


# Knowledge Sharing on Social Media: Bibliometric and Altmetric Analyses


Leila Jabbari <sup>1</sup>


Mohammad  
Hassanzadeh <sup>2\*</sup>


Fatemeh Zandian <sup>3</sup>

Atefeh Sharif <sup>4</sup>

 1. Ph.D Student in Information and Knowledge Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.  
Email: le\_jabbari@yahoo.com

 2. Professor in Library and Information Science, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran. (Corresponding author).

 3. Associate Professor in Library and Information Science, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.  
Email: zandian@modares.ac.ir

 4. Assistant Professor in Library and Information Science, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran.  
Email: atefehsharif@gmail.com

Email: hasanzadeh@modares.ac.ir

## Abstract

Date of Reception:  
14/10/2023

Date of Acceptation:  
10/03/2024

**Purpose:** Given the growing significance of social networks in fostering knowledge sharing among researchers, the present study examines the scientific output related to sharing on social media using bibliometric and altmetric methods. The aim is to explore the thematic trends and behavioral patterns of knowledge sharing among researchers in this field.

**Methodology:** This applied research utilizes a descriptive approach and employs bibliometrics and altmetric methods. A total of 1498 articles published in the area of “knowledge sharing on social media” and indexed in Scopus from 1999 to 2021 were examined. Descriptive statistics, including frequency tables, and inferential statistics, such as Spearman correlation test, were used to analyze the data. To study the extent of sharing research outputs on social media, Digital Object Identifiers (DOIs) extracted from Scopus were queried in the Altmeter Explorer database. Altmeter data for the articles were collected and analyzed in Excel format. VOSViewer software was utilized to visualize the thematic map of articles. Additionally, R software was employed to analyze the relationship between citation and altmetric indicators and the creation of a correlation matrix.

**Findings:** The findings suggest a significant increase in research outputs in the field of sharing on social media over time. Authors affiliated with the United States, China, and the United Kingdom had the highest share of publications. The results demonstrate that the interdisciplinary nature of sharing on social media has attracted researchers from various fields, including computer science, social sciences, business, management, accounting, engineering, and decision science, to contribute to research publications in this area. Seventy-three percent of the articles studied have received at least one citation in Scopus. The analysis of word co-occurrence networks in publications reveals that keywords such as “knowledge sharing,” “social media,” “social networks,” “social network



Leila Jabbari <sup>1</sup>

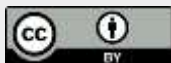
Mohammad  
Hassanzadeh <sup>2\*</sup>

Fatemeh Zandian <sup>3</sup>

Atefeh Sharif <sup>4</sup>

Date of Reception:  
14/10/2023

Date of Acceptation:  
10/03/2024



analysis," "knowledge management," "social capital," and "social software" are the most frequently mentioned in the articles studied. The keyword co-occurrence analysis also indicates that in the early 2010s, researchers primarily focused on concepts like and in the early 2020s, there has been an increasing emphasis on concepts such as "Facebook", "Twitter", and "enterprise social media".

Twenty percent of research outputs with DOIs received a non-zero altmetric score. The most commonly used altmetric sources among researchers were Twitter, news sites, Facebook, blogs, and policy documents. An analysis of social media mentions over the ten years from 2012 to 2021 showed a consistent upward trend. The study of the geographical distribution of attention to research outputs showed that the highest number of attentions was received from European countries, North American countries, and Oceania. The comparison of the geographic distribution of publications and mentions indicated that countries such as China and Taiwan, which were among the top five countries with the highest number of publications, are placed in lower ranks on the list of countries with the most mentions of articles on social media. On the other hand, researchers from countries such as the United States, the United Kingdom, Canada, Australia, and Germany have significantly utilized social media platforms to share their research findings. The study of journals publishing research articles indicated that the journal *Computers in Human Behavior* had the highest number of mentioned articles.

The results demonstrated a statistically significant and positive relationship between the number of citations received in Scopus and the level of attention these articles garnered on social media platforms. In essence, the attention given to articles on social media positively influences the citation of these documents in other research outputs, and articles that are extensively shared on social media tend to have a greater citation impact over time. The results did not reveal a statistically significant difference between the altmetric score of open-access articles and non-open-access articles.

**Conclusion:** The research results emphasize the importance and the growing role of social media in knowledge sharing among researchers. An analysis of the frequency of articles with altmetric indicators reveals an upward trend in the share of research outputs related to social media in recent years. This study provides a comprehensive analysis of the bibliometric and altmetric characteristics of research outputs in the area of "knowledge sharing on social media". The findings of this research can be valuable for future studies, policy-making, and practical efforts related to knowledge sharing on social media.

**Keywords:** Knowledge sharing, Social media, Knowledge management, Bibliometrics, Altmetrics.

# اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه کتاب‌سنجی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی

لیلا جباری<sup>۱</sup>

۱. دانشجوی دکتری، مدیریت اطلاعات و دانش، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

Email: Le\_jabbari@yahoo.com

محمد حسن‌زاده<sup>۲\*</sup>

۲. استاد تمام مدیریت اطلاعات و دانش، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

فاطمه زندیان<sup>۳</sup>

۳. دانشیار مدیریت اطلاعات و دانش، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

Email: zandian@modares.ac.ir

عاطفه شریف<sup>۴</sup>

۴. استادیار مدیریت اطلاعات و دانش، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران.

Email: atefehsharif@gmail.com

Email: hasanzadeh@modares.ac.ir

## چکیده

**هدف:** با توجه به اهمیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی در تسهیل اشتراک دانش، پژوهش حاضر به مطالعه برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی با رویکرد کتاب‌سنجی و دگرسنجی می‌پردازد تا روندهای موضوعی و الگوهای رفتاری اشتراک دانش در میان پژوهشگران این حوزه را بررسی نماید.

**روش‌شناسی:** این پژوهش، از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، نوعی مطالعه توصیفی است که با به‌کارگیری شاخص‌های کتاب‌سنجی و دگرسنجی انجام پذیرفته است. جامعه پژوهش تشکیل شده استاز تعداد ۱۴۹۸ برون‌داد پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۲۱م. که در پایگاه استنادی اسکوپوس نمایه شده‌اند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش آمار توصیفی شامل: جدول‌های فراوانی و آمار استنباطی شامل آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شد.

**یافته‌ها:** نتایج مربوط به ترسیم شبکه هم‌رخدادی واژگان نشان داد؛ کلیدواژه‌های اشتراک دانش، رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، تحلیل شبکه‌های اجتماعی، مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی و نرم‌افزارهای اجتماعی از بیشترین فراوانی در مقاله‌های مورد بررسی برخوردار بوده‌اند. همچنین نتایج مربوط به مطالعه برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی با رویکرد دگرسنجی نشان دهنده پوشش آلت‌متریک معادل ۲۰ درصد این مقالات بود. بیشترین میزان انتشار برون‌دادهای پژوهشی در محیط وب اجتماعی مربوط به توییتر، سایت‌های خبری، فیسبوک، بلاگ‌ها و اسناد سیاست‌گذاری بوده‌است. همچنین نتایج پژوهش نشان دهنده وجود رابطه آماری معنادار و مثبت میان تعداد استنادهای دریافتی مقالات در اسکوپوس و میزان توجه به آن‌ها در تمامی رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی بود.

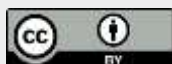
**نتیجه‌گیری:** نتایج پژوهش بر اهمیت و نقش روزافزون رسانه‌های اجتماعی در به اشتراک‌گذاری دانش میان پژوهشگران تأکید داشت. این پژوهش تحلیل جامعی از ویژگی‌های کتاب‌سنجی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی ارائه می‌دهند. نتایج این پژوهش می‌تواند در مطالعات آینده، سیاست‌گذاری‌ها و تلاش‌های عملی مرتبط با اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی مفید باشد.

**واژگان کلیدی:** اشتراک دانش، رسانه‌های اجتماعی، مدیریت دانش، کتاب‌سنجی، دگرسنجی.

صفحه ۹۸-۷۷

دریافت: ۱۴۰۲/۰۷/۲۲

پذیرش: ۱۴۰۲/۱۲/۲۰



## مقدمه و بیان مسئله

دانش‌دارایی شناخته شده‌ای است که با سهیم شدن دیگران در آن افزایش می‌یابد و تسهیم و اشتراک آن به هم‌افزایی و رشد دانش فردی و جمعی می‌انجامد. نوناکا و تاکوچی<sup>۱</sup> (Nonaka & Takeuchi, 2007) بر این باورند که دانش با به‌کارگیری استعارات، مفاهیم، فرضیه‌ها، مدل‌ها و الگوها با دیگران به اشتراک گذاشته می‌شود. به‌راستی اشتراک دانش،<sup>۲</sup> فرآیند ارتباط میان دو یا چند فرد است که شامل انتقال و کسب دانش می‌شود. در اشتراک دانش، تمرکز بر روی سرمایه‌های انسانی و تعاملات میان فردی است (Paulin & Suneson, 2012). در مسیر اشتراک دانش در دنیای امروز، فناوری نقش بسزایی ایفا می‌کند. در سال‌های اخیر، گسترش رسانه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی در سهولت اشتراک دانش میان افراد داشته است. رسانه‌های اجتماعی را می‌توان جوامع اینترنتی عضو محوری دانست که از امکانات فراوانی جهت ایجاد ارتباطات میان فردی و انتقال اطلاعات و گسترش دانش برخوردارند. به‌عبارت دیگر، این رسانه‌ها ابزار یادگیری در فضای مجازی هستند که استفاده‌کنندگان را قادر می‌سازند تا به ایجاد، انتشار و اشتراک اطلاعات و دانش اقدام نمایند (Selwyn, 2008). رسانه‌های اجتماعی، محصول حرکت تکاملی وب در ساخت فضایی کاربر محور است (Kime et al., 2010)، فضایی که در آن ایستایی و محتوایی که سازمان‌ها تولید می‌کردند، جای خود را به پویایی و محتوایی داده که توسط کاربران ایجاد می‌شود (Sankar & Bouchard, 2009)؛ از این‌رو کاربران، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی شبکه اشتراک دانش در بستر رسانه‌های اجتماعی و انتقال دانش در این شبکه‌ها دارند.

با توجه به اهمیت رسانه‌های اجتماعی در برقراری ارتباطات علمی و گسترش یافته‌های پژوهشی، بررسی متون و ادبیات موجود نشان می‌دهد، مطالعات محدودی با رویکرد کتاب‌سنجی و دگرسنجی بر روی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی انجام شده است. از این‌رو مطالعه حاضر، به بررسی برون‌دادهای پژوهشی بین‌المللی منتشر شده در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی می‌پردازد تا روند موضوعی و الگوهای رفتاری اشتراک دانش در میان پژوهشگران این حوزه را بررسی نماید. همچنین به این پرسش پاسخ داده می‌شود؛ پژوهشگران حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی خود به چه میزان از قابلیت‌های این رسانه‌ها برای اشتراک‌گذاری برون‌دادهای پژوهشی خود بهره می‌برند؟

## پرسش‌های پژوهش

پژوهش حاضر در راستای پاسخ‌گویی به پرسش‌های زیر انجام شده است:

۱. چه تعداد مقاله در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در پایگاه اسکوپوس نمایه شده و پراکنندگی این مقاله‌ها بر پایه سال انتشار، توزیع جغرافیایی، توزیع موضوعی و عملکرد استنادی چگونه بوده و شبکه هم‌رخداری واژگان این مقالات از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟
۲. مقاله‌های منتشر شده در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی به چه میزان در این رسانه‌ها به اشتراک گذاشته شده و توجه و اشاره به آن‌ها به چه میزان بوده است؟
۳. آیا رابطه آماری معناداری میان تعداد استنادهای دریافتی مقالات حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در پایگاه اسکوپوس و میزان توجه و اشاره به مقاله‌ها در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد؟

1 . Nonaka & Takeuchi.

2 . Knowledge sharing.

