی به این امر اشاره دارد که افرادی تواند با دیگران در تعامل باشند، در واقع پروفایل در رسانه اجتماعی می‌تواند ابزاری عالی برای شناسایی دوستان، خانواده و همکاران یک فرد باشد. اغلب سایت‌ها ایجاد ارتباطی اجتماعی با دیگران را از دو طریق فراهم می‌نمایند: دوست‌یابی^۱ و دنبال‌نمودن^۲. ارتباطات اجتماعی شخص، بدون در نظر گرفتن این نکته که چگونه ایجاد شده، اغلب در رسانه اجتماعی قابل رؤیت است. معمولاً لیستی از دوستان و دنبال‌کنندگان در پروفایل شخص نمایش داده می‌شود. که این لیست معمولاً دارای عکس و نام اشخاص است. با کلیک بر روی این افراد می‌توان پروفایل آن‌ها را مشاهده نمود (Golbeck, 2015).

می‌توان گفت، رسانه اجتماعی رسانه‌ای است که برای تعامل و انتشار محتوا در محیط اینترنت از طریق تعامل اجتماعی طراحی شده است، دسترس‌پذیری بسیار بالایی دارد و از تکنیک‌های انتشار مقیاس‌پذیر در آن استفاده شده است. انجمن‌های تبادل نظر، تابلوهای پیام، پادکست‌ها و بلاگ‌ها و ویکی‌ها از جمله انواع رسانه‌های اجتماعی هستند. رسانه اجتماعی از فناوری مبتنی بر وب، برای تبدیل و انتشار تک‌گویی‌های رسانه‌ای به گفت‌وگوهای چندجانبه استفاده می‌کند (خانیک و بابائی، ۱۳۹۰). مطالعه نیاز به کتاب دارد که ممکن است در اختیار میلیون‌ها نفر در جهان نباشد. البته امروزه تکنولوژی‌هایی مانند موبایل و سایت‌های اینترنتی این مشکل را برطرف نموده‌اند. شیوه مطالعه کنونی نیز با گذشته تفاوت می‌کند. امروزه با گسترش تکنولوژی‌های جدید افراد به سراغ کتاب‌های الکترونیکی و دیجیتالی رفته و از ابزارهای مدرن برای مطالعه استفاده می‌نمایند. به طوری که می‌توان گفت تولید محتوای دیجیتال مرزهای فیزیکی خانه، مدرسه و محل کار را از میان برداشته است. در دنیای

1. Friending
2. Following

کنونی و با رشد و گسترش شبکه‌های اجتماعی که مرزها را درنوردیده و ارتباطات را به‌طور فزاینده‌ای افزایش داده است، کاربران در تولید و انتقال محتوا نقش اساسی پیدا کرده‌اند.

باتوجه به محبوبیت شبکه‌های اجتماعی آنلاین در دنیای کنونی مسیر انتقال دانش تغییر کرده و مجرای ارتباطی افراد از شکل سنتی و ارتباطات و تعاملات چهره‌به‌چهره و فیزیکی به شکل مدرن و ارتباطات الکترونیکی تغییر کرده است. این امر نشان می‌دهد کارکرد کتابخانه نیز در حال تغییر و دگرگونی است چراکه اگر در گذشته تنها با مراجعه به کتابخانه و شکل فیزیکی کتب امکان مطالعه فراهم بود؛ اما امروزه با رشد فناوری‌های جدید شاهد ظهور رسانه‌های مدرن به زندگی افراد هستیم که یکی از این رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور است. برای همسوس شدن با این تغییرات نیاز است تا این نوع شبکه‌ها مورد بررسی قرار گیرد.

یکی از انواع شبکه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور^۱ است که زیرمجموعه‌ای از رسانه‌های اجتماعی است که به کاربران اجازه می‌دهد کتاب، فیلم، موسیقی و... را به‌صورت دیجیتالی فهرست نمایند و همزمان در محیطی آنلاین نظرات خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور برای کتابداران بسیار مفید است؛ زیرا به آن‌ها اجازه می‌دهد منابع خود را سازماندهی نمایند. این سایت‌ها همچنین در توسعه مجموعه نیز مفید بوده و امکان توصیف کامل و نقد کتاب‌ها را نیز فراهم می‌آورند و می‌تواند ابزار مناسبی برای کتابداران جهت مجموعه سازی کتابخانه باشد. در نهایت ابزاری برای مشاوره خوانندگان بوده و از این طریق کتابداران می‌توانند با کاربران خود ارتباط برقرار کرده و به آن‌ها کتاب‌های مناسب را پیشنهاد دهند (Giustini, Hooker & Cho, 2009).

باتوجه به روند توسعه شبکه‌های اجتماعی در ایران و همچنین توجه جامعه علمی به این ابزار قدرتمند و تعاملی و به‌دلیل موفقیت این شبکه در سطح بین‌الملل باید نسبت به شناسایی مؤلفه‌های آن‌ها اقدام نمود. از آنجاکه کاربران ایرانی نیز مانند سایر کاربران به این بستر ارتباطی روی آورده‌اند، لزوم ایجاد شبکه اجتماعی منطبق با خصوصیات این کاربران برای ایجاد انگیزه در جهت استمرار استفاده، بررسی و شناخت همه‌جانبه شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور را بیشتر آشکار می‌نماید.

شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور متعددی در سطح جهان وجود دارد؛ اما از نمونه‌های پر کاربرد در دنیا می‌توانیم به سایت گودریڈز^۲، لایبرری تینگ^۳ و انابی^۴ اشاره نماییم که به ترتیب دارای رتبه ۲۹۳ و ۱۶۲۱۱ و ۲۵۵۷۱ در سایت الکسا^۵ هستند و بازدیدکنندگانی از کشورهای آمریکا، کانادا، انگلستان، ایتالیا، هند و... دارند.

1. Social cataloging sites

2. Goodreads

3. Librarything

4. aNobii

5. ALEXA

وبسایت الکسا متعلق به شرکت آمریکایی الکسا است که رتبه‌بندی وبسایت شبکه‌های اجتماعی را بر اساس چهار شاخص تعداد ارجاعات، تعداد کاربر، تعداد دفعات بروزرسانی سایت و تعداد صفحات موجود در سایت انجام می‌دهد. اما با بررسی که در ایران صورت گرفته شبکه اجتماعی کتاب‌محور در ایران وجود ندارد یا فعالیت آن محدود است. این امر نشان می‌دهد که موفقیت چندان کسب نموده که می‌توان دلایل عدم موفقیت را عدم امکان عضویت سایر کشورها بدلیل تک‌زبانی بودن، عدم جذابیت ظاهری، کندی سیستم و عدم کاربرپسند بودن آن، عدم ایجاد ارزش افزوده برای کاربران، عدم اعتماد کاربران، عدم اطلاع‌رسانی و تبلیغ مناسب و عدم امنیت اطلاعات و محرمانگی اطلاعات بیان کرد. به منظور توسعه و بهره‌برداری هدفمند از شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور ضروری است تا کلیه ابزارها، شرایط و الزامات محیطی با هدف استفاده از فرصت‌ها و اجتناب از تهدیدها، مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. با انجام پژوهش حاضر به شناسایی معیارها و مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور پرداخته خواهد شد تا ضمن شناسایی عناصر ساختاری این سایت‌ها الگوی بومی پیشنهاد گردد. همچنین انجام این پژوهش در صدد پاسخ‌گویی به سؤالات زیر است:

۱. شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بین‌المللی چه مؤلفه‌هایی دارند؟
 ۲. مهمترین مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور از دیدگاه کاربران و متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و کامپیوتر چه مواردی است؟
 ۳. الگوی پیشنهادی شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بومی از چه مؤلفه‌هایی باید برخوردار باشد؟
- فرضیه مطرح شده در این پژوهش عبارت است از: بین دیدگاه کاربران و متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و کامپیوتر در مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور تفاوت معناداری وجود ندارد.
- در این راستا پژوهش‌هایی در داخل و خارج کشور انجام گرفته است که می‌توان به پژوهش محبوب و میرطاهری (۱۳۹۴) اشاره نمود که در مقاله خود باعنوان گونه‌شناسی استفاده و رضامندی ایرانیان از شبکه اجتماعی کتاب‌محور گودریلز به بررسی و دسته‌بندی شیوه‌های بهره‌گیری ایرانیان از شبکه اجتماعی کتاب‌محور گودریلز پرداختند. آن‌ها از نظریه «استفاده و رضامندی» به‌عنوان چهارچوب نظری پژوهش بهره‌گرفتند. جامعه هدف پژوهش ایرانیان فعال در این شبکه‌ها بود. تحلیل عاملی ۲۵ متغیر پرسش شده را در شش عامل دسته‌بندی کرد که عبارت‌اند از: ۱. اطلاع‌یابی (۹ متغیر)؛ ۲. بودن در اجتماع (۶ متغیر)؛ ۳. گریز از زندگی روزمره (۴ متغیر)؛ ۴. بودن با کتاب‌ها (۲ متغیر)؛ ۵. استحکام شغل (۲ متغیر) و ۶. آگاهی از مشاغل (۲ متغیر). هدف دیگر این پژوهش کشف عوامل تعیین‌کننده در کنشگری شبکه بود. سه فعالیت در شبکه یعنی نقد کتاب، امتیازدادن به کتب و دوستیابی توسط کاربران مستلزم اقدامی آگاهانه بود که برای تقویت کنشگری در شبکه لازم است از یک سو این سه عامل تقویت شود و از سوی دیگر، افرادی که این عوامل را دارند، به‌عنوان سرمایه‌های اصلی

شبکه به شمار آیند. اسکندری پور (۱۳۸۹) در مقاله خود با هدف بررسی شبکه‌های اجتماعی اینترنتی کتاب محور، ابتدا مفهوم بستر شبکه‌های اجتماعی اینترنتی را مورد بحث قرار داده سپس به تعریف شبکه‌های اجتماعی موضوعی و نوع خاص آن‌ها که در این مقاله مد نظر است. یعنی شبکه‌های اجتماعی کتاب محور، اشاره نموده است، سپس با هدف شناخت ویژگی‌ها و کارویژه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب محور و الگوگیری از نمونه‌های برتر این حوزه و همچنین شناسایی وضعیت و جایگاه کاربران ایرانی در این شبکه‌ها به مطالعه موردی «شلفاری»، «بوک کراسینگ» و «لیبراری تینگ» به عنوان نمونه‌هایی از شبکه‌های اجتماعی پیرامون کتاب مطرح دنیا، پرداخته شده است. در ادامه، ضمن جمع‌بندی مجموعه ویژگی‌های این شبکه‌ها پیشنهادهایی بر مبنای تجربیات شبکه‌های اجتماعی در این زمینه به صورت کاربردی و عملیاتی و در قالب گروه‌های مختلف دست‌اندرکار و اهالی کتاب یعنی ناشران، نویسندگان، کتاب‌فروشی‌ها، کتاب‌خوانان حرفه‌ای و کتابخانه‌ها، با هدف غایی ترویج فرهنگ کتابخوانی، ارائه نموده است. اکبری تبار (۱۳۸۹) هدف از مقاله خود را شناخت فعالیت گروهی کتاب محور در شبکه‌های اجتماعی مجازی بیان کرده است. بدین منظور، از میان سه دسته عمده‌ای که به فعالیت گروهی مرتبط با کتاب در این شبکه‌ها می‌پردازند (شبکه‌های اجتماعی کتاب محور، شرکت‌های چاپ و نشر و توزیع کتاب در شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های زیرمجموعه شبکه‌های اجتماعی مختلف که موضوع شکل‌گیری و فعالیت این گروه‌ها کتاب است، شبکه اجتماعی متخصصان ایران (بو ۲۴) بررسی نموده است. نتایج حاصل نشان داد که از میان ۱۹۴۱ گروه فعال در شبکه اجتماعی متخصصان ایران (بو ۲۴)، هشت گروه در ارتباط با کتاب فعالیت داشته‌اند. از میان این گروه‌ها بر اساس شاخص تعداد اعضا، گروه داستان کوتاه بیشترین و گروه ترجمه چند کتاب جدید کمترین تعداد اعضا را دارا بوده‌اند. بر اساس شاخص تعداد پیام‌ها، گروه داستان کوتاه بیشترین و گروه ترجمه کتاب، کمترین تعداد پیام‌ها را به اشتراک گذاشته‌اند. بر اساس شاخص میانگین فعالیت گروه (میانگین زمان به‌روزشدن گروه) گروه داستان کوتاه بیشترین و گروه ترجمه کتاب، کمترین میزان فعالیت را داشته است. بر اساس شاخص میانگین تعداد نظرات (کامنت‌ها به نوشته‌ها) گروه مطالب خواندنی بیشترین میزان نظرات در نتیجه بیشترین میزان جذابیت یادداشت‌ها و بیشترین میزان بازخورد و گروه ترجمه کتاب کمترین میزان میانگین نظرها را داشته است. یزدان پناه (۱۳۸۹) در مقاله خود از کتاب به‌عنوان یکی از ارکان اصلی نظام فرهنگی هم به دلیل مظلومیت بیشتر و هم به لحاظ اهمیتی که در جریان‌سازی فرهنگی دارد، یاد می‌کند. از طرف دیگر، وی بیان می‌دارد که اگر کتاب را به‌عنوان یک رسانه و در دایره نظام رسانه‌ای بخواهیم مورد توجه قرار دهیم، باز هم جایگاه ویژه‌ای برای آن خواهیم یافت. از رسانه‌های اجتماعی می‌توان برای کمک به جریان اطلاع‌رسانی کتاب استفاده کرد و این رسانه‌ها می‌توانند حلقه مفقوده در جریان اطلاع‌رسانی کتاب را که ناشی از فقدان یا ضعف سایر رسانه‌هاست کامل کنند. شمیری و همکاران (Shimray et al., 2015) در پژوهش خود به

بیان نمایی از عادت مطالعه با موبایل پرداختند و آن‌ها از خواندن به‌عنوان روش شناختی چندبعدی و رمزگشایی علایم برای توسعه معنا یاد کردند. سپس به سرعت ورود تکنولوژی موبایل و گوشی‌های هوشمند به زندگی افراد اشاره نموده که زندگی بشر را متحول ساخت. آن‌ها بیان داشتند شیوه مطالعه امروزی مانند گذشته نبوده و افراد علاوه بر متون چاپی به مطالعه منابع دیجیتالی و الکترونیکی نیز علاقه‌مندند. البته ضررهای احتمالی این ابزارها را نیز نباید از نظر دور داشت. روی‌هم‌رفته این پژوهش به عادت مطالعه در موبایل اشاره داشته و به چگونگی این تحول از مطالعه منابع چاپی به الکترونیکی و مزایا و معایب آن پرداخته‌اند. کینگ‌برگ، ایرل و مندل (Klingeberg, Irle & Mandl, 2015) به فراگیری شبکه‌های اجتماعی در سراسر زندگی افراد اشاره کرده و بیان کردند. با وجود این ویژگی، همچنان برخی افراد از این شبکه‌ها استفاده نمی‌نمایند. آن‌ها در پژوهش خود با انجام شش مصاحبه ساختاریافته به دو دلیل عدم استفاده پی بردند. اولین دلیل موقعیت عمومی زندگی افراد و دلیل بعدی که در این پژوهش حاصل شد، مفهوم دوستی در این شبکه‌ها و شیوه ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی است که افراد برخی اوقات چهره‌ای غیرواقعی از خود نشان می‌دهند.

ریچاردز و سن (Richards & Sen, 2013) در پژوهش خود بیان نمودند که لایبری تینگ از ابزارهای وب ۲ است که امکان فهرست نمودن کتاب‌ها را از طریق سایت آمازون یا کتابخانه‌کنگره به کاربران می‌دهد. آن‌ها همچنین لایبری تینگ را به‌عنوان ابزاری برای کتابخانه‌ها برای اهداف مشارکت کاربران و فعالیتهای تبلیغی مورد ارزیابی قرار دادند. آن‌ها بیان کردند که دلیل اصلی استفاده کتابخانه‌ها از این ابزار تبلیغ کتابخانه و مجموعه آن است. هادسون و نایت (Hudson & Knight, 2011) ضمن معرفی برخی شبکه‌های اجتماعی کتاب محور مانند گودریدز، لایبری تینگ و یژوال بوک شلف و وی رید به ارائه تعریفی از فهرست‌نویسی پرداخته و از فهرست‌های اجتماعی کتب به‌عنوان ابزاری تعاملی برای تخصیص توصیفگر یاد کرده‌اند. آن‌ها بیان کردند که شبکه‌های اجتماعی کتاب محور به کاربران ابزارهایی را ارائه می‌دهد که در آن می‌توانند درباره کتب به بحث و تبادل نظر پردازند. هاگتون (Houghton, 2010) در مقاله خود استفاده از لایبری تینگ را به‌عنوان محبوب‌ترین خدمت فهرست اجتماعی در اینترنت با فهرست محلی کتابخانه آراپاهو که هیچ‌از ویژگی‌های فهرست اجتماعی را نداشت مقایسه کرد. به‌طورخاص، این مقاله برجسب‌های اختصاص داده شده توسط کاربران را در لایبری تینگ با فهرست سرعنوان‌های موضوعی کتابخانه‌کنگره مقایسه نموده است. علاوه‌براین، با به‌کارگیری لایبری تینگ در فهرست کتابخانه ویژگی‌های متعددی از شبکه‌های اجتماعی کتاب محور را به‌صورت برجسته ارائه نموده است. در این مقاله همچنین به معرفی لایبری تینگ، برجسب‌گذاری در آن و نحوه جست‌وجوی منابع به‌صورت تصویری پرداخته است. اسپیتیری (Spiteri, 2009) در پژوهش خود عناصر استاندارد بین‌المللی توصیف کتابشناختی (ISBN) برای ارزیابی محتوای رکوردهای ۱۶ شبکه اجتماعی کتاب محور به کار

برد. ارتباطات هوشمند، هویت و ادراک در ویژگی‌های اجتماعی این سایت‌ها به کار گرفته شد. در حالی که محتوای رکوردها ضعیف بودند و ویژگی‌های اجتماعی جامعه‌ای را ایجاد نمودند که افراد می‌توانستند، علایق مطالعاتی خود را با دیگران به اشتراک بگذارند. جفری (Jeffries, 2008) در پژوهش خود با بررسی شلفاری، گودریدز، و ویزوال بوک شلف و لایبری تینگ موارد مورد نیاز برای کتابداران را بیان می‌کند. یافته‌های وی نشان داد که هر یک از این ابزارها جایگاه خود را در بین کاربران پیدا کرده اند؛ اما ممکن است یک یا دو ابزار به عنوان استاندارد شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بروز یابد. او بیان کرد که لایبری تینگ نسبت به بقیه برنامه‌ها برای کتابداران به دلیل خدمات تخصصی که به سیستم کتابخانه ارائه می‌دهد، کاربردی‌تر است.

بررسی پژوهش‌های انجام شده در این حوزه نشان می‌دهد که ظهور رسانه‌های اجتماعی اصول و مفاهیم حوزه کتاب را تغییر نداده؛ بلکه محمل و کانال ارتباطی و نحوه تعامل مخاطبان را دستخوش تغییر کرده است. با توجه به نفوذ گسترده رسانه‌های اجتماعی در سطوح مختلف زندگی مردم، می‌توان به‌عنوان بهترین ابزار در جهت جذب مخاطب و بالابردن سرانه مطالعه مورد استفاده قرار بگیرد. جمع‌بندی از پژوهش‌های انجام شده نشان می‌دهد، در ایران پژوهش‌های صورت گرفته به صورت نظری بوده و در حوزه مورد پژوهش تحقیقات بسیار کمی انجام شده است، به‌طور مثال اسکندری‌پور (۱۳۸۹) به بررسی شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور مانند بوک کراسینگ، لایبری تینگ، شلفاری و جایگاه ایرانیان در این شبکه‌ها پرداخته و در نهایت ارائه پیشنهادهایی به ناشران، نویسندگان، کتاب‌فروشان و... نموده است. اکبری‌تبار (۱۳۸۹) با هدف شناخت فعالیت گروهی در شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور به بررسی شبکه ایران U24 پرداخته و هشت گروه فعال را در این شبکه شناسایی کرده است. (۱۳۸۹) در پژوهش خود از کتاب به‌عنوان یکی از ارکان نظام فرهنگی یاد کرده که ظهور رسانه‌های جدید نتوانسته این رکن اصلی را از میدان خارج کند؛ بلکه به‌عنوان ابزار کمکی برای جریان اطلاع‌رسانی کتاب استفاده می‌شود. در خارج از کشور نیز جفری (Jeffries, 2008)، اسپیتری (Spiteri, 2009)، هادسون و نایت (Hudson & Knight, 2011) و ریچاردز و سن (Richards & Sen, 2013) به بررسی شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور به‌عنوان ابزارهای نوین آنلاین و کاربرد این نوع شبکه‌ها برای کتابداران به‌عنوان ابزاری کاربردی جهت فهرست‌نویسی و برجسب‌گذاری، تبلیغ و اطلاع‌رسانی درباره منابع و کاربران به‌عنوان ابزاری که می‌توانند با درج نقد و نظر، دنبال کردن دوستان، پیوستن به گروه‌ها، بحث و اشتراک منابع، اشتراک علایق مطالعاتی، ابزاری تعاملی برای یادگیری استفاده نمایند. شیمرتی، کیرتی و رامایاه (۲۰۱۵) بر خواندن توسط موبایل و تحول در مطالعه منابع چاپی و الکترونیکی را که زندگی افراد را متحول ساخته مدنظر قرار دادند. کینگ برگ، ایرل و مندل (Klingeberg et al., 2015) با بررسی دلایل عدم استفاده افراد از این نوع شبکه‌ها علی‌رغم فراگیری گسترده آن‌ها دلیل آن را موقعیت عمومی زندگی افراد و مفهوم دوستی در این شبکه‌ها که افراد ممکن است

چهره واقعی خود را نشان ندهند، بیان کردند. به دلیل اینکه در ایران پژوهشی جامع در این حوزه صورت نگرفته است و بر پایه بررسی پژوهش‌های صورت گرفته در خارج از ایران، شاید یکی از دلایل بالا بودن سرانه مطالعه در کشورهای توسعه یافته استفاده گسترده شهروندان از این نوع شبکه‌ها باشد. لذا با انجام این پژوهش درصدد هستیم با مطالعه شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور پربازدید مؤلفه‌های این سایت‌ها را شناسایی کرده و پس از آن پیشنهادهای مؤلفه‌های مدل بومی بیان گردد.

روش‌شناسی

این پژوهش از نوع آمیخته بوده و از دو روش کمی و کیفی استفاده شده است. ابتدا شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور که در سایت الکسا جزء رتبه‌های برتر بازیابی هستند، شناسایی شد که شامل سایت گودریدز، لایبرری تینگ و انابی بودند. سپس به منظور تهیه سیاهه‌ای در خصوص مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور به بررسی این سایت‌ها پرداخته شد و عناصر تشکیل‌دهنده آن‌ها را مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به اینکه در زمینه مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور به‌طور خاص، معیار مدونی وجود نداشت و با جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی پیشینه‌ای در این خصوص یافت نشد؛ بنابراین به منظور ارائه سیاهه ارزیابی در خصوص معیارها و مؤلفه‌های ارزیابی‌کننده شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور، مطالعات کتابخانه‌ای به کار گرفته شد. برای انجام این کار، نخست جست‌وجو و پیمایش در متون و منابع علمی نظری مرتبط، از طریق جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی مختلف نظیر آی.اس.آی، اسکوپوس، اریک، امرالد و پایگاه علوم انسانی، مرکز منطقه‌ای اطلاع‌رسانی علوم و فناوری، پایگاه لایب جن^۱، دو آج^۲ صورت گرفت. سپس مؤلفه‌های ارائه شده در متون و منابع مختلف استخراج و براساس معیارهای پیشنهادی دسته‌بندی گردید. پس از تأیید روایی آن توسط صاحب‌نظران و خبرگان، اصلاحات لازم بر روی آن صورت گرفته و برای انجام پژوهش به کار گرفته شد. با توجه به رویکرد پژوهش که آمیخته است، با استفاده از روش دلفی به کسب نظرات متخصصان علم اطلاعات و دانش‌شناسی و کامپیوتر و کاربران این سایت‌ها پرداخته شد. ابزار پژوهش چک لیست محقق ساخته خواهد بود. در این پژوهش با توجه به ماهیت آن از روش تحلیل محتوا^۳ استفاده شده است. با توجه به اینکه عناصر متشکل در این پژوهش شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور هستند عناصر آن‌ها مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است. همچنین جامعه آماری این پژوهش متشکل از متخصصان و کاربران شبکه اجتماعی کتاب‌محور است. روش نمونه‌گیری

1. Libgen.io
2. Doaj.org
3. Content Analysis

این جامعه، هدفمند، یعنی بر اساس شناخت فرد (محقق) از جامعه و اهداف پژوهش است که در نهایت ۹۶ نفر متشکل از ۳۰ متخصص و ۶۶ کاربر را شامل شد.

پس از شناسایی عناصر و مؤلفه‌ها لیستی تهیه شده و بر اساس مقیاس لیکرت عناصر رتبه‌بندی شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های آماری در این پژوهش بوسیله نرم افزار LISREL و SPSS22 انجام گرفته است.

یافته‌ها

در تجزیه و تحلیل داده‌ها و پاسخ به سؤالات اساسی پژوهش از آزمون‌های آماری مختلف با توجه به نوع سؤال استفاده شده است.

پاسخ سؤال اول پژوهش: شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بین‌المللی چه مؤلفه‌هایی دارند؟

با بررسی متون و منابع و پایگاه‌های اطلاعاتی و انجام پنل دلفی معیارها و مؤلفه‌های زیر شناسایی گردید.

جدول ۱. معیارها و مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور

میانگین کسب شده	مؤلفه	معیار
۴/۳۴	استفاده از قلم استاندارد، خوانا و قابل درک برای نمادها	ویژگی‌های ظاهری صفحه نمایش
۴/۱۹	استفاده از رنگ‌های مناسب برای طراحی صفحات (عدم استفاده از کنتراست رنگی ضعیف در طراحی صفحات)	
۳/۹۵	داشتن عنوان برای هر صفحه (هر فریم یعنی قالب یا چهارچوب، در صفحه باید دارای یک نام و عنوان باشد)	
۳/۹۳	ارائه متن در پس زمینه ساده	
۴/۳۵	پرهیز از طراحی صفحات شلوغ	
۴/۰۸	تمایز بودن متن و نمادها از پس زمینه صفحه	
۳/۷۳	قابلیت ارائه تصاویر به صورت بزرگ (Original) توسط کاربر	
۴/۰۲	عدم استفاده از پیوندهای کور	سازماندهی صفحه نمایش
۳/۷۵	ارائه تصاویر متناسب با هر متن در صفحات	
۳/۹۰	ارائه پیام‌ها و سایر مطالب مفید در محلی که چشم به آن عادت کرده باشد (در بالا و پایین صفحات)	
۴/۴۱	تناسب رنگ زمینه و متن	
۴/۴۲	امکان دسترسی از صفحه خانگی سایت به سایر بخش‌های اصلی آن و بالعکس	
۳/۶۶	نمایش پیام‌های سامانه (مانند پیام‌های خطا) با استفاده از نمایش متمایزی چون نمایش معکوس (تفاوت رنگ زمینه و متن)، درشت‌نمایی و رنگ	
۳/۵۰	برجسته‌شدن نمادها پس از انتخاب آن‌ها	
۴/۰۱	عدم استفاده از ناوبرهای اطلاعاتی گیج‌کننده (استفاده از صفحات مجزا به جای صفحات طولانی)	
۴/۰۹	قابلیت تشخیص فیلدهای ورود اطلاعات	
۴/۲۶	امکان انتخاب گزینه‌های مورد نمایش (عنوان، نویسنده، ISBN، ناشر و...)	

میانگین کسب شده	مؤلفه	معیار
۳/۷۸	ارائه خلاصه یا طرح کلی از صفحات (نقشه سایت)	
۴/۰۳	مشخص بودن ساختار سایت / صفحه (سازگاری محل نمادها بر روی صفحه نمایش با عملکردهای آن‌ها)	
۴/۰۹	وجود فضای کافی بین پاراگراف‌ها و خطوط	
۴/۱۶	یکدستی در صفحه نمایش	
۴/۰۱	فراهم آوردن قابلیت‌های مختلف جست‌وجو (از طریق صوت، تصویر و ...) در صفحات	امکانات جست‌وجو
۴/۳۸	فراهم آوردن امکان جست‌وجوی پیشرفته	
۴/۳۲	فراهم کردن امکان جست‌وجوی جمله یا نقل قول و یافتن کتاب	
۴/۲۹	امکان جست‌وجو و دستیابی به برجسب‌های موضوعی	
۳/۷۸	پیوند به فهرست‌های پیوسته عمومی (اوپنک) متناسب با نیاز کاربران	پیوندها
۳/۴۹	پیوند به دیگر شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور مشابه	
۳/۶۶	پیوند به دیگر منابع دیجیتالی موجود در اینترنت یا سایر پایگاه‌های داده‌ها	
۳/۶۸	پیوند سریع به دیگر سایت‌های ارائه دهنده کتاب مانند آمازون، گوگل بوک و ...	
۳/۶۷	ارائه برجسب متنی برای نشانه‌های گرافیکی	گزینه‌ها و نمادهای تصویری
۳/۸۰	استفاده از رنگ‌های مناسب و مرسوم برای نمادها (مثلاً رنگ قرمز برای توقف کردن)	
۳/۵۵	استفاده از نمادهای چندرسانه‌ای	
۳/۷۹	امکان تغییر رنگ و اندازه قلم توسط کاربر	
۳/۶۴	امکان تغییر رنگ زمینه توسط کاربر	شخصی‌سازی متن
۳/۹۲	ارائه اطلاعات دقیق مرتبط با فعالیت‌ها به جای ارائه پیام‌های عمومی	
۳/۶۳	ارائه آموزش استفاده از شبکه اجتماعی کتاب‌محور به صورت برخط	امکانات کمک و راهنمایی
۳/۸۱	امکان قطع تسهیلات کمکی و ادامه کار	
۳/۱۸	امکان ارائه اطلاعات به صورت متنی از طریق پیامک	
۳/۶۴	امکان ارائه اطلاعات از طریق پست الکترونیکی	
۴/۵۲	امکان ارائه مشاوره منظم به کاربران	پیام‌های نشان دهنده خطا
۴/۰۹	کوتاه و ساده بودن پیام‌های ارائه شده	
۴/۳۱	دقیق بودن پیام خطا	
۴/۱۱	ارزیابی‌های متوالی از طریق دریافت بازخورد از کاربران	امکانات تعامل و بازخورد
۳/۸۵	امکان ارائه تعامل و بازخورد از طریق پست الکترونیکی، اظهار نظر	
۳/۸۳	فراهم آوردن امکان ارتباط با دیگر کاربران به صورت برخط (از طریق اتاق گفت‌وگو و ...)	

میانگین کسب‌شده	مؤلفه	معیار
۳/۷۴	امکان تعامل صوتی و متنی کاربران با مدیران شبکه اجتماعی کتاب‌محور	
۳/۹۵	فراهم آوردن امکان تعامل با نویسندگان به صورت برخط (از طریق اتاق گفت‌وگو، گروه‌های بحث و ...)	
۴/۲۵	استفاده از اصطلاحات رایج و مصطلح در تمام سایت	زبان رابط کاربر
۴/۲۱	کوتاه، آشنا و توصیفی بودن برچسب‌های نمادها	
۴/۳۵	واضح و گویا بودن جملات به کارگرفته شده در متون، راهنماها، نمادها و ...	
۴/۱۱	رعایت اصل قابلیت یادسپاری در به کارگیری اصطلاحات در تمامی بخش‌های سایت	
۳/۸۳	چند زبانه بودن شبکه اجتماعی کتاب‌محور و امکان انتخاب آن توسط کاربر	کنترل کاربر ^۱
۳/۷۴	امکان تغییر نور صفحات توسط کاربر	
۳/۹۹	امکان دانلود کتاب مطالعه شده با رعایت حق مؤلف	
۳/۷۸	امکان استفاده از کلیدهای میان‌بر برای نمادهای پرکاربرد	
۳/۹۸	امکان بازگشت به تنظیمات اولیه	
۳/۵۵	امکان تعریف رابط کاربر متفاوت برای گروه‌های کاربری مختلف توسط کاربر	انواع قالب‌منابع موجود در سایت
۳/۸۰	ارائه اخبار و مصاحبه‌ها پیرامون کتب و نویسندگان و ...	
۴/۱۳	ارائه نقد کتب	
۴/۰۰	ارائه نسخه الکترونیکی کتاب‌ها در فرمت‌های گوناگون	امکانات مطالعه منابع بازایی شده از سایت
۳/۵۶	ارائه خروجی صوتی همراه با متن	
۳/۷۰	امکان ارائه فیلم ساخته شده بر اساس کتاب در شبکه اجتماعی یا لینک به آن	
۳/۴۵	امکان انتخاب گوینده توسط کاربران	
۴/۱۱	فراهم آوردن امکان ذخیره منابع در رایانه شخصی به منظور مطالعه آن‌ها (با رعایت قوانین حق مؤلف)	سایر امکانات سایت
۴/۰۱	لینک به موتور جست‌وجو برای دریافت آخرین اطلاعات مرتبط	
۳/۷۴	امکان دانلود برنامه‌های کاربردی مانند PDF و ...	
۳/۸۹	قابلیت استفاده برای افراد غیرعضو	
۴/۳۴	امکان نمایش جلد و فهرست مطالب کتاب	
۳/۸۹	فراهم نمودن امکان FAQ در سایت	
۴/۲۱	ارائه خدمات رایگان	
۳/۷۸	ارائه زمان باقی مانده از بارگزاری کتاب یا سایر منابع چندرسانه‌ای موجود در سایت	
۳/۸۹	ضرورت وجود تقویم تاریخ در صفحه اول سایت	
۴/۲۷	ارائه نسخه موبایل سایت	

۱. منظور ارائه امکاناتی است که کاربر از طریق آن‌ها اقدام به تغییر تنظیمات صفحات متناسب با نیاز و توانایی‌های خود می‌نماید.

در جدول ۱ معیارها و مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بر اساس مطالعه و بررسی متون و استخراج نظرات کارشناسان با استفاده از پنل دلفی و میانگین کسب شده توسط هر مؤلفه ارائه شده است. همان‌طور که داده‌های جدول ۱ نشان می‌دهد شاخص‌های «پرهیز از طراحی صفحات شلوغ» با میانگین ۴/۳۵، «امکان دسترسی از صفحه خانگی سایت به سایر بخش‌های اصلی آن و بالعکس» با میانگین ۴/۴۲ «فراهم آوردن امکان جست‌وجوی پیشرفته» با میانگین ۴/۳۸، «پیوند به فهرست‌های پیوسته عمومی (اوپنک) متناسب با نیاز کاربران» با میانگین ۳/۷۸، «استفاده از رنگ‌های مناسب و مرسوم برای نمادها (مثلاً رنگ قرمز برای توقف کردن)» با میانگین ۳/۸۰، «امکان تغییر رنگ و اندازه قلم توسط کاربر» با میانگین ۳/۷۹، «امکان ارائه مشاوره منظم به کاربران» با میانگین ۴/۵۲، «دقیق بودن پیام‌ها» با میانگین ۴/۳۱، «ارزیابی‌های متوالی از طریق دریافت بازخورد از کاربران» با میانگین ۴/۱۱، «واضح و گویا بودن جملات به کارگرفته شده در متون، راهنماها، نمادها و ...» با میانگین ۴/۳۵، «امکان دانلود کتاب مطالعه شده با رعایت قوانین حق مؤلف» با میانگین ۳/۹۹، «ارائه نقد کتب» با میانگین ۴/۱۳، «فراهم آوردن امکان ذخیره منابع در رایانه شخصی به منظور مطالعه آن‌ها (با رعایت قوانین حق مؤلف)» با میانگین ۴/۱۱، «ارائه نسخه موبایل سایت» با میانگین ۴/۲۷ دارای بالاترین نمره در بین سایر شاخص‌ها و شاخص‌های «قابلیت ارائه تصاویر به صورت بزرگ^۱ توسط کاربر» با ۳/۷۳، «برجسته شدن نمادها پس از انتخاب آن‌ها» با ۳/۵۰، «فراهم آوردن قابلیت‌های مختلف جست‌وجو (از طریق صوت، تصویر و...)» در صفحات» با ۴/۰۱، «پیوند به دیگر شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور مشابه» با ۳/۴۹، «استفاده از نمادهای چندرسانه‌ای» با ۳/۵۵، «امکان تغییر رنگ زمینه توسط کاربر» با ۳/۶۴، «امکان ارائه اطلاعات به صورت متنی از طریق پیامک» با ۳/۱۸، «کوتاه و ساده بودن پیغام‌های ارائه شده» با ۴/۰۹، «امکان تعامل صوتی و متنی کاربران با مدیران شبکه اجتماعی کتاب‌محور» با ۳/۷۴، «چندزبانه بودن شبکه اجتماعی کتاب‌محور و امکان انتخاب آن توسط کاربر» با ۳/۸۳، «امکان تعریف رابط کاربر متفاوت برای گروه‌های کاربری مختلف توسط کاربر» با ۳/۵۵، «امکان انتخاب گوینده توسط کاربران» با ۳/۴۵، «امکان دانلود برنامه‌های کاربردی مانند PDF و ...» با ۳/۷۴ دارای کمترین میانگین نمره هستند.

پاسخ سؤال دوم پژوهش: رتبه‌بندی مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور از دیدگاه کاربران و متخصصان چگونه است؟

طیف لیکرت مورد استفاده برای سؤالات هر ۱۴ بخش در سطح اعداد ۱ تا ۵ است. اعداد در بازه ۱ تا ۳ به معنای وضعیت خیلی کم و کم (کم اهمیت) است. بدین معنی که چنانچه میانگین به دست آمده این مؤلفه‌ها در این سطح باشد وضعیت مؤلفه‌ها از دید پرسش‌شوندگان کم اهمیت است. اعداد در بازه ۴ تا ۵ نیز به معنای

1. Original

وضعیت زیاد و خیلی زیاد (با اهمیت و مهم) است. بدین معنی که چنانچه میانگین به دست آمده این مؤلفه‌ها در این سطح باشد وضعیت مؤلفه‌ها از دید پرسش‌شوندگان با اهمیت است.

جدول ۲. بررسی وضعیت متغیرهای تحقیق

وضعیت مؤلفه	سطح معناداری	آماره آزمون	انحراف معیار	میانگین	متغیرهای تحقیق
مهم	۰/۰۰۱	۸/۰۸۴	۰/۶۴۷	۴/۰۶۹	ویژگی‌های ظاهری صفحه نمایش
مهم	۰/۰۰۱	۸/۱۰۷	۰/۶۲۵	۴/۰۰۷	سازماندهی صفحه نمایش
مهم	۰/۰۰۱	۷/۴۹۷	۰/۹۷۲	۴/۲۵۲	امکانات جست‌وجو
مهم	۰/۰۰۱	۵/۳۴۴	۱/۰۱۲	۳/۶۴۸	پیوندها
مهم	۰/۰۰۱	۶/۳۱۹	۰/۸۳۹	۳/۶۷۷	گزینه‌ها و نمادهای تصویری
مهم	۰/۰۰۱	۵/۰۶۵	۱/۱۹۸	۳/۷۱۸	شخصی‌سازی متن
مهم	۰/۰۰۱	۵/۴۳۸	۰/۹۲۲	۳/۶۱۸	امکانات کمک و راهنمایی
مهم	۰/۰۰۱	۷/۷۱۲	۰/۹۰۱	۴/۲۰۳	پیام‌های نشان‌دهنده خطا
مهم	۰/۰۰۱	۶/۸۰۴	۰/۹۳۳	۳/۸۸۷	امکانات تعامل و بازخورد
مهم	۰/۰۰۱	۷/۷۹۱	۰/۸۰۴	۴/۱۵۲	زبان رابط کاربر
مهم	۰/۰۰۱	۶/۳۲۱	۰/۹۶۲	۳/۸۰۶	کنترل کاربر
مهم	۰/۰۰۱	۶/۶۳۸	۱/۰۴۴	۳/۹۷۹	انواع قالب یا فرمت‌های موجود در سایت
مهم	۰/۰۰۱	۵/۱۱۶	۱/۱۱۳	۳/۷۰۵	امکان مطالعه منبع بازایی شده از سایت
مهم	۰/۰۰۱	۵/۸۹۳	۱/۱۶۱	۳/۷۹۰	سایر امکانات سایت

