

## **Representation of the Research on Abrahamic Religions in the Twenty-first Century in social media**

Forough Rahimi<sup>1</sup>  
Maryam Jahangiri<sup>2</sup>

Received: 11/08/2020

Accepted: 27/10/2021

### **Abstract**

**Introduction:** The present study aims to visualize the research articles on monotheistic/Abrahamic religions, including Islam, Judaism, and Christianity, to identify and picture the subjects addressed in religious studies in the 21st century. **Method:** This is applied research adopting a scientometrics approach in doing co-word analysis. The research population consists of all WoS-indexed articles on monotheistic religions published in the 21st century. **Findings:** The results revealed four subject clusters of Islamic studies, including Islamic traditions and thoughts, Islamophobia, business and financial affairs in Islam, and Islamic countries. The research on Christianity appeared to focus on Christianity connections with other religions, including Judaism and Islam, and Christian thoughts and beliefs. The research on Judaism clustered was around the Jewish population, the role of women and family, and the connection of Judaism with Christianity and the Holocaust. It seems that interfaith interactions and beliefs are a shared research interest in monotheistic religion studies. While a cluster of Islamic studies focuses on Islamophobia, war, and terrorism, the natural face of Islam is not accurately represented in social media. In this regard, Islamic studies received more traditional and social citations. Findings showed that out of 27143 indexed articles related to Islamic research on the WoS, 4829 articles were reflected in 16 social media. The results also showed that the most active Twitter, Facebook, news media, and policy documents are USA, England, and Australia. Among the Islamic nations, Indonesians are the most active users of social media. Iran ranks eighth in terms of the number of articles. The altmetric scores of the most cited Iranian and non-Iranian articles were 768 and 73, respectively. The subject of the former was Islamophobia, and the latter addressed fasting in Islam. **Conclusion:** The significance of the study lies in the insights it provides for religious and research policymakers to use the context of social media, rather than filtering them, in promoting the subjects addressed in the research articles.

**Keywords:** Visualization, Islamic Studies, Judaism, Christianity, Social Media, Altmetric Measures.

- 
1. Assistant Professor and Faculty Member of Information Management Department and Science and Technology Information Center (Corresponding Author) (frahimi@ricest.ac.ir)
  2. Master of Information Science and Science and Expert in charge of the Islamic World Science Citation Database (ISC) (m\_jahangiri\_80@yahoo.com)

## نمایانی پژوهش‌های اسلامی مرتبط با ادیان توحیدی در قرن بیست‌ویکم در رسانه‌های اجتماعی

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۲۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۸/۰۵

فروغ رحیمی\*

مریم جهانگیری\*\*

### چکیده

هدف پژوهش حاضر مصورسازی مقالات ادیان توحیدی یا ابراهیمی شامل سه دین اسلام، مسیحیت و یهودیت به منظور کشف و دیداری‌سازی موضوعات مورد تأکید در پژوهش‌های دینی است. نوع پژوهش حاضر کاربردی با رویکرد علم‌سنجی است که با استفاده از روش تحلیل هم‌واژگانی انجام شده است. جامعه پژوهش شامل مقاله‌های مرتبط با هر یک از ادیان مذکور است که در طول قرن بیست‌ویکم در پایگاه وب علوم نمایه شده‌اند. یافته‌ها نشان داد چهار خوشه شکل گرفته در حوزه اسلام بر سنت‌ها و تفکرات اسلامی، اسلام‌هراسی، تجارت و امور مالی از منظر اسلام، و کشورهای اسلامی تأکید دارد. استفاده از بستر رسانه‌های اجتماعی در بازتاب اسلام ناب ضرورت می‌یابد. در همین راستا پژوهش‌های اسلامی به لحاظ بازتاب در رسانه‌های اجتماعی و استنادهای دریافتی مورد بررسی بیشتر قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد از ۲۷۱۴۳ مقاله نمایه شده مرتبط با پژوهش‌های اسلامی در وب علوم، ۴۸۲۹ مقاله در ۱۶ رسانه اجتماعی بازتاب داشته‌اند. فعال‌ترین کاربران توئیتر، فیسبوک، رسانه‌های خبری و اسناد سیاسی از کشورهای امریکا، انگلستان و استرالیا هستند. از میان کشورهای مسلمان، کاربران اندونزیایی فعال‌ترین کاربران هستند. ایران از نظر تعداد مقاله‌ها در رتبه هشتم قرار دارد. نمره آلت‌متریک اثرگذارترین مقاله‌های داخلی و خارجی برابر با ۷۶۸ و ۷۳ است که اولی به موضوع اسلام‌هراسی و دومی به روزه‌داری پرداخته است.

واژگان کلیدی: مصورسازی، پژوهش‌های اسلامی، یهودیت، مسیحیت، رسانه‌های اجتماعی، دگرسنجه‌های آلت‌متریک.

\* استادیار و عضو هیئت علمی گروه مدیریت اطلاعات و مرکز اطلاع‌رسانی علوم و فناوری (نویسنده مسئول)

frahimi@ricest.ac.ir

\*\* کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی و کارشناس مسئول پایگاه استنادی علوم جهان اسلام

m\_jahangiri\_80@yahoo.com

## مقدمه

ادیان توحیدی یا ابراهیمی شامل سه دین اسلام، مسیحیت و یهودیت است که همگی عقاید بنیادی مشترکی دارند و تعالیم خود را به کلام الهی مستند می‌سازند. در این میان، اسلام دینی جهان‌شمول با قابلیت‌ها و اهدافی والاست که به دلایل متعددی، برخی ارزش‌های آن به‌درستی معرفی نشده است. امروزه به واسطه پیشرفت فناوری و گسترش رسانه‌های اجتماعی، برقراری ارتباط و تبادل‌نظر درباره هر موضوعی اعم از دینی یا غیردینی نه تنها سرعت یافته، بلکه از سطح ارتباط فردی و اجتماعی محدود فراتر رفته است و می‌توان به راحتی با فرد یا گروهی از افراد در آن سوی جهان با زبان و آیینی متفاوت به مبادله افکار پرداخت. آنچه در فضای مجازی و محیط‌های اجتماعی مجازی با آن مواجهیم، حجم گسترده‌ای از مطالب و اطلاعاتی است که البته مطالب کذب و شایعات نیز در این فضا، بسیار یافت می‌شود.

با معرفی وب ۲ یا وب اجتماعی، پتانسیل نویسنده شدن و کنشگری برای عموم کاربران فراهم شد (مس‌بلدا و همکاران، ۲۰۱۴: ۳۴۰)؛ از این رو گاهی افرادی ناآگاه و بدون تحصیلات علمی، صفحات و کانال‌هایی را راه‌اندازی کرده و با زبانی مهیج و جوان‌پسند بحث از موارد تخصصی و مربوط به حوزه‌های علمی خاص می‌کنند تا به زعم خود مباحث دینی و عقیدتی را به شکل و شیوه‌ای مدرن بیان کنند؛ به نحوی که جالب توجه باشد. به علاوه دشمنان دین مبین اسلام و افرادی که تنها برای اغفال و دورکردن از باورها و اعتقادات اسلامی، صفحات و فضاهایی را طراحی کرده و دین اسلام را با نگاهی ظالمانه و خشن به دنیا معرفی می‌کنند تا با ایجاد شک و شبهه در باور مردم و دورکردن جوانان از معنویات و بی‌اعتناکردن آن‌ها به اصول اسلامی، دست به هر کار غیراخلاقی و دور از شأن انسانی بزنند و بر چنین پدیده‌ای نام اسلام بگذارند (آهنگ و اتحاد، ۱۳۹۶: ۳۵).

با توجه به فضای رسانه‌های اجتماعی و نقش آن‌ها در تبادل اطلاعات، مسئولیت و نقش کشورهای مسلمان و پژوهشگران دینی برای مشارکت هرچه بیشتر در تولید و توزیع اطلاعات در مجله‌های علمی و شبکه‌های اجتماعی مطرح می‌شود تا شاید بتوان از انتشار

اطلاعات نادرست در ذهن کاربران و جوانان و ترسیم تصویری غلط از اسلام و ادیان جلوگیری کرد. این مهم مستلزم ترغیب دانشمندان مسلمان به حضور در شبکه‌های اجتماعی، روشنگری، رفع شبهات و ترویج اطلاعات درست است؛ ضرورتی که شاید نادیده گرفته شده است. پژوهش حاضر با هدف دیداری‌سازی پژوهش‌ها و موضوعات مورد تأکید در سه دین اسلام، مسیحیت و یهودیت که در مجله‌های علمی منتشر شده‌اند، در راستای شفاف‌سازی محتوای این پژوهش‌ها گام برداشته است و میزان انعکاس پژوهش‌های اسلامی را در شبکه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار خواهد داد. قابلیتی که می‌تواند به انتشار تفکرات اسلام ناب محمدی و رفع نیاز اطلاعاتی افراد مشتاق در این زمینه کمک کند و امکان مقایسه محتوای موضوعی سه دین اسلام، مسیحیت و یهودیت را فراهم آورد.

یکی از روش‌های پُراستفاده برای تحلیل محتوا و مطالعه ساختار دانش در حوزه‌های مختلف، تحلیل هم‌واژگانی است که در آن ارتباط میان واژه‌های به‌کاررفته در قسمت‌های مختلف مدرک از جمله عنوان، چکیده و کلیدواژه مورد بررسی قرار می‌گیرد (بورنر، چک و بویاک، ۲۰۰۳: ۱۸۵-۱۸۷). از نظر مفهومی تحلیل هم‌واژگانی روش مناسبی برای کشف ارتباطات حوزه‌های پژوهشی علم است و این امکان را میسر می‌کند تا خوشه‌های موضوعی مطرح در یک حوزه پژوهشی (چون پژوهش‌های حوزه اسلام، مسیحیت و یهودیت) را شناسایی و روابط مفهومی و معنایی آن را مطالعه کنیم (مکی‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵: ۵۲).

به کمک وب<sup>۲</sup>، پژوهشگران توانستند منابع مورد نیاز خود را مشاهده<sup>۲</sup>، خواننده<sup>۳</sup>، بارگذاری<sup>۴</sup> یا ذخیره<sup>۵</sup> کنند، درباره آن‌ها نظر<sup>۶</sup> دهند، توئییت<sup>۷</sup> کنند، پیشنهاد<sup>۸</sup> داده یا نشانه‌گذاری<sup>۹</sup> کنند. این تحولات سبب ظهور مفهوم جدیدی به نام شاخص‌های

- 
1. Börner, Chen & Boyack
  2. View
  3. Read
  4. Download
  5. Save
  6. Comment
  7. Tweet
  8. Recommend
  9. Bookmark

دگرسنجی<sup>۱</sup> یا آلتمتریکس<sup>۲</sup> شد که برای نخستین بار در سال ۲۰۱۰ توسط ه و همکارانش<sup>۳</sup> مطرح و به جامعه علمی معرفی شد (سود و تلوال،<sup>۴</sup> ۲۰۱۴: ۱۱۳۲). واکنش کاربران به تولیدات علمی دانشمندان در محیط وب اجتماعی، استناد اجتماعی<sup>۵</sup> نامیده می‌شود. در کنار استناد سنتی که نشان‌دهنده تأثیر و استناد به مقاله‌ها در نشریه‌های علمی است، استناد اجتماعی نشان‌دهنده تأثیر علم بر کاربران و بازتاب آن در جامعه به معنای عام و بر بخش‌های مختلف جامعه (دانشگاهی و غیردانشگاهی) و به طور مثال اقتصاد، فرهنگ، حوزه سلامت و سیاست است (مس‌بلدا و دیگران، ۲۰۱۴: ۳۴۷). از زمان پیدایش ایده دگرسنجه‌ها، طیف وسیعی از خدمات دگرسنجه از جمله آلتمتریک به وجود آمده است که هریک به تناسب دامنه و ویژگی‌های خود، تأثیر آنی برون‌دادهای پژوهشی را در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد. سایت آلتمتریک<sup>۶</sup> کامل‌ترین منبع جمع‌آوری داده‌های شبکه‌های اجتماعی در ارتباط با مقاله‌های علمی و برون‌دادهای پژوهشی است (راینسون گارسیا و همکاران،<sup>۷</sup> ۲۰۱۴: ۳۵۹). آلتمتریک ادعا می‌کند که می‌تواند تأثیر مقاله‌های علمی را فراتر از محیط‌های علمی سنجش کند (ووترز و کاستاس،<sup>۸</sup> ۲۰۱۲: ۸۵۲). آلتمتریک سنجه واحدی به نام نمره توجه آلتمتریک<sup>۹</sup> دارد که از محاسبه امتیازهای متفاوت برای هر رسانه اجتماعی به دست می‌آید و در قالب دونات آلتمتریک نمایش داده می‌شود (رحیمی و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۷).

با توجه به ضرورت بررسی محتوای مورد تأکید در سه دین مذکور و نقش رسانه‌های اجتماعی در معرفی پژوهش‌های اسلامی و نقشی که پژوهشگران مسلمان در اشاعه تفکر اسلام ناب محمدی می‌توانند ایفا کنند، پژوهش حاضر در پی پاسخ به پرسش‌های زیر است:

۱. تحلیل هم‌واژگانی پژوهش‌های اسلامی و مقایسه با پژوهش‌های مسیحیت و

- 
1. Alternative Metrics
  2. Altmetric
  3. Priem et al.
  4. Sud & Thelwall
  5. Social Citation
  6. <http://www.altmetric.com>
  7. Robinson-García et al.
  8. Wouters & Costas
  9. Altmetric Attention Score (AAS)

- یهودیت، بیانگر تأکید پژوهشگران بر چه موضوعاتی است؟
۲. وضعیت استنادی، سال انتشار، الگوی نویسندگی و مولدترین نویسندگان و کشورها در پژوهش‌های اسلامی کدامند؟
۳. میزان بازتاب پژوهش‌های اسلامی در هریک از رسانه‌های اجتماعی چقدر است و مهم‌ترین رسانه‌های این حوزه کدامند؟
۴. وضعیت پژوهش‌های اسلامی از نظر نمره آلت‌متریک چگونه است و اثرگذارترین مقاله‌های داخلی و خارجی براساس شاخص‌های آلت‌متریک کدامند؟
۵. آیا رابطه‌ای بین استنادهای دریافتی پژوهش‌های اسلامی و شاخص‌های آلت‌متریک وجود دارد؟

#### ۱. پیشینه پژوهش

براساس بررسی‌های انجام‌شده، به طور خاص تحلیل هم‌واژگانی پژوهش‌های اسلامی و مقایسه آن با دو دین دیگر یعنی مسیحیت و یهودیت، بازیابی و مشاهده نشد؛ اما کتاب‌سنجی پژوهش‌های مرتبط با ادیان و پژوهش‌های قرآنی، موضوع چند پژوهش بوده است که در ادامه به آن‌ها اشاره می‌شود:

کریمی (۱۳۹۱) ضمن بررسی تحلیلی انتشارات علمی تولیدشده در حوزه اسلام، دریافت که در مجموع ۹۳ کشور در نگارش مدارک این حوزه در سطح جهان، نقش داشته و از میان آن‌ها کشورهای امریکا، انگلستان و کانادا رتبه‌های اول تا سوم را دارند. کشور ایران در جایگاه هفدهم جهان قرار دارد.

خاصه، احمدی‌نژاد و حجازی (۱۳۹۱) به بررسی تعداد ۲۹۲ مدرک بین‌المللی در حوزه قرآنی پرداخته و نشان دادند دانشگاه میشیگان، دانشگاه آل سعود<sup>۱</sup> و دانشکده مطالعات افریقای شرقی<sup>۲</sup> در رتبه‌های اول تا سوم در زمینه تولیدات قرآنی هستند. سهم ایران فقط ۱۵ مدرک معادل ۵/۱۴ درصد از کل تولیدات بوده است.

میرحقی‌جو (۱۳۹۲) با مطالعه ۱۳۶ مقاله مربوط به فصلنامه مطالعات قرآنی دریافت نیمی از

---

1. King Saud University  
2. School of Oriental African Studies

مقاله‌های این مجله تک‌نویسنده و نیمی دیگر در قالب همکاری علمی نوشته شده‌اند.

زنگی‌ش، سهیلی و احمدی (۱۳۹۳) در پژوهشی به تحلیل استنادی و هم‌نویسندگی پژوهشگران حوزه اسلام و علوم قرآنی در وب علوم طی سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۱۲ پرداخته و نشان دادند همکاری میان نویسندگان این حوزه ضعیف بوده است. خاصه و حجازی (۱۳۹۴) در ادامه پژوهش قبلی خود، با مطالعه ۴۶۴ مدرک در حوزه قرآن نشان دادند دانشگاه آل‌سعود، دانشگاه مالایا<sup>۱</sup> و دانشگاه آزاد اسلامی در رتبه‌های اول تا سوم قرار گرفتند. کشورهای امریکا، مالزی و انگلستان بیشترین مقالات قرآنی را دارند. سهم ایران تنها ۳۳ مدرک بوده است.

در پژوهشی دیگر خاصه و همکاران (۱۳۹۵) با بررسی تعداد ۱۴۷۹ مدرک در حوزه قرآنی دریافتند که از این تعداد تنها ۷۰ مدرک متعلق به پژوهشگران ایرانی است و مجله اسلام و روابط مسلمانان و مسیحیان بیشترین سهم را در اشاعه پژوهش‌های قرآنی داشته است. تحلیل محتوای واژگان مقاله‌ها نشان داد واژگانی چون سنت، تفسیر، خدا، مسلمانان، تاریخ، زنان و زبان از جمله رایج‌ترین موضوعات مطرح در پژوهش‌های قرآنی هستند.

قاضی‌زاده، سهیلی و خاصه (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «ترسیم ساختار دانش در پژوهش‌های علوم قرآن و حدیث ایران با استفاده از تحلیل هم‌واژگانی» نشان دادند یازده خوشه حاصل تحلیل هم‌واژگانی مفاهیم این حوزه است که برخی از این خوشه‌ها مانند رابطه دین، اقتصاد و خانواده، حقوق زن و نقش تربیتی آن‌ها، معناشناسی واژگان قرآن، به گونه‌ای بهتر بیانگر مفاهیم و ساختار فکری دانش علوم قرآن و حدیث است.

عاملی و رازانی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «گفتمان‌های غالب غربی‌ها در مورد اسلام/ مسلمانان: مطالعه موردی منتخبی از کاربران انگلیسی‌زبان فیسبوک» نشان دادند باوجود اینکه فیسبوک یک بستر ارتباطی امریکایی است و نقدهای بسیاری به آن وارد است، و به‌رغم اینکه بستر مناسبی برای ترویج گفتمان اسلام حقیقی است و گفتمان حمایت از اسلام به‌ویژه در مورد «فلسطین» گفتمان غالب در آن هست؛ اما گفتمان آن نوعاً نه از اسلام حقیقی بلکه از اسلام تکفیری و بسترساز حملات اسلام‌هراسانه است. دوگانه اسلام‌هراسی

و اسلام رومی (غربی) در کنار هم در فیسبوک نیز زمینه‌ای را برای هل دادن مسلمانان از اسلام و متمایل کردن آن‌ها به استحاله در فرهنگ غربی پدید آورده‌اند. پژوهش دربارهٔ دین و اینترنت و به طور خاص اسلام و رسانه‌های اجتماعی، چندان زیاد نیست؛ با این حال می‌کوشیم به برخی یافته‌های این حوزه اشاره شود. دربارهٔ اهمیت دگرسنگ‌ها در بازتاب عملکرد پژوهش‌های مربوط به یک حوزه موضوعی در رسانه‌های اجتماعی و قابلیت آن در ارزیابی پژوهشی، مطالعات متعددی در سطح جهان انجام شده است که به بررسی کیفیت شاخص‌ها و ارتباط میان آن‌ها با شاخص‌های سنتی استنادمحور پرداخته است و میان استنادها و دگرسنگ‌ها همبستگی از نوع ضعیف تا متوسط را گزارش کرده‌اند. در ایران نیز بیشتر پیشینه‌ها مربوط به پنج سال اخیرند و تا پیش از ۱۳۹۴ مطالعهٔ مهمی در داخل کشور در زمینهٔ دگرسنگ‌ها صورت نگرفته است. در جدول زیر به برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های این حوزه اشاره شده است:

**جدول شماره ۱. معرفی برخی پژوهش‌های گذشته مرتبط با دگرسنگ‌ها و علم‌سنجی در داخل و خارج از کشور**

پژوهشگر(ان) و سال	جامعه پژوهش	شاخص‌های مورد بررسی	یافته‌ها
بورنمن، ۲۰۱۵ <sup>۱</sup>	مقالات مجله‌ها، ادبیات خاکستری، مونوگراف‌های مستخرج از وب علوم	توییت، مندلی، سایت یولایک، وبلاگ‌ها و استناد	همبستگی ضعیف بین توییت و وبلاگ‌ها با استناد و همبستگی متوسط با مندلی و سایت یولایک
باربیک و همکاران، <sup>۲</sup> ۲۰۱۶	مقالات پُراستناد پزشکی اورژانس	نمره آلتمتریک و استناد	وجود همبستگی ضعیف و معنادار بین استناد و نمره آلتمتریک
لیواس و دلی، <sup>۳</sup> ۲۰۱۷	مقالات ارتودنسی مستخرج از اسکوپوس	نمره آلتمتریک و استناد اسکوپوس	نبود همبستگی بین استناد و نمره آلتمتریک
ریاحی‌نیا و همکاران، <sup>۴</sup> ۲۰۱۸	۵۳۱ مقاله داغ حوزه پزشکی پایگاه ESI	تعداد خوانندگان مقاله‌ها در مندلی و استناد	همبستگی مثبت و معنادار و قوی میان استناد و میزان مطالعهٔ مقاله