## چارچوب نظری

اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در عصر دیجیتال کنونی به دلایلی مانند دسترس‌پذیری و اشاعه گسترده، دموکراتیک کردن دانش، همکاری و هوش جمعی، یادگیری پیوسته و رشد شخصی و اثرگذاری اجتماعی از اهمیت زیادی برخوردار است. امروزه پژوهشگران از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی عمومی و علمی مانند شبکه‌های اجتماعی پیوسته، ابزارهای مدیریت مراجع، وبلاگ‌ها و میکروبلگ‌ها، ویکی‌ها و سایر ابزارهای وب اجتماعی برای معرفی هرچه بیشتر فعالیت‌های علمی، شبکه‌سازی و برقراری ارتباط با سایر افراد، همکاری با پژوهشگران دیگر و به اشتراک‌گذاری برون‌دادهای پژوهشی بهره می‌برند (Ahmed et al., 2019). می‌توان بیان نمود، ظهور و گسترش رسانه‌های اجتماعی روش تعاملات و ارتباطات علمی پژوهشگران را دستخوش تغییرات زیادی کرده و قابلیت‌های تعاملی این رسانه‌ها بستر مناسبی جهت گسترش و تحول اشتراک دانش میان پژوهشگران فراهم آورده‌است. به اشتراک‌گذاری نتایج فعالیت‌های پژوهشی و همچنین فرآهم‌آوری دسترسی به متن برون‌دادهای علمی را می‌توان نمودی از اشاعه دانش در بستر رسانه‌های اجتماعی قلمداد کرد که باعث می‌شود تا نتایج یافته‌های علمی در اختیار طیف گسترده‌تری از جامعه پژوهشی قرار گیرد و منجر به افزایش خواننده و استناد شدگی این برون‌دادهای گردد. از سوی دیگر، اشتراک یافته‌های پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی جدیدترین نتایج علمی را در اختیار عموم مردم قرار داده و می‌تواند در افزایش اثرگذاری اجتماعی و تأثیر برون‌دادهای پژوهشی در بهبود کیفیت زندگی عامه مردم نیز تأثیرگذار باشد. سالیان زیادی است که در حوزه علم‌سنجی برای بررسی اثرگذاری پژوهشی از روش تحلیل استنادی و شاخص‌های مبتنی بر استناد استفاده می‌شود. با این وجود، در سال‌های اخیر تغییر در الگوی دسترسی انتشارات علمی به‌صورت الکترونیکی و همچنین رسانه‌های اجتماعی، رویکردهای مکملی را جهت ارزیابی برون‌دادهای پژوهشی فراهم نموده‌اند. از آن میان می‌توان؛ به شاخص‌هایی برای بررسی اثرگذاری فعالیت‌های پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی به وجود آمده و به‌عنوان دگرسنجه‌ها،<sup>۱</sup> شاخص‌های جایگزین<sup>۲</sup> یا شاخص‌های شبکه اجتماعی<sup>۳</sup> نامیده می‌شوند، اشاره کرد. دگرسنجه‌ها می‌توانند به‌عنوان مکمل شاخص‌های سنتی مبتنی بر استناد جهت مطالعه اثرگذاری برون‌دادهای پژوهشی مورد استفاده قرار گیرند. در مطالعات دگرسنجی، عملکرد هر مدرک علمی براساس تعداد دفعاتی که در رسانه‌های اجتماعی مشاهده،<sup>۴</sup> نشانه‌گذاری،<sup>۵</sup> بارگذاری،<sup>۶</sup> لایک،<sup>۷</sup> کلیک،<sup>۸</sup> اشتراک<sup>۹</sup> شده، تعداد و کیفیت نظرانی که دریافت کرده و یا تعداد افرادی که آن مدرک را پیگیری می‌کنند، سنجیده می‌شود. به‌بیان‌دیگر برخلاف استناد که عملکرد مدارک را در یک محیط کنترل شده کیفی مورد بررسی قرار می‌دهد، دگرسنجه‌ها هر نوع استفاده و اشاره غیررسمی به برون‌دادهای علمی در انواع رسانه‌های اجتماعی را نیز شامل می‌شوند (Weller, 2015). مواردی مانند امکان سنجش اثرگذاری اجتماعی برون‌دادهای پژوهشی، امکان سنجش اثرگذاری آنی انتشارات در زمان کوتاهی پس از انتشار آن‌ها و همچنین قابلیت سنجش اثرگذاری برون‌دادهایی که در پایگاه‌های استنادی سنتی نمایه نمی‌شوند از

1. Altmetrics.
2. Alternative metrics.
3. Social media metrics.
4. Views.
5. Bookmarks.
6. Downloads.
7. Likes.
8. Clicks.
9. Shares.

اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه کتاب‌سنجی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی

جمله مزایای دگرسنجه‌ها محسوب می‌شوند. از سوی دیگر محدودیت‌هایی مانند نبود وجود روش‌ها و الگوریتم‌های استاندارد و همچنین امکان دست‌کاری و سوء استفاده از این شاخص‌ها در متون مختلف مورد اشاره قرار گرفته است (Thelwall et al., 2013؛ عرفان‌منش، ۱۳۹۵).

- معنای اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی به فعل مبادله و نشر دانش از طریق پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی اشاره دارد. اگر چه مفاهیم اشتراک دانش و اشتراک اطلاعات مفاهیمی مرتبط و نزدیک با یکدیگر محسوب می‌شوند، اما به دلیل تفاوت‌های زیر در ماهیت و قلمرو این مفاهیم، مطالعه کنونی تنها به مفهوم اشتراک دانش محدود شده است:
- **طبیعت محتوا:** اشتراک دانش شامل تبادل و انتشار تخصص، بینش و درکی است که افراد یا سازمان‌ها از طریق تجربه و یادگیری به دست آورده‌اند. از سوی دیگر اشتراک اطلاعات بر تبادل و توزیع داده‌ها، حقایق و جزئیات بدون درک زمینه‌ای و تخصصی مرتبط با دانش تمرکز دارد.
  - **زمینه و ارتباط:** اشتراک دانش بر ارتباط، کاربرد و ارزش دانش به اشتراک‌گذاری شده در یک زمینه و موضوع خاص متمرکز است و شامل بینش، بهترین روش‌ها و درس‌های آموخته شده است و به افراد سازمان در تصمیم‌گیری‌های آگاهانه کمک می‌کند. از سوی دیگر، اشتراک اطلاعات مفهومی کلی‌تر بوده و می‌تواند شامل انتشار طیف وسیعی از اطلاعات مرتبط با نامرتب و یا در قالب زمینه‌های متفاوت باشد.
  - **هدف:** اشتراک دانش معمولاً با هدف یادگیری، نوآوری، همکاری و حل مسئله انجام می‌گیرد و هدف آن افزایش درک جمعی، گسترش تخصص و تسهیل فرآیند تصمیم‌گیری است. در سوی مقابل، اشتراک دانش بر توزیع داده‌ها با هدف آگاهی‌رسانی و بدون تأکید بر تفهیم یا کاربرد آن اطلاعات تأکید دارد.

### پیشینه پژوهش

مطالعه پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد، تاکنون در حوزه اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی، پژوهش‌های مختلفی با رویکردهای مرور نظام‌مند (Ahmed et al., Serenko, 2013; Safitri & Mahendrawathi, 2019) و پیمایشی (Seitz & Misra, Hosseini et al., 2019; Naeem, Corcoran & Duane, 2018) انجام شده است. در یکی از این پژوهش‌ها؛ کورکوران و دوان (Corcoran & Duane, 2018)، استفاده از رسانه‌های اجتماعی جهت اشتراک دانش کارکنان در مؤسسات آموزش عالی را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها نشان داد، موانع اشتراک دانش، تحت‌تأثیر ساختار و فرهنگ رایج سازمان و شکاف بین اعضای هیئت علمی و سایر کارکنان است. با این حال، مزایای فردی که از همکاری حاصل می‌شود، ممکن است بر مشارکت بیشتر افراد تأثیرگذار باشد. همچنین مزایای سازمانی حاصل از اشتراک دانش ممکن است بر راهبردهای مؤثر بر ایجاد تغییر در ساختار و فرهنگ سازمانی در راستای تقویت اشتراک دانش مؤثر باشد. در مطالعه دیگری، فلاوند و همکاران (Ghalavand et al., 2021)، به بررسی چگونگی تسهیل اشتراک دانش در بین پزشکان از طریق رسانه‌های اجتماعی پرداختند. یافته‌های این پژوهش نشان داد؛ پشتیبانی از مواجهه با اطلاعات، تحریک اشتراک دانش و تسهیل اشتراک دانش ضمنی از مزایای اصلی رسانه‌های اجتماعی برای به اشتراک‌گذاری دانش بهداشت در بین پزشکان هستند. اگرچه پزشکان نگرش‌های مختلفی نسبت به استفاده از رسانه‌های اجتماعی داشتند، ولی نقش رسانه‌های اجتماعی دانش اشتراک دانش می‌تواند برای آن‌ها مفید باشد.

گروهی دیگر از پژوهش‌ها، برون‌دادهای علمی منتشر شده در موضوع کلی مدیریت دانش را با رویکرد

کتاب‌سنجی مورد مطالعه قرار داده‌اند (Serenko, 2021; Serenko et al., 2010; Ramy et al., 2018; Ceballos et al., 2017; Gaviria-Marin et al., 2019; Zarei & Jabbarzadeh, 2019). در یکی از این پژوهش‌ها، سرنکو (Serenko, 2021)، تعداد ۱۷۵ مقاله کتاب‌سنجی در حوزه مدیریت دانش در سال‌های ۲۰۱۲ - ۲۰۱۹م. را مورد مطالعه قرار دادند. نتایج نشان داد: مطالعات کتاب‌سنجی در حوزه مدیریت دانش به دوران بلوغ خود رسیده و در سال ۲۰۱۹م. به طور متوسط شش مقاله در ماه با موضوع بررسی برون‌دادهای پژوهشی حوزه مدیریت دانش با رویکرد کتاب‌سنجی منتشر شده‌است. مطالعه هسته‌های فکری، انتشار و اثرگذاری برون‌دادهای پژوهشی، پارادایم و روش پژوهش، تحلیل مجلات و کنفرانس‌ها و همکاری‌های پژوهشی مهم‌ترین موضوعات در مقاله‌های مورد بررسی بوده‌اند. در پژوهش دیگری، رامی و همکاران (Ramy et al., 2018) تعداد ۵۰۶ برون‌داد پژوهشی حوزه مدیریت دانش در سال‌های ۲۰۰۳ - ۲۰۱۵م. را با رویکرد کتاب‌سنجی مورد مطالعه قرار دادند. نتایج پژوهش نشان از افزایش همکاری‌های پژوهشی در انتشار برون‌دادهای پژوهشی مورد مطالعه در طول زمان است و تعداد مقالات انفرادی در بازه زمانی مورد بررسی از ۴۰ درصد به ۲۰ درصد کل برون‌دادهای پژوهشی کاهش یافته‌است. بررسی نقش کشورهای جهان نشان می‌دهد؛ ۸۰ درصد از کل برون‌دادهای پژوهشی و همچنین استنادهای دریافتی متعلق به پژوهشگران ۲۰ درصد از کشورها بوده و کشورهای انگلستان، آمریکا و اسپانیا بیشترین سهم را در نشر برون‌دادهای پژوهشی حوزه مدیریت دانش در اختیار داشته‌اند. همچنین اشتراک دانش، خلق دانش و سرمایه اجتماعی مهم‌ترین موضوعات مطرح شده در مقالات مورد بررسی بوده‌اند. زارعی و جبارزاده (Zarei & Jabbarzadeh, 2019) تعداد ۱۸۵۸ مقاله منتشر شده در زمینه اشتراک دانش و رسانه‌های اجتماعی در سال‌های ۱۹۹۴ - ۲۰۱۹م. را با رویکرد کتاب‌سنجی مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها نشان داد؛ برون‌دادهای پژوهشی این حوزه در سال‌های اخیر تصاعدی رشد کرده و این روند با سرعت نسبتاً پایداری ادامه داشته است. همچنین واژه‌های کلیدی مدیریت دانش و رسانه‌های اجتماعی پرتکرارترین و زوج واژه‌های کلیدی مشاهده شده در متون مورد بررسی بوده‌اند.

جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی در مورد پژوهش‌های پیشین در زمینه مطالعه برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش با رویکردهای کتاب‌سنجی و دگرسنجی با نتایج معدودی همراه بود (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۷؛ Ali et al., 2018). در یکی از این پژوهش‌ها، ابراهیمی و همکاران (۱۳۹۷) به مطالعه تأثیر به اشتراک‌گذاری دانش در شبکه علمی ریسرچ‌گیت<sup>۱</sup> بر شاخص‌های بهره‌وری پژوهشی فیزیک‌دانان برتر جهان پرداختند. یافته‌ها نشان دادند؛ از بین سنجه‌های ریسرچ‌گیت، سنجه بارگذاری با شاخص هرش رابطه مثبت و معنی‌دار دارد. با افزایش به اشتراک‌گذاری دانش توسط پژوهشگران در شبکه‌های اجتماعی علمی از جمله شبکه علمی ریسرچ‌گیت، احتمال نمایانی و بالطبع بارگذاری آثار علمی آنان افزایش می‌یابد. از سوی دیگر، بارگذاری و مطالعه برون‌دادهای علمی پژوهشگران می‌تواند به استفاده از آن اثر و در نتیجه افزایش شاخص‌های بهره‌وری محققان منتهی شود. در مطالعه دیگری از علی و همکاران، (Ali et al., 2018) برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش نمایه شده در پایگاه وب علوم<sup>۲</sup> در سال‌های ۱۹۹۰-۲۰۱۶م. را مورد بررسی قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان داد: ایالات متحده آمریکا پرتولیدترین کشور و دانشگاه‌های هنگ‌کنگ<sup>۳</sup> و دانشگاه ملی مرکزی تایوان<sup>۴</sup> پرتولیدترین مؤسسات در زمینه انتشارات علمی حوزه اشتراک دانش

1. ResearchGate.
2. Web of Science (WoS).
3. University of Honk Kong.
4. National Central University of Taiwan.

اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه کتاب‌سنجی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی

بوده‌اند. همچنین بیشترین تعداد برون‌دادهای پژوهشی در مجلات مربوط به حوزه‌های مدیریت، علم اطلاعات و کتابداری و علوم کامپیوتر، سیستم‌های اطلاعاتی منتشر شده‌است.

در جمع‌بندی ادبیات پژوهشی موجود می‌توان بیان نمود؛ اگرچه پژوهش‌هایی در موضوع مطالعه برون‌دادهای علمی حوزه مدیریت دانش و اشتراک دانش با رویکرد کتاب‌سنجی انجام شده‌است؛ ولی، پژوهش‌های مشابهی که برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی را مورد بررسی قرار دهد، یافت نشد. در این پژوهش با استفاده از رویکرد کتاب‌سنجی، مطالعه روند زمانی انتشارات، پراکندگی جغرافیایی و موضوعی، تحلیل استنادی و ترسیم شبکه هم‌رخدادی واژگان برون‌دادهای پژوهشی بررسی شد؛ همچنین با استفاده از رویکرد دگرسنجی، میزان انتشار برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در این شبکه‌ها بررسی شده و میزان اشاره و توجه به این برون‌دادها در رسانه‌های اجتماعی مختلف مورد بررسی قرار می‌گیرد. نهایتاً رابطه شاخص‌های استنادی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی حوزه گسترش دانش در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

### روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر، از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، نوعی مطالعه توصیفی است و با استفاده از شاخص‌های کتاب‌سنجی و دگرسنجی صورت گرفته است. جامعه پژوهش از برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی تشکیل شده که در پایگاه استنادی اسکوپوس<sup>۱</sup> نمایه شده‌اند. اسکوپوس بزرگ‌ترین پایگاه اطلاعاتی چکیده و استنادی علوم جهان است که علاوه بر چکیده مقالات، فهرست منابع هر مقاله را نیز نمایه کرده و امکان محاسبه تعداد استنادات و انجام تحلیل‌های استنادی و کتاب‌سنجی متون علمی را فراهم می‌کند. این پایگاه در سال ۲۰۰۴م. توسط مؤسسه انتشاراتی الزویر<sup>۲</sup> برپا شده و خیلی سریع به معتبرترین پایگاه اطلاعاتی تبدیل شد. جهت بازیابی مقاله‌های مرتبط با حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی از فرمول جستجوی ارائه شده در پیوست شماره ۱ مقاله استفاده و تعداد ۱۴۹۸ مدرک بازیابی شدند. در این فرمول جستجو، واژه‌های کلیدی مختلف مربوط به مفاهیم مرتبط با اشتراک دانش و رسانه‌های اجتماعی در فیلدهای عنوان و واژه‌کلیدی مورد جستجو قرار گرفته‌اند تا نتایج جستجو از جامعیت لازم برخوردار باشند. داده‌های پژوهش در تاریخ ۱ نوامبر سال ۲۰۲۱ م. گردآوری شده و شامل تمامی مقالات نمایه شده در پایگاه اسکوپوس تا این تاریخ را شامل می‌شود. اطلاعات کتاب‌شناختی مقالات بازیابی شده در قالب یک فایل اکسل ذخیره و برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های نخست و سوم پژوهش مورد تحلیل قرار گرفتند. جهت ترسیم نقشه موضوعی مقالات حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی از نرم‌افزار وس ویوور<sup>۳</sup> استفاده شد. این نرم‌افزار، توسط والتمن و ون‌اک<sup>۴</sup> پژوهشگران مرکز مطالعات علم و فناوری<sup>۵</sup> دانشگاه لایدن<sup>۶</sup> توسعه یافته است و یکی از پراستفاده‌ترین نرم‌افزارهای موجود جهت ترسیم انواع نقشه‌های علمی بر پایه داده‌های کتاب‌شناختی است. جهت ترسیم نقشه موضوعی و برای ادغام واژه‌های کلیدی دارای مفهوم مشابه، فایلی دربرگیرنده

1. Scopus.
2. Elsevier.
3. VOSviewer.
4. Waltman & Van Eck.
5. Center for Science and Technology Studies (CWTS).
6. Leiden University.



واژه‌های کلیدی مترادف تهیه و عنوان ورودی به‌همراه فایل استخراج شده از پایگاه اسکوپوس به نرم‌افزار وس‌ویور وارد شد و نقشه هم‌رخدادی واژگان محدود به واژه‌های کلیدی دارای حداقل ۱۰ تکرار شد. در این نقشه هر گره نشان دهنده یک واژه‌کلیدی و اندازه آن گره نشان دهنده فراوانی واژه کلیدی در مقاله‌های مورد بررسی است. همچنین قطر پیوند میان دو گره نشان دهنده فراوانی هم‌رخدادی آن دو واژه کلیدی در متون مورد بررسی است. قبل از ترسیم نقشه، واژه‌های کلیدی استخراج شده از مقاله‌ها مورد بررسی قرار گرفته و واژه‌های کلیدی مشابه در هم ادغام و کلمات عمومی نیز حذف شدند (به‌عنوان مثال واژه‌های کلیدی دارای مفاهیم نزدیک به اشتراک دانش<sup>۱</sup> با هم ادغام شده‌اند).

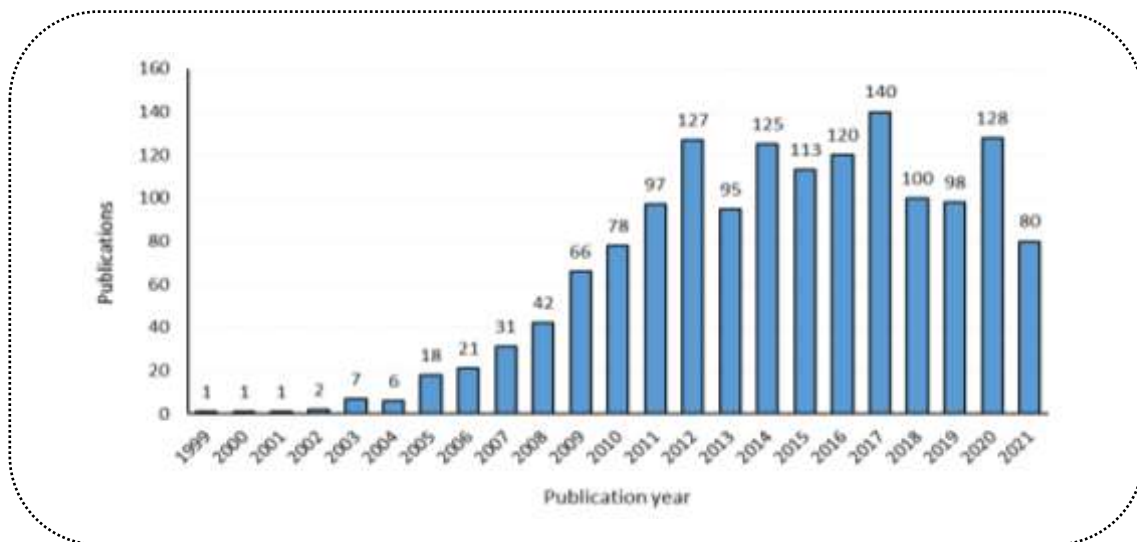
جهت تحلیل دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی از پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر<sup>۲</sup> استفاده شد. آلت‌متریک اکسپلورر از جمله محصولات کمپانی آلت‌متریک<sup>۳</sup> است و از جمله جامع‌ترین و معتبرترین پایگاه‌های ارائه دهنده داده‌های دگرسنجی بوده و اطلاعات مربوط به میزان حضور برون‌دادهای پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی مختلف و میزان توجه و اشاره به آن‌ها را ارائه می‌دهد. از جمله این رسانه‌ها می‌توان به وبلاگ‌ها، سایت‌های خبری، سایت‌های پرسش و پاسخ، اسناد سیاست‌گذاری، فیسبوک،<sup>۴</sup> توییتر،<sup>۵</sup> گوگل پلاس<sup>۶</sup> و مندلی<sup>۷</sup> اشاره کرد. در این پایگاه، هرگونه بحث،<sup>۸</sup> اشاره<sup>۹</sup> و نشانه‌گذاری<sup>۱۰</sup> مقالات علمی در رسانه‌های اجتماعی دارای امتیاز متفاوتی است و از مجموع این امتیازات، نمره‌ای تحت عنوان نمره توجه آلت‌متریک<sup>۱۱</sup> که نشان دهنده میزان توجه به هر مدرک در محیط وب اجتماعی است، به آن اختصاص داده می‌شود (عرفان‌منش، ۱۳۹۵). اطلاعات پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر تنها شامل مدارکی است که دارای نشانگر دیجیتال شیء،<sup>۱۲</sup> نشانگر مدرک پابمد،<sup>۱۳</sup> یا سایر نشانگرهای استاندارد باشند. جهت پاسخ‌گویی به سؤالات دوم و سوم پژوهش، نشانگرهای دیجیتال شیء مربوط به مدارک بازیابی شده از پایگاه اسکوپوس به‌عنوان ورودی به پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر وارد شد و سپس اطلاعات دگرسنجی مقالات مورد بررسی در قالب فایل اکسل ذخیره و مورد بررسی قرار گرفت. از مجموع ۱۴۹۸ مقاله استخراج شده از پایگاه اسکوپوس، ۱۱۷۸ مقاله دارای نشانگر استاندارد منحصر به فرد بودند و امکان مطالعه میزان اشاره و توجه به آن‌ها در پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر وجود داشت. جهت ترسیم نمودارهای ارائه شده در مقاله از نرم‌افزار اکسل و برای بررسی رابطه میان شاخص‌های استنادی و دگرسنجی و ترسیم ماتریس همبستگی از نرم‌افزار آر استفاده شد. همچنین از روش‌های آمار توصیفی شامل جدول‌های فراوانی و آمار استنباطی شامل آزمون همبستگی اسپیرمن جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

1. Knowledge sharing, Knowledge transfer, Knowledge exchange, Knowledge diffusion, Knowledge dissemination.
2. Altmetric Explorer.
3. Altmetric LLP.
4. Facebook.
5. Twitter.
6. Google +.
7. Mendeley.
8. Discussion.
9. Mentions.
10. Bookmarks.
11. Altmetric attention score.
12. Digital Object Identifier (DOI).
13. PubMed Record ID.