باتوجه به جدول ۲ آزمون‌های ویلکاکسون برای تمامی متغیرهای ۱۴ گانه تحقیق معنادار هستند. همچنین باتوجه به میانگین نمره متغیرها، میانگین نمره بالاتر از ۳ و آزمون معنادار است. این بدین معنا است که پرسش‌شوندگان ۱۴ متغیر مورد بررسی را مهم و با اهمیت می‌دانند.

جدول ۳. آزمون فریدمن و میانگین رتبه مؤلفه‌های اصلی تحقیق

میانگین رتبه	شاخص
۸/۱۰	ویژگی‌های ظاهری صفحه نمایش
۷/۳۳	سازماندهی صفحه نمایش
۹/۷۰	امکانات جست‌وجو
۶/۱۰	پیوندها
۶/۰۰	گزینه‌ها و نمادهای تصویری
۶/۹۳	شخصی‌سازی متن
۵/۵۶	امکانات کمک و راهنمایی
۹/۲۴	پیام‌های نشان‌دهنده خطا
۷/۵۴	امکانات تعامل و بازخورد
۹/۱۵	زبان رابط کاربر
۶/۹۱	کنترل کاربر
۸/۳۰	انواع قالب یا فرمت‌های موجود در سایت
۶/۷۰	امکان مطالعه منبع‌بازایی شده از سایت
۷/۴۴	سایر امکانات سایت
sig=۰/۰۰۱	نتیجه آزمون فریدمن

باتوجه به جدول ۳ و آزمون‌های فریدمن انجام شده بر روی مؤلفه‌های اصلی تحقیق مشاهده می‌شود که بین رتبه و اهمیت مؤلفه‌های اصلی تحقیق تفاوت معناداری وجود ندارد و باتوجه به میانگین رتبه مؤلفه‌های اصلی تحقیق، «امکانات جست‌وجو» از بالاترین رتبه و اهمیت و «امکانات کمک و راهنمایی» در رتبه آخر (کمترین اهمیت) قرار دارد.

برای آزمون فرضیه و بررسی تفاوت بین افراد متخصص و کاربر در پاسخ‌دهی به مؤلفه‌های مؤثر بر طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی از آزمون‌های تی مستقل استفاده شده است. نتایج در جدول ۴ خلاصه شده است.

جدول ۴. مقایسه میانگین و انحراف معیار مؤلفه‌های طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی بر حسب کاربران و متخصصان

نتیجه آزمون	متخصصان	کاربران	گروه متغیر
$t=0.130, sig=0.897$	$4/057 \pm 0/641$	$4/087 \pm 0/655$	ویژگی‌های ظاهری صفحه نمایش
$t=0.228, sig=0.820$	$3/991 \pm 0/760$	$4/013 \pm 0/559$	سازماندهی صفحه نمایش
$t=0.468, sig=0.641$	$4/185 \pm 0/964$	$4/282 \pm 0/982$	امکانات جست‌وجو
$t=0.423, sig=0.673$	$3/582 \pm 0/981$	$3/687 \pm 0/981$	پیوندها
$t=0.343, sig=0.733$	$3/633 \pm 0/972$	$3/693 \pm 0/779$	گزینه‌ها و نمادهای تصویری
$t=0.194, sig=0.846$	$3/680 \pm 1/199$	$3/735 \pm 1/206$	شخصی‌سازی متن
$t=0.565, sig=0.573$	$3/703 \pm 0/992$	$3/651 \pm 0/894$	امکانات کمک و راهنمایی
$t=0.754, sig=0.453$	$4/290 \pm 1/003$	$4/060 \pm 0/855$	پیام‌های نشان‌دهنده خطا
$t=0.92, sig=0.278$	$3/734 \pm 0/973$	$3/964 \pm 0/913$	امکانات تعامل و بازخورد
$t=0.426, sig=0.671$	$4/118 \pm 0/747$	$4/176 \pm 0/832$	زبان رابط کاربر
$t=1.321, sig=0.193$	$3/598 \pm 1/089$	$3/900 \pm 0/891$	کنترل کاربر
$t=0.271, sig=0.787$	$4/023 \pm 1/031$	$3/956 \pm 1/058$	انواع فرمت‌های موجود در سایت
$t=1.325, sig=0.188$	$3/482 \pm 1/348$	$3/807 \pm 0/983$	امکان مطالعه منبع بازیابی شده از سایت
$t=1.127, sig=0.263$	$3/805 \pm 1/352$	$4/022 \pm 1/062$	سایر امکانات سایت

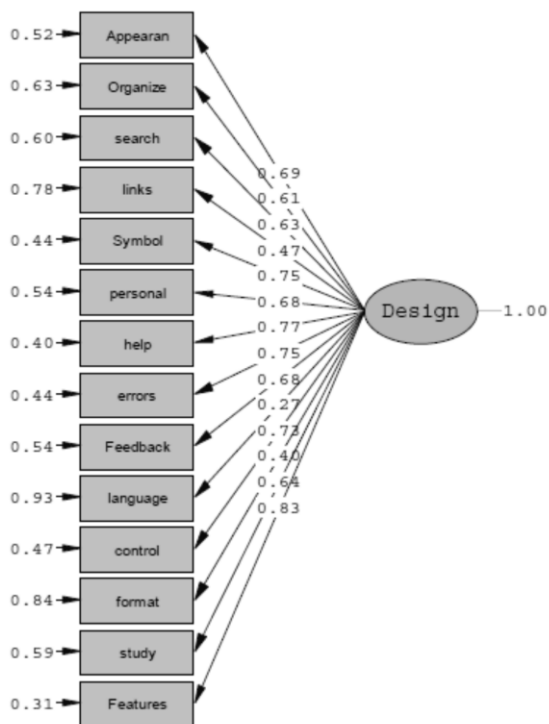
باتوجه به آزمون‌های تی مستقل ملاحظه می‌شود که هر ۱۴ مؤلفه مؤثر بر طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی شامل ویژگی‌های ظاهری صفحه نمایش، سازماندهی صفحه نمایش، امکانات جست‌وجو، پیوندها، گزینه‌ها و نمادهای تصویری، شخصی‌سازی متن، امکانات کمک و راهنمایی، پیام‌های نشان‌دهنده خطا، امکانات تعامل و بازخورد، زبان رابط کاربر، کنترل کاربر، انواع قالب یا فرمت‌های موجود در سایت، امکان مطالعه منبع بازیابی شده از سایت و سایر امکانات سایت دارای تفاوت معناداری در بین کاربران و متخصصان نیست ($sig > 0/05$). بدین معنا که تفاوتی بین نظر متخصصان و کاربران در تأثیرگذاری ۱۴ مؤلفه مؤثر بر طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی وجود ندارد.

پاسخ به سؤال سوم پژوهش: الگوی پیشنهادی شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور بومی از چه مؤلفه‌ها و ویژگی‌هایی باید برخوردار باشد؟

در این بخش و در پاسخ به سؤال سوم پژوهش به مدل‌سازی معادلات ساختاری مؤلفه‌های چهارده گانه تحقیق با استفاده از لیزرل پرداخته می‌شود. در ابتدا با استفاده از نرم‌افزار، تحلیل عاملی تأییدی که همان مدل اندازه‌گیری است اجرا می‌گردد و پس از اصلاح مدل اندازه‌گیری به تعیین مدل ساختاری مرتبه دوم مؤلفه‌ها پرداخته می‌شود. نتایج حاصل از تحلیل عاملی نشان داد که بیشترین بار عاملی مربوط به مؤلفه امکان مطالعه منبع بازیابی شده از سایت و پس از آن امکانات جست‌وجو و پیوندها است.