1. Bornmann
2. Barbic et al.
3. Livas & Delli
4. Riahinia et al.



پژوهشگر(ان) و سال	جامعه پژوهش	شاخص‌های مورد بررسی	یافته‌ها
			در مندلی، اختصاص تعداد ۳۸۴۷ تگ به مقالات داغ توسط کاربران مندلی
صدیقی، ۱۳۹۷	دو نشریه هسته حوزه علم‌سنجی: «سایتومتریکس» و «اینفورمتریکس» ۲۰۱۲-۲۰۱۶	نمره آلتمتریک و استناد شاخص‌های آلتمتریکس و استناد	همبستگی مثبت، معنادار اما ضعیف میان استناد و نمره آلتمتریک
صراطی و گل‌تاجی، ۱۳۹۷	تعیین میزان بهره‌مندی پژوهشگران حوزه سواد سلامت از رسانه‌های اجتماعی	نمره آلتمتریک و استناد شاخص‌های آلتمتریکس و استناد	تأثیر مثبت رسانه‌های اجتماعی بر میزان استناد به مقاله‌های علمی و وجود همبستگی میان استناد و شاخص‌های آلتمتریکس
عرفان‌منش، ۱۳۹۷	مجله‌های علم اطلاعات و کتابداری در اسکوپوس	نمره آلتمتریک و کیفیت مجله‌ها، اس‌جی‌آر، اسنپ و سایت اسکوپوس	مقاله‌های منتشر شده در مجله‌های علمی باکیفیت‌تر، به میزان گسترده‌تری در رسانه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شده‌اند و توجه بیشتری دریافت کرده‌اند.
نعمتی انارکی، آقاجانی و علی‌بیک، ۱۳۹۶	۱۳۳۲ مقاله و خلاصه اجلاس پزشکی کودکان	شاخص‌های آلتمتریکس (مندلی، سایت یولایک، خبر، ویلاگ، تویتر، ردیت، فیسبوک، پیترست، اف‌هزار و گوگل پلاس) و استناد	نقش نگارش مقاله‌های بین‌المللی در افزایش تأثیرگذاری مقاله‌ها

در ادامه به طور مختصر به پیشینه‌های مرتبط با دین و رسانه به‌طورخاص اشاره شده است: داونسون و کوان<sup>۱</sup> (۲۰۰۴) در کتاب خود با عنوان «دین آنلاین: یافتن ایمان در اینترنت» مقدمه‌ای جامع درباره واقیعت جدید مذهبی از برنامه‌های سایبری گرفته تا

1. Dawson & Cowan

جوامع گفت‌وگوی بت‌پرست ارائه می‌کنند. آن‌ها در شانزده فصل این کتاب، به موضوعاتی چون جوانان، دین و اینترنت، جنبش‌های جدید مذهبی و جلب پیروان، پروپاگاندا و مقابله با فرهنگ و سنت دینی می‌پردازند.

عباس‌زاده (۱۳۹۳) در مقاله‌ای به تأثیر نقش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در انقلاب‌های خاورمیانه و شمال آفریقا پرداخته است و آن‌ها را یکی از نمودهای بارز انقلاب‌های اخیر خاورمیانه می‌داند که نقش کاتالیزوری دارد. هرچند یافته‌ها نشان داده است دسترسی به اطلاعات پراکنده، نامنظم و غیردقیق آنلاین، سبب سردرگمی مخاطبان شده است و انسجام و فرایند اجماع‌سازی را کاهش می‌دهد (لرنر،<sup>۱</sup> ۲۰۱۰: ۵۵۸). اما در مقابل، دولت‌ها را وادار به پاسخ‌گویی به جامعه خود می‌کند و موج جدیدی از دموکراسی را در جامعه ایجاد خواهد کرد (پرایس،<sup>۲</sup> ۲۰۱۱: ۱۰۲). در منطقه خاورمیانه شبکه‌های اجتماعی از جمله فیسبوک و یوتیوب، به‌عنوان کاتالیزور به تحولات اخیر دامن زده و نقش مهمی در ایجاد انقلاب ایفا کردند.

در عصر وسایل ارتباطات جمعی و شبکه‌های اجتماعی، جهان در دست کسی است که رسانه‌ها را در اختیار دارد. عبداللهی، حسنی و موسویان (۱۳۹۵) در پژوهشی به نقش شبکه‌های اجتماعی در پیشبرد اهداف نظامی داعش پرداخته و معتقدند داعش برای اهداف مختلفی از جمله جمع‌آوری اعانه، ترویج عقاید افراطی، استخدام نیرو و پیروزی از طریق ترس، از این فضا استفاده می‌کند. خودگشودگی کاربران در فضای مجازی به‌ویژه در زمینه سیاست و قدرت بسیج‌کنندگی این فضا در کنار امکان استفاده از چندین هویت الکترونیک، سبب جذب مخاطبان و افزایش احتمال آسیب‌پذیری جوانان و افراد کم‌آگاه می‌شود.

## ۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر با هدف بررسی انتشارات پژوهش‌های اسلامی و میزان بازتاب این دسته از پژوهش‌ها در رسانه‌های اجتماعی با پوشش آلت‌متریک و مقایسه موضوعات مورد تأکید در سه دین اسلام، مسیحیت و یهودیت انجام شده است. این پژوهش از نوع کاربردی

---

1. Lerner  
2. Price

است و با استفاده از روش تحلیل هم‌واژگانی در کنار روش علم‌سنجی و دگرسنجی انجام شده است. تحلیل هم‌واژگانی در سطح عناوین و چکیده مقالات به کمک نرم‌افزار ووس و یورا<sup>۱</sup> صورت گرفته است. برای گردآوری مقاله‌ها و اسنادها از پایگاه وب علوم و برای جمع‌آوری داده‌های دگرسنجی از مرورگر آلت‌متریک<sup>۲</sup> استفاده شد. جامعه مورد بررسی در این پژوهش، تمامی مقاله‌های مرتبط با پژوهش‌های اسلامی، مسیحیت و یهودیت نمایه‌شده در پایگاه وب علوم طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰ است. در پژوهش حاضر، رابطه‌های زیر به صورت جداگانه و بدون در نظر گرفتن نوع مدرک و محدودیت زمانی قرن بیست و یکم، در هفته اول فوریه ۲۰۲۰، پایگاه وب علوم جست‌وجو شدند.

Ti=Islam\*

Ti=Christi\*

Ti= Jewish\*

به ترتیب تعداد ۲۷۱۴۳، ۳۴۰۸۴، ۲۳۲۵۸ مدرک بازیابی شد. به منظور بررسی میزان بازتاب مقاله‌های اسلامی در رسانه‌های اجتماعی، از ۲۷۱۴۳ مقاله اسلامی، صرفاً تعداد ۱۴۶۵۰ مقاله‌ای که نشانگر رقومی مقالات (DOI)<sup>۳</sup> داشتند، در بخش جست‌وجوی پیشرفته مرورگر آلت‌متریک، مورد جست‌وجو قرار گرفت و تعداد ۴۸۲۹ رکورد با داشتن اسناد اجتماعی در یکی از رسانه‌های خبری، گوگل پلاس، فیسبوک، ردیت، اسناد سیاسی، ویکی‌پدیا، ویدئو، اف ۱۰۰۰، داوری هم‌تایان، سایت‌های پرسش و پاسخ بازیابی شدند که بدنه اصلی جامعه پژوهش را شکل دادند.

به منظور بررسی وضعیت همکاری نویسندگان در تولید مقاله‌های اسلامی، ضریب مشارکت<sup>۴</sup> آن‌ها با استفاده از فرمول آجی‌فیروکی، بورل و تاگو<sup>۵</sup> (۱۹۸۸: ۴۲۴) محاسبه شد. همچنین برای تجزیه و تحلیل استنباطی داده‌ها از نرم‌افزار اسپراس<sup>۶</sup> نسخه ۲۰ و آزمون همبستگی اسپیرمن استفاده شده است.

فرمول ضریب مشارکت که در آن  $f_j$  تعداد مقاله‌های دارای نویسنده،  $N$  تعداد کل

- 
1. VoSViewer
  2. Atlmetric Explorer
  3. Digital Object Identifier
  4. Collaboration Coefficient (CC)
  5. Ajiferuke, Burell & Tague

مقاله‌ها، ز تعداد نویسندگان مشارکت‌کننده در تولید مقاله، به شرح زیر است:

$$\text{رابطه شماره ۱} \quad CC = 1 - \left[ \sum_{i=1}^n \left( \frac{C_i}{N} \right)^2 \right]$$

### ۳. یافته‌ها

در این بخش نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها در راستای پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش مورد بررسی قرار می‌گیرد.

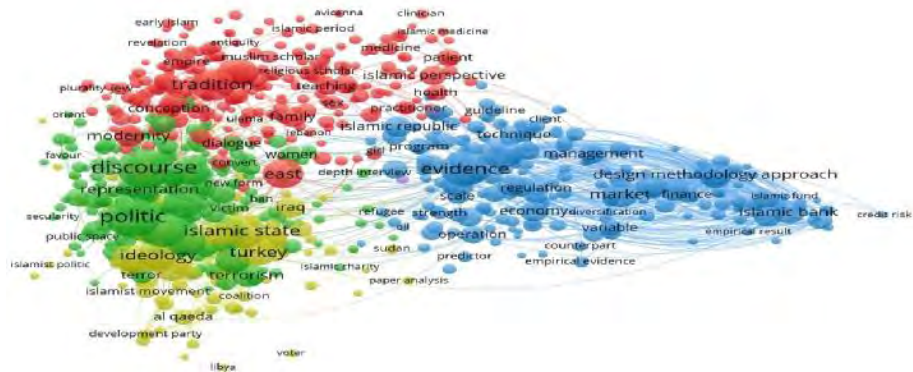
به منظور پاسخ به پرسش اول پژوهش «تحلیل هم‌واژگانی پژوهش‌های اسلامی و مقایسه آن با پژوهش‌های مسیحیت و یهودیت، بیانگر تأکید پژوهشگران بر چه موضوعاتی است؟» موضوعات هسته مقالات پژوهش‌های اسلامی و پژوهش‌های حوزه مسیحیت و یهودیت با استفاده از نرم‌افزار ووس‌ویور نسخه ۱/۶/۱۱ که در سال ۲۰۱۸ توسط مرکز مطالعات علم و فناوری دانشگاه لیدن هلند، انتشار یافته است (وناک و والتمن، ۲۰۱۸: ۵۳-۵۱)، تحلیل و کلیدواژگان به‌کاررفته در عنوان و چکیده مقالات مورد شناسایی قرار گرفت. سپس ۶۰ درصد از اصطلاحاتی که دارای حداقل بسامد هم‌رخدادی ۱۰ بود به‌عنوان مرتبط‌ترین واژگان انتخاب شدند که شامل ۷۹۰ واژه مرتبط با پژوهش‌های اسلامی و ۸۴۲ واژه مرتبط با پژوهش‌های یهودیت و ۵۱۴ واژه مرتبط با پژوهش‌های مسیحیت بود. در جدول زیر، ده اصطلاحی که دارای بیشترین رخداد در واژه‌های اسلامی، مسیحیت و یهودیت بودند، نشان داده شده است. یافته‌های مختلف نشان داده است اصطلاحات با بیشترین بسامد رخداد و بسامد هم‌رخدادی می‌توانند تا حدودی تمرکز تحقیقات یک قلمرو علمی را مشخص سازند (لیو، هو و ونگ، ۲۰۱۲: ۲۰۴).