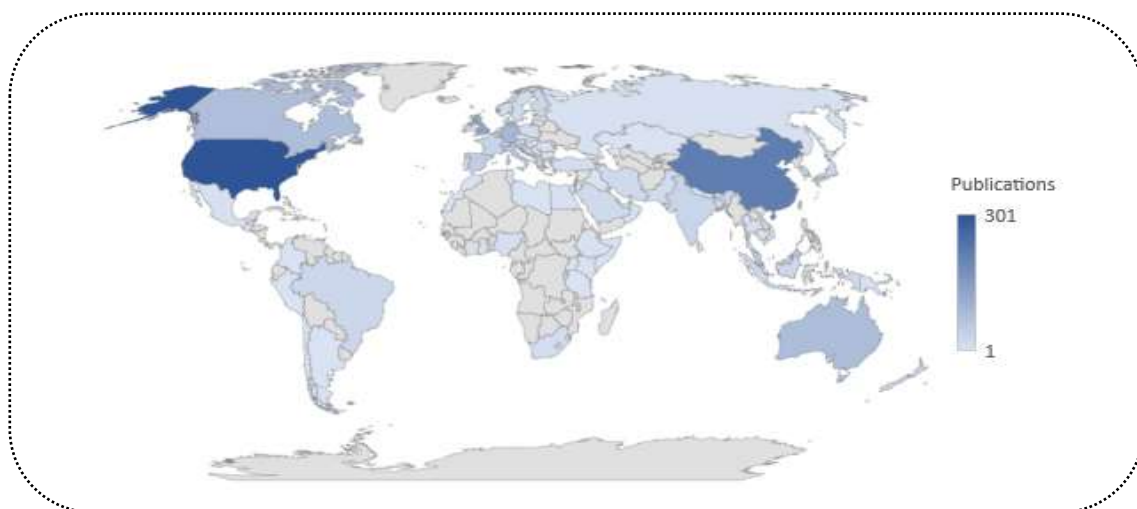
## یافته‌های پژوهش

پاسخ به پرسش نخست پژوهش: چه تعداد مقاله در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در پایگاه اسکوپوس نمایه شده و پراکندگی این مقاله‌ها براساس سال انتشار، توزیع جغرافیایی، توزیع موضوعی و عملکرد استنادی چگونه بوده و شبکه هم‌رخدادی واژگان این مقالات از چه ویژگی‌هایی برخوردار است؟

نتایج پژوهش نشان می‌دهد، نخستین مقاله علمی در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در سال ۱۹۹۹م. در پایگاه اسکوپوس نمایه شده و تعداد برون‌دادهای پژوهشی در طول زمان از روند افزایشی برخوردار بوده است. روند زمانی انتشار برون‌دادهای پژوهشی در حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در پایگاه اسکوپوس در تصویر ۱ نشان داده شده است.

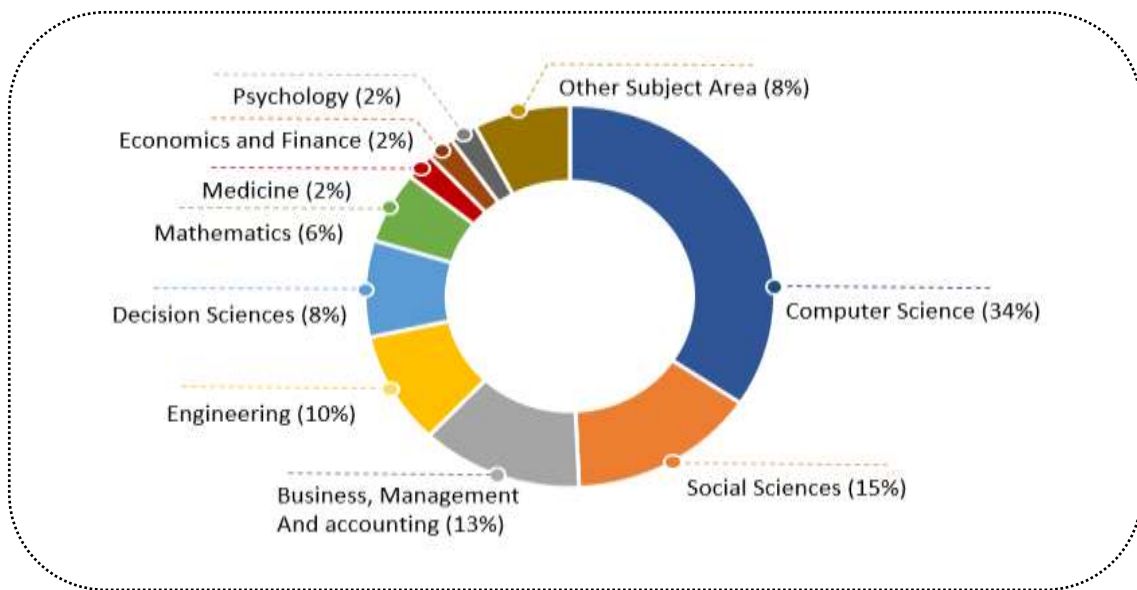


تصویر ۱. توزیع زمانی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی



تصویر ۲. توزیع جغرافیایی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی

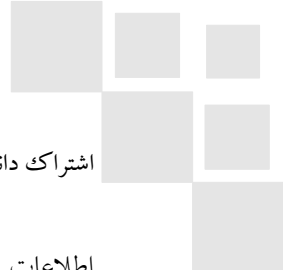
بررسی توزیع جغرافیایی مقالات نشان می‌دهد که بیشترین سهم از برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی مربوط به پژوهشگران کشورهای ایالات متحده (۳۰۱)، چین (۲۱۴)، انگلستان (۱۳۳)، آلمان (۹۰) و تایوان (۸۳) بوده است. پراکندگی جغرافیایی مقالات در تصویر ۲ مصورسازی شده است. مطالعه چارچوب موضوعی مقالات منتشر شده در حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد؛ بیشترین تعداد برون‌دادهای پژوهشی در دسته‌بندی موضوعی علوم کامپیوتر (۳۴٪)، علوم اجتماعی (۱۵٪)، بازرگانی، مدیریت و حسابداری (۱۳٪)، مهندسی (۱۰٪) و علوم تصمیم‌گیری (۸٪) منتشر شده‌اند (تصویر ۳). این نتایج نشان‌دهنده ماهیت میان رشته‌ای هر دو حوزه مدیریت دانش و رسانه‌های اجتماعی رسانه‌های اجتماعی و مشارکت پژوهشگران رشته‌های مختلف در جنبه‌های گوناگون پژوهشی در این حوزه‌هاست.



تصویر ۳. توزیع موضوعی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی

تحلیل استنادی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشاعه دانش در رسانه‌های اجتماعی حاکی از این است که مقاله‌های مورد بررسی تا زمان گردآوری داده‌های پژوهش حاضر روی هم‌رفته تعداد ۲۵۱۶۰ استناد (میانگین ۲۳ استناد برای هر مدرک) دریافت کرده‌اند. همچنین نرخ استنادشدگی برون‌دادهای پژوهشی مورد بررسی ۷۳ درصد بوده است که ۷۳ درصد از این مقاله‌ها تا زمان گردآوری داده‌های پژوهش حاضر حداقل یک استناد در پایگاه اسکوپوس دریافت کرده‌اند. پراستنادترین مقاله اثری با عنوان کاوش وب سایت‌های اشتراک دانش جهت بازاریابی ویروسی<sup>۱</sup> که در سال ۲۰۰۲ م. در مجموعه مقالات [همایش بین‌المللی کشف دانش و داده‌کاوی] منتشر شده و روی هم‌رفته تعداد ۱۱۲۵ استناد دریافت کرده است. مقاله، در حوزه‌های موضوعی کامپیوتر و بازاریابی انجام شده است و داده‌های به اشتراک گذاشته شده در رسانه‌های اجتماعی جهت ارزیابی تأثیر مدل‌های مختلف بازاریابی در این رسانه‌ها مدل سازی شده‌اند. مقاله دوم؛ مربوط به حوزه موضوعی مدیریت است؛ اثربخشی مکانیزم‌های هماهنگی در اشتراک‌گذاری دانش در شبکه‌های درون سازمانی مورد مطالعه قرار گرفته است. مقاله سوم؛ مطالعه‌ای میان رشته‌ای در حوزه‌های مدیریت و دانش

1 . Mining knowledge-sharing sites for viral marketing.



اطلاعات است، تأثیر عواملی مانند شبکه اجتماعی، اعتماد اجتماعی و اهداف مشترک در به اشتراک‌گذاری دانش سازمانی در رسانه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار گرفته‌اند. مقاله چهارم؛ در حوزه مدیریت تألیف شده است، تأثیر شبکه‌های بین فردی بر محلی‌سازی جغرافیایی جریان‌های دانشی و تمرکز جریان‌های دانشی در مرزهای سازمانی بررسی شده است و پنجمین مقاله پراستناد؛ به مطالعه فعالیت‌های مربوط به اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در زمان زلزله هائیتی در سال ۲۰۱۰ میلادی می‌پردازد. نگاهی به موضوعات مقالات پراستناد نشان دهنده ماهیت میان رشته‌ای پژوهش در حوزه‌های اشتراک دانش و شبکه‌های اجتماعی است و نشان می‌دهد؛ پژوهشگران حوزه‌های مختلف با رویکردهای متفاوتی به مطالعه جنبه‌های گوناگون این موضوع پرداخته‌اند. اطلاعات کتاب‌شناختی پنج مقاله دارای بیشترین تعداد استناد در جدول شماره ۱ ارائه شده است.

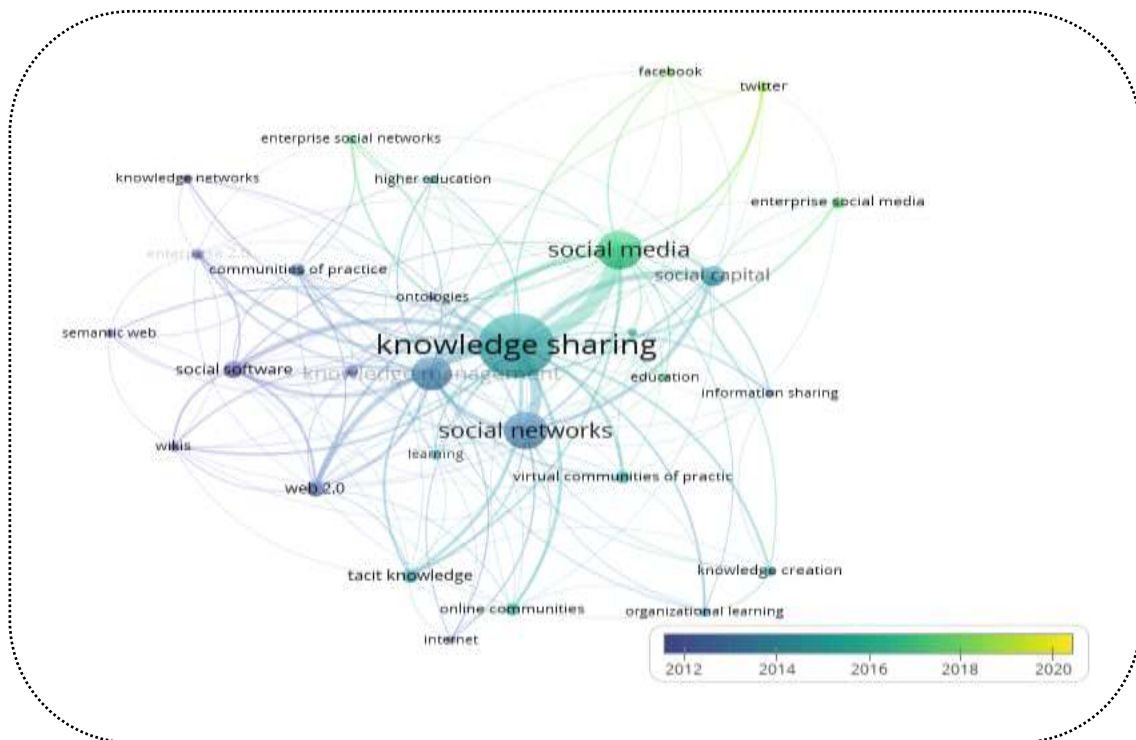
جدول ۱. پنج مقاله پراستناد در حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی

| عنوان (نشانگر دیجیتال شیء)  | سال نشر | مجموع استنادها | میانگین استناد هر سال |
|---|---------|----------------|-----------------------|
| Mining knowledge-sharing sites for viral marketing (10.1145/775047.775057)  | ۲۰۰۲ م. | ۱۱۲۵           | ۵۹                    |
| Social structure of "coopetition" within a multiunit organization: Coordination, competition, and intraorganizational knowledge sharing (10.1287/orsc.13.2.179.536) | ۲۰۰۲ م. | ۱۱۱۹           | ۵۹                    |
| Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing (10.1016/j.im.2008.06.007)  | ۲۰۰۸ م. | ۷۹۲            | ۶۱                    |
| Collaborative networks as determinants of knowledge diffusion patterns (10.1287/mnsc.1040.0349)   | ۲۰۰۵ م. | ۶۲۱            | ۳۹                    |
| Emergency knowledge management and social media technologies: A case study of the 2010 Haitian earthquake (10.1016/j.ijinfomgt.2010.10.001)                         | ۲۰۱۱ م. | ۶۰۸            | ۶۸                    |

شبکه هم‌رخدادی واژگان برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در تصویر شماره ۴ مصورسازی شده است. نتایج نشان می‌دهد که واژه‌های کلیدی اشتراک دانش، رسانه‌های اجتماعی،<sup>۱</sup> شبکه‌های اجتماعی،<sup>۲</sup> تحلیل شبکه‌های اجتماعی،<sup>۳</sup> مدیریت دانش،<sup>۴</sup> سرمایه اجتماعی<sup>۵</sup> و نرم‌افزارهای اجتماعی<sup>۶</sup> از بیشترین فراوانی در مقاله‌های مورد بررسی برخوردار بوده‌اند. همچنین بیشترین هم‌رخدادی واژگان میان واژه‌های کلیدی اشتراک دانش و رسانه‌های اجتماعی، اشتراک دانش و شبکه‌های اجتماعی، اشتراک دانش و مدیریت دانش، اشتراک دانش و سرمایه اجتماعی، اشتراک دانش و نرم‌افزارهای اجتماعی، مدیریت دانش و رسانه‌های اجتماعی و مدیریت دانش و شبکه‌های اجتماعی مشاهده شد. همچنین بررسی زمانی وقوع واژه‌های کلیدی نشان می‌دهد که در سال‌های

1. Social media.
2. Social networks.
3. Social network analysis.
4. Knowledge management.
5. Social capital.
6. Social software.

ابتدایی دهه ۲۰۱۰ میلادی بیشتر مفاهیمی مانند شبکه‌های دانشی،<sup>۱</sup> وب معنایی،<sup>۲</sup> نرم‌افزارهای اجتماعی،<sup>۳</sup> محفل‌های کاری<sup>۴</sup> و وب<sup>۵</sup> مورد توجه پژوهشگران قرار داشته‌اند. از سوی دیگر در سال‌های ابتدای دهه ۲۰۲۰م. مفاهیمی مانند فیسبوک، توئیتر و رسانه‌های اجتماعی<sup>۶</sup> - سازمانی به میزان بیشتری در برون‌دادهای پژوهشی مرتبط با اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی مشاهده می‌شوند.



تصویر ۴: شبکه هم‌رخدادی واژگان برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی

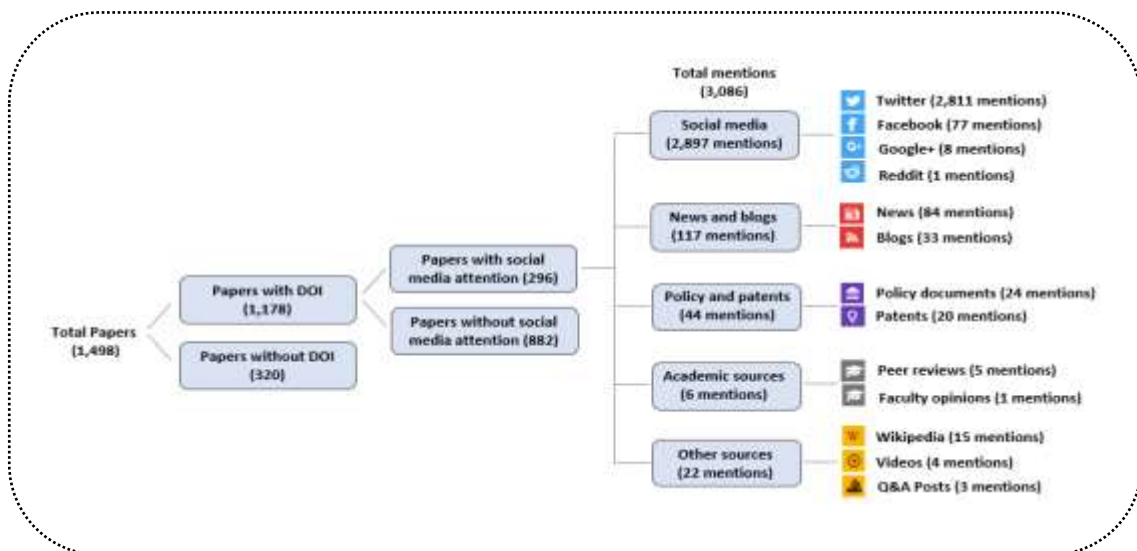
**پاسخ به پرسش دوم پژوهش: مقاله‌های منتشر شده در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی به چه میزان در این رسانه‌ها به اشتراک گذاشته شده و توجه و اشاره به آن‌ها به چه میزان بوده است؟**

بررسی مقاله‌های منتشر شده در زمینه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که از مجموع ۱۴۹۸ مقاله نمایه شده در پایگاه اسکوپوس، ۱۱۷۸ مقاله (۷۹٪) دارای نشانگر دیجیتال شیء بوده و امکان مطالعه میزان توجه و اشاره به آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد. از سوی دیگر تعداد ۳۲۰ مقاله (۲۱٪) فاقد نشانگر دیجیتال شیء بوده و امکان مطالعه میزان توجه و اشاره به آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی وجود ندارد. در میان مقاله‌های دارای نشانگر دیجیتال شیء، تعداد ۸۸۲ مورد (۷۵٪) تا زمان گردآوری داده‌های پژوهش در هیچ‌یک از رسانه‌های اجتماعی تحت

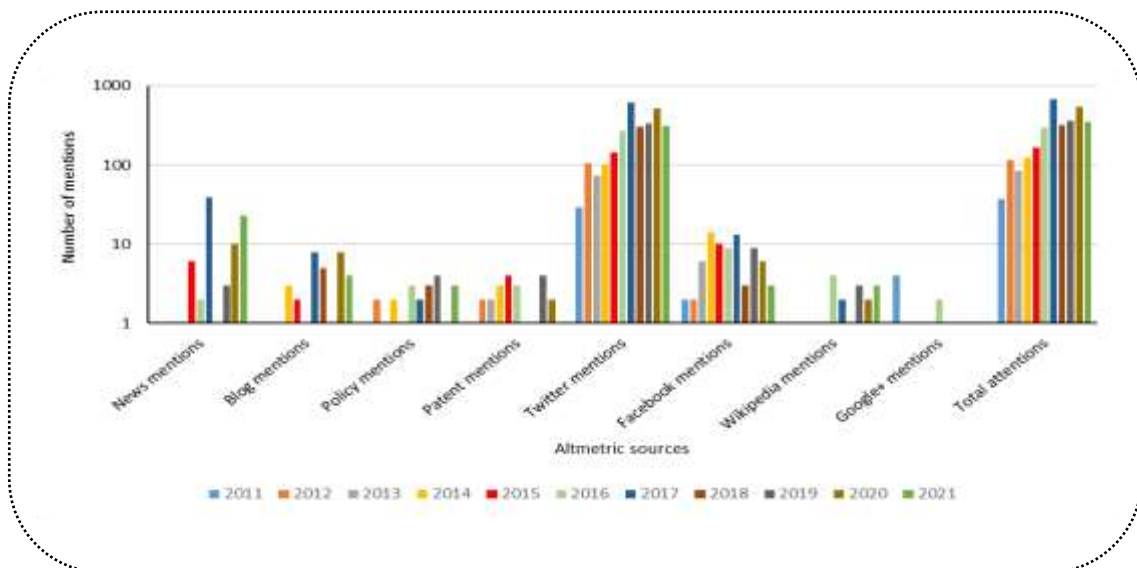
1. Knowledge networks.
2. Semantic web.
3. Social software.
4. Communities of practice.
5. Web 2.0.
6. Enterprise social media.

اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه کتاب سنجی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی

پوشش پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر مورد اشاره قرار نگرفته‌اند. در سوی مقابل، تعداد ۲۹۶ مقاله (۲۵٪ مقاله‌های دارای نشانگر دیجیتال شیء)، تا زمان گردآوری داده‌های پژوهش حداقل یک‌بار در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده و یا نشانه‌گذاری شده‌اند و دارای نمره آلت‌متریک هستند. این ۲۹۶ مقاله روی هم‌رفته ۳۰۸۶ بار در رسانه‌های اجتماعی مختلف مورد اشاره قرار گرفته‌اند (میانگین ۱۰ اشاره برای هر مقاله). بررسی انواع رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که بیشترین میزان اشاره به مقاله‌های حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی متعلق به توییتر است (۲۸۱۱ اشاره). سایت‌های خبری (۸۴ اشاره)، فیسبوک (۷۷ اشاره)، بلاگ‌ها (۳۳ اشاره)، اسناد سیاست‌گذاری (۲۴ اشاره) و پروانه‌های ثبت اختراع (۲۰ اشاره) دیگر رسانه‌های اشاره‌کننده به مقاله‌های حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی بوده‌اند (تصویر ۵).



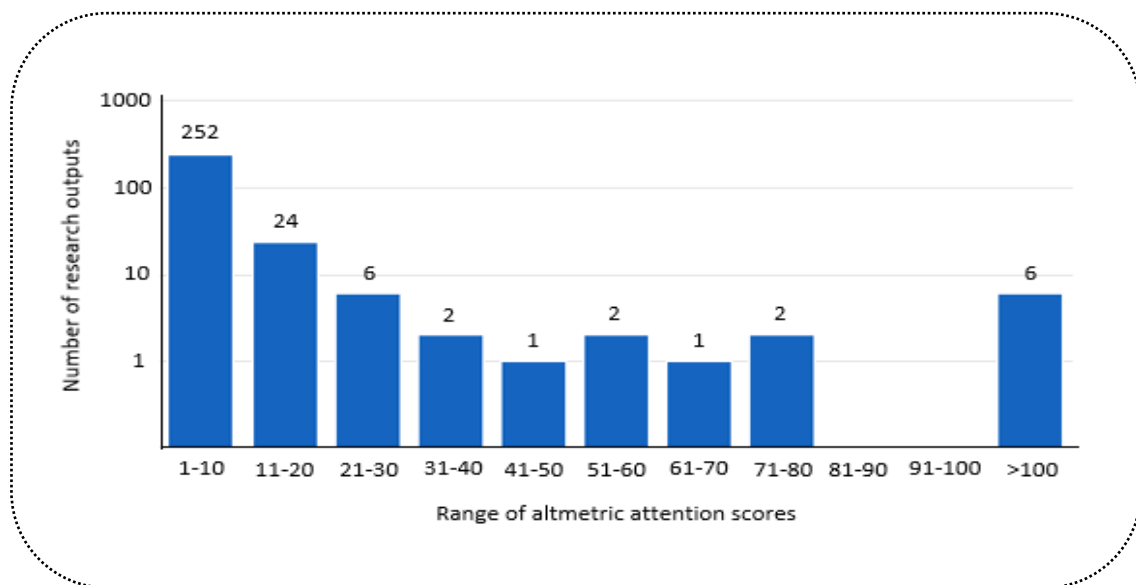
تصویر ۵. فعالیت آلت‌متریک برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی



تصویر ۶. توزیع زمانی اشاره به برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در منابع مختلف

مطالعه روند زمانی اشاره به برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد، از ۲۰۱۱ تا ۲۰۲۱ م. به طور کلی میزان اشاره به برون‌دادهای پژوهشی به‌ویژه در توئیتر، مهم‌ترین رسانه مورد استفاده پژوهشگران، در اشاعه یافته‌های پژوهشی‌شان روند افزایشی داشته است (تصویر ۶). دلیل محدود کردن این نمودار به برون‌دادهای پژوهشی منتشر شده پس از ۲۰۱۱ م. به بعد، تمرکز داده‌های پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر بر برون‌دادهای پژوهشی منتشر شده است.

مطالعه نمره توجه آلت‌متریک برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد: ۲۴۹ (۸۵٪) مورد از مجموع ۲۹۳ مقاله اشاره‌شده در رسانه‌های اجتماعی دارای نمره آلت‌متریک ۱ تا ۱۰ و ۲۴ مورد دارای نمره آلت‌متریک معادل ۱۱ تا ۲۰ بوده‌اند. میزان فراوانی نمره آلت‌متریک مقالات در تصویر شماره ۷ ارائه شده است. به طور کلی، تنها ۶ مقاله دارای نمره آلت‌متریک بیش از ۱۰۰ بوده‌اند که مشخصات آن‌ها در جدول شماره ۲ ذکر شده است. بیشترین نمره آلت‌متریک برای مقاله‌ای با عنوان «نقشه راه برای پژوهش‌های تحرک و تبادل دانش در حفاظت و مدیریت منابع طبیعی»<sup>۱</sup> توسط پژوهشگرانی از دانشگاه‌های کارلتون و اوتاوا کانادا در سال ۲۰۱۷ م. در مجله زیست‌شناسی حفاظت<sup>۲</sup> منتشر شده است. این مقاله ۳۴ بار در توئیتر، ۱۷ بار در رسانه‌های خبری، دو بار در فیسبوک و یک‌بار در گوگل پلاس مورد اشاره قرار گرفته و روی هم رفته ۱۷۱ بار نیز در مندلی نشانه‌گذاری و خوانده شده است (جدول ۲).



