



# Investigating the Presence of Iranian Open Access Journals Indexed in Scopus Citation Database in Social Media Based on Altmetrics Indicators

Fereshteh Nojavan<sup>1\*</sup>, Amir Ghasemian<sup>2</sup>, Amir Reza Asnafi<sup>3</sup>

<sup>1</sup> PhD Student of Knowledge and Information Science Department, Isfahan University, Isfahan, Iran  
nojavan.f67@gmail.com

<sup>2</sup> MA student of Knowledge and Information Science Department, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran  
Amiramir13731373@gmail.com

<sup>3</sup> Faculty member of Knowledge and Information Science Department, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran  
aasnafi@gmail.com

## Abstract

The present study was conducted to study the status of the presence of Iranian open access journals indexed in the Scopus citation database in scientific social networks based on metamorphic indicators. The present study was applied and was performed using altmetrics indicators. The study population includes Iranian Open Access journals that are indexed in the Scopus citation database and are present in at least one social media. After reviewing the journals' website, 42 journal titles were selected as the study population. Indicators used in this study include follower, following, connection, view, total citations, and three-year citations in Scopus. SPSS software version 22 was used to investigate statistically significant relations between altmetrics indicators and citations. In this study, the results showed that there is a statistically significant positive relations between three-year citation received and followers in the academia, three-year citation received and view in the academia and followers with view in the academia. In other words, with more followers and view in the profiles of journals, the amount of citations received by journals in the Scopus citation database increases.

**Keywords:** Open access journal, Altmetrics, Citation index, Social media.

## بررسی وضعیت حضور مجلات ایرانی دسترسی آزاد نمایه شده در پایگاه استنادی اسکوپوس در رسانه‌های اجتماعی بر اساس شاخص‌های دگرسنجه

فرشته نوجوان\*<sup>۱</sup>، امیر قاسمیان<sup>۲</sup>، و امیررضا اصنافی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه اصفهان، اصفهان  
nojavan.f67@gmail.com

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد، رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه شهید بهشتی، تهران  
Amiramir13731373@gmail.com

<sup>۳</sup> عضو هیئت‌علمی گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران  
aasnafi@gmail.com

### چکیده

پژوهش حاضر به منظور مطالعه وضعیت حضور مجلات ایرانی دسترسی آزاد نمایه شده در پایگاه استنادی اسکوپوس در رسانه‌های اجتماعی بر اساس شاخص‌های دگرسنجه انجام شد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و با استفاده از شاخص‌های دگرسنجه انجام شد. جامعه پژوهش را مجله‌های ایرانی دسترسی آزاد که در پایگاه استنادی اسکوپوس نمایه شده‌اند و حداقل در یک رسانه اجتماعی حضور دارند را شامل می‌شود که پس از بررسی وبسایت مجلات، ۴۲ عنوان مجله به‌عنوان جامعه پژوهش انتخاب شد. شاخص‌هایی که در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت شامل دنبال‌کننده، دنبال‌شونده، ارتباطات، دیده شدن، استنادات کل و استنادات سه ساله در اسکوپوس است. نرم‌افزار اس.پی.اس.اس. نسخه ۲۲ برای بررسی رابطه معناداری بین شاخص‌های دگرسنجه و استناد مورد استفاده قرار گرفت. در این پژوهش، نتایج نشان داد رابطه آماری معناداری مثبت بین استناد دریافتی سه ساله و دنبال‌کنندگان در آکادِمیا، استناد دریافتی سه ساله و دیده شدن در آکادِمیا و دنبال‌کنندگان با دیده شدن در آکادِمیا وجود دارد. به بیان دیگر با بیشتر شدن شاخص دنبال‌کنندگان و دیده شدن در پروفایل مجلات، میزان استنادات دریافتی مجلات در پایگاه استنادی اسکوپوس افزایش می‌یابد.

### کلمات کلیدی

مجله دسترسی آزاد، دگرسنجه، پایگاه استنادی، رسانه اجتماعی علمی

#### ۱- مقدمه

اشتراک‌گذاری مقالات در میان میلیون‌ها نفر در جهان به‌صورت رایگان هستند. شبکه‌های اجتماعی علمی فضای جدیدی را برای ارتباط بین محققان فراهم کرده و ابزار اصلی برای ترویج دانش به شمار می‌روند [۲]. استفاده از این شبکه‌ها در میان جوامع علمی افزایش یافته و برخی از این شبکه‌ها از قبیل ریسرچ‌گیت و آکادِمیا به‌عنوان ابزارهای کاربردی برای اشاعه نتایج پژوهشی و اشتراک دانش در حوزه‌های مختلف کاربرد فراوان دارند [۲]. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی علمی به افزایش تبادل اطلاعات تخصصی و

یکی از اساسی‌ترین نیازهای بشر، دسترسی به اطلاعات است. تا زمانی که اطلاعات وجود نداشته باشد تأمین هیچ‌یک از نیازهای بشر، میسر نیست. بشر بیشتر از گذشته، خود را نیازمند داشتن اطلاعات و برقراری ارتباط با جوامع دیگر برای کسب اطلاعات می‌داند. بدون اطلاعات، جامعه بشری تمدن خود را از دست خواهد داد [۱]. شبکه‌های اجتماعی آسان‌ترین روش برای به

است. مجله علم اطلاعات بیشترین میزان حضور در رسانه‌های اجتماعی (پوشش ۱۰۰ درصد) را داشته است. نتایج آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن<sup>۱</sup> وجود رابطه آماری معنادار و مثبت میان شاخص‌های فعالیت آلت‌متریک و کیفیت مجله‌ها را نشان داد [۶]. منصورکیایی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله خود به بررسی میزان اشاعه مقالات علمی پژوهشگران علم اطلاعات و دانش‌شناسی جهان در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. روش پژوهش از نوع مطالعات علم‌سنجی بود که با روش تحلیل محتوا و با استفاده از شاخص‌های آلت‌متریک انجام شد. تمام مقالات حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی نمایه شده در پایگاه وب آو ساینس از نظر شاخص‌های آلت‌متریک و همچنین تحلیل محتوای مقالات در شبکه‌ای اجتماعی مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد که میزان نرخ رشد سالانه اشاعه مقالات علمی در شبکه‌های اجتماعی از سال ۲۰۰۵ تا اواسط سال ۲۰۱۶، ۳۲ درصد بوده که بیشترین میزان اشاعه مربوط به رسانه اجتماعی ریسرچ‌گیت به مقدار ۷۸ درصد و بیشترین فراوانی حوزه‌های موضوعی اشاعه یافته در شبکه‌های اجتماعی کتابداری و اطلاع‌رسانی، بازیابی اطلاعات و کتاب‌سنجی است [۷].

صراطی شیرازی (۱۳۹۸) در مقاله خود تحت عنوان مطالعه آلت‌متریک مقاله‌های ایرانی نمایه شده در نمایه علوم اجتماعی به بررسی حضور مقاله‌های ایرانی نمایه شده در نمایه علوم اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی و ارتباط میان حضور در رسانه‌های اجتماعی و عملکرد استنادی آن‌ها پرداخت. روش این پژوهش از نوع کاربردی بوده و با رویکرد علم‌سنجی و استفاده از شاخص‌های آلت‌متریک انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل داده‌های مربوط به انتشارات ایرانی در نمایه استنادی علوم اجتماعی پایگاه وب آو ساینس بود که دارای شناسگر شیء دیجیتال اشیا هستند. نتایج نشان داد که مقالات ایرانی نمایه شده در پایگاه نمایه استنادی علوم اجتماعی، حدود ۹۰ درصد میزان حضور را در رسانه‌های اجتماعی کسب کرده‌اند و در میان رسانه‌های اجتماعی نیز توییت رتبه اول را به دست آورد. همچنین نتایج نشان داد که رابطه معنی‌داری میان استنادات دریافتی در پایگاه وب آو ساینس و امتیاز آلت‌متریکس و شاخص‌های آلت‌متریکس اغلب رسانه‌های اجتماعی وجود دارد [۴].

لی، ثلوال و گیوستنی<sup>۲</sup> (۲۰۱۱) ضمن مطالعه میزان نشانه‌گذاری مقاله‌های منتشر شده در مجله‌های ساینس و نیچر در رسانه‌های اجتماعی مدیریت منابع بیان می‌کنند ۹۲ درصد این مقاله‌ها در مندلی و ۶۰ درصد نیز در سایت یو لایک دست‌کم توسط یک کاربر نشانه‌گذاری شده‌اند [۱۲]. این‌نباخ<sup>۳</sup> (۲۰۱۱) در مطالعه ۴۲۰۸ توییت منتشر شده درباره ۲۸۶ مقاله مجله پژوهش‌های اینترنت پزشکی، ضمن اشاره به رابطه آماری معنادار میان میزان اشتراک مقاله‌ها در توییت و میزان استنادهای دریافتی آن‌ها در وب علوم بیان می‌کند که مقاله‌های منتشر شده در توییت به میزان ۱۱ برابر شانس بیشتری برای دریافت استناد و تبدیل به مقاله‌های پراستاد دارند [۱۰].