- 
1. Van Eck & Waltman
  2. Liu, Hu & Wang

جدول شماره ۲. ده واژه برتر مقاله‌های مرتبط با پژوهش‌های اسلامی، مسیحیت و یهودیت  
با بالاترین بسامد رخداد

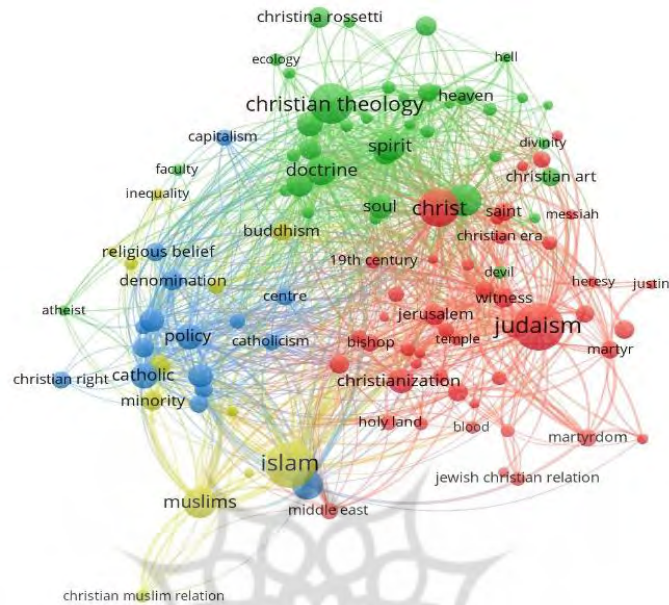
ردیف	واژه‌های اسلامی	بسامد رخداد	واژه‌های مسیحیت	بسامد رخداد	واژه‌های یهودیت	بسامد رخداد
۱	Politic	۳۶۷	Judaism	۸۵۰	Judaism	۲۳۲۸
۲	Discourse	۳۵۹	Islam	۸۱۷	Christianity	۷۱۵
۳	Evidence	۲۷۵	Christian theology	۶۴۰	Tradition	۶۰۵
۴	Islamophobia	۲۷۵	Christ	۵۵۳	Jewish identity	۶۰۱
۵	Islamic state	۲۴۳	Death	۴۱۱	Woman	۵۹۲
۶	Islamic	۲۲۸	Muslims	۳۹۲	Population	۵۰۸
۷	Tradition	۲۲۱	Doctrine	۳۳۹	Holocaust	۴۶۱
۸	East	۱۹۵	Violence	۳۲۴	Germany	۴۰۹
۹	Violence	۱۸۷	Spirit	۳۲۳	Family	۳۹۸
۱۰	War	۱۸۲	Catholic	۲۴۹	God	۳۹۱

همان‌گونه که در جدول بالا مشاهده می‌شود واژگانی چون «سیاست‌های مرتبط با اسلام، گفتمان، اسلام‌هراسی، تروریسم، کشورهای اسلامی»، واژگانی چون «ارتباط مسیحیت با دو دین اسلام و یهودیت، مرگ و روح، مسلمانان و خشونت»، واژگانی چون «ارتباط مسیحیت و یهودیت، هویت یهود، هولوکاست، زن و خانواده در دین یهود»... از جمله مهم‌ترین و پربسامدترین واژگان مطرح در میان مقالات پژوهش‌های اسلامی، مسیحیت و یهودیت هستند. در نمای ارائه‌شده در نقشه‌های ۱-۳ که نمای شبکه نامیده می‌شود، مهم‌ترین موضوعات هر دین، با برچسب و دایره‌های بزرگ نشان داده شده است.



### نقشه شماره ۱. نقشه هم‌رخدادی واژگان حوزه پژوهش‌های اسلامی

در این نقشه‌ها هر یک از رنگ‌ها نشان‌دهنده یک خوشه و اندازه گوی‌ها نشانگر میزان ارتباط یک واژه با دیگر واژگان است. دایره‌هایی که دارای رنگ یکسان هستند، به یک خوشه تعلق دارند. در نقشه پژوهش‌های اسلامی، چهار خوشه مشاهده می‌شود. خوشه اول با رنگ قرمز شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با دیدگاه اسلام در مورد خدا، خانواده، مسیحیت، مدرنیته، قرآن، مرگ و زندگی است. خوشه دوم با رنگ سبز شامل مقاله‌ها و واژگان حوزه گفتمان اسلامی، لیبرالیسم، زنان مسلمان، جنگ و اسلام‌هراسی است. خوشه سوم با رنگ آبی شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با اسلام و کشورهای مسلمان، تجارت، صنعت، بانکداری اسلامی، بازار و امور مالی است. خوشه چهارم با رنگ زرد شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با ایدئولوژی اسلامی، کشورهای مسلمان چون مراکش، عراق، ترکیه، تانزانیا، نیجریه، حماس و غیره است.



### نقشه شماره ۲. نقشه هم‌رخدادی واژگان حوزه پژوهش‌های مسیحیت

خروجی نرم‌افزار در حوزه پژوهش‌های مسیحیت نیز چهار خوشه واژگان اصلی را نشان می‌دهد. در حوزه پژوهش‌های مسیحیت، خوشه اول با رنگ قرمز شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با یهودیت و مسیحیت، مکاتب فکری، جدال بین آن‌ها، اسقف، شهادت، ایثار و غیره است. خوشه دوم با رنگ سبز شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با مرگ، روح، انسان‌شناسی و غیره است. خوشه سوم با رنگ آبی شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با حقوق مذهبی، روحانیت، کاتولیک، پروتستان، دین‌داری، صلح، خشونت و غیره است. خوشه چهارم با رنگ زرد شامل مقاله‌ها و واژگانی مرتبط با اسلام، مسلمانان، مسیحیت، اقلیت‌های مذهبی، بودیسم و غیره است.







### روند انتشار مقالات اسلامی در قرن ۲۱



### تصویر شماره ۱. روند رشد مقاله‌های اسلامی در قرن بیست‌ویکم

بررسی‌ها نشان داد تعداد نویسندگان غیرتکراری یا یونیک در تولید مقاله‌های اسلام، تعداد ۵۹۸۰ نفر است که در مجموع ۷۵۴۵ بار در مقاله‌های مختلف تکرار شده است. در صورت تقسیم این عدد بر کل مقالات مورد بررسی یعنی ۴۸۲۹، عدد ۱/۶ به دست می‌آید که نشان می‌دهد هر یک از مقاله‌ها به طور میانگین با همکاری قریب به دو نویسنده منتشر شده است؛ به عبارت دیگر الگوی نویسندگی حاکم بر مقاله‌های اسلامی، الگوی یک تا دو نویسندگی است. به علاوه همان‌گونه که در جدول شماره ۲ مشاهده می‌شود، بیشترین تعداد به مقاله‌های تک‌نویسنده‌ای اختصاص دارد و تنها یک مقاله با ۱۴ نویسنده منتشر شده است. به عبارت دیگر، قریب به ۷۰ درصد مقالات حوزه پژوهش‌های اسلامی حاصل پژوهش‌های انفرادی بوده است.

### جدول شماره ۳. الگوی نویسندگی مقاله‌های اسلامی

الگوی نویسندگی	تک نویسنده	دو نویسنده	سه نویسنده	چهار نویسنده	پنج نویسنده
تعداد مقاله	۳۳۴۹	۸۲۲	۳۳۹	۱۷۷	۶۱
الگوی نویسندگی	شش نویسنده	هفت نویسنده	هشت نویسنده	نه نویسنده	ده نویسنده
تعداد مقاله	۳۴	۱۷	۱۲	۴	۵
الگوی نویسندگی	۱۱ نویسنده	۱۲ نویسنده	۱۳ نویسنده	۱۴ نویسنده	جمع کل مقالات
تعداد مقاله	۴	۲	۲	۱	۴۸۲۹

بررسی بیشتر درباره وضعیت همکاری نویسندگان در تولید مقاله‌های اسلامی با استفاده از فرمول ضریب مشارکت آجی فیروکی و بورل و مقدار این ضریب که برابر با ۰/۲ به

دست آمد، حاکی از عدم میل به مشارکت گروهی نویسندگان در حوزه پژوهش‌های اسلامی است. هرچند این نرخ معمولاً در حوزه‌هایی چون علوم پزشکی و فناوری با توجه به ماهیت این رشته‌ها و وابستگی پژوهشگران به یکدیگر، معمولاً بالاتر از رشته‌هایی چون علوم اجتماعی و انسانی است.

دربارۀ اینکه موکدترین نویسندگان مقالات پژوهش‌های اسلامی چه کسانی هستند، بررسی‌ها نشان داد تعداد ۲۲ نویسنده هرکدام در تولید بیش از ۲۵ مقاله شرکت داشته‌اند. امریکا با ۶ نویسنده و مالزی و انگلیس با سه نویسنده حائز رتبه‌های اول و دوم هستند. اسامی، کشور و تعداد مقاله‌های نویسندگان در جدول زیر ارائه شده است.