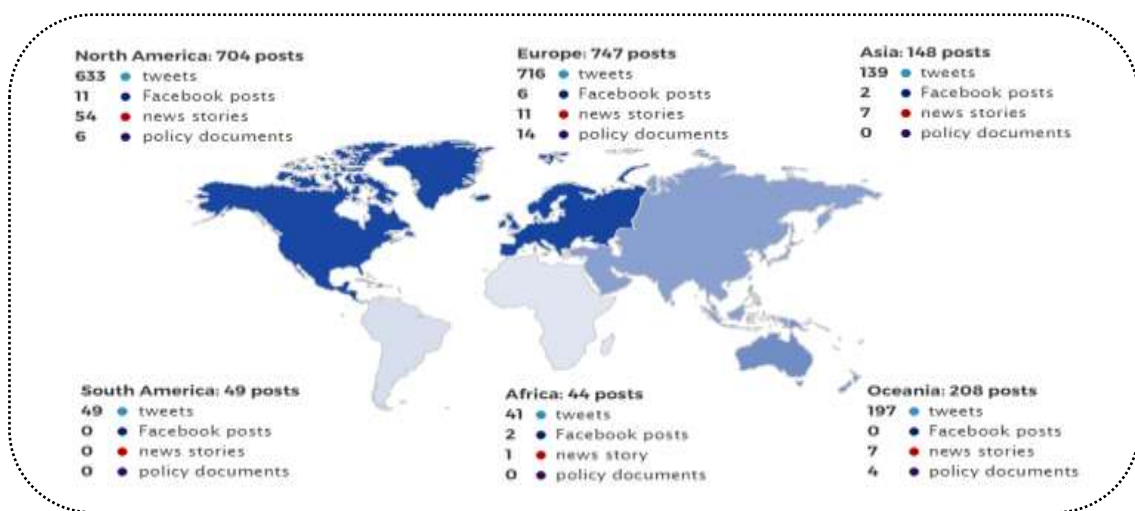
تصویر ۷. توزیع فراوانی نمره آلت‌متریک برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی

مطالعه توزیع جغرافیایی توجه و اشاره به برون‌دادهای پژوهشی منتشر شده در حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد؛ بیشترین میزان اشاره از سوی کشورهای اروپایی (۷۴۷ اشاره، ۲۴٪ کل اشاره‌ها)، کشورهای آمریکای شمالی (۷۰۴ اشاره، ۲۳٪ کل اشاره‌ها) و کشورهای اقیانوسیه (۲۰۸ اشاره، ۷ درصد کل اشاره‌ها) بوده است.

1. A roadmap for knowledge exchange and mobilization research in conservation and natural resource management.
2. Conservation Biology.

جدول ۲. برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی دارای نمره آلت‌متریک بیشتر از ۱۰۰

| مقاله (سال انتشار)   | مجله   | نمره توجه آلت‌متریک | بیشترین اشاره در  |
|--|--|---------------------|-------------------|
| A roadmap for knowledge exchange and mobilization research in conservation and natural resource management (2017)  | Conservation Biology, 31(4), 789-798                   | 168                 | Twitter (34)      |
| Is it time to replace publish or perish with get visible or vanish: Opportunities where digital and social media can reshape knowledge translation (2019)                | British Journal of Sports Medicine, 53, 594-598.       | 167                 | Twitter (258)     |
| Social network, social trust and shared goals in organizational knowledge sharing (2008)   | Information & Management, 45(7), 458-465.              | 166                 | News outlets (19) |
| The link between knowledge sharing connections and employee time saving: A social network analysis (2017)  | Construction Management & Economics, 35(8-9), 455-467. | 163                 | News outlets (20) |
| Social media for rapid knowledge dissemination: Early experience from the COVID-19 pandemic (2020)   | Anaesthesia, 75(12), 1579-1582.                        | 109                 | Twitter (157)     |
| Using social network analysis to monitor and assess the effectiveness of knowledge brokers at connecting scientists and decision makers: An Australian case study (2017) | Environment Policy & Governance, 27(3), 256-269.       | 100                 | Twitter (105)     |



تصویر ۸. توزیع نمره آلت‌متریک برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی بر اساس مناطق جغرافیایی

در ۱۱۵۹ اشاره (۳۸٪ از کل اشاره‌ها) امکان بررسی جغرافیایی اشاره در پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر وجود نداشت. بررسی در سطح کشور نشان می‌دهد، بیشترین میزان اشاره مربوط به کشورهای؛ ایالات متحده (۳۷۰)، انگلستان (۳۳۱)، کانادا (۳۱۲) و استرالیا (۱۸۱) بوده است. مقایسه توزیع جغرافیایی انتشار مقاله‌ها و اشاره‌ها نشان می‌دهد، کشورهایمانند چین و تایوان اگرچه در میان پنج کشور برتر دارای بیشترین تولیدات علمی بوده‌اند؛ اما در لیست کشورهای



بیشترین اشاره به مقالات در رسانه‌های اجتماعی؛ در رتبه‌های پایینی قرار گرفته‌اند. دلیل این مسئله می‌تواند محدودیت دسترسی به برخی رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر در برخی از کشورهای جهان، یا علاقه کمتر پژوهشگران این کشورها در استفاده از قابلیت‌های رسانه‌های اجتماعی جهت به اشتراک‌گذاری برون‌دادهای پژوهشی باشد. در سوی مقابل، پژوهشگران کشورهای ایالات متحده، انگلستان، کانادا، استرالیا و آلمان به میزان قابل توجهی از رسانه‌های اجتماعی جهت به اشتراک‌گذاری برون‌دادهای پژوهشی خود استفاده کرده‌اند (تصویر ۸).

مطالعه مجلات منتشرکننده برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد؛ مقالات منتشر شده در مجله رایانه‌ها در رفتار انسان<sup>۱</sup> از بیشترین میزان اشاره برخوردار بوده و یازده مقاله منتشر شده در این مجله در مجموع ۴۴ بار مورد اشاره قرار گرفته‌اند. مجله مدیریت دانش<sup>۲</sup> با ده مقاله اشاره‌شده و مجموع ۳۶ اشاره و مجله رایانه‌ها و آموزش<sup>۳</sup> با شش مقاله اشاره‌شده و مجموع ۱۲ اشاره در رده‌های بعدی قرار داشته‌اند. در جدول زیر اطلاعات مربوط به ده مجله دارای بیشترین تعداد مقالات اشاره‌شده آورده شده است (جدول ۳).

جدول ۳. ده مجله دارای بیشترین مقاله اشاره‌شده در رسانه‌های اجتماعی

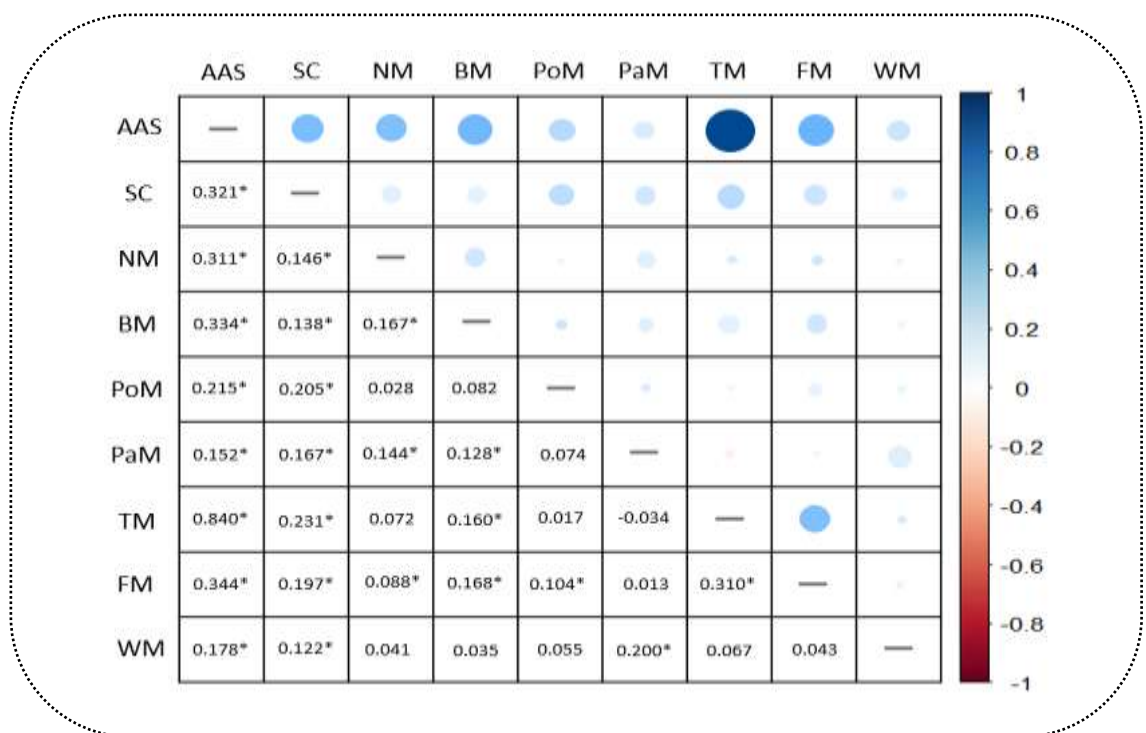
| مجله  | تعداد مقاله در نمونه پژوهش | تعداد مقاله اشاره‌شده | درصد مقالات اشاره‌شده | تعداد کل اشاره | میانگین اشاره هر مقاله |
|---|----------------------------|-----------------------|-----------------------|----------------|------------------------|
| Computers in Human Behavior                     | ۱۹                         | ۱۱                    | ۵۸٪                   | ۴۴             | ۴                      |
| Journal of Knowledge Management                 | ۲۲                         | ۱۰                    | ۴۵٪                   | ۳۶             | ۳/۶                    |
| Computers & Education                           | ۷                          | ۶                     | ۸۶٪                   | ۱۲             | ۱/۷                    |
| American Behavioral Scientist                   | ۵                          | ۶                     | ۸۳٪                   | ۱۴۵            | ۲۹                     |
| Journal of Management                           | ۵                          | ۵                     | ۱۰۰٪                  | ۱۹۵            | ۳۹                     |
| Organizational Science                          | ۵                          | ۵                     | ۱۰۰٪                  | ۲۵             | ۵                      |
| International Journal of Information Management | ۱۱                         | ۴                     | ۳۶٪                   | ۲۳             | ۵/۸                    |
| Journal of Computer-Mediated Communication      | ۴                          | ۴                     | ۱۰۰٪                  | ۳۸             | ۹/۵                    |
| Journal of Information Science                  | ۵                          | ۳                     | ۶۰٪                   | ۲۴             | ۸                      |
| Information Systems Research                    | ۴                          | ۳                     | ۷۵٪                   | ۱۵             | ۵                      |

در ادامه، تأثیر نوع انتشار برون‌دادهای پژوهشی بر نمره آلت‌متریک و میزان توجه به آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که تفاوت آماری معناداری میان نمره آلت‌متریک مقالات دسترسی آزاد و مقالات اشتراکی وجود ندارد (میانگین نمره آلت‌متریک ۸ برای مقالات دسترسی آزاد و ۹ برای مقالات اشتراکی). با این وجود مقالات دسترسی آزاد به شکل معناداری به میزان بیشتر در توئیتر به اشتراک گذاشته شده‌بودند (میانگین ۱۴ توئیٹ برای مقالات دسترسی آزاد و میانگین ۷ توئیٹ برای مقالات اشتراکی).

1. Computers in Human Behaviour.
2. Journal of Knowledge Management.
3. Computers & Education.

## پاسخ به پرسش سوم پژوهش: آیا رابطه آماری معناداری میان تعداد استنادهای دریافتی مقالات حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در پایگاه اسکوپوس و میزان توجه و اشاره به مقاله‌ها در رسانه‌های اجتماعی وجود دارد؟

جهت پاسخ‌گویی به پرسش سوم پژوهش، رابطه آماری میان تعداد استنادهای دریافتی مقالات حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی در پایگاه استنادی اسکوپوس و تعدادی از متغیرهای مربوط به اشاره و توجه به این مقالات در رسانه‌های اجتماعی (نمره آلت‌متریک، میزان توجه در اخبار، بلاگ‌ها، اسناد سیاست‌گذاری، پروانه‌های ثبت اختراع، تویتر، فیسبوک و ویکی‌پدیا) با استفاده از آزمون همبستگی اسپیرمن (به دلیل نرمال نبودن توزیع داده‌ها در آزمون کولموگوروف-اسمیرنوف)<sup>۱</sup> مطالعه شد. نتایج نشان دهنده وجود رابطه آماری معنادار و مثبت میان تعداد استنادهای دریافتی در اسکوپوس و میزان توجه به این مقالات در تمامی رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی بود (تصویر ۹). به بیان دیگر، میزان اشاره و توجه به مقالات در رسانه‌های اجتماعی در افزایش استنادشدگی آن مدارک در سایر برون‌دادهای پژوهشی مؤثر بوده و مقالاتی که به میزان بیشتر در رسانه‌های اجتماعی منتشر شده‌اند، در طول زمان از اثرگذاری استنادی بالاتری نیز برخوردار بوده‌اند.



تصویر ۹. همبستگی میان شاخص‌های نمره آلت‌متریک، اشاره در رسانه‌های اجتماعی و استناد در اسکوپوس

\* Correlation is significant at the 0.05 level

AAS: Altmetric Attention Score; SC: Scopus Citations; NM: News Mentions; BM: Blog Mentions;

PoM: Policy Mentions; PaM: Patent Mentions; TM: Twitter Mentions; FM: Facebook Mentions;

WM: Wikipedia Mentions

1 . Kolmogorov-Smirnov Test.

## نتیجه گیری

با توجه به اهمیت و نقش روز افزون رسانه‌های اجتماعی در به اشتراک گذاری دانش میان پژوهشگران، مطالعه حاضر با رویکرد کتاب‌سنجی و دگرسنجی به بررسی برون‌دادهای علمی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی پرداخت. مطالعه برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی با رویکرد کتاب‌سنجی نشان داد: کشورهای ایالات متحده، چین و انگلستان بیشترین سهم انتشار برون‌دادهای پژوهشی را در اختیار داشته‌اند و همچنین بیشترین تعداد مقالات در حوزه‌های موضوعی علوم کامپیوتر، علوم اجتماعی و بازرگانی، مدیریت و حسابداری منتشر شده‌است. رامی و همکاران (Ramy et al., 2018) و گاویریا و همکاران (Gaviria-Martin et al., 2019) نیز از کشورهای آمریکا و انگلستان به‌عنوان پرتولیدترین کشورها در برون‌دادهای پژوهشی حوزه مدیریت دانش نام می‌برند. همچنین سبالوس و همکاران (Ceballos et al., 2017) با ترسیم شبکه‌های موضوعی در برون‌دادهای پژوهشی حوزه مدیریت دانش به بهره‌گیری چشمگیر پژوهشگران حوزه‌های علوم کامپیوتر و علوم اجتماعی در برون‌دادهای پژوهشی مدیریت دانش اشاره می‌کنند. همچنین ترسیم و مطالعه نقشه موضوعی برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که واژه‌های کلیدی اشتراک دانش، رسانه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی، تحلیل شبکه‌های اجتماعی، مدیریت دانش، سرمایه اجتماعی و نرم افزارهای اجتماعی از بیشترین فراوانی در مقاله‌های مورد بررسی برخوردار بوده‌اند. نتایج پژوهش نشان دهنده ماهیت میان‌رشته‌ای حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی و مشارکت پژوهشگران رشته‌های گوناگون از جمله روانشناسی، جامعه‌شناسی، مدیریت، علم اطلاعات، ارتباطات و کامپیوتر در این مطالعات است. بررسی موضوعی مقالات مورد مطالعه در این پژوهش نشان می‌دهد، در روانشناسی و علوم رفتاری، مکانیزم‌های شناختی دخیل در اشتراک اطلاعات مانند یادگیری، حافظه و شناخت اجتماعی مورد توجه پژوهشگران این رشته بوده است. از سوی دیگر، تمرکز پژوهشگران رشته‌های جامعه‌شناسی و علوم ارتباطات، بر جنبه‌های اجتماعی اشتراک دانش بوده و مفاهیمی مانند شبکه‌های اجتماعی، روابط و عوامل فرهنگی تأثیرگذار بر اشتراک دانش، عوامل مؤثر بر خلق، پخش، و پذیرش دانش در شبکه‌های اجتماعی توسط این پژوهشگران مورد مطالعه قرار گرفته است. پژوهشگران رشته‌های مدیریت و رفتار سازمانی، موضوعات مربوط به اشتراک دانش درون سازمان‌ها و راهکارهای مؤثر بر ترویج شیوه‌های اشتراک دانش را مورد بررسی قرار داده‌اند. از سوی دیگر، پژوهشگران رشته‌های علم اطلاعات و کامپیوتر، جنبه‌های فناورانه اشتراک دانش را مورد بررسی قرار داده و بر موضوعاتی مانند طراحی و پیاده‌سازی سیستم‌های اشتراک دانش، تکنیک‌های بازیابی اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی و ابزارهای فنی اشتراک دانش را مورد مطالعه قرار داده‌اند.

نتایج پژوهش نشان داد که تنها ۲۹۶ مورد از مجموع ۱۴۹۸ مقاله مورد بررسی از نمره آلت‌متریک برخوردار بوده و تا زمان گردآوری داده‌های پژوهش حداقل یک‌بار در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده و یا نشانه‌گذاری شده‌اند (پوشش آلت‌متریک معادل ۲۰ درصد). نکته‌ای که باید به آن اشاره نمود این است؛ اگرچه پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر یکی از معتبرترین و جامع‌ترین منابع ارائه داده‌های دگرسنجی محسوب می‌شود، اما تنها بخش محدودی از گستره بسیار وسیع وب اجتماعی را تحت پوشش خود دارد. کاستاس، زاهدی و ووترز (Costas et al., 2015) نیز در پژوهش خود به دامنه پوشش نسبتاً محدود ارائه دهندگان دگرسنجی‌ها اشاره کرده و بیان می‌کنند که تنها حدود ۱۵ تا ۲۴ درصد از کل برون‌دادهای پژوهشی در پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر وجود دارد. می‌توان بیان نمود؛ میزان پوشش آلت‌متریک برون‌دادهای پژوهشی بر اساس نوع و ماهیت حوزه موضوعی مورد بررسی، نوع رسانه‌های اجتماعی مطالعه

اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه کتاب‌سنجی و دگرسنجی برون‌دادهای پژوهشی

شده و پایگاه مورد استفاده جهت گردآوری داده‌های دگرسنجی متفاوت است (Holmberg, 2015). ذکر این نکته ضروری است؛ به اشتراک‌گذاری برون‌دادهای پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی در مواردی نه توسط نویسندگان، بلکه از سوی مجلات، ناشران، خوانندگان و یا رسانه‌ها انجام می‌شود.

بررسی زمانی فراوانی مقاله‌های دارای شاخص‌های دگرسنجی بیانگر روند صعودی اشتراک برون‌دادهای پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر است. با توجه به گسترش روزافزون میزان نفوذ و استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان پژوهشگران و همچنین تمرکز داده‌های پایگاه آلت‌متریک اکسپلورر بر مدارک منتشر شده از سال ۲۰۱۱ میلادی به بعد است، این یافته منطقی به نظر می‌رسد. از سوی دیگر، مطالعه انواع رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد، بیشترین میزان اشاره به برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی به توییت‌ر تعلق داشته است (۲۸۱۱ اشاره). سایت‌های خبری (۸۴ اشاره)، فیسبوک (۷۷ اشاره)، بلاگ‌ها (۳۳ اشاره)، اسناد سیاست‌گذاری (۲۴ اشاره) و پروانه‌های ثبت اختراع (۲۰ اشاره) دیگر رسانه‌های اشاره‌کننده به مقاله‌های حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی بوده‌اند. در برخی دیگر از پژوهش‌های پیشین نیز از توییت‌ر به‌عنوان مهم‌ترین رسانه اجتماعی مورد استفاده پژوهشگران جهت به اشتراک‌گذاری یافته‌های پژوهشی نام برده شده است (Costas et al., 2015)؛ عرفان‌منش، ۱۳۹۵؛ (Haustein, et al., 2015). همچنین، مقایسه توزیع جغرافیایی انتشار مقاله‌ها و اشاره به آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که کشورهایی مانند چین و تایوان اگرچه دارای برون‌دادهای پژوهشی زیادی بوده‌اند، اما میزان اشاره و توجه به برون‌دادهای پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی در این کشورها در سطح پایینی قرار داشته است. به‌طور مشخص محدودیت دسترسی به برخی رسانه‌های اجتماعی مانند توییت‌ر در برخی از کشورهای جهان را می‌توان یکی از عوامل مهم به اشتراک‌گذاری محدود و توجه کم به برون‌دادهای پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی در این کشورها ذکر نمود.

نتایج پژوهش نشان می‌دهد، به دلیل ماهیت میان‌رشته‌ای حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی، پژوهشگران رشته‌های مختلف از جمله علوم کامپیوتر، علوم اجتماعی، بازرگانی، مدیریت و حسابداری، مهندسی و علوم تصمیم‌گیری در انتشار برون‌دادهای پژوهشی این حوزه سهم بوده‌اند. برخی از پژوهش‌های پیشین تفاوت‌های رشته‌ای را در شاخص‌های دگرسنجی گزارش کرده‌اند. اورتگا (Ortega, 2018) ضمن تقسیم‌بندی دگرسنجی‌ها به سه دسته شاخص‌های رسانه اجتماعی<sup>۱</sup> (اشاره در رسانه‌های اجتماعی مانند توییت‌ر)، شاخص‌های کاربرد<sup>۲</sup> (بارگذاری و مشاهده)، و شاخص‌های استناد و ذخیره‌سازی<sup>۳</sup> (نشانه‌گذاری) بیان می‌کند که برون‌دادهای پژوهشی حوزه علوم پزشکی معمولاً شاخص‌های رسانه اجتماعی و کاربرد بالایی دارند، در حالی که برون‌دادهای پژوهشی حوزه علوم زیستی و علوم فیزیکی شاخص‌های استناد و ذخیره‌سازی، و برون‌دادهای پژوهشی حوزه علوم اجتماعی شاخص‌های کاربرد بالاتر داشته‌اند. نتایج نشان دهنده وجود رابطه آماری معنادار و مثبت میان میزان توجه به برون‌دادهای پژوهشی در تمامی رسانه‌های اجتماعی مورد بررسی و تعداد استنادهای دریافتی در اسکوپوس بود. به‌بیان‌دیگر، انتشار برون‌دادهای پژوهشی در محیط وب اجتماعی، رویت‌پذیری این مدارک را افزایش داده و آن‌ها را در معرض دید گروه گسترده‌تری از مخاطبان قرار می‌دهد و از این رو می‌تواند در افزایش استنادهای دریافتی این مدارک نیز مؤثر باشد. آیزنباخ (Eysenbach, 2006) با بررسی رفتار استنادی مقالات دسترسی آزاد بیان می‌کند که رویت‌پذیری بیشتر، به شناخته‌تر شدن مقالات و در

1 . Social media metrics.  
2 . Usage metrics.  
3 . Citations and saves.

نتیجه، دریافت استنادهای بیشتر و زودتر از سوی دیگر پژوهشگران منجر می‌شود. از سوی دیگر، افزایش رویت‌پذیری و دسترس‌پذیری برون‌دادهای پژوهشی باعث می‌شود تا خوانندگان و دیگر اعضای جامعه علمی با تلاش کمتر به یافته‌های پژوهشی دسترسی پیدا کرده و به میزان بیشتری از آن‌ها استفاده نمایند. به‌طور کلی می‌توان بیان نمود که استنادشدگی و اشاره به برون‌دادهای پژوهشی در رسانه‌های اجتماعی، بازنمون‌هایی از دو فعالیت متفاوت هستند. در حالی که تعداد استنادهای دریافتی، به محاسبه اثرگذاری علمی و مستقیم یک مدرک بر سایر برون‌دادهای پژوهشی می‌پردازد، تعداد اشاره به مدرک در رسانه‌های اجتماعی نشان‌دهنده اثرگذاری اجتماعی و غیرمستقیم آن بر کاربران و پژوهشگران است.

### پیشنادهای اجرایی پژوهش

- نتایج پژوهش بر اهمیت و نقش روز افزون رسانه‌های اجتماعی در به اشتراک‌گذاری دانش میان پژوهشگران تأکید داشت. نتایج این پژوهش می‌تواند در سیاست‌گذاری‌ها و تلاش‌های عملی مرتبط با اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی مفید باشد.
- رسانه‌های اجتماعی، می‌توانند تأثیر مثبتی بر میزان استناد به مقالات علمی داشته‌باشند و شاخص‌های مبتنی بر آن‌ها (مانند میزان پوشش آلتمتریکس، میزان توجه به مقاله‌های منتشر شده در رسانه‌های اجتماعی و غیره) بازنمونی از اثرگذاری برون‌دادهای پژوهشی باشند. با توجه به همبستگی میان شاخص‌های استنادی و دگرسنجی، می‌توان در ارزیابی‌های پژوهشی از این شاخص‌ها به‌عنوان مکملی برای شاخص‌های سنتی مبتنی بر استناد بهره برد.

### پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

- در این پژوهش تنها برون‌دادهای پژوهشی نمایه شده در پایگاه استنادی اسکوپوس مورد مطالعه قرار گرفتند. پژوهش‌های آتی می‌توانند در راستای برطرف کردن این محدودیت، برون‌دادهای پژوهشی نمایه شده در پایگاه‌های استنادی دیگر از جمله وب‌علوم را مورد بررسی قرار داده و نتایج را با مقاله حاضر مقایسه نمایند.
- در این پژوهش، میزان حضور و توجه به برون‌دادهای پژوهشی حوزه اشتراک دانش در رسانه‌های اجتماعی تنها در پایگاه آلتمتریک اکسپلورر مورد مطالعه قرار گرفت. از آنجا که پوشش و الگوریتم‌های استفاده شده از سوی پایگاه‌های ارائه‌دهنده خدمات دگرسنجی با یکدیگر متفاوت است، تکرار این پژوهش با استفاده از داده‌های دیگر ارائه‌دهندگان ممکن است با نتایج متفاوتی همراه باشد.

### تقدیر و تشکر

این مقاله برگرفته از رساله دکتری با عنوان «تدوین مدل اشاعه ارزش آفرین دانش مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی در صنایع غذایی» در دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه تربیت مدرس است.

### فهرست منابع

ابراهیمی، س.، عفیفیان، ف.، و گل‌تاجی، م. (۱۳۹۷). آیا اشتراک دانش در شبکه علمی ریسرچ‌گیت شاخص‌های بهره‌وری پژوهشگران را افزایش می‌دهد؟ مطالعه موردی فیزیک‌دانان برتر جهان. *پژوهش‌نامه علم‌سنجی*، ۴(۸)، ۵۷-۵۷

<https://doi.org/10.22070/rsci.2018.614.۷۲>

عرفان‌منش، م. (۱۳۹۵). حضور مقاله‌های ایرانی علم اطلاعات و کتابداری در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه آلت‌متریک.

پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات، ۳۲(۲)، ۳۴۸-۳۷۳. <https://doi.org/10.35050/jipm010.2017.045>

Ahmed, Y. A., Ahmad, M. N., Ahmad, N., & Zakaria, N. H. (2019). Social media for knowledge-sharing: A systematic literature review. *Telematics and Informatics*, 37, 72-112. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.01.015>

Ali, P.M.N., Malik, B.A., & Reza, A. (2018). Bibliometric analysis of literature on knowledge sharing. *Annals of Library and Information Studies*, 65(4), 217-227. <https://doi.org/10.56042/alis.v65i4.20965>

Aromaa, S., Tsourma, M., Zikos, S., Kaasinen, E., Kreposna, M., Drosou, A., & Tzovaras, D. (2020). User experience of a social media-based knowledge sharing system in industry work. In Human Interaction and Emerging Technologies [Conference Presentation]. Proceedings of the 1st International Conference on Human Interaction and Emerging Technologies (IHET 2019), August 22-24, 2019, Nice, France (pp. 117-123). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-25629-6\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-030-25629-6_19)

Ceballos, H. G., Fangmeyer, J., Galeano, N., Juarez, E., & Cantu-Ortiz, F. J. (2017). Impelling research productivity and impact through collaboration: A scientometric case study of knowledge management. *Knowledge Management Research & Practice*, 15(3), 346-355. <https://doi.org/10.1057/s41275-017-0064-8>

Corcoran, N., & Duane, A. (2018). Using social media to enable staff knowledge sharing in higher education institutions. *Australasian Journal of Information Systems*, 22. <https://doi.org/10.3127/ajis.v22i0.1647>

Costas, R., Zahedi, Z., & Wouters, P. (2015). Do altmetrics correlate with citations? Extensive comparison of altmetric indicators with citations from a multidisciplinary perspective. *Journal of the Association for Information Science & Technology*, 66(10), 2003-2019. <https://doi.org/10.1002/asi.23309>

Ebrahimi, S., Afifian, F., & Goltaji, M. (2018). Does Knowledge Sharing in ResearchGate Scientific Network Increase Researchers' Productivity Indicators? Case Study of Top World Physicists. *Scientometrics Research Journal*, 4(8), 57-72. <https://doi.org/10.22070/rsci.2018.614> [In Persian].

Erfanmanesh, M. (2017). The Presence of Iranian Information Science and Library Science Articles in social media: An Altimetric Study. *Iranian Journal of Information Processing & Management*, 32(2), 349-373. <https://doi.org/10.35050/jipm010.2017.045> [In Persian].

Eysenbach, G. (2006). Citation advantage of open access articles. *PLOS Biology*, 4(5), e157. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.0040157>

Gaviria-Marin, M., Merigó, J. M., & Baier-Fuentes, H. (2019). Knowledge management: A global examination based on bibliometric analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 140, 194-220. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.006>

Ghalavand, H., Panahi, S., & Sedghi, S. (2021). How social media facilitate health knowledge sharing among physicians. *Behaviour & Information Technology*, 41(7), 1544-1553. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2021.1886326>

Kim, J., Lee, C., & Elias, T. (2010). Factors affecting information sharing in social networking sites amongst university students: Application of the knowledge-sharing model to social networking sites. *Online Information Review*, 39(3), 290-309 <https://doi.org/10.1108/OIR-01-2015-0022>

Haustein, S., Costas, R., & Larivière, V. (2015). Characterizing social media metrics of scholarly papers: The effect of document properties and collaboration patterns. *PLOS One*, 10(3), e0120495. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0120495>

Holmberg, K.J. (2015). *Altmetrics for information professionals: Past, present and future*. Chandos Publishing.

- Hoseini, M., Saghafi, F., & Aghayi, E. (2019). A multidimensional model of knowledge sharing behavior in mobile social networks. *Kybernetes*, 48(5), 906-929. <https://doi.org/10.1108/K-07-2017-0249>
- Naeem, M. (2019). Uncovering the role of social media and cross-platform applications as tools for knowledge sharing. *VINE Journal of Information & Knowledge Management Systems*, 49(3), 257-276. <https://doi.org/10.1108/VJKMS-01-2019-0001>
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2007). The knowledge-creating company. *Harvard Business Review*, 85(7/8), 162. <https://www.academia.edu/download/61456563/The-Knowledge-Creating-Company20191208-52913-jqqjmu.pdf>
- Ortega, J. L. (2018). Disciplinary differences of the impact of altmetric. *FEMS Microbiology Letters*, 365(7), 1-6. <https://doi.org/10.1093/femsle/fny049>
- Paulin, D., & Suneson, K. (2012). Knowledge transfer, knowledge sharing and knowledge barriers—three blurry terms in KM. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 10(1), 82-92. <https://academic-publishing.org/index.php/ejkm/article/view/953>
- Ramy, A., Floody, J., Ragab, M. A., & Arisha, A. (2018). A scientometric analysis of Knowledge Management Research and Practice literature: 2003–2015. *Knowledge Management Research & Practice*, 16(1), 66-77. <https://doi.org/10.1080/14778238.2017.1405776>
- Safitri, A., & Mahendrawathi, E. R. (2019). Social software and knowledge sharing: A systematic literature review. [In 2019 International Conference on Advanced Computer Science and Information Systems (ICACSIS)], October 12-13, 2019, Bali, Indonesia (pp. 389-394). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICACSIS47736.2019.8979920>
- Sankar, K., & Bouchard, S.A. (2009). *Enterprise web 2.0 fundamentals*. Cisco Press. <https://doi.org/10.5860/choice.47-3214>
- Seitz, S. R., & Misra, K. (2020). Knowledge sharing in social networks: considering the role of political skill and trust. *International Journal of Organization Theory & Behavior*, 23(2), 121-140. <https://doi.org/10.1108/ijotb-07-2019-0091>
- Selwyn, N. (2008). An investigation of differences in undergraduates' academic use of the internet. *Active Learning in Higher Education*, 9(1), 11-22. <https://doi.org/10.1177/1469787407086744>
- Serenko, A., Bontis, N., Booker, L., Sadeddin, K., & Hardie, T. (2010). A scientometric analysis of knowledge management and intellectual capital academic literature (1994-2008). *Journal of Knowledge Management*, 14(1), 3-23. <https://doi.org/10.1108/13673271011015534>
- Serenko, A. (2013). Meta-analysis of scientometric research of knowledge management: Discovering the identity of the discipline. *Journal of Knowledge Management*, 17(5), 773-812. <https://doi.org/10.1108/JKM-05-2013-0166>
- Serenko, A. (2021). A structured literature review of scientometric research of the knowledge management discipline: a 2021 update. *Journal of Knowledge Management*, 25(8), 1889-1925. <https://doi.org/10.1108/JKM-09-2020-0730>
- Thelwall, M., Haustein, S., Larivière, V., & Sugimoto, C. R. (2013). Do altmetrics work? Twitter and ten other social web services. *PLOS One*, 8(5), e64841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0064841>
- Weller, K. (2015). Social Media and Altmetrics: An Overview of Current Alternative Approaches to Measuring Scholarly Impact. In: Welpel, I., Wollersheim, J., Ringelhan, S., Osterloh, M. (eds) *Incentives and Performance*. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-09785-5\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-319-09785-5_16)
- Zarei, E., & Jabbar Zadeh, A. (2019). Knowledge management and social media: A scientometrics survey. *International Journal of Data and Network Science*, 3, 359-378. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2019.2.008>

## پیوست ۱: فرمول جستجو در پایگاه اسکوپوس

(TITLE ("knowledge transfer" AND "social media") OR TITLE ("knowledge transfer" AND "social network\*") OR TITLE ("knowledge transfer" AND "social software\*") OR KEY ("knowledge transfer" AND "social media") OR KEY ("knowledge transfer" AND "social network\*") OR KEY ("knowledge transfer" AND "social software\*") OR TITLE ("knowledge sharing" AND "social media") OR TITLE ("knowledge sharing" AND "social network\*") OR TITLE ("knowledge sharing" AND "social software\*") OR KEY ("knowledge sharing" AND "social media") OR KEY ("knowledge sharing" AND "social network\*") OR KEY ("knowledge sharing" AND "social software\*") OR TITLE ("knowledge dissemination" AND "social media") OR TITLE ("knowledge dissemination" AND "social network\*") OR TITLE ("knowledge dissemination" AND "social software\*") OR KEY ("knowledge dissemination" AND "social media") OR KEY ("knowledge dissemination" AND "social network\*") OR KEY ("knowledge dissemination" AND "social software\*") OR TITLE ("knowledge exchange" AND "social media") OR TITLE ("knowledge exchange" AND "social network\*") OR TITLE ("knowledge exchange" AND "social software\*") OR KEY ("knowledge exchange" AND "social media") OR KEY ("knowledge exchange" AND "social network\*") OR KEY ("knowledge exchange" AND "social software\*") OR TITLE ("knowledge diffusion" AND "social media") OR TITLE ("knowledge diffusion" AND "social network\*") OR TITLE ("knowledge diffusion" AND "social software\*") OR KEY ("knowledge diffusion" AND "social media") OR KEY ("knowledge diffusion" AND "social network\*") OR KEY ("knowledge diffusion" AND "social software\*") OR TITLE ("knowledge distribution" AND "social media") OR TITLE ("knowledge distribution" AND "social network\*") OR TITLE ("knowledge distribution" AND "social software\*") OR KEY ("knowledge distribution" AND "social media") OR KEY ("knowledge distribution" AND "social network\*") OR KEY ("knowledge distribution" AND "social software\*"))