نقطه نظر
مجله دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان
دوره ۱۵، آذر ۱۳۹۵، ۸۹۸-۸۹۳

چگونه می‌توان میزان دیده شدن یک مقاله منتشرشده را افزایش داد؟

محسن رضائیان[۱،۲]

دریافت مقاله: ۹۵/۶/۱۵ ارسال مقاله به نویسنده جهت اصلاح: ۹۵/۷/۲۲ دریافت اصلاحیه از نویسنده: ۹۵/۷/۲۷ پذیرش مقاله: ۹۵/۸/۱۱

چکیده

شواهد موجود نشان می‌دهند که مقالات منتشرشده توسط دانشمندان کشورهای اسلامی و از جمله ایران، از میزان استناد بسیار کمتری در مقایسه با دانشمندان هم‌رده آنها در کشورهای با درآمد سرانه مشابه، برخوردار می‌باشند. هدف از نگارش مقاله حاضر، ارائه راه‌کارهایی به‌منظور افزایش میزان دیده شدن مقالات منتشرشده این قبیل دانشمندان است. این احتمال قوی وجود دارد که افزایش میزان دیده شدن مقالات منتشرشده، به افزایش خوانده شدن و ارائه استنادهای بیشتر به آنها بیانجامد.

واژه‌های کلیدی: مقالات علمی، استناد، مشاهده‌پذیری

مقدمه

انجام پژوهش‌های علمی و چاپ نتایج به‌دست‌آمده در قالب مقالات پژوهشی، از مهم‌ترین وظایفی است که دانشمندان در انجام آن کوشا هستند. در تمامی شاخه‌های دانش بشری و به‌خصوص در علوم مرتبط با سلامت، خوانده شدن مقالات چاپ‌شده، به‌کارگیری نتایج در عمل و استناد به این مقالات، از اهمیت شایان توجهی برخوردار است [۱].

این در حالی است که مطالعات به‌عمل‌آمده نشان می‌دهند که مقالات دانشمندان از کشورهای مختلف، از میزان به‌کارگیری نتایج و استنادهای متفاوتی برخوردار می‌باشند. برای نمونه، میانگین استناد به ازای هر مقاله منتشرشده کشورهای اسلامی در فاصله سال‌های ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۵ میلادی برابر با ۵/۷ بوده است، در حالی که رقم مشابه برای کشور آفریقای جنوبی که تقریباً درآمد سرانه مشابهی با این کشورها دارد، برابر با ۹/۷ بوده است [۲].

مجموعه‌ای از شواهد موجود نشان می‌دهند که احتمالاً با افزایش مشاهده‌پذیری (Visibility) یک مقاله منتشرشده، احتمال خوانده شدن و استناد به آن مقاله نیز افزایش خواهد یافت [۳]؛ بنابراین، در ادامه این مقاله، به راه‌های مختلفی که می‌تواند میزان مشاهده‌پذیری یک مقاله منتشرشده را در میان جامعه علمی افزایش دهد، خواهیم پرداخت.

۱- استاد گروه آموزشی اپیدمیولوژی و آمار زیستی، دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، رفسنجان، ایران
تلفن: ۳۱۳۱۵۱۲۳-۰۳۴، دورنگار: ۳۱۳۱۵۱۲۳-۰۳۴، پست الکترونیکی: moeygmr2@yahoo.co.uk
۲- استاد مرکز تحقیقات محیط کار، دانشگاه علوم پزشکی رفسنجان، رفسنجان، ایران

[Downloaded from journal.rums.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.17353165.1395.15.9.9.0]

راهکارهای افزایش مشاهده‌پذیری یک مقاله منتشرشده

یکی از بهترین راه‌ها به‌منظور افزایش میزان مشاهده‌پذیری یک مقاله منتشرشده، استفاده از خدمات گوگل دانشمند (Google Scholar) است. گوگل دانشمند، یک موتور جستجوی آکادمیک بسیار قوی وابسته به موتور جستجوی گوگل است که در سال ۲۰۰۴ میلادی به بهره‌برداری رسید. برآورد می‌گردد که تا سال ۲۰۱۴ میلادی، گوگل دانشمند، بیش از ۱۶۰ میلیون متن علمی را نمایه کرده باشد. همچنین، برآورد گردیده است که میزان پوشش گوگل دانشمند در مورد متون انگلیسی مابین هشتاد تا نود درصد می‌باشد. یکی از مهم‌ترین نوآوری‌های گوگل دانشمند در سال ۲۰۱۴ میلادی رخ داد. با این نوآوری، تک‌تک دانشمندان این توانایی را پیدا کردند تا پروفایل شخصی خود را در گوگل دانشمند ایجاد و مدیریت نمایند. با استفاده از این توانایی، دانشمندان و محققین می‌توانند مجموعه مقالات منتشرشده خود را معرفی کرده و میزان استناد به آنها را در طول زمان مورد بررسی قرار دهند [۴].

همچنین، یکی دیگر از بهترین راه‌ها، آپلود مقاله منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی (Social Networking) است. این شبکه‌ها که اغلب برای همین منظور طراحی شده‌اند، به محققین اجازه می‌دهند تا پروفایل شخصی خود را ایجاد و مدیریت نمایند. دو مورد از بهترین شبکه‌های اجتماعی در این زمینه، یکی آکادمیا (Academia) و دیگری ریسرچ‌گیت (ResearchGate) می‌باشند [۵].

شبکه اجتماعی ریسرچ‌گیت که در سال ۲۰۰۸ میلادی بنیان‌گذاری شد، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی از نظر تعداد کاربران فعال شناخته شده است. این شبکه نه‌تنها به کاربران خود اجازه می‌دهد تا مقالات خود را به اشتراک بگذارند، بلکه آنها می‌توانند سؤالات علمی خود را نیز مطرح نمایند. با طرح یک سؤال علمی، سایر کاربران می‌توانند، پاسخ‌های خود را ارائه نمایند. این شبکه اجتماعی همچنین، محلی برای جستجوی احتمال همکاری بین محققان و دانشمندان در سرتاسر جهان بوده و در سال ۲۰۱۶ میلادی دارای بیش از نه میلیون کاربر فعال است [۶].

شبکه اجتماعی آکادمیا نیز در سال ۲۰۰۸ میلادی به بهره‌برداری رسید و در سال ۲۰۱۶ میلادی، ۳۱ میلیون کاربر ثبت‌نام‌شده دارد. یکی از محسنات این شبکه اجتماعی در آن است که مقالات به اشتراک گذاشته در این شبکه، به‌خوبی توسط موتور جستجوی گوگل، مورد شناسایی و بازیابی قرار می‌گیرد [۷].

باوجوداین، باید قبل از آپلود هر مقاله، از سیاست بایگانی (Archiving policy) مجله‌ای که مقاله شما را به چاپ رسانده است، آگاه شوید. سؤال مهم این است که آیا این مجله، اجازه چنین بایگانی کردنی را به شما می‌دهد یا خیر؟ اگر چنانچه مجله‌ای که مقاله شما در آن منتشر شده است، اجازه می‌دهد تا آن را در شبکه‌های اجتماعی بایگانی نمایید، در انجام این کار تعلل نورزید. از سایر نکات مهم این وبگاه‌ها این است که به شما اجازه می‌دهند چگونگی دانلود شدن و استناد به مقالات خود در طول زمان را نیز مورد بررسی قرار دهید.

استفاده از خدمات لینکداین (LinkedIn) به‌عنوان یک شبکه اجتماعی با محوریت تجارت، نیز حائز اهمیت فراوان

[Downloaded from journal.rums.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.17353165.1395.15.9.9.0]

است. این شبکه اجتماعی که با هدف ایجاد تسهیل برقراری ارتباط بین متخصصین طراحی شده است، اجازه می‌دهد که نه‌تنها خودتان و علایقتان را معرفی نمایید، بلکه می‌توانید مقالات تحقیقی خود را نیز از طریق این شبکه در اختیار همکاران و علاقه‌مندان قرار دهید [۵]. این شبکه در سال ۲۰۰۲ میلادی پایه‌گذاری گردید و در سال ۲۰۰۳ میلادی به بهره‌برداری رسید. در ماه مارس سال ۲۰۱۶ میلادی، بیشتر از ۴۳۳ میلیون نفر کاربر در این شبکه ثبت‌نام کرده‌اند که حساب کاربری ۱۰۶ میلیون نفر از آنها فعال می‌باشد [۸].

یکی دیگر از راه‌های مناسب برای افزایش مشاهده‌پذیری یک مقاله منتشرشده، استفاده از شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای (Social Media Network) است. برای مثال فیس‌بوک (Facebook) و توئیتر (Twitter) اگرچه با چنین هدفی طراحی نشده‌اند، اما برای نویسندگان مقالات این امکان را فراهم آورده‌اند تا نسبت به تبلیغ لازم پیرامون مقالات تازه چاپ‌شده خود نیز اقدام نمایند [۳]. این نکته از آنجا حائز اهمیت است که کاربران بسیار زیادی از این شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای استفاده می‌کنند.

فیس‌بوک اگرچه در سال ۲۰۰۴ میلادی در مقیاسی کوچک و جهت استفاده دانشجویان دانشگاه هاروارد (Harvard) به بهره‌برداری رسید، اما با عمومی کردن خدمات خود در سال ۲۰۰۶ میلادی، به‌سرعت تبدیل به یکی از بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای شد. این سرویس به کاربران خود اجازه می‌دهد تا پیام، عکس، ویدئو و سایر فایل‌های کامپیوتری را مبادله نمایند. فیس‌بوک در ماه مارس سال ۲۰۱۶ میلادی، بیش از یک میلیارد و ششصد و پنجاه میلیون کاربر فعال داشته است [۹].

توئیتر نیز اگرچه در سال ۲۰۰۶ میلادی به بهره‌برداری رسید، اما به‌سرعت جای خود را در میان سایر شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای باز کرد. این سرویس که به مشترکین خود اجازه می‌دهد که پیام‌های کوتاه ۱۴۰ کاراکتری با نام توئیت (Tweet) را از طریق اینترنت مبادله نمایند، به سرویس پیام کوتاه اینترنتی مشهور گشته است. توئیتر در ماه مارس سال ۲۰۱۶ میلادی، بیش از ۳۱۰ میلیون کاربر فعال داشته است [۱۰].

همچنین، اگر این امکان را داشته باشید که نوار ویدئویی کوتاهی از آخرین مقاله خود تهیه نمایید، می‌توانید آن را بر روی سایت یوتیوب (YouTube)، آپلود کنید و از این طریق آن را در معرض دید علاقه‌مندان و همکاران خود قرار دهید. یوتیوب یک وب‌سایت جهانی برای آپلود کردن فایل‌های ویدئویی، تماشای فایل‌های آپلودشده، دادن امتیاز و یا بحث درباره فایل‌های آپلودشده است. این سرویس در سال ۲۰۰۵ میلادی به بهره‌برداری رسید و در سال ۲۰۰۶ میلادی توسط شرکت گوگل خریداری شد و هم‌اکنون به‌عنوان یکی از خدمات جانبی گوگل عمل می‌نماید [۱۱].

بالاخره، یکی از راه‌حل‌های ساده دیگر استفاده از ایمیل‌هایتان است. شما می‌توانید با ایجاد امضای مناسب در انتهای هر ایمیل ارسالی، از مخاطبین بخواهید که پروفایل شخصی شما را در وبگاه‌های علمی نظیر گوگل دانشمند، ریسرچ‌گیت، آکادمیا و یا شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای موردنظرتان تعقیب نمایند و به این ترتیب به آخرین یافته‌های علمی شما که در قالب مقالات علمی منتشر شده است، دسترسی یابند.

در اینجا لازم به توضیح است که شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای نظیر فیس‌بوک، توئیتر و یا سرویس یوتیوب

[Downloaded from journal.rums.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.17353165.1395.15.9.9.0]

ممکن است توسط تعداد معدودی از افراد و به‌منظور ایجاد خدشه به برخی از باورهای اسلامی مورد سوءاستفاده قرار گیرند [۱۲]؛ بنابراین، ضمن شناخت دقیق چنین آسیب‌هایی و برخورد معقولانه با آنها، ضروری است که کشورهای اسلامی با اتخاذ تدابیر مناسب، دسترسی دانشمندان و محققین خود به این شبکه‌ها و یا سرویس‌ها را در جهت مقاصد علمی تسهیل نمایند.

در خاتمه ذکر این نکته ضروری است که اگرچه راه‌کاری‌های ارائه‌شده در این مقاله می‌تواند به افزایش مشاهده‌پذیری مقالات منتشرشده بیانجامد، باوجوداین، پیش‌نیازهای دریافت استناد بیشتر توسط یک مقاله را نباید فراموش کرد. به‌طور خلاصه، مقالاتی بیشترین استنادها را دریافت می‌نمایند که به روی یک موضوع بسیار مهم کار کرده و از متدولوژی بسیار قوی برخوردار باشند [۱۳]. این مقالات باید به زبان انگلیسی که زبان بین‌المللی علم است به رشته تحریر درآمده [۱۴] و در نشریات بسیار معتبر تخصصی به چاپ رسیده باشند [۱۵]. همچنین، شواهد نشان می‌دهند که هر چه تعداد نویسندگان یک مقاله افزایش یابد، به میزان استنادهای دریافتی توسط آن مقاله افزوده خواهد شد [۱۶].

بنابراین، راه‌کارهای اساسی برای جامه عمل پوشاندن به این پیش‌نیازها برای کشورهای اسلامی عبارت است از: اختصاص بودجه‌های پژوهشی بیشتر و انجام کارهای تیمی و علمی قوی‌تر. همچنین، انجام پروژه‌های تحقیقاتی منطقه‌ای و بین‌المللی می‌تواند حائز اهمیت فراوان باشد. اگرچه به نظر می‌رسد که تعدادی از کشورهای اسلامی در مسیر صحیحی از پژوهش گام برمی‌دارند، اما شواهد موجود نشان می‌دهند که تا رسیدن به یک وضعیت مطلوب، اغلب کشورهای اسلام راه درازی را در پیش رودارند. نتایج مطالعه انجام‌شده بر روی ۵۷ کشور مسلمان عضو سازمان همکاری اسلامی (The Organization of Islamic Cooperation;OIC) در سال ۲۰۱۲ میلادی بیانگر آن است که این کشورها درحالی‌که ۲۵٪ از جمعیت جهان را در خود جای داده‌اند، اما فقط ۲/۴٪ از بودجه جهانی پژوهش را به خود اختصاص داده‌اند. آنها همچنین متأسفانه تنها مسئول ۶٪ از کل مقالات علمی و ۱/۶٪ از ثبت اختراعات دنیا هستند [۱۷].

نتیجه‌گیری

متأسفانه شواهد موجود نشان می‌دهند که مقالات منتشرشده توسط دانشمندان کشورهای اسلامی و از جمله ایران، از میزان استناد بسیار کمتری در مقایسه با دانشمندان هم‌رده آنها در کشورهای با درآمد سرانه مشابه، برخوردار می‌باشند. باوجوداین، با استفاده از راه‌کارهای ارائه‌شده در این مقاله، نظیر استفاده از خدمات گوگل دانشمند و یا آپلود مقاله منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی، می‌توان به افزایش مشاهده‌پذیری، به‌کارگیری نتایج و استناد به مقالات منتشرشده امیدوار بود. البته، پیش‌نیاز موفقیت این راه‌کارها در این نکته مهم نهفته است که دانشمندان بر روی موضوع بسیار مهمی کار کرده و نتیجه کار تیمی خود را به زبان انگلیسی و در یک نشریه معتبر تخصصی به چاپ رسانیده باشند.

[Downloaded from journal.rums.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.17353165.1395.15.9.9.0]

References

[1] Rezaeian M. Why we should write an article? *J Raf Univ Med Scie* 2014; 13(2): 109-10. [Farsi]

[2] Guessoum N, Osama A. Institutions: Revive universities of the Muslim world. *Nature* 2015: 29; 526(7575): 634-6.

[3] Fitzgerald RT, Radmanesh A. Social media and research visibility. *AJNR Am J Neuroradiol* 2015; 36(4): 637.

[4] Google Scholar. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Google_Scholar. Last accessed July 2016.

[5] Citrome L. My two favourite professional social networking sites: LinkedIn and ResearchGate - how they can help you, or hurt you. *Int J Clin Pract* 2015; 69(6): 623-4.

[6] ResearchGate. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/ResearchGate. Last accessed July 2016.

[7] Academia.edu. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Academia.edu. Last accessed July 2016.

[8] LinkedIn. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/LinkedIn. Last accessed July 2016.

[9] Facebook. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook. Last accessed July 2016.

[10] Twitter. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/Twitter. Last accessed July 2016.

[11] YouTube. Wikipedia, the free encyclopedia. https://en.wikipedia.org/wiki/YouTube. Last accessed July 2016.

[12] Mihelj S, van Zoonen L, Vis F. Cosmopolitan communication online: YouTube responses to the anti-Islam film Fitna. *Br J Sociol* 2011; 62(4): 613-32.

[13] Rezaeian M. Rejected epidemiological manuscripts: food for thought. *J Clin Epidemiol* 2015; 68(5): 596.

[14] Rezaeian M. Disadvantages of publishing biomedical research articles in English for non-native speakers of English. *Epidemiol Health* 2015; 37: e2015021.

[15] Hunt GE, Cleary M, Walter G. Psychiatry and the Hirsch h-index: The relationship between journal impact factors and accrued citations. *Harv Rev Psychiatry* 2010; 18(4): 207-19.

[16] Wykes T, Lipczynska S, Guha M. The h-index, the citation rating, impact factors and the aspiring researcher. *J Ment Health* 2013; 22(6): 467-73.

[17] Royal Society. The Atlas of Islamic World Science and Innovation. Royal Society, 2010.

[Downloaded from journal.rums.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.17353165.1395.15.9.9.0]

How Would it be Possible to Increase the Visibility of a Published Article?

M. Rezaeian[1,2]

Received: 05/09/2016 Sent for Revision:13/10/2016 Received Revised Manuscript: 18/10/2016 Accepted: 01/11/2016

The existing evidence highlights that the published articles by scholars of Muslim countries including Iran receive less citations compared with their comparable fellow scientists from countries with similar per capita income. The aim of the current article is to provide some techniques which can increase the visibility of the published articles. There is a strong likelihood that by increasing the visibility of the published articles their readerships and citations will also increase.

Key words: Scientific articles, Citation, Visibility

How to cite this article: Rezaeian M. How Would it be Possible to Increase the Visibility of a Published Article? *J Rafsanjan Univ Med Sci* 2016; 15(9): 893-98. [Farsi]

[Downloaded from journal.rums.ac.ir on 2026-11-07]

[DOR: 20.1001.1.17353165.1395.15.9.9.0]

1- Prof., Dept. of Epidemiology and Biostatics, Medical School, Rafsanjan University of Medical Sciences, Rafsanjan, Iran (Corresponding Author) Tel: (034) 31315123, Fax: (034) 31315123, E-mail: moeygmr2@yahoo.co.uk

2- Prof., Occupational Environment Research Center, Rafsanjan University of Medical Sciences, Rafsanjan, Iran