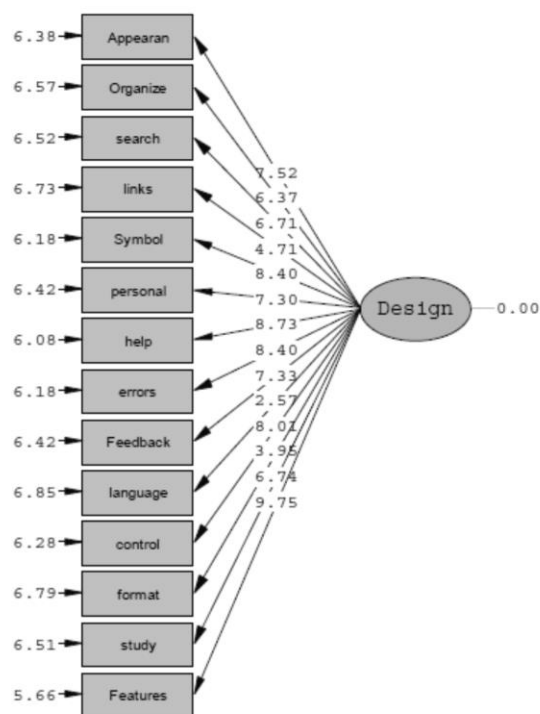
مدل ساختاری مرتبه دوم مؤلفه‌ها

پس از اینکه از تأثیرگذاری معنادار گویه‌ها بر روی عامل‌ها (مدل اندازه‌گیری) مشخص شد، همچنین پایایی مرکب مدل‌های اندازه‌گیری تأیید شد، به بررسی مدل ساختاری مرتبه دوم مؤلفه‌های چهارده گانه بر طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور بومی پرداخته شد.



Chi-Square=187.03, df=77, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

تصویر ۲. مدل ساختاری مرتبه دوم مؤلفه‌های تحقیق (ضرایب تأثیر)



Chi-Square=187.03, df=77, P-value=0.00000, RMSEA=0.063

تصویر ۳. مدل ساختاری مرتبه دوم مؤلفه‌های تحقیق (آماره آزمون معناداری ضرایب)

برای بررسی تناسب مدل از شاخص‌های RMSEA، RMR، AGFI، GFI، CFI استفاده شده است.

جدول ۵. شاخص‌های برازش مدل ساختاری پژوهش

شاخص	RMR	NFI	GFI	AGFI	CFI	RMSEA	X ² /df
مقدار به دست آمده از مدل	۰/۰۷۹	۰/۹۲	۰/۹۶	۰/۹۱	۰/۹۴	۰/۰۶۳	۲/۴۲
مقدار قابل قبول	<۰/۰۸	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	>۰/۹	<۰/۰۸	<۳

در جدول ۵ RMSEA و RMR ملاک‌های بعدی برازش مدل هستند که RMSEA و RMR باید کمتر از ۰/۰۸ و نسبت کای دو به درجه آزادی نیز باید کمتر از مقدار ۳ باشند. همچنین AGFI، NFI، GFI و CFI ملاک‌های خوبی برازش مدل هستند و میزان آن بهتر است بیشتر از ۰/۹۰ باشد و در کل هر چقدر به مقدار یک نزدیک‌تر باشند بهتر است. ملاحظه می‌شود که با توجه به میزان این هفت شاخص مدل ساختاری پیشنهادی از برازش مناسبی برخوردار است.

جدول ۶. وضعیت مؤلفه‌های چهارده گانه مدل در طراحی شبکه اجتماعی کتاب محور بومی

متغیرهای تحقیق	ضریب تأثیر	آماره آزمون (t)
ویژگی های ظاهری صفحه نمایش	۰/۶۹	۷/۵۲
سازماندهی صفحه نمایش	۰/۶۱	۶/۳۷
امکانات جست و جو	۰/۶۳	۶/۷۱
پیوندها	۰/۴۷	۴/۷۱
گزینه ها و نمادهای تصویری	۰/۷۵	۸/۴۰
شخصی سازی متن	۰/۶۸	۷/۳۰
امکانات کمک و راهنمایی	۰/۷۷	۸/۷۳
پیام های نشان دهنده خطا	۰/۷۵	۸/۴۰
امکانات تعامل و بازخورد	۰/۶۸	۷/۳۳
زبان رابط کاربر	۰/۲۷	۲/۵۷
کنترل کاربر	۰/۷۳	۸/۰۱
انواع قالب یا فرمت های موجود در سایت	۰/۴۰	۳/۹۵
امکان مطالعه منبع بازایی شده از سایت	۰/۶۴	۶/۷۴
سایر امکانات سایت	۰/۸۳	۹/۷۵

جدول ۶ نتیجه مدل تحلیل تأییدی مرتبه دوم مؤلفه‌های چهارده گانه مؤثر بر طراحی شبکه اجتماعی کتاب محور بومی را نشان می‌دهد. ملاحظه می‌شود که هر ۱۴ مؤلفه در نظر گرفته شده، نقش مؤثر و معناداری بر طراحی شبکه اجتماعی کتاب محور بومی دارند. همچنین مؤلفه «سایر امکانات سایت» که در برگیرنده شاخص‌هایی چون «وجود لینک موتور جست و جو»، «امکان دانلود»، «قابلیت استفاده برای افراد غیر عضو»، «امکان نمایش جلد کتاب»، «امکان FAQ در سایت»، «ارائه خدمات رایگان»، «ارائه زمان باقی مانده از بارگذاری کتاب»، «وجود تقویم تاریخ در صفحه اول سایت» و «ارائه نسخه موبایل سایت» است، دارای بالاترین ضریب تأثیر و اهمیت در طراحی شبکه اجتماعی کتاب محور بومی دارد. رتبه‌های دوم و پنجم نیز به ترتیب به مؤلفه‌های «امکانات کمک و راهنمایی»، «پیام‌های نشان دهنده خطا»، «گزینه‌ها و نمادهای تصویری» و «کنترل کاربر» تعلق دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

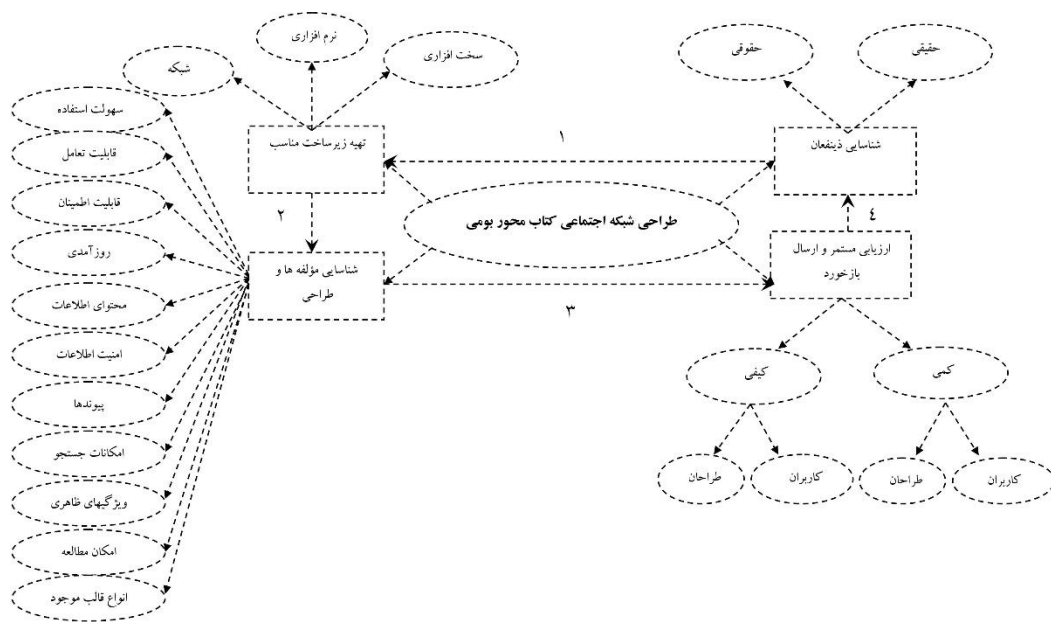
شبکه‌های اجتماعی کتاب محور با ایجاد محافلی دوستانه امکان اشتراک ایده‌ها، عقاید و نظرات درباره کتاب را برای کاربران و دستاران کتاب فراهم نموده است. از این رو با مطالعه و آشنایی با این سایت‌ها می‌توانیم با توجه به علایق خاص هر فرد اقدام به مطالعه منابع نمود. با توجه به اینکه در دنیا استفاده از این نوع

سایت‌ها بسیار معمول بوده؛ لذا با بررسی عناصر و مؤلفه‌های این سایت‌ها که دارای بازدید زیادی هستند و شناسایی و استخراج مؤلفه‌های آن‌ها می‌توان اقدام به ارائه مؤلفه‌های الگوی بومی نمود.

بر اساس یافته‌های این پژوهش در هر یک از معیارهای چهارده گانه مورد بررسی در این پژوهش به ترتیب «پرهیز از طراحی صفحات شلوغ»، «امکان دسترسی از صفحه‌خانگی به سایت و سایر بخش‌های اصلی و بالعکس»، «فراهم کردن امکان جست‌وجوی پیشرفته»، «پیوند به فهرست‌های پیوسته عمومی اوپنک»، «استفاده از رنگ‌های مناسب و مرسوم برای نمادها»، «امکان تغییر رنگ و اندازه قلم»، «امکان ارائه مشاوره منظم به کاربران»، «دقیق بودن پیغام خطا»، «ارزیابی متوالی از طریق دریافت بازخورد از کاربران»، «واضح و گویا بودن جملات به کارگرفته شده»، «امکان دانلود کتاب با رعایت قوانین حق مؤلف»، «ارائه نقد کتب»، «فراهم کردن امکان ذخیره منابع در کامپیوتر شخصی» و «ارائه نسخه موبایل» بیشترین میانگین را از دید کاربران و متخصصان به خود اختصاص داده و دارای بیشترین اهمیت از دید آن‌ها هستند. بر اساس یافته‌های این پژوهش یکی از ویژگی‌های جالب رسانه‌های اجتماعی به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور برجسب‌گذاری است که هاگتون (Houghton, 2010) نیز در پژوهش خود به قابلیت برجسب‌گذاری توسط اعضا که نوعی رده‌بندی مردمی^۱ نیز محسوب می‌شود، اشاره کرده بود. این نوع طبقه‌بندی و برجسب‌گذاری توسط اعضا و کاربران سایت در طبقه‌بندی اطلاعات و یافتن آن بسیار مؤثر است. یافته‌های این پژوهش در معیار «پیوندها» با یافته‌های (۱۳۸۹) که از رسانه اجتماعی به‌عنوان رسانه‌ای جهت کمک به جریان اطلاع‌رسانی منابع یاد کرده بود همسو است. همچنین نتایج این پژوهش نشان داد که شبکه‌های اجتماعی کتاب‌محور می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای تسهیل امر فهرست‌نویسی و همچنین اشتراک‌علاقه مطالعاتی با دیگران مورد استفاده قرار گیرند که در پژوهش‌های اسپیتری (Spiteri, 2009)، هادسون و نایت (Hudson & Knight, 2011) و ریچارد و سن (Richards & Sen, 2013) این نتایج نیز مشاهده شد. با توجه به اینکه تاکنون پژوهشی در این زمینه صورت نگرفته بود. لذا پیشنهاد می‌شود، با استفاده از نتایج حاصل از این پژوهش اقدام به بومی‌سازی و طراحی شبکه اجتماعی کتاب‌محور نمود تا با ایجاد ابزاری کاملاً تعاملی کاربران نه تنها به استفاده از آن ترغیب گردند؛ بلکه تبادل ایده‌ها، علائق مرتبط با اقلام خوانده شده، مشاهده شده و شنیده نیز توسط این رسانه صورت پذیرد.

باتوجه به مطالب بیان شده مدل مفهومی این پژوهش به صورت زیر ارائه می‌گردد.

^۱ Folksonomy



تصویر ۴. مدل مفهومی طراحی شبکه اجتماعی کتاب محور بومی

منابع

- اسکندری‌پور، ابراهیم. (۱۳۸۹). شبکه‌های اجتماعی/اینترنتی کتاب‌محور. بازیابی‌شده در ۱۳/۰۱/۱۳۹۵ از <http://old.sooremehr.ir/magentry.asp?id=9578>
- اکبری‌تبار، علی‌اکبر. (۱۳۸۹). فعالیت گروهی کتاب‌محور در شبکه‌های اجتماعی مجازی. بازیابی در ۱۳/۰۱/۱۳۹۵ از <http://old.sooremehr.ir/magentry.asp?id=9577>
- خانیکی، هادی و بابائی، محمود. (۱۳۹۰). فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی مفهوم و کارکردها. فصلنامه علمی پژوهشی جامعه اطلاعاتی، ۷۱-۹۶.
- ساعی، محمدحسین. (۱۳۹۴). نقش فرهنگ و هویت در شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی در جامعه از دیدگاه فعالان فضای سایبری ایران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). تهران: دانشگاه آزاد اسلامی و احد علوم و تحقیقات.
- محبوب، سیامک و میرطاهری، لیلی. (۱۳۹۴). گونه‌شناسی استفاده و رضامندی ایرانیان از شبکه اجتماعی کتاب‌محور گودریدز. پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۳۱(۳)، ۱-۲۱.
- یزدان‌پناه، جواد. (۱۳۸۹). اطلاع‌رسانی کتاب از طریق رسانه‌های اجتماعی. بازیابی در ۱۳/۰۱/۱۳۹۵ از <http://old.sooremehr.ir/magentry.asp?id=9572>
- Giustini, D., Hooker, D. & Cho, A. (2009). Social cataloguing: An overview for health librarians, *JCHLA / JABSC*, 30(4), 133-138. doi: 10.5596/c09-039.
- Golbeck, J. (۲۰۱۵). Introduction to Social Media Investigation. USA: Elsevier.
- Hudson, R & Knight, K. (2011). Social book cataloging: Humanizing databases. *Modern Language Association 2011 Meeting* (p.1-23). USA, Los Angeles.
- Houghton, V. (2010). *Social cataloging: A golden opportunity for libraries to engage users*. University of Denver.
- Jeffries, S. (2008). Social cataloging tools: A comparison and application for librarians. *Library Hi Tech News*, 25(10), 1-4. doi: 10.1108/07419050810949986
- Klingeberg, C., Irlle, G. & Mandl, T. (2015). I realized that Facebook is just totally absurd reasons of non-users for their abstinence from social network sites. *14th International Symposium on Information Science* (p.326-337), Zadar, Croatia.
- Richards, A. & Sen, B. (2013). An investigation into the viability of library thing for promotional and user engagement purposes in libraries. *Library Hi Thech*, 31(3), 493-519. doi: 10.1108/LHT-03-2013-003
- Shimray, S. R., Keerti, C. & Ramaiah, C. K. (2015). An overview of mobile reading habits. *Journal of Library & Information Technology*, 35(5). doi: 10.14429/djlit.35.5.8901.
- Spiteri, L. F. (2009). Social cataloging sites: Features and implications for cataloguing practice and the public library catalogue. 37th Annual Conference of the Canadian Association for Information Science (p.1-15). Ottawa, Ontario. doi: 10.1080/01639370802451991

SID



سرویس های
ویژه



سرویس ترجمه
تخصصی



کارگاه های
آموزشی



بلاگ
مرکز اطلاعات علمی



عضویت در
خبرنامه



فیلم های
آموزشی

کارگاه های آموزشی مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی



مباحث پیشرفته یادگیری عمیق؛
شبکه های توجه گرافی
(Graph Attention Networks)



کارگاه آنلاین آموزش استفاده از
وب آوساینس



کارگاه آنلاین مقاله روزمره انگلیسی