نوردینی و پترز<sup>۴</sup> (۲۰۱۶) در پژوهشی عملکرد فعالیت دگرسنجه ۳۰ مجله در حوزه اقتصاد و بازرگانی را مطالعه کردند و از مندلی، توییت، و رسانه‌های خبری به‌عنوان مهم‌ترین ابزار اجتماعی منتشر کننده برون‌دادهای پژوهشی در

بهره‌گیری از خرد جمعی و در نتیجه ارتقای علم منتهی می‌شود. از دیگر مزایای فعالیت در این شبکه‌ها، رویت‌پذیری مقالات و تولیدات علمی اعضا است و این در حالی است که میزان رویت‌پذیری تولیدات علمی از شاخص‌های تعیین‌کننده توسعه علمی کشورها محسوب می‌شود [۸]. از این رو در سال‌های اخیر ناشران و سردبیران مجلات دسترسی آزاد برای بازیابی و دیده شدن مقالات مجلات و به دنبال آن افزایش استناد، توجه زیادی را برای حضور در رسانه‌های اجتماعی علمی کرده‌اند و همچنین طبق بررسی پیشینه‌ها مشخص شد که کمتر پژوهشی در این زمینه صورت گرفته است بنابراین در این مقاله سعی می‌شود تا حضور مجلات ایرانی دسترسی آزاد نمایه شده در پایگاه اسکوپوس با رویکرد دگرسنجه بررسی شود. نگاهی به متون مختلف نشان می‌دهد مطالعات زیادی در خصوص رویکرد دگرسنجه در زمینه مقالات و مجلات در حوزه‌های دانشی گوناگون انجام شده است که برخی از آن‌ها به شرح زیر است.

عرفان‌منش (۱۳۹۵) در مقاله خود تحت عنوان "حضور مقاله‌های بین‌المللی ایرانی علم اطلاعات و کتابداری در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه آلت‌متریک" بیان کرد که رابطه معناداری میان تعداد خوانندگان مقاله‌های علم اطلاعات و کتابداری ایران در مندلی و سایت یو لایک با تعداد استنادهای دریافتی این مقاله‌ها در پایگاه وب علوم است، همچنین بررسی انواع رسانه‌های اجتماعی مختلف نشان داد که توییت (۸۰/۵۵)، مندلی (۷۷/۷۷)، و سایت یو لایک (۲۲/۲۲) مهم‌ترین رسانه‌های اجتماعی منتشر شده مقاله‌های علم اطلاعات و کتابداری ایران بوده‌اند [۵]. صراطی شیرازی و گل‌تاجی (۱۳۹۷) در مقاله خود به مطالعه مقالات علمی حوزه سواد سلامت در رسانه اجتماعی پرداخته‌اند. رویکرد این پژوهش علم‌سنجی و با استفاده از روش آلت‌متریکس انجام گرفته است. جامعه پژوهش را مقالات حوزه سواد سلامت در سال ۲۰۱۵ تشکیل داده‌اند. یافته‌ها نشان داد که بیشترین استفاده از مقالات مورد بررسی از طریق رسانه‌های اجتماعی مندلی و توییت بوده است که به ترتیب با ۴۹۲، ۴۸۷ مقاله رتبه‌های اول و دوم را داشته‌اند. یافته‌ها حاکی از وجود رابطه معنی‌دار مثبتی بین بیشتر شاخص‌های آلت‌متریکس و تعداد استنادات دریافتی در وب آو ساینس بود. ۹ مقاله توسط نویسندگان ایرانی حوزه سواد سلامت به رشته تحریر درآمده است که ۶ مورد آن دارای شناسه‌گر شیء دیجیتال بودند که پس از جستجو در سایت آلت‌متریک مشخص شد که این ۶ مقاله بیشتر در رسانه‌های اجتماعی مندلی و توییت مورد استفاده قرار گرفته‌اند و به ترتیب دارای ۱۳۴ خواننده در مندلی و ۶۴ توییت بوده‌اند [۳].

عرفان‌منش (۱۳۹۷) در مقاله خود رابطه میان شاخص‌های آلت‌متریک و کیفیت مجله‌های علم اطلاعات و کتابداری در اسکوپوس را بررسی کرده است. در این پژوهش فعالیت ۱۳۴ نشریه علم اطلاعات و کتابداری نمایه شده در پایگاه اسکوپوس با روش توصیفی و همبستگی و شاخص‌های آلت‌متریک و کتاب‌سنجی بررسی شد. یافته‌ها نشان داد که ۶۶۳۸ مقاله منتشر شده دارای شناسگر شیء دیجیتال در مجله‌های علم اطلاعات و کتابداری در سال ۲۰۱۵ به تعداد ۲۵۲۴ مقاله دست‌کم یک بار در رسانه‌های اجتماعی اشاره شده

که اکثر رویدادهای آلت‌متریک به نشریات در زمینه علوم زیست‌پزشکی و بهداشت، علوم اجتماعی و انسانی و علوم زمین مرتبط هستند [۱۱].

## ۲- اهداف پژوهش

۱. مطالعه میزان استفاده مجلات از رسانه‌های اجتماعی مختلف؛
۲. مطالعه میزان فعال یا غیرفعال بودن در دو رسانه اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات؛
۳. مطالعه تعیین مجلات برتر از نظر شاخص‌های دنبال کننده، دنبال شونده و ارتباطات در دو رسانه اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات و؛
۴. مطالعه رابطه آماری معناداری بین شاخص‌های دگرسنجه و استناد مجلات.

## ۳- سؤالات پژوهش

۱. وضعیت کلی استفاده مجلات ایرانی دسترسی آزاد نمایه شده در پایگاه استنادی اسکوپوس در رسانه‌های اجتماعی مختلف چگونه است؟
۲. وضعیت فعال یا غیرفعال بودن در دو رسانه اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات چگونه است؟
۳. مجلات برتر از نظر شاخص‌های دنبال کننده، دنبال شونده، دیده شدن و ارتباطات در دو رسانه اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات کدام‌ها هستند؟
۴. آیا رابطه آماری معناداری بین شاخص‌های دگرسنجه و میزان استناد مجلات در دو رسانه اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات وجود دارد؟

## ۴- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع کاربردی بوده و با استفاده از شاخص‌های دگرسنجه انجام شد. جامعه پژوهش را مجله‌های ایرانی دسترسی آزاد که در پایگاه استنادی اسکوپوس نمایه شده‌اند و حداقل در یک رسانه اجتماعی حضور دارند را شامل می‌شود. برای شناسایی مجلات از رتبه‌بندی سایمگو<sup>۱۱</sup> با فیلتر کردن جستجو به ایران و دسترسی آزاد، استفاده شد. رسانه‌های اجتماعی مورد مطالعه شامل ریسرچ گیت، مندلی، آکادمیا، توئیتر، لینکدین، سایت یو لایک و ویکی‌پدیا و غیره است.

برای شناسایی حضور مجلات در رسانه‌های اجتماعی، در وبسایت مجلات قسمت "نمایه‌ها و چکیده نامه‌ها"، صفحه اصلی وبسایت مجله، در قسمت "جستجو"<sup>۱۱</sup> خود رسانه‌های اجتماعی با عناوین مختلف مجلات و کلیدواژه‌های مختلف برای افزایش احتمال بازیابی، بررسی صورت گرفت و در پایان ۴۲ عنوان مجله به‌عنوان جامعه پژوهش انتخاب شد. شاخص‌هایی که در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت شامل دنبال کننده<sup>۱۲</sup>، دنبال شونده<sup>۱۳</sup>، ارتباطات<sup>۱۴</sup>، دیده شدن<sup>۱۵</sup>، استنادات کل و استنادات سه ساله در اسکوپوس

مجله‌های مطالعه شده نام بردند. همچنین در این پژوهش، رابطه آماری معنادار میان نمره آلت‌متریک و استناد دریافتی مقاله‌ها در پایگاه وب علوم مشاهده شد [۱۳]. پپلز و همکاران<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۶) در پژوهش خود، رابطه آماری معنادار و مثبتی میان اشتراک در توئیتر و تأثیرگذاری استنادی مقاله‌های منتشر شده را در ۲۰ مجله حوزه بوم‌شناسی گزارش کرده‌اند. با وجود این، یافته‌های این پژوهش نشان داد مقاله‌های منتشر شده در مجله‌های دارای ضریب تأثیر بیشتر، الزاماً به میزان بیشتری در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته نشده‌اند [۱۴]. اردت و همکاران<sup>۱۶</sup> (۲۰۱۶) در مقاله خود به بررسی تأثیر پژوهش‌ها در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه آلت‌متریک، پرداخته‌اند. در این پژوهش در مجموع ۱۷۲ مقاله مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این تجزیه و تحلیل نشان داد که افزایش مداوم پژوهش‌ها در آلت‌متریک از سال ۲۰۱۱ است. نتایج نشان داد که مندلی دارای بالاترین پوشش (۵۹٪) در ۱۵ مطالعه است. یک آنالیز در بیش از ۴۰ مطالعه نشان داد که به‌طور کلی یک همبستگی ضعیف در بین متغیرهای اندازه‌گیری و تعداد استنادها وجود دارد [۹].

تورس‌سالیانس، رویسنسون‌گازسیا و گورایز<sup>۱۷</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی کتاب‌های منتشر شده توسط دانشگاه گراندرا در طی سال‌های ۲۰۱۰-۲۰۱۶ را بر اساس شاخص‌های کاربرد، اشاره و حضور در رسانه‌های اجتماعی، ذخیره‌سازی در ابزار مدیریت مراجع و استناد (با استفاده از ۱۸ سنجه و داده‌های پلامیکس) مورد بررسی قرار دادند. یافته‌ها نشان داد که تنها حدود ۴۰ درصد از کتاب‌های مورد بررسی حداقل یکی از سنجه‌ها را داشته‌اند. همچنین شاخص‌های کاربرد با ۷۹ درصد و شاخص‌های ذخیره‌سازی با ۲۰ درصد دارای بیشترین میزان فراوانی بوده‌اند. ضمن این که میزان اشاره در رسانه‌های اجتماعی و استناد این کتاب‌ها تقریباً نزدیک به صفر بوده است [۱۵]. ویسایک<sup>۱۸</sup> (۲۰۱۹) در مقاله خود به بررسی تأثیر آلت‌متریک بر استنادها و میزان مطالعه در تحقیقات ارتباطی پرداخته است. این مطالعه چگونگی تأثیر این معیارها بر خوانندگان و استنادها را نسبت به مقالات در پژوهش‌های ارتباطی بررسی کرده است. این مقاله داده‌های استنادی را در کنار داده‌های آلت‌متریک از سایت‌های دانشگاهی، شبکه‌های اجتماعی مانند ریسرچ گیت و مندلی بررسی کرده است. نتایج نشان داد که تمام آلت‌متریک‌ها با استناد رابطه مثبت دارند. ارسال مقالات در سایت‌های مانند مندلی و ریسرچ گیت، نه تنها بر خوانندگان تأثیر گذاشته است، بلکه احتمال استناد را افزایش داده است. متغیرهای دیگری که باعث بهبود مطالعه و استناد به خوانندگان شدند، همکاری و حضور فعال در میان پژوهشگران بود [۱۶].

فانگ و همکاران<sup>۱۹</sup> (۲۰۲۰) در مقاله خود به تجزیه و تحلیل گسترده از حضور داده‌های آلت‌متریک برای انتشارات وب آو ساینس در زمینه‌های موضوعی و پژوهشی پرداخته‌اند. بر اساس داده‌های آلت‌متریک و مندلی که تا سال ۲۰۱۹ جمع‌آوری شده‌اند، در این مقاله نتایج نشان داد که حتی اگر روند صعودی حضور داده‌ها در طول زمان مشاهده شود، به‌جز خوانندگان مندلی و توئیتر، حضور کلی اکثر داده‌های دگرسنجه هنوز کم است. یافته‌ها نشان داد

جدول (۲) نشان می‌دهد. که طبق یافته‌ها سه مجله GJESM، IJHPM، CJ در دو شاخص مختلف در رتبه‌های برتر قرار داشتند.

برای مطالعه ارتباط میان پنج شاخص ذکر شده در جدول (۳)، با توجه به توزیع غیر نرمال شاخص‌ها، از آزمون همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن استفاده شد و نتایج نشان داد رابطه آماری معناداری مثبت بین استناد دریافتی سه ساله و دنبال کنندگان در آکادمیا، استناد دریافتی سه ساله و دیده شدن در آکادمیا و دنبال کنندگان با دیده شدن در آکادمیا وجود دارد. به بیان دیگر با بیشتر شدن شاخص دنبال کنندگان و دیده شدن در پروفایل مجلات، میزان استنادات دریافتی مجلات در پایگاه اسکوپوس افزایش می‌یابد. همچنین با افزایش دنبال کنندگان، میزان دیده شدن در آکادمیا افزایش می‌یابد. علاوه بر این بین استناد دریافتی سه ساله و دنبال شونده‌گان در آکادمیا و همچنین بین کل استنادات با دنبال کنندگان در لینکدین رابطه آماری معنی‌داری یافت نشد.

جدول (۱): وضعیت مجلات مورد مطالعه در شاخص‌های دنبال کننده و

**ارتباطات در رسانه اجتماعی لینکدین**

موقعیت استفاده ارتباطات	عنوان مجله	دنبال کننده
+۵۰۰	IJMS	۸۷۹۰
+۵۰۰	CJ	۸۵۵۰
+۵۰۰	CMMJ	۴۱۸۹
+۵۰۰	MEJC	۲۹۳۶
+۵۰۰	IJEEE	۲۳۹۷
+۵۰۰	JITM	۲۲۴۸
+۵۰۰	PJ	۱۳۵۰
+۵۰۰	PS	۱۱۵۳
+۵۰۰	IJP	۸۱۳
+۵۰۰	ABJS	۵۲۷

جدول (۲): وضعیت مجلات مورد مطالعه در شاخص‌های دنبال کننده و

**ارتباطات در رسانه اجتماعی آکادمیا**

عنوان مجله	دنبال کننده	دنبال شونده	دیده شدن
IJHPM	۲۷۱۳	۲۹۹۵	
BJ	۲۲۵		
IRJ	۲۲۴		
BCN			۶۸۰۵
GJESM			۳۹۸۴
CJ			۲۴۹۴

است. نرم‌افزار اس.پی.اس.اس.<sup>۱۶</sup> نسخه ۲۲ برای بررسی رابطه معناداری بین شاخص‌ها و استناد مورد استفاده قرار گرفت.

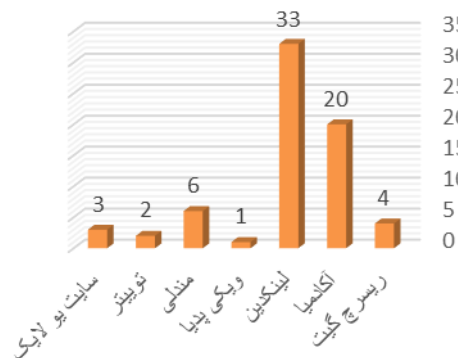
## ۵- یافته‌ها

از ۱۴۸ مجله ایرانی دسترسی آزاد نمایه شده در پایگاه استنادی اسکوپوس ۴۲ عنوان مجله حداقل در یک رسانه اجتماعی دارای پروفایل بودند و پراکندگی مجلات در این رسانه‌های اجتماعی در نمودار (۱) نشان داده شده است و یافته‌ها حاکی از آن است که مجلات بیشترین حضور را به ترتیب در رسانه‌های اجتماعی لینکدین و آکادمیا دارند.

در این پژوهش پروفایل مجلات را در دو رسانه اجتماعی آکادمیا و لینکدین که رسانه‌های اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات بودند از نظر فعالیت‌هایی مثل پست کردن مرتب مقاله‌هایی که در مجله خود چاپ کرده‌اند و لایک کردن پست‌های دیگران بررسی کردیم و طبق نتایج، پروفایل‌های بدون هیچ فعالیتی و یا عدم فعالیت در چند سال اخیر به‌عنوان غیرفعال در نظر گرفته شدند. بر این اساس، یافته‌ها نشان داد که در رسانه اجتماعی لینکدین نزدیک نصف مجلات (۱۷ مجله از ۳۳ مجله دارای پروفایل) بدون فعالیت بودند و در این رسانه اجتماعی فقط اقدام به ساخت پروفایل کرده بودند و همچنین در رسانه اجتماعی آکادمیا از ۲۰ مجله دارای پروفایل، ۱۲ مجله فعالیت داشتند.

۱۰ مجله برتر (از ۱۶ مجله فعال) از نظر شاخص‌های دنبال کننده و ارتباطات در رسانه اجتماعی لینکدین در جدول (۱) نشان داده شده است. تمام ۱۰ مجله موردنظر بیش از ۵۰۰ تا ارتباطات داشتند و از نظر شاخص دنبال کننده، مجله‌های CJ، IJMS، CMMJ به ترتیب با ۸۷۹۰، ۸۵۵۰ و ۴۱۸۹ در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند.

همچنین بررسی مجله‌ها در رسانه اجتماعی آکادمیا از نظر سه شاخص دنبال کننده، دنبال شونده و دیده شدن، سه مجله برتر در هر شاخص را در



نمودار ۱- وضعیت کلی استفاده مجلات دسترسی آزاد نمایه شده در

اسکوپوس از رسانه‌های اجتماعی

**جدول (۳): بررسی رابطه آماری معناداری بین شاخص‌های دگرسنجه و میزان استناد مجلات در رسانه‌های اجتماعی برتر مورد استفاده مجلات**

دنیال کنندگان با دیده شدن در آکادیا	کل استنادات با دنیال کنندگان در لینکدین	استناد دریافتی سه ساله و دیده شدن در آکادیا	استناد دریافتی سه ساله و دنیال شونده‌گان در آکادیا	استناد دریافتی سه ساله و دنیال کنندگان در آکادیا	آزمون آماری
۰/۹۵۷	۰/۱۲۱	۰/۶۱۱	۰/۴۵۹	۰/۶۴۳	ضریب همبستگی (اسپیرومن)
۰/۰۰۰	۰/۶۵۶	۰/۰۱۶	۰/۰۸۵	۰/۰۱۰	معناداری (P-Value)

**جدول (۴): مطالعه رابطه معناداری حضور در رسانه اجتماعی لینکدین و استناد دریافتی**

ارتباطات و استناد دریافتی سه ساله در لینکدین	آزمون آماری
۰/۱۲۳	ضریب همبستگی (پیرسون)
۰/۶۴۹	معناداری (P-Value)

انجام دهند و جزو وظایف اساسی دست‌اندرکاران مجله لحاظ شود تا دسترس‌پذیری، رؤیت‌پذیری، اثرگذاری، مقالات و کیفیت مجله را در سطح ملی و بین‌المللی از این طریق افزایش دهند.

## مراجع

- [۱] اصنافی، امیررضا. "تأملی بر میزان حضور اعضای هیئت‌علمی دانشگاه شهید بهشتی در شبکه علمی ریسرچ‌گیت". تعامل انسان و اطلاعات، جلد ۲، شماره ۳، صص ۶۱-۷۰، ۱۳۹۴.
- [۲] رضانی، ابودر و همکاران، "ارزیابی شاخص‌های آلت‌متریک دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران در شبکه‌های اجتماعی علمی ریسرچ‌گیت و آکادیا"، مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی، جلد ۴، شماره ۱، صص ۲۳-۳۰، ۱۳۹۶.
- [۳] صراطی شیرازی، منصوره، گل تاجی، مرضیه، "مطالعه آلت‌متریک مقالات علمی حوزه "سواد سلامت" در رسانه‌های اجتماعی"، پایش، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۲۴۹-۲۵۶، ۱۳۹۷.
- [۴] صراطی شیرازی، منصوره، "مطالعه آلت‌متریک مقاله‌های ایرانی نمایه شده در نمایه علوم اجتماعی"، علوم و فنون مدیریت اطلاعات، دوره ۱۷، شماره ۱۷، صص ۱۶۳-۱۹۰، ۱۳۹۸.

در ادامه برای مطالعه ارتباط میان شاخص‌های استناد دریافتی سه ساله و ارتباطات در لینکدین به دلیل توزیع نرمال داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و مطابق جدول (۴) نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین این شاخص‌ها وجود ندارد.

## ۶- نتیجه‌گیری و بحث

پژوهش حاضر با هدف مطالعه وضعیت حضور مجلات ایرانی دسترسی آزاد نمایه شده در پایگاه استنادی اسکوپوس در رسانه‌های اجتماعی بر اساس شاخص‌های دگرسنجه انجام شد. در این راستا، نتایج نشان داد مجلات به ترتیب در دو رسانه اجتماعی لینکدین و آکادیا پروفایل داشتند که از این میان ۶۰ درصد مجلات دارای اکانت در آکادیا و ۴۸ درصد مجلات دارای اکانت در لینکدین، حضور فعال در این رسانه‌ها داشتند. همچنین طبق یافته‌ها مشخص شد مجله Cell Journal (CJ) در هر دو رسانه اجتماعی لینکدین و آکادیا طبق شاخص‌های مورد بررسی جز مجلات برتر است. در ادامه رابطه آماری معناداری مثبت بین دنیال کنندگان و استناد دریافتی سه ساله در آکادیا، دیده شدن و استناد دریافتی سه ساله و دنیال کنندگان با دیده شدن در آکادیا یافت شد. به بیان دیگر با بیشتر شدن شاخص دنیال کنندگان و دیده شدن در پروفایل مجلات، میزان استنادات دریافتی مجلات در پایگاه اسکوپوس افزایش می‌یابد. همچنین با افزایش دنیال کنندگان، میزان دیده شدن در آکادیا افزایش می‌یابد. علاوه بر این بین دنیال شونده‌گان و استناد دریافتی سه ساله در آکادیا و همچنین بین دنیال کنندگان با کل استنادات در لینکدین رابطه آماری معنی‌داری یافت نشد. در این پژوهش، برای مطالعه ارتباط میان شاخص‌های ارتباطات و استناد دریافتی سه ساله در لینکدین به دلیل توزیع نرمال داده‌ها از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد و نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین این شاخص‌ها وجود ندارد.

با توجه به نتایج پژوهش حاضر و پژوهش‌های پیشین، نتایج حضور در رسانه‌های اجتماعی و اشتراک‌گذاری تولیدات علمی و افزایش رؤیت‌پذیری توسط پژوهشگران و خوانندگان باعث افزایش اثرگذاری تولیدات علمی و افزایش استنادات آن‌ها می‌شود.

در این راستا برای بازاریابی جهت دیده شدن تولیدات علمی، حضور فعال و به اشتراک‌گذاری منظم مقالات چاپ شده در مجله، در رسانه‌های اجتماعی بخصوص رسانه‌های اجتماعی علمی مثل آکادیا و لینکدین لازم و ضروری است که این خود باعث جذب هر چه بیشتر دنیال کننده‌ها و افزایش استناد مقالات می‌شود.

به‌طور کلی مدیران مجله‌های علمی با آگاهی از مزایای حضور در رسانه‌های اجتماعی، در جهت اشتراک‌گذاری مقاله‌های تولیدی اقدامات اساسی نظیر ایجاد پروفایل و حضور فعال در رسانه‌های اجتماعی مختلف را

- 
- <sup>1</sup> Spearman
  - <sup>2</sup> Li, Thelwall and Giustini
  - <sup>3</sup> Eysenbach
  - <sup>4</sup> Nuredini and Peters
  - <sup>5</sup> Peoples et al
  - <sup>6</sup> Erdet et al
  - <sup>7</sup> Torres-Salinas, Robinson-Garcia and Gorraiz
  - <sup>8</sup> Wasike
  - <sup>9</sup> Fang et al
  - <sup>10</sup> SCImago
  - <sup>11</sup> Search
  - <sup>12</sup> Followers
  - <sup>13</sup> Following
  - <sup>14</sup> Connections
  - <sup>15</sup> View
  - <sup>16</sup> SPSS

- [5] عرفان منش، محمدمین، "حضور مقاله‌های بین‌المللی ایرانی علم اطلاعات و کتابداری در رسانه‌های اجتماعی: مطالعات آلت‌متریک"، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، جلد ۳۳، شماره ۲، صص ۳۳۹-۳۷۳، ۱۳۹۵.
- [6] عرفان منش، محمدمین، "رابطه میان شاخص‌های فعالیت آلت‌متریک و کیفیت مجله‌های علم اطلاعات و کتابداری در اسکوپوس"، مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، جلد ۲۹، شماره ۲، صص ۷-۲۶، ۱۳۹۷.
- [7] منصورکیائی، ربابه و همکاران، "ارزیابی میزان اشاعه مقالات علمی پژوهشگران علم اطلاعات و دانش‌شناسی جهان در شبکه‌های اجتماعی"، پژوهش‌نامه علم‌سنجی، جلد ۴، شماره ۷، صص ۱۵۹ - ۱۷۶، ۱۳۹۷.
- [8] Boyd, D. M., Ellison, N. B., "Social network sites: definition, history, and scholarship", *Journal of Computer Mediated Communication*, Vol. 1, No. 13, pp. 210-30, 2007.
- [9] Erdt, M., et al., "Altmetrics: An analysis of the state-of-the-art in measuring research impact on social media", *Scientometrics*, Vol. 109, No. 2, pp. 1117-1166, 2016.
- [10] Eysenbach, G., "Can tweets predict citations? Metrics of social impact based on Twitter and correlation with traditional metrics of impact", *Journal of Medical Internet Research*, Vol. 13, No. 4, e123, 2011.
- [11] Fang, Z., Costas, R., "Studying the accumulation velocity of altmetric data tracked by Altmetric.com", *Scientometrics*, Vol. 123, No. 2, pp. 1077-1101, 2020.
- [12] Li, X., Thelwall, M., Giustini, D., "Validating online reference managers for scholarly impact measurement", *Scientometrics*, Vol. 91, No. 2, pp. 461-471, 2011.
- [13] Nuredini, K., Peters, I., "Enriching the knowledge of altmetrics by exploring social media metrics for economic and business journals", *Proceedings of the International Conference on Science and Technology Indicators*, Valencia September 14-16, 2016.
- [14] Peoples, B. K., et al. "Twitter Predicts Citation Rates of Ecological Research", *PloS One*, Vol. 11, No. 1, e0166570, 2016.
- [15] Torres-Salinas, D., Robinson-Garcia, N., Gorraiz, J., "Filling the Citation Gap: Measuring the Multidimensional Impact of the Academic book at Institutional Level with PlumX", *Scientometrics*, Vol. 113, No. 3, pp. 1371-1384, 2017.
- [16] Wasike, B., "Citations Gone #Social: Examining the Effect of Altmetrics on Citations and Readership in Communication Research", *Social Science Computer Review*, pp. 1-18, 2019.