

اطلاعیابی اجتماعی

اعمال خرد جمعی

نویسنده:

ابراگ شاه

ترجمان:

دکتر نیلوفر برهمند

دکترای علم اطلاعات و دانش شناسی

دکتر زاهد بیگدلی

استاد بازنشسته علم اطلاعات و دانش شناسی

فاطمه نیک زاد

کارشناس ارشد علم اطلاعات و دانش شناسی



شاه، شیراگ Shah, Chirag

اطلاعاتی اجتماعی: اعمال خرد جمعی / نویسنده شیراگ شاه؛ مترجمان نیلوفر برهمند، زاهد بیگدلی، فاطمه نیک‌زاد.

مشخصات نشر: شیراز: همارا، ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۲۹۶ ص. مصور، جدول

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۱۲۸-۰۹-۴

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

یادداشت: عنوان اصلی: ۲۰۱۷، Social information seeking: leveraging the wisdom of the crowd

عنوان دیگر: اعمال خرد جمعی.

موضوع: رفتار، اطلاعاتی

موضوع: شبکه‌های اجتماعی — داده‌پردازی

شناسه افزوده: برهمند، زاهد، ۱۳۵۹ - مترجم

شناسه افزوده: بیگدلی، زاهد، ۱۳۶۰ - مترجم

شناسه افزوده: نیک‌زاد، فاطمه، ۱۳۶۷ - مترجم

رده کنگره: ۱۳۹۷ ۶۱۲۸/ش۳۰۷۵ Z

رده دیویی: ۰۲۷/۷۰۷۱

شماره کتابشناسی ملی: ۵۳۱۷۶۰۷

انتشارات همارا

شیراز - فلکه سر-کریچه

تلفن: ۳۲۲۶۲۴۲۹-۳۲۲۸۷۶۹۳-۷۱-۰۷۱ www.hamalib.ir

نوبت و سال چاپ: اول، ۱۳۹۷

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۱۲۸-۰۹-۴

ناظر چاپ: مریم رهبر

طرح جلد: بهاره بهره‌بر

لیتوگرافی و چاپ: برگزیدگان

صفحه آرایشی: انتشارات همارا

قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان

اینک، احتمالاً رای دانشجویان غیر ممکن است که تصور کنند قبل از ظهور وب مردم برای دستیابی به پاسخ پرسش خود مجبور به انجام چه کارهایی بودند. برای لحظه‌ای تصور کنید نه سال ۱۹۹۰ میلادی است، زمانی که هنوز هیچ یک از دانشجویان فعلی به دنیا نیامده‌اند و درست قبل از پیدایش موتورهای جستجو، و البته پیش از ویکی پدیا. دسترسی آسان به کتابخانه ندارید، و کتاب‌های مرجع دور و بر کافی نیستند. ممکن است پرسش ساده‌ای مانند "چه فیلم‌هایی برای تماشای امشب خوب است؟" داشته باشید. تنها گزینه شما سایه سفید کردن به دوستی باشد که احتمالاً پاسخ را می‌داند. در حقیقت، این گزینه بسیار مهم است، درست مثل فرصت نجات در بازی "چه کسی می‌خواهد میلیونر شود؟"، وقتی که برای پاسخ به یک پرسش به ستوه آمده‌اید. گزینه طبیعی برای فراخواندن کسی ریزبنای چگونگی جستجوی اطلاعات و معنا بخشی به آن است.

جالب این که، حتی در مورد موتورهای جستجو وبی دم دست، ما باز هم نظرات دیگران، حتی افراد ناشناس ارزشمند برای تصمیم‌گیری را جویا می‌شویم. برای مثال، در بسیاری از تصمیم‌های خرید، نظرات و توصیه‌های دیگران را دنبال می‌کنیم. دوست داریم میانگین تجربه‌های دیگران درباره یک فیلم را درک کنیم و احساس آنان درباره

۱. "بازی چه کسی می‌خواهد میلیونر شود؟" یک مسابقه محبوب تلویزیونی بین‌المللی است که در طول آن سؤالات چند گزینه‌ای از شرکت‌کننده پرسیده می‌شود و جایزه آن یک میلیون از واحد پولی کشور محل برگزاری است. در طول مسابقه شرکت‌کننده سه فرصت نجات دارد، بدین صورت که یک بار می‌تواند از فرد دیگری برای پاسخ کمک بگیرد یا دو بار به سؤالات پاسخ غلط بدهد و در عین حال به بازی ادامه دهد.

بازی بازیگران، داستان فیلم، و ارزش تولید آن را بدانیم. اخیراً موقع خرید دستگاه چمن‌زنی، من نه تنها می‌خواستم بدانم آیا ساخت محصول خوب است، بلکه می‌خواستم بدانم آیا به مرور زمان از کار می‌افتد یا نه، چه هزینه‌های تعمیر و نگهداری دارد، و آیا هنگام خرابی شرکت تولید کننده در قبال ضمانت آن مسئول است یا خیر؟

با در نظر گرفتن مطلب بالا، اجازه دهید ابتدا چالش‌های کلی در اطلاع‌یابی اجتماعی^۱ را از منظر یک سازنده‌ی نظام اطلاعاتی مطرح کنم.

نخستین چالش گردآوری تمام نظرات از مردم از جهات مختلف چالش برانگیز است. برای مثال، چگونه کاربران را برای نظردهی، مرور نظرات و مدیریت آن‌ها بر می‌انگیزیم؟ و چگونه نظام‌ی برای پردازش، نمایه‌سازی، و استخراج ذرات مفید اطلاعات از داده‌های گردآوری شده می‌سازیم؟

دوم، نیاز داریم به جمع‌آوری و تحلیل نشانه‌های اجتماعی را به گونه‌ای پردازش کنیم که ذرات مفید ظاهر شوند. برای مثال، وقتی برای اطلاعات به منابع اجتماعی روی می‌آوریم، انتظار داریم که عاری از سهولت‌های غیرمفید باشد. با این وجود، طبق تعریف، هر منبع شخصی اطلاعات تا حدی ذهنی است. در حقیقت، حتی این که چه "حقایقی" باید لحاظ شود یا نشود ممکن است باعث سوگیری در ادراک از اعتبار اطلاعات شود. شگفت این که، به طور دقیق همین مایه ذهنی نظرات است که موجب می‌شود تا ما در جستجوی نکات متفاوت دیدگاه‌های دیگران هم دوستان و هم افراد ناشناس، باشیم. بنابراین، در پردازش این مجموعه از داده‌ها مدیریت شده، نظام‌های اجتماعی جستجو و توصیه باید مراقب باشند تا هر قطعه‌ای از اطلاعات و چگونگی ارزشمندی آن برای کاربران را درک کنند.

سوم، باید نظام‌هایی برای رتبه‌بندی و توصیه ایجاد کنیم که به کاربران در تصمیم‌گیری برای انتخاب از میان انبوه منابع اطلاعاتی اجتماعی موجود کمک کند. مهارت‌های جستجوگران در انتخاب کیستی، چیستی و چگونگی پردازش حقایق و نظرات حاصل از منابع اجتماعی، برای بسیاری از کارهای تصمیم‌گیری و معنا بخشی

الزامی است. برای مثال، وقتی برای اطلاعات به کسی تلفن می‌کنید، یکی از اولین گام‌ها انتخاب فرد است. این دقیقاً همان مسأله‌ی مدل‌سازی تخصص یا هدایت پرسش در نظام‌های پرسش و پاسخ^۱ است.

چهارم، مسائل عوامل انسانی فراوانی در اطلاع‌یابی اجتماعی وجود دارد. برای نمونه، در یک نظام پرسش و پاسخ، پاسخ دهندگان بالقوه ممکن است "وسواسی" باشند؛ نمی‌خواهند که آنان را کنار بگذاریم؛ دوست ندارند که مانع آنان شویم؛ و دوست ندارند که سوالات بیش از اندازه ساده از آنان بپرسیم. به عبارت دیگر، ما باید با بافت واقعی انسانی و تعامل اجتماعی مرتبط رفتار کنیم.

سرانجام، ما همچنین باید از نظر اجتماعی رشد چنین نظامی را مهندسی کنیم، به گونه‌ای که کاربران از به تجربه کاملاً خوبی کسب کنند تا درباره خدمات آن سخن بپراند و آن را به سایر کاربران توصیه کنند. می‌خواهیم ایجاد اعتماد کنیم، و تأثیر شبکه‌ای می‌خواهیم، آن طور که هنگامی که کاربری به نظام وصل می‌شود، تمام نظام برای کاربرانی که در نظام هستند حتی مفیدتر شود.

به طور خلاصه، در تفکر درباره این که ما چگونه می‌خواهیم نظام‌های اطلاع‌یابی بهتری ایجاد کنیم، می‌بینیم که چه اندازه طبیعی است که درباره کلیت تجربه معنابخشی که شامل منابع اجتماعی اطلاعات می‌شود بیندیشیم. متن حاضر به طور دقیق به این موضوع یعنی گسترش دانش درباره اطلاع‌یابی در بخش‌های قلمرو اجتماعی اختصاص دارد. شیوه‌های گوناگونی وجود دارد که دکتر ساه را از طریق به این مسأله پرداخته است.

نخست، این کتاب در صدد درک این است که ما چگونه باید ضمن قراردادن پژوهش حاضر در دل آثار مرتبط پیشین، منابع اجتماعی را مدیریت کنیم. برای مثال، همان طور که در یک مقاله بحث شده بود، یک همکار و بنده از فنون پیمایش انباشتی^۲ برای درک رفتار اطلاع‌یابی اجتماعی و منابع اجتماعی مورد اعتماد کاربران استفاده کردیم.

دوم، متن حاضر شیوه‌های مختلفی را جستجو می‌کند که از طریق آن‌ها اجتماعی بودن می‌تواند غیر مستقیم و مستقیم باشد، ضمن این که مستقیم‌ترین فعالیت‌های اطلاع‌یابی اجتماعی به طور کامل مشارکتی هستند. دوباره، بر اساس تحقیقات پیشین خودم، ما دریافتیم که تعاملات اجتماعی در سرتاسر فعالیت اطلاع‌یابی - قبل از، در خلال، و پس از کار جستجوی اصلی - حاضر و نافذ بود. بنابراین، در این جا درک ابعاد گوناگون اجتماعی بسیار مهم است.

سوم، این کتاب ابزارها و نظام‌های مختلفی که برای پشتیبانی از اطلاع‌یابی اجتماعی ساخته شده‌اند و روش‌هایی که پژوهشگران برای ارزیابی این نظام‌ها به منظور درک میزان موفقیت آن‌ها و فعالیت‌های کاربران مورد حمایت به کار برده‌اند را فهرست و تحلیل می‌کند. برای مثال، در ارزیابی نظام پیشگام پرسش و پاسخ موسوم به "انسرگاردن"^۱، مارک آکرمن^۲ مشاهده نمود که کاربران اغلب زمانی که پاسخ سریعی دریافت می‌کردند راضی‌تر بودند، حتی اگر پاسخ ناکام بود. با توجه به آثار قبلی در این حوزه، وجود راهنمای جامعی برای ارزیابی رویکردها بسیار ضروری است.

سرانجام، به عنوان سخن آخر، حراموش نکنیم که کاربران یک چیز می‌خواهند - اینکه پاسخ پرسش خود را هم اکنون دریافت کنند. موتورهای جستجو این نقش را برای سال‌ها ایفا کرده‌اند. می‌توان گفت که بیشترین تأثیر یانه‌ها بر تلاش انسان موتور جستجوی وبی است که گسترش و پیشرفت آن مظهر عالم رایج باشد. این امر قبل از اجتماعی شدن حقیقی وب رخ داده است. در وب اجتماعی باید جستجو باید متفاوت باشد و خواهد بود، و خواندن این کتاب به شما حسی از مسیر پیش روی جستجو و اطلاع‌یابی اجتماعی خواهد داد.

اِد. اِچ. چی

دانشمند ارشد پژوهش

پژوهش و هوش ماشینی گوگل