

# اشاعه گزینشی اطلاعات

www.ketab.ir

خیراله رهسپار فرد

استادیار، گروه مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات، دانشگاه قم

محمد مرادی

دکترای مهندسی فناوری اطلاعات گرایش تجارت الکترونیکی

|                     |                                                                |
|---------------------|----------------------------------------------------------------|
| سرشناسه             | : رهسپارفرد، خیراله، ۱۳۵۵ -                                    |
| عنوان و نام پدیدآور | : اشاعه گزینشی اطلاعات/خیراله رهسپارفرد، محمد مرادی.           |
| مشخصات نشر          | : قم: دانشگاه قم، انتشارات، ۱۴۰۰.                              |
| مشخصات ظاهری        | : ۲۲۴ص.                                                        |
| شابک                | : 978-600-8436-70-6                                            |
| یادداشت             | : واژه‌نامه. / کتاب‌نامه: ص. ۲۰۹ - ۲۲۰.                        |
| موضوع               | : اشاعه گزینشی اطلاعات                                         |
| موضوع               | : <b>Selective dissemination of information</b>                |
| موضوع               | : تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات                                  |
| موضوع               | : <b>Information and communications technologies</b>           |
| شناسه افزوده        | : مرادی، محمد، ۱۳۶۸ - / دانشگاه قم. انتشارات                   |
| رده بندی کنگره      | : ۵/۷۶۹ رده بندی دیویی: ۰۲۹/۹۶۲ / شماره کتابشناسی ملی: ۷۶۶۳۶۰۴ |



#### انتشارات دانشگاه قم

عنوان: اشاعه گزینشی اطلاعات

نویسنده: خیراله رهسپارفرد، محمد مرادی

طراح جلد: محمد مرادی

چاپ و صحافی: هوشنگی

ناظر فنی: علیرضا معظمی

نوبت و سال چاپ: اول، بهار ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰

بهاء: ۵۰۰۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۴۳۶-۷۰-۶

آدرس الکترونیکی: **Publication@ Qom. ac.ir**

کلیه حقوق مادی و معنوی برای ناشر محفوظ است.

قم، بلوار الغدير، دانشگاه قم، اداره چاپ و انتشارات دانشگاه

تلفن: ۰۲۵-۳۳۴۴-۳۲۱۰۳۳۴۵ / نمایر: ۰۲۵-۳۳۴۵-۳۲۱۰۳۳۴۵

طی دو دهه اخیر موجی از توجه و پژوهش‌های علمی را در حوزه نشر اطلاعات بویژه برای متخصصان کلان داده شاهد بوده‌ایم. رشد روزافزون مقالات و کتاب‌های چاپ شده در این زمینه، گواهی بر این ادعاست. در دو دهه اخیر بیش از ده هزار اثر علمی در این زمینه انتشار یافته است. رشد چشمگیر اطلاعات، به روز نگه داشتن کاربران، صرفه‌جویی در زمان و هزینه، دسترسی آسان به اطلاعات مناسب و مورد نیاز از میان داده‌های حجیم، ضرورت پرداختن به اشاعه‌گزینی اطلاعات می‌باشد. اشاعه‌گزینی اطلاعات از ارزنده‌ترین و مهم‌ترین خدمات هر مرکز اطلاع‌رسانی به شمار می‌آید و جنبه‌ای از خدمات اطلاع‌رسانی محسوب می‌شود که به ارائه و انتقال اطلاعات، به خصوص اطلاعات نو و به روز می‌پردازد. هدف اشاعه‌گزینی اطلاعات، ارائه مطالب مفید بر اساس نیازها و علایق از پیش تعیین شده هر کاربر می‌باشد. اشاعه‌گزینی اطلاعات، منجر به دستیابی رویکردهای اطلاعاتی خاص از جمله حرکت به سمت تخصصی شدن، خودکارسازی، کیفیت‌گرایی و اطلاعات ناب می‌شود.

گزارش روش‌های اشاعه‌گزینی اطلاعات مثلاً کمبریج آنالیتیکا، فیسبوک، تویتر، یوتیوب و خبرگزاری‌ها مشخص می‌کند این سیستم می‌تواند یک روش هدایت افکار عمومی و حتی ایجاد اختلاف، درگیری و جنگ بین گروه‌های مختلف و همچنین یک ابزار برای تغییر آراء، باورها و نظرات رای دهندگان در انتخابات باشد. یکی از مواردی که از اشاعه‌گزینی اطلاعات بهره گرفته است، Google News می‌باشد. در این سرویس به اشاعه‌گزینی اخبار پرداخته شده است. نمونه Google News یک سرویس جمع‌آوری اخبار است که توسط شرکت گوگل تولید شده است. این سامانه به عنوان یک برنامه در Android، iOS و وب در دسترس است. این سرویس به عنوان بزرگترین گردآورنده اخبار جهان توصیف شده است. اخبار بیش از ۶۰ منطقه به ۲۸ زبان در مارس ۲۰۱۲ توسط این سرویس در

دسترس بوده است. از سپتامبر ۲۰۱۵، خدمات آن به ۳۵ زبان ارائه می‌شود. این سرویس مقالات خبری را که طی ۳۰ روز گذشته در وب سایت‌های مختلف خبری ظاهر می‌شوند، پوشش می‌دهد. در کل، Google News محتوای بیش از ۲۰،۰۰۰ ناشر را جمع‌آوری می‌کند. برای زبان انگلیسی، حدود ۴۵۰۰ سایت و برای زبان‌های دیگر تعداد کمتری را پوشش می‌دهد. کمبریج آنالیتیکا یک سیستم سلسله مراتبی جهت گزینش اطلاعات طراحی می‌کند. فیسبوک، تویتر و یوتیوب امروزه برای اهداف خود از سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات استفاده می‌کنند.

در این نوشتار سعی شده است که به ارائه اصول و روش‌های اشاعه گزینشی اطلاعات در حوزه‌های مختلف پرداخته شود. در فصل اول، کلیات اشاعه گزینشی اطلاعات بیان می‌شود که در آن ضرورت اشاعه گزینشی اطلاعات، اهداف، اصول و استلزامات آن ذکر می‌شود. در فصل دوم مطالعات و تحقیقات صورت گرفته در اشاعه گزینشی اطلاعات و روش‌های مورد استفاده، بیان می‌گردد. سپس به تشریح توابع مورد نیاز این روش‌ها اشاره می‌گردد. همچنین مزایا، معایب و محدودیت‌های موجود تشریح می‌گردد. بخش پیشرفته و نو کتاب در فصل سوم ارائه شده است که جنبه کاربردی در حوزه فناوری اطلاعات است. در این فصل به استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشاعه گزینشی اطلاعات که نیاز امروز جوامع علمی است، پرداخته شده است. همچنین در این فصل شیوه‌های اشاعه گزینشی اطلاعات با استفاده از ابزارهای جدید نظیر پست الکترونیک، وب سایت، شبکه‌های اجتماعی مجازی و غیره بیان می‌شود. بعلاوه، فرصت‌ها و چالش‌های استفاده از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشاعه گزینشی اطلاعات مورد بحث قرار می‌گیرد. در نهایت یک مثال عملی از آموزش کودکان بر اساس تکنولوژی روز دنیا یعنی اینترنت اشیا به طور کامل شرح داده شده است که در واقع شیوه نوین سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات را به تصویر می‌کشد.

مباحث این کتاب بین رشته‌ای و برای هر خواننده علاقمند مفید به نظر می‌رسد. در عین حال برای پژوهش‌گران یک ابزار مفید فراهم می‌سازد و لذا در هر گرایشی با توجه به نیاز

پژوهش‌گران، ترتیب مناسبی از فهرست مطالب در زمینه‌های مختلف بیان می‌شود که می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. علوم انسانی فصل‌های ۱ و ۲ به استثنای توابع
۲. علوم مهندسی و پایه فصل‌های ۱ و توابع از فصل ۲ و ۳
۳. فناوری اطلاعات فصل‌های ۱ و ۲ و ۳

دکتر خیراله رهسپار فرد

(استادیار دانشگاه قم)

محمد مرادی

(دکترای مهندسی فناوری اطلاعات)

www.ketab.ir

فصل اول: کلیات اشاعه اطلاعات ..... ۱۳

- ۱-۱- مقدمه ..... ۱۳
- ۱-۲- مدیریت داده‌ها، اطلاعات و دانش ..... ۱۴
- ۱-۳- اشاعه اطلاعات ..... ۱۶
- ۱-۳-۱- ضرورت اشاعه اطلاعات ..... ۱۶
- ۱-۳-۲- اصول اشاعه اطلاعات ..... ۱۷
- ۱-۴- سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۲۰
- ۱-۴-۱- اهداف سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۲۲
- ۱-۴-۲- ضرورت و مزایای سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۲۲
- ۱-۴-۳- تغییر آگاهی و بیانی جاری به اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۲۴
- ۱-۴-۴- فلوچارت سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۲۵
- ۱-۴-۵- فرایند اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۲۶
- ۱-۴-۶- استفاده از اشاعه گزینشی اطلاعات در مراکز اطلاع‌رسانی ..... ۲۹
- ۱-۵- خلاصه فصل ..... ۳۶

فصل دوم: روش‌های اشاعه اطلاعات ..... ۳۷

- ۲-۱- اشاعه غیر گزینشی اطلاعات ..... ۳۷
- ۲-۱-۱- تشخیص علایق اکثریت ..... ۳۷
- ۲-۱-۲- قرارداد با سازمان‌ها، دانشگاه‌ها، صفحات و کانال‌های موثر در فضای مجازی ..... ۳۸
- ۲-۱-۳- در نظر گرفتن تسهیلات ..... ۳۹
- ۲-۲- اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۴۲
- ۲-۲-۱- شناخت نیازها و علایق اکثریت ..... ۴۲
- ۲-۲-۲- تبلیغ سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ..... ۴۳

|     |                                                                   |
|-----|-------------------------------------------------------------------|
| ۷۵  | ۲-۲-۹- استفاده از آمار و نمودار                                   |
| ۷۶  | ۲-۲-۱۰- بازنگری و به روز رسانی پرونده پژوهشی (اصلاح)              |
| ۷۶  | ۲-۳- نمودار و جدول اشاعه اطلاعات                                  |
|     | ۲-۴- مطالعه صورت گرفته بر روی فرایند اشاعه گزینشی اطلاعات ۱۶ مرکز |
| ۹۲  | اطلاع رسانی                                                       |
| ۱۰۰ | ۲-۵- مزایا و معایب روش های موجود                                  |
| ۱۰۹ | ۲-۶- خلاصه فصل                                                    |
| ۱۱۳ | فصل سوم: استفاده از فناوری اطلاعات در اشاعه گزینشی اطلاعات        |
| ۱۱۴ | ۳-۱- اشاعه غیر الکترونیک اطلاعات                                  |
| ۱۱۴ | ۳-۱-۱- اشاعه غیر گزینشی اطلاعات به شیوه های غیر الکترونیک         |
| ۱۱۵ | ۳-۱-۱-۱- اشاعه اطلاعات از طریق برگزاری همایش ها و نشست ها         |
| ۱۱۵ | ۳-۱-۱-۲- اطلاع رسانی پستی                                         |
| ۱۱۶ | ۳-۱-۲- اشاعه گزینشی اطلاعات به شیوه های غیر الکترونیک             |
| ۱۱۶ | ۳-۲- اشاعه نیمه الکترونیک اطلاعات                                 |
| ۱۱۷ | ۳-۳- اشاعه الکترونیک اطلاعات                                      |
| ۱۱۷ | ۳-۳-۱- فناوری اطلاعات و ارتباطات                                  |
| ۱۲۳ | ۳-۳-۲- استراتژی های فناوