

عنوان مقاله:

آلتیتریکس: رسانه های اجتماعی در خدمت ارزیابی اثربخشی پژوهش

محل انتشار:

مجله علوم و فناوری اطلاعات کشاورزی، دوره 3، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسنده:

علیرضا بهمن آبادی - مربی پژوهشی مرکز فناوری اطلاعات و اطلاع رسانی کشاورزی، سازمان تحقیقات، آموزش و ترویج کشاورزی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

ارزیابی پژوهش بخش مهمی از فرایند مدیریت پژوهش و در حیطه علاقه و ضرورت های نهادهای پژوهشی به شمار می آید. این ارزیابی ها عمدتاً مبتنی بر میزان استناد بوده که دارای نقاط قوت و ضعف خاص خود هستند. با توسعه و گسترش رسانه های اجتماعی در اینترنت که محیطی تعاملی در اختیار کاربران و تولیدکنندگان محتوا در اختیار می گذارند اکنون فرصت های جدیدتری برای ارزیابی تولیدات پژوهشی به وجود آمده است. تولیدکنندگان آثار پژوهشی از یک سو می توانند آثار خود را در این رسانه ها به اشتراک گذاشته و کاربران نیز با فعالیت هایی همچون پسندیدن، نظر دادن، با دیگران به اشتراک گذاشتن، دانلود کردن، نشانه گذاری کردن نسبت به این گونه آثار واکنش نشان دهند. توجه به این فعالیت ها مبنای شکل گرفتن روش جدیدی برای ارزیابی آثار پژوهشی شده است که تحت عنوان آلتیتریکس از آن یاد می شود. در این مقاله، ضمن اشاره به پدیدآمدن رسانه های اجتماعی، مفهوم آلتیتریکس مطرح شده و ارتباط آن با رسانه های اجتماعی بیان می شود. ابزارهای آلتیتریکس برای گردآوری داده های مورد نیاز و نیز نقاط ضعف و قوت آلتیتریکس از دیگر نکاتی است که در این مقاله مورد اشاره قرار گرفته است.

کلمات کلیدی:

رسانه های اجتماعی، شبکه های اجتماعی، ارزیابی پژوهش، آلتیتریکس

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1589869>