#### جدول شماره ۴. موکدترین نویسندگان حوزه پژوهش‌های اسلامی با تولید ۲۵ مقاله و بیشتر

کشور	تعداد تولیدات	نویسنده	کشور	تعداد تولیدات	نویسنده
انگلیس	۳۰	Benthall, J	ایران - مالزی	۶۵	Mirakhor, A
امریکا	۲۹	Bowen, JR	امریکا	۶۱	Hassan, MK
اتریش	۲۹	Lohlker, R	امریکا	۵۲	Askari, H
پاکستان	۲۹	Khan, MA	انگلیس	۳۶	Robinson, F
انگلیس	۲۷	Leaman, O	امریکا	۳۴	Kuran, T
استرالیا	۲۶	Marcotte, RD	آلمان	۳۴	Tibi, B
امریکا	۲۶	Padela, AI	مالزی	۳۳	Duderija, A
مالزی	۲۶	Hassan, R	امریکا	۳۲	Hefner, RW
نیوزیلند	۲۶	Pratt, D	استرالیا	۳۱	Ahmad, I
اسکاتلند	۲۵	Black, A	بلژیک	۳۱	Belhaj, A
			لبنان	۳۱	Waterbury, J

تعداد ۱۳۰ کشور در تولید پژوهش‌های اسلامی قرن بیست و یکم مشارکت داشته‌اند. از این تعداد ۳۷ کشور (نمودار شماره ۲) بیش از ۱۰۰ مقاله تولید کرده‌اند، یعنی رقمی معادل ۹۳ کل تولیدات علمی، توسط این کشورها تولید شده است. ۱۳ کشور از میان این ۳۷ کشور، در زمره کشورهای مسلمان هستند. میزان درصد انتشارات کشورهای برتر



**جدول شماره ۵. میزان استناد به مقالات پژوهش‌های اسلامی در رسانه‌های اجتماعی**

ردیف	رسانه اجتماعی	استناد اجتماعی	ردیف	رسانه اجتماعی	استناد اجتماعی
۱	Mendeley readers	۱۱۳۳۲۵	۱۰	Reddit mentions	۴۶
۲	Twitter mentions	۲۶۷۷۱	۱۱	Video mentions	۱۲
۳	Facebook mentions	۱۰۵۲	۱۲	Peer review mentions	۶
۴	Wikipedia mentions	۷۰۰	۱۳	Patent mention	۴
۵	News mentions	۵۸۰	۱۴	Q&A mentions	۲
۶	Blog mentions	۳۶۶	۱۵	Weibo mentions	۱
۷	Policy mentions	۲۲۹	۱۶	LinkedIn mentions	۱
۸	Google+ mentions	۷۹	—	افهزار و پیترست	۰
۹	Syllabi mentions	۵۲	جمع	۱۶ رسانه اجتماعی	۴۷۱۵۲۷

تحلیل جمعیت‌شناختی رسانه‌هایی که کاربران آن در شبکه‌های اجتماعی غالباً پروفایل دارند، نشان داد رتبه اول فعال‌ترین کاربران توییتر، فیسبوک، رسانه‌های خبری و اسناد سیاسی به امریکا تعلق دارد. کشورهای انگلستان و استرالیا حائز رتبه‌های دوم تا سوم هستند. کاربران اندونزیایی با کسب رتبه پنجم در میان کاربران توییتر، فعال‌ترین کاربران مسلمان هستند. کاربران مالزیایی با کسب رتبه دهم در میان کاربران فیسبوک، فعال‌ترین کاربران مسلمان هستند. خبرگزاری‌های سه کشور پاکستان، نیجریه و مالزی نیز حائز رتبه‌های ۱۳ تا ۱۵ شده‌اند.

در راستای پاسخ‌گویی به پرسش چهارم پژوهش یعنی «وضعیت مقالات این حوزه، به لحاظ نمره آلت‌متریک چگونه است و اثرگذارترین مقاله‌های داخلی و خارجی براساس شاخص‌های آلت‌متریک کدامند؟» یافته‌ها نشان داد بیشترین نمره آلت‌متریک در حوزه پژوهش‌های اسلامی ۷۶۸ است. اطلاعات بیشتر درباره‌ی عناوین مقاله‌هایی که بالاترین میزان استناد اجتماعی را در هر یک از رسانه‌های اجتماعی به دست آورده‌اند، در جدول شماره ۶ ارائه شده است.

جدول شماره ۶. مقالات دارای بیشترین میزان استناد در هریک از رسانه‌های اجتماعی  
آلتمتریک

بیشترین استناد اجتماعی	عنوان مقاله	رسانه اجتماعی
۷۸۶	تبعیض نژادی اسلام در ایالات متحده: اسلام‌هراسی، تنفر از جنایات و ترس از حملات تروریستی	نمره آلتمتریک
۱۰۷۰	The Racialization of Islam in the United States: Islamophobia, Hate Crimes, and "Flying while Brown"	توییتر
۱۱۹۷	بانکداری اسلامی در مقابل بانکداری متعارف: الگوی تجاری، کارایی و ثبات Islamic vs. conventional banking: Business model, efficiency and stability	مندلی
۳۴	خواب از منظر اسلام	فیسبوک
۲	Sleep from an islamic perspective	ردیت
۲۵	القاعده و شکست دولت اسلامی: نزاع استراتژیک یا رهبری لاکچری؟ Al Qaeda and the Islamic State's Break: Strategic Strife or Lackluster Leadership?	رسانه‌های خبری
۸	کاشی‌های ده‌ضلعی و شبه‌بلوره‌ای در معماری اسلامی قرون وسطایی	وبلاگ
۵	Decagonal and Quasi-Crystalline Tilings in Medieval Islamic Architecture	گوگل پلاس
۱۰	تخمین تأثیر حج: دین و تحمل در گردهمایی جهانی اسلام Estimating the Impact of the Hajj: Religion and Tolerance in Islam's Global Gathering	اسناد سیاسی
۱۹	روانشناسی از دیدگاه اسلامی: مشارکت پژوهشگران مسلمان و چالش‌های روان‌شناسان مسلمان معاصر Psychology from Islamic Perspective: Contributions of Early Muslim Scholars and Challenges to Contemporary Muslim Psychologists	ویکی‌پدیا
۱۸	زنان، خانواده و جنسیت در قوانین اسلامی Women, Family, and Gender in Islamic Law	سیلابی
۳	روزه‌داری اسلامی و کاهش وزن: مرور سامان‌مند و فراتحلیل Islamic fasting and weight loss: a systematic review and meta-analysis	ویدئو
تک‌مقاله	ویو، داوری همتایان و پروانه ثبت اختراع، لینکدین، پرسش و پاسخ	-

همان‌گونه که در جدول شماره ۷ مشخص شده است، «تبعیض نژادی اسلام در ایالات متحده امریکا...» ۱۰۷۰ بار در توییتر مورد بحث قرار گرفته است. همچنین با توجه به داشتن بالاترین نمره آلتمتریک یعنی در سایر رسانه‌ها نیز بازتاب بالایی داشته است. مقاله «بانکداری اسلامی...» نیز ۱۱۹۷ بار توسط کاربران در کتابخانه مندلی، ذخیره شده است. مقاله «خواب از منظر اسلام» در دو رسانه فیسبوک و ردیت، مقاله «کاشی‌های ده‌ضلعی...» در دو رسانه

گوگل پلاس و وبلاگ‌ها موفق به کسب بالاترین استناد اجتماعی شده‌اند. نمره آلت‌متریک نشان‌دهنده کمیّت و کیفیت توجهی است که یک مدرک در رسانه‌های اجتماعی دریافت کرده است (بورنمن، ۲۰۱۴: ۹۴۱). مقاله «تبعیض نژادی اسلام در ایالات متحده: اسلام‌هراسی، تنفر از جنایات و ترس از حملات تروریستی» با داشتن عمری کمتر از چهار سال از زمان انتشار آن، بالاترین نمره آلت‌متریک را در میان مقالات پژوهش‌های اسلامی به دست آورده است؛ یعنی در رسانه‌های اجتماعی بازتاب گسترده‌ای داشته است. این مقاله و مقاله‌ای با عنوان «روزه‌داری اسلامی و کاهش وزن: مرور سامان‌مند و فراتحلیل» با کسب نمره آلت‌متریک ۷۳، اثرگذارترین پژوهش‌های خارجی و داخلی که در سال ۲۰۱۴ منتشر شده است، براساس شاخص‌های دگرسنجی بودند. گفتنی است از ۷۱ مقاله نمایه‌شده در وب علوم توسط نویسندگان ایرانی، ۵۰ مقاله موفق به کسب نمره آلت‌متریک و انعکاس در رسانه‌های اجتماعی و چهار مقاله موفق به کسب نمره آلت‌متریک ۱۰ و بیشتر شده است.

#### جدول شماره ۷. اثرگذارترین مقاله‌های داخلی و خارجی براساس نمره آلت‌متریک

نمره	مقاله داخلی	رسانه‌های اجتماعی	مقاله خارجی	نمره
۷۳	Sadeghirad, B. Motaghipisheh, S. Kolahdooz, F. Zahedi, M. J. & Haghdoost, A. A. (2014), "Islamic fasting and weight loss: a systematic review and meta-analysis", <i>Public health nutrition</i> , 17 (2), 396-406.	نمره استناد اجتماعی	Considine, C. (2017), "The Racialization of Islam in the United States: Islamophobia, Hate Crimes, and "Flying while Brown", <i>Religions</i> , (8) 165.	۷۶۸
۱۳		رسانه خبری		۸
۰		وبلاگ		۱
۶		توییت		۱۰۷۰
۳		فیسبوک		۵
۱۱۰		خوانندگان مندلی		۵۵
۲		ویکی‌پدیا		۱
۳۱		استناد علمی		۱۴
۱		گوگل پلاس		۰
۳		ویدئو		۰

در راستای پاسخ‌گویی به پرسش پنجم پژوهش «آیا رابطه‌ای بین استنادهای دریافتی پژوهش‌های اسلامی و شاخص‌های آلت‌متریک وجود دارد؟» و بررسی رابطه بین تعداد استنادها و نمره آلت‌متریک و دگرسنجه‌های مختلف، ابتدا از آزمون کولموگروف - اسمیرنف برای تشخیص نرمال بودن توزیع داده‌ها استفاده شد. با توجه به نرمال نبودن توزیع داده‌ها ( $\text{sig}=0.000$ )، از آزمون همبستگی اسپیرمن برای سنجش رابطه همبستگی بین متغیرها استفاده شد. نتایج آزمون همبستگی نشان داد بین نمره استناد و تمام دگرسنجه‌ها جز ردیت، رابطه معناداری وجود دارد. وضعیت این رابطه همان‌گونه که در جدول شماره ۷ آمده است، به شرح زیر است:

رابطه معنادار، مثبت ولی ضعیفی بین دو متغیر نمره آلت‌متریک و استنادها ( $r=0/211$ ) و بین اخبار و استنادها ( $r=0/177$  و  $P<0/01$ )، بین پست‌های وبلاگ و استنادهای وب علوم ( $r=0/136$  و  $P<0/01$ )، میان تعداد اسناد سیاسی و استنادهای وب علوم ( $r=0/225$  و  $P<0/01$ )، تعداد استنادها در ویکی‌پدیا و استنادهای وب علوم ( $r=0/198$  و  $P<0/01$ )، رابطه معنادار، مثبت اما بسیار ضعیفی بین توییت کاربران توییتر، تعداد پست‌ها در فیسبوک، گوگل‌پلاس، تعداد ویدئوها، سیلابی و تعداد استنادها وجود دارد. همچنین نتایج نشان‌دهنده وجود رابطه مثبت و قوی بین تعداد خوانندگان مندلی و میزان استنادها بود ( $r=0/712$  و  $P<0/01$ ).

وجود رابطه بین متغیرها بیانگر آن است که با افزایش تعداد استنادهای دریافتی مقالات در وب علوم، نمره دگرسنجه‌ها نیز افزایش می‌یابد.

جدول شماره ۸. نتایج آزمون همبستگی بین تعداد استنادهای مقاله‌ها و دگرسججه‌ها و نمره آلتمتریک

Mendeley	Syllabi	Video	Reddit	Google	Wikipedia	Facebook	Twitter	Policy	Blog	News	AAS		
۰/۷۱۲	۰/۰۵۴	۰/۰۵۱	۰/۰۲۵	۰/۰۷۶	۰/۱۹۸	۰/۰۸۵	۰/۰۳۶	۰/۲۲۵	۰/۱۴۹	۰/۱۷۷	۰/۲۱۱	CC	TC
**	**	**		**	**	**	*	**	**	**	**	Sig. (-۲) tailed)	
			۰,۰۸۰	۰	۰	۰	۰,۱۳۰	۰	۰	۰	۰	N= 4829	

\*\*Correlation is significant at the 0. 01 level (2-tailed)

#### ۴. بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف دیداری‌سازی مقالات پژوهش‌های اسلامی، مسیحیت و یهود و میزان بازتاب مقاله‌های اسلامی در رسانه‌های اجتماعی انجام گرفت و یافته‌های علمی منتشرشده در طول دو دهه گذشته را مورد تجزیه و تحلیل قرار داد.

با مصورسازی مقاله‌ها می‌توان به آگاه‌سازی بهتر علاقه‌مندان حوزه کمک کرد، نقاط مورد تأکید یا شکاف‌ها و نقاط مغفول در هر حوزه را شناسایی کرد و به تصمیم‌گیری‌های مرتبط و مدیریت آن‌ها یاری رساند. مصورسازی مقالات سه دین مذکور به کمک نرم‌افزار ووس‌ویور نشان داد چهار خوشه شکل گرفته در حوزه اسلام بر سنت‌های اسلامی، گفتمان، اسلام‌هراسی، تروریسم، کشورهای اسلامی، تجارت اسلامی و غیره تأکید دارد. در زمینه مسیحیت، این تأکید بیشتر بر ارتباط مسیحیت با سایر ادیان یعنی یهودیت و اسلام، تفکرات و باورهای مسیحیت و غیره است. در زمینه یهودیت، تأکید خوشه‌ها بر جمعیت یهود، نقش زنان و خانواده در آن، ارتباط مسیحیت و یهودیت و هولوکاست است. به نظر می‌رسد تعامل میان ادیان و باورهای مذهبی آن‌ها، یکی از مسائل مطرح در حوزه پژوهش‌های ادیان توحیدی است.

درحالی‌که متأسفانه تأکید یکی از خوشه‌های مطرح در پژوهش‌های اسلامی بر



موضوعاتی چون اسلام‌هراسی، جنگ، تروریسم و غیره است، نقش رسانه‌های اجتماعی در بازتاب اسلام ناب و واقعی خودنمایی می‌کند. با توجه به تأکید دین مبین اسلام بر علم‌آموزی، استفاده از بستر شبکه‌های اجتماعی برای نشر صحیح عقاید، ایدئولوژی و مبانی اسلامی می‌تواند نقش مهمی در روشننگری اسلامی و جلوگیری از برداشت‌های غلط نسبت به احکام آن ایفا کند. تصحیح برداشت‌های نادرست نسبت به تاریخ اسلام، اصول دین، احکام، اخلاق دینی و روش زندگی، به کمک قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به ایجاد تلقی صحیح در ذهن مسلمانان و غیرمسلمانان منجر شود. این رسانه‌ها با انتشار اطلاعات صحیح و مستند می‌توانند با افزایش اطلاعات کاربران به آن‌ها در پذیرش این دین یا شناخت درست آن کمک کرده و به کاهش تصورات شبهه‌ناک کمک کنند. این بدین معناست که با افزایش دسترس‌پذیری شبکه‌های اجتماعی در میان عموم افراد جامعه و ظرفیت این رسانه‌ها در جذب کاربران، می‌توان از این رسانه‌ها به‌عنوان یکی از منابع کسب اطلاعات در میان کاربران، بهره برد و با نشر اطلاعات صحیح و افزایش آگاهی کاربران درباره رسانه‌های معتمد، به آن‌ها در کسب اطلاعات مستند و مورد نیاز کمک کرد (ریاض، ۱۳۹۶).

نتایج حاصل از بررسی بیشتر داده‌ها نشان داد تعداد ۴۸۲۹ مقاله مرتبط با اسلام، تعداد ۳۳۴۲۶ استناد علمی و ۱۴۳۲۲۶ استناد اجتماعی دریافت کرده‌اند. به طور میانگین هر مقاله، ۳۰ استناد اجتماعی و ۱۰ استناد علمی دریافت کرده است. این نرخ در رشته‌های پزشکی نسبت به علوم انسانی و اجتماعی بالاتر است و در پژوهش‌های مختلف مورد تأیید قرار گرفته است (هارزینگ، ۲۰۱۶: ۷۸۸؛ ریاحی‌نیا و همکاران، ۲۰۱۸: ۶۲). دریافت استناد از دو ساحت علمی و اجتماعی نشان‌دهنده میزان توجه به مقوله اسلام در میان دانشمندان و کاربران شبکه‌های اجتماعی است. شبکه اجتماعی توییتر، بیشترین میزان توجه به پژوهش‌های اسلامی و بحث درباره آن‌ها را داشته است. بیشترین میزان استناد مربوط به مقاله‌ای با عنوان «نظریه فمینیستی، تجسم و گماشتگانی مطیع و سربراه: برخی تأملات در مورد احیای اسلامی مصر» است که در سال ۲۰۰۱ منتشر و به ترتیب

۴۴۸ و ۲۷ استناد علمی و اجتماعی داشته است. همچنین بیشترین نمره آلت‌متریک مربوط به مقاله‌ای با عنوان «تبعیض نژادی اسلام در ایالات متحده: اسلام‌هراسی، تنفر از جنایات و ترس از حملات تروریستی» است که در سال ۲۰۱۷ منتشر و به ترتیب ۱۴ و ۷۶۸ استناد علمی و اجتماعی دریافت کرده است. کلیشه‌های ایجادشده درباره مسلمانان امریکایی و ترسیم آن‌ها با چهره‌هایی شرور، ریش‌سفید و عمامه‌به‌سر که شرایط شهروندی طبقه دوم را برایشان ایجاد کرده است، از مباحث مطرح در این مقاله است.

واژه اسلام‌هراسی نخستین بار توسط رونی‌مد<sup>۱</sup> در سال ۱۹۹۷ به معنی یادکردن از اسلام به‌عنوان دشمن مطلق مسیحیت وارد متون دانشگاهی شد (باو و مکی، ۲۰۱۶، ۵۴۳). پس از آن با حمله تروریستی ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱، احساسات ضداسلامی تشدید شد و مسلمانان را در وضعیت تلخی قرار داد؛ به‌طوری‌که مسلمان‌بودن را با تروریست‌بودن برابر می‌دانست و اسلام را به‌عنوان موجودیتی خشن و دین شیطنی به تصویر کشید (عاملی و رازانی، ۱۳۹۸: ۱۹۲). این یافته و یافته‌های دهقان و حاجی‌محمدی (۱۳۹۲: ۶۷) مبنی بر اینکه در فضای رسانه‌ای جدید، نمایش وبلاگ‌های خبری از مسلمانان و اسلام به عموم کاربران شبکه‌های اجتماعی، تصویری منفی است و همان کلیشه‌های شرق‌شناسی رسانه‌های سنتی امریکا چون نژادپرستی علیه مسلمانان و نگاه‌های سوگیرانه را بازنمایی می‌کنند، همسو است و برخلاف تصور اولیه، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان فضاهاى نوین فرهنگی، تفاوت چندانی با رسانه‌های جریان اصلی امریکا ندارند. این یافته‌ها می‌توانند دلیلی بر افزایش توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی به مقاله‌های حوزه اسلام‌هراسی باشند و ارائه تصویری واقعی از اسلام و مسلمانان را در مقاله‌های علمی، ضرورت بخشد.

نرخ رشد انتشارات این حوزه (۳۷۰ درصد) روندی رو به رشد است. بیشترین میزان انتشار مربوط به سال ۲۰۱۷ با ۶۳۲ مقاله و کمترین آن مربوط به سال ۲۰۰۰ با ۲۱ مقاله است. امریکا با داشتن شش نویسنده پرتولید که هرکدام دست‌کم ۲۵ مقاله در این حوزه

---

1. Runymede  
2. Bowe & Makki

منتشر کرده‌اند، رتبه نخست مولدترین کشور در حوزه پژوهش‌های اسلامی را به خود اختصاص داده است که با یافته‌های خاصه و حجازی (۱۳۹۴) همسوست. نشریه بین‌المللی مطالعات خاورمیانه<sup>۱</sup> با انتشار ۵۰ مقاله، بیشترین مقاله‌های این حوزه را به چاپ رسانده است. پُرکارترین نویسنده این حوزه نیز با ۶۵ مقاله، آقای دکتر عباس میرآخور<sup>۲</sup> است که به‌رغم تولد در ایران، وابستگی سازمانی‌اشان مرکز بین‌المللی آموزش تأمین مالی اسلامی در مالزی است و در زمینه بانکداری اسلامی، تألیفات زیادی منتشر کرده‌اند. انتشار بیشترین تعداد تولیدات توسط نویسندگان امریکایی در مطالعات متعدد تأیید شده است (حمیدی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۶۱؛ غفاری و همکاران، ۱۳۹۶: ۴۳).

یافته‌ها نشان داد میل به مشارکت گروهی نویسندگان در حوزه پژوهش‌های اسلامی بسیار پایین است و الگوی همکاری نویسندگان غالباً یک تا دو نویسندگی است که با یافته‌های پژوهش میرحقوقو (۱۳۹۲: ۹۴) همسوست. همچنین ضریب همکاری آن ۰/۲ است که با یافته‌های به‌دست‌آمده از پژوهش زنگیشه و همکاران (۱۳۹۳: ۶۳) همخوانی دارد؛ اما با یافته‌های حوزه پزشکی و علوم ناهم‌سوست (رسول‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۰۵؛ حیدری و صفوی، ۱۳۹۱: ۱۰۹). حداقل و حداکثر تعداد نویسندگان یک مقاله از یک تا چهارده نفر در نوسان است. به‌جرت می‌توان گفت تسلط‌نداشتن به زبان انگلیسی، ناآشنایی با رسانه‌های اجتماعی و تغییرات سریع حوزه فناوری، نبود تسلط کامل در پاسخ‌گویی به پرسش‌ها و شبهه‌های مطرح در این شبکه‌ها و نبود همکاری میان نویسندگان کشورهای اسلامی در معرفی اسلام اصیل و ناب، از جمله دلایل پایین‌بودن تولیدات کشورهای اسلامی و انفرادی کارکردن نویسندگان است؛ درحالی‌که مشارکت فکری و بهره‌مندی از تخصص‌های دانشمندان اسلامی برای حل‌وفصل چالش‌های پیش روی می‌تواند به کاهش تفرقه میان مسلمانان، شبهه‌زدایی و تمسک به ریسمان الهی منجر شود.

به منظور بررسی میزان بازتاب همین مقاله‌ها در رسانه‌های اجتماعی، داده‌های به‌دست‌آمده از آلت‌متریک مورد تحلیل قرار گرفتند. یافته‌ها نشان داد مقاله‌های مورد

بررسی در شانزده رسانه اجتماعی بازتاب داشته‌اند. تنوع رسانه‌های اجتماعی و در دسترس بودن ابزارهای مختلف برای استفاده از آن‌ها (ستوده و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۱۴)، این فرصت را برای کاربران اجتماعی فراهم می‌کند تا به راحتی بتوانند به اظهارنظر و کنشگری در مورد مقاله‌های علمی و بازتاب آن در جامعه بپردازند. مقوله اسلام در سال‌های اخیر با چالش‌های متعددی روبه‌رو شده است و پیام‌های منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی و نشر اطلاعات درست و نادرست (آلودگی اطلاعات)، به این چالش‌ها دامن زده و سبب شده است تا موضوعاتی چون اسلام‌هراسی، نژادپرستی، تروریسم و غیره با مفاهیم اسلامی آمیخته شود و این ابعاد از اسلام، مورد توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی قرار گیرد. بیشترین میزان بازتاب و استفاده از مقاله‌ها پس از نرم‌افزار مدیریت مراجع مندلی، به شبکه اجتماعی توییتر مربوط است. رتبه‌های دوم تا پنجم به توییتر کاربران با ۲۶۷۷۱ توییتر، فیسبوک با ۱۰۵۹ پست، ویکی‌پدیا با ۷۰۰ مقاله و رسانه‌های خبری با ۵۸۰ خبر تعلق داشت. براساس مطالعات پیشین، دو شاخص خوانندگان مندلی و کاربران توییتر در میان سایر دگرسنجه‌ها، اغلب بیشترین میزان توجه را به خود اختصاص می‌دهند (صراطی شیرازی و گل‌تاجی، ۱۳۹۷: ۲۴۹؛ عاصمی و همکاران ۱۳۹۷: ۷۲؛ رحیمی و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۰۹).

کاربران امریکا فعال‌ترین کاربران در شبکه‌های اجتماعی بودند، بدین ترتیب نه تنها در تولید مقاله‌های علمی بلکه در زمینه کاربران اجتماعی فعال و کنشگر نسبت به پژوهش‌های اسلامی نیز مقام نخست را به خود اختصاص داده است که البته دور از انتظار نیست (صراطی شیرازی و گل‌تاجی، ۱۳۹۷: ۲۴۹؛ عاصمی و همکاران، ۱۳۹۷: ۷۲؛ رحیمی و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۰۹). نویسندگان کشور ایران موفق به انتشار ۷۱ مقاله در ارتباط با پژوهش‌های اسلامی شده‌اند که از این تعداد ۵۰ مقاله در رسانه‌های اجتماعی بازتاب داشته است. بیشینه نمره آلت‌متریک مقاله‌های ایرانی مربوط به مقاله‌ای با عنوان «روزه‌داری اسلامی و کاهش وزن: مرور سامان‌مند و فراتحلیل» است که در سال ۲۰۱۴ به چاپ رسیده و ۷۳ استناد دریافت کرده است.

نتایج آزمون همبستگی اسپیرمن نشان داد رابطه معنی‌دار اما ضعیفی میان اسنادهای دریافتی در وب علوم با نمره آلتمتریک و اغلب دگرسنجه‌های تحت پوشش آلتمتریک (تویتر، فیسبوک، گوگل پلاس، تعداد ویدئوها، سیلابی، اخبار، ویدئوها، بلاگ، ویکی‌پدیا و اسناد سیاسی) وجود دارد؛ اما رابطه معنادار، مثبت و قوی میان تعداد خوانندگان مندلی و اسنادهای وب علوم وجود دارد. برخی محققان، همبستگی پایینی بین دو متغیر اسناد و دگرسنجه‌هایی چون خوانندگان مندلی و سایت یولایک (بورنمن، ۲۰۱۵: ۱۱۳۹) و برخی همبستگی متوسط (ریاحی‌نیا و همکاران، ۲۰۱۸: ۶۱؛ صراطی شیرازی و گل تاجی، ۱۳۹۷، ۲۴۹) با اسناد گزارش کرده‌اند. برخی از محققان همبستگی پایینی بین اسناد و توییت مشاهده کرده‌اند و نشانگر آن دانستند که این دو شاخص تأثیرات یکسانی را اندازه‌گیری نمی‌کنند (هاستین و همکاران، ۲۰۱۴<sup>۱</sup>: ۶۵۶؛ دی ویتتر، ۲۰۱۵<sup>۲</sup>: ۱۱۷۷).

باید توجه داشت رابطه بین اسناد و دگرسنجه‌ها اغلب رابطه‌ای دوطرفه است و با افزایش اسنادهای یک بستر، اسنادهای بستر دیگر هم افزایش می‌یابد. پژوهش‌های متعددی اذعان داشته‌اند که وجود مقاله‌ها در رسانه‌های اجتماعی موجب افزایش تعداد اسناد به آن‌ها شده است (ریاحی‌نیا و همکاران، ۲۰۱۸: ۶۶؛ لای و تلوال، ۲۰۱۲: ۴۵۱؛ هاستین و همکاران، ۲۰۱۴: ۶۵۶؛ زاهدی، کاستاس و ووترز، ۲۰۱۴<sup>۳</sup>: ۱۴۹۱؛ عرفان‌منش، ۱۳۹۵: ۳۴۹)؛ و ازسوی دیگر تعداد اسنادهای علمی یک مقاله به جذابیت بیشتر و توجه افزون‌تر به آن در رسانه‌های اجتماعی کمک می‌کند.

ارزش پژوهش حاضر در ضرورت توجه سیاست‌گذاران دینی و پژوهشی به عرصه پژوهش‌های اسلامی است تا با توجه به موضوعات مورد تأکید در این مقاله‌ها و استفاده از فرصت‌های ارائه‌شده در شبکه‌های اجتماعی، به جای فیلترسازی به عرضه مناسب اسلام ناب محمدی از آن طریق کمک کنند؛ یعنی حضور مؤثر و برنامه‌ریزی‌شده علمای دینی در فضای مجازی که مورد تأکید مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) نیز هست. به علاوه تاکنون مقایسه پژوهش‌های ادیان توحیدی و میزان بازتاب پژوهش‌های اسلامی در طول قرن بیست‌ویکم در رسانه‌های اجتماعی مورد مطالعه قرار نگرفته بود.

- 
1. Haustein et al.
  2. De winter
  3. Zahedi, Costas & Wouters

##### ۵. پیشنهادهای پژوهش

با توجه به تعداد پایین پژوهش‌های حوزه اسلام توسط نویسندگان ایرانی، پیشنهاد می‌شود هم نویسندگان ایرانی به انتشار مقاله در نشریه‌های معتبر خارجی تشویق شوند و هم نشریه‌های ایرانی سعی در نمایه‌شدن در پایگاه‌های معتبر داشته باشند تا به انعکاس هرچه بیشتر یافته‌های موثق و معتبر در رسانه‌های اجتماعی کمک کنند. همچنین با توجه به پالایه‌بودن بسیاری از رسانه‌های اجتماعی در ایران، پیشنهاد می‌شود تدابیری دربارهٔ امکان دسترسی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و مراکز پژوهشی به این شبکه‌ها حتی‌المقدور در محیط‌های دانشگاهی فراهم شود تا عاملی برای افزایش نمایانی آن‌ها، سازمان‌ها و یافته‌های علمی ایشان شود.



### کتابنامه

- آهنگ، علی؛ اتحاد، سیده فرناز (۱۳۹۶). «روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی». ارائه‌شده در اولین کنفرانس بین‌المللی ظرفیت‌شناسی و تأثیرگذاری فضای مجازی در ارتقای آموزش‌های دینی. تهران، مهرماه.
- حمیدی، علی؛ اصنافی، امیررضا؛ عصاره، فریده (۱۳۸۷). بررسی تحلیلی و ترسیم ساختار انتشارات علمی تولیدشده در حوزه‌های کتاب‌سنجی، علم‌سنجی، اطلاع‌سنجی و وب‌سنجی در پایگاه Web of Science طی سال‌های ۲۰۰۵-۱۹۹۹. کتابداری و اطلاع‌رسانی، ۱۱ (۲)، صص ۱۸۲-۱۶۱.
- حیدری، معصومه و صفوی، زینب (۱۳۹۱). «ضرب‌همکاری گروهی نویسندگان مقالات مجله پژوهش در پزشکی». پژوهش در پزشکی، ۳۶ (۲)، صص ۱۱۳-۱۰۹.
- خاصه، علی‌اکبر و حجازی، سلیمان (۱۳۹۴). «زبان بین‌المللی حلقه مفقوده پژوهش‌های قرآنی: نگاهی به مقالات آی‌اس‌آی با موضوعات قرآنی». مجموعه مقالات برگزیده نوزدهمین جشنواره قرآن و عترت دانشگاه پیام‌نور. زنجان: دانشگاه پیام‌نور.
- خاصه، علی‌اکبر؛ احمدی‌نژاد، فریبرز؛ حجازی، سلیمان (۱۳۹۱). «بررسی و تحلیل پژوهش‌های قرآنی در عرصه بین‌المللی ISI». قرآن و علم، ۱۰ (۱)، صص ۱۶۶-۱۴۵.
- خاصه، علی‌اکبر؛ صادقی، سعید؛ عزتی، ابراهیم؛ غفاری، سعید (۱۳۹۵). «بررسی جایگاه مطالعات قرآنی در تولید علم جهانی با استفاده از فنون علم‌سنجی». فصلنامه مطالعات قرآنی، ۷ (۲۸)، صص ۶۹-۴۷.
- دهقان، علیرضا و حاجی‌محمدی، علی (۱۳۹۲). «فضاهای فرهنگی جدید و بازنمایی: شناخت و تحلیل انتقادی کلیشه‌های شرق‌شناسی مسلمانان در وبلاگ‌های برگزیده خبری امریکا». دوفصلنامه دین و ارتباطات، ۲۰ (۱)، صص ۹۴-۶۷.
- رحیمی، فروغ؛ ریاحی‌نیا، نصرت؛ نورمحمدی، حمزه‌علی؛ ستوده، هاجر؛ فلاح، غلامعباس (۱۳۹۹). «بررسی مقاله‌های نوسانات اقلیمی و میزان انعکاس آن در رسانه‌های اجتماعی: تحلیلی علم‌سنجانه و دگرسنجانه». پژوهش‌های اقلیم‌شناسی، ۱۱ (۴۳)، صص ۷۲-۵۵.
- رسول‌آبادی، مسعود؛ حیدری، عطاله؛ زارعی، مزده؛ خضری، ادیب؛ غریبی، فردین (۱۳۹۴).

«الگوی همکاری علمی در مقالات نمایه‌شده دانشگاه علوم پزشکی کردستان در بانک استنادی اسکوپوس از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴». *مجله علمی دانشگاه علوم پزشکی کردستان*، ۲۰ (۳)، صص ۱۱۲-۱۰۵.

ریاض، علی (۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی رقیب رسانه ملی در افزایش سواد سلامت، قابل دسترسی در فروردین ۱۳۹۹، به نشانی <https://www.afkarnews.com/> زنگی‌شاه، الهه؛ سهیلی، فرامرز؛ احمدی، حمید (۱۳۹۳). «تحلیل استنادی و هم‌نویسندگی پژوهشگران حوزه اسلام و علوم قرآنی در وبگاه علوم میان سال‌های ۱۹۹۳ تا ۲۰۱۲ و ترسیم ساختار علمی این حوزه». *پژوهش‌نامه علم‌سنجی*، ۱ (۱)، صص ۸۰-۶۳. ستوده، هاجر؛ روایی، معصومه؛ میرزاییگی، مهدیه (۱۳۹۷). «مقایسه فرصت‌های دگرسنجی و تحلیل استنادی در ارزیابی پژوهش». *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۴ (۱)، صص ۱۳۸-۱۱۳.

صدیقی، مه‌ری (۱۳۹۷). «نقش رسانه‌های اجتماعی در ارزیابی میزان تأثیر پژوهش‌ها (مطالعه موردی: حوزه علم‌سنجی)». *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۴ (۲)، صص ۷۹۲-۷۶۵.

صراطی شیرازی، منصوره و گل‌تاجی، مرضیه (۱۳۹۷). «مطالعه آلت‌متریک مقاله‌های علمی حوزه سواد سلامت در رسانه‌های اجتماعی». *نشریه پایش*، ۱۷ (۳)، صص ۲۵۶-۲۴۹. عاصمی، عاصفه؛ بصیریان جهرمی، رضا؛ سیدحسینی، شهره (۱۳۹۷). «میزان توجه به مقاله‌های منتشرشده پژوهشگران ایرانی در حوزه سرطان‌های شایع در شبکه‌های اجتماعی: یک مطالعه دگرسنجی». *مدیریت سلامت*، ۲۱ (۷۳)، صص ۸۸-۷۲.

عاملی، سعیدرضا و رازانی، مریم (۱۳۹۸). «گفت‌وگوهای غالب غربی‌ها در مورد اسلام/مسلمانان: مطالعه موردی منتخبی از کاربران انگلیسی‌زبان فیس‌بوک. *دین و ارتباطات*، ۲۶ (۱)، صص ۲۱۸-۱۷۳.

عباس‌زاده، مهدی (۱۳۹۳). «نقش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در انقلاب‌های خاورمیانه و شمال آفریقا؛ نظریه و عمل». *فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام*، ۳ (۱۱)، صص ۸۸-۶۹. عبداللهی، عارف؛ حسنی، مجید؛ موسویان، سید علی (۱۳۹۵). «بررسی جایگاه شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ها در راهبرد نظامی داعش، مطالعه موردی: بحران سوریه و عراق». در *اولین همایش بین‌المللی بحران‌های ژئوپلیتیکی جهان اسلام*، آبان ماه.

عرفان‌مش، محمدمامین (۱۳۹۵). «حضور مقاله‌های ایرانی علم اطلاعات و کتابداری در رسانه‌های اجتماعی: مطالعه آلت‌متریک». *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۲ (۲)، صص ۳۷۳-۳۴۹.



عرفان‌منش، محمدامین (۱۳۹۷). «رابطه میان شاخص‌های فعالیت آلت‌متریک و کیفیت مجله‌های علم اطلاعات و کتابداری در اسکوپوس». *مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اسناد*، ۲۹ (۲)، صص ۲۷-۷.

غفاری، سعید؛ غلامحسینی، محبوبه؛ جعفری‌فر، نیره (۱۳۹۶). «بررسی تحلیلی برون‌داد علمی جهان در حوزه کتابخانه دیجیتال در پایگاه اطلاعاتی Web of Science طی سال‌های ۱۹۹۲-۲۰۱۵». *پژوهشنامه علم‌سنجی*، ۳ (۶)، صص ۶۲-۴۳.

قاضی‌زاده، حمید؛ سهیلی، فرامرز؛ خاصه، علی‌اکبر (۱۳۹۷). «ترسیم ساختار دانش در پژوهش‌های علوم قرآنی و حدیث ایران با استفاده از تحلیل هم‌واژگانی». *پژوهشنامه علم‌سنجی*، ۴ (۲)، صص ۱۲۲-۱۰۱.

کریمی، رضا (۱۳۹۱). «بررسی تحلیلی انتشارات علمی تولیدشده در حوزه اسلام». *سغینه*، ۷ (۴)، صص ۲۴-۷.

مکی‌زاده، فاطمه؛ حاضری، افسانه؛ حسینی‌نسب، سیدحسین؛ سهیلی، فرامرز (۱۳۹۵). «تحلیل موضوعی و ترسیم نقشه علمی مقاله‌های مرتبط با حوزه درمان افسردگی در پاب‌مد». *فصلنامه مدیریت سلامت*، ۱۹ (۶۵)، صص ۶۳-۵۱.

میرحقی‌جو، سعیده (۱۳۹۲). «تحلیل علم‌سنجی مجله مطالعات قرآنی». *فصلنامه مطالعات قرآن*، ۴ (۱۶)، صص ۱۵۵-۱۴۱.

نعمتی‌انارکی، لیلا؛ آقاجانی، حامد؛ علی‌بیک، محمدرضا (۱۳۹۶). «مطالعه اثرگذاری مقاله‌های حوزه پزشکی کودکان ایران در سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۶ با روش آلت‌متریک». *فصلنامه مدیریت سلامت*، ۲۰ (۷۰)، صص ۱۰۶-۹۴.

Ajiferuke, I. Burell, Q. & Tague J. (1988). Collaborative Coefficient: A Single Measure of the Degree of Collaboration in Research. *Scientometrics*, 14 (5-6), 421-433.

Barbic, D. Tubman, M. Lam, H. & Barbic, S. (2016). An analysis of altmetrics in emergency medicine. *Academic Emergency Medicine*, 23 (3), 251-68.

Börner, K., Chen, C., & Boyack, K. W. (2003). Visualizing knowledge domains. *Annual review of information science and technology*, 37 (1), 179-255.

Bornmann, L. (2014). Validity of altmetrics data for measuring societal impact: A study using data from Altmetric and F1000Prime. *Journal of Informetrics*, 8 (4), 935-950

Bornmann, L. (2015). Alternative metrics in scientometrics: A meta-analysis of research into three altmetrics. *Scientometrics*, 103 (3), 1123-1144.

Bowe, B. J., & Makki, T. W. (2016). Muslim neighbors or an Islamic threat? A constructionist framing analysis of newspaper coverage of mosque controversies. *Media, Culture & Society*. 38 (4), 540-558.

- Dawson, L. L. & Cowan, D. E. (Eds), (2004). *Religion Online: Finding Faith on the Internet*. New York.
- De Winter, J. C. (2015). The relationship between tweets, citations, and article views for PLOS ONE articles. *Scientometrics*, 102 (2), 1773-9.
- Harzing, A. W. & Alakangas, S. (2016). Google Scholar, Scopus and the Web of Science: a longitudinal and cross-disciplinary comparison. *Scientometrics*, 106 (2), 787-804.
- Haustein, S. Peters, I. Sugimoto, C. R. Thelwall, M. & Larivière, V. (2014). Tweeting biomedicine: An analysis of tweets and citations in the biomedical literature. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 65 (4), 566-569.
- Herrmann, R. Berg, E. Dabbert, S. Pöchtrager, S. & Salhofer, K. (2011). Going Beyond Impact Factors: A Survey-based Journal Ranking by Agricultural Economists. *Journal of Agricultural Economics*, 62 (3), 710-732.
- Hunter Price, J. (2011). The New Media Revolution in Egypt: Understanding the Failure of the Past and Looking toward the Possibilities of the Future. *Democracy and Society*, 7 (2).
- Lerner, M. (2010). Connecting the Actual with the Virtual: the Internet and Social Movement Theory in the Muslim World -the case of Iran and Egypt. *Journal of Muslim Minority Affairs*, 30 (4).
- Li, X. & Thelwall, M. (2012). F1000, Mendeley and traditional bibliometric indicators, *In Proceedings of the 17th international conference on science and technology indicators*, (Vol. 2, 451-551), Montréal, Canada: Science-Metrix and OST.
- Livas, C. & Delli, K. (2017). Looking beyond traditional metrics in orthodontics: an altmetric study on the most discussed articles on the web. *European journal of orthodontics*, 40 (2), 193-199.
- Mas-Bleda, A. Thelwall, M. & Kousha, K. (2014). Do highly cited researchers successfully use the social web?. *Scientometrics*, 101 (1), 337-356.
- Price, J. Hunter (2011). The New Media Revolution in Egypt: Understanding the Failure of the Past and Looking toward the Possibilities of the Future. *Democracy and Society*, 7 (2), 101-117.
- Rahimi, F. Riahinia, N. Nourmohammadi, H. Sotudeh, H. & TavakoliZadeh-Ravari, M. (2019). How academia and society pay attention to climate changes: A bibliometric and altmetric analysis. *Webology*, 16 (2), 108-127.
- Riahinia, N. Rahimi, F. Jahangiri, M. & Mirhaghjoo, S. (2018). Traditional Citation Indexes and Alternative Metrics of Readership. *International Journal of Information Science and Management (IJISM)*, 16 (2), 61-67.
- Robinson-García, N. Torres-Salinas, D. Zahedi, Z. & Costas, R. (2014). Nuevos datos, nuevas posibilidades: Revelando el interior de Altmetric.com. *El Profesional de la Información*, 23 (4), 359-66.
- Sud: & Thelwall, M. (2014). Evaluating altmetrics, *Scientometrics*. 98 (2), 1131-43.
- Van Eck, N. J. Waltman, L. (2018). Manual for VOS viewer version 1. 6. 11. CWTS Meaningful Metrics. University Leiden.
- Wouters: & Costas, R. (2012). Users, narcissism and control: Tracking the impact of scholarly publications in the 21<sup>st</sup> century. Utrecht: SURF foundation. pp. 847-857.
- Zahedi, Z. Costas, R. & Wouters (2014). How well developed are altmetrics? A cross-disciplinary analysis of the presence of 'alternative metrics' in scientific publications. *Scientometrics*, 101 (2), 1491-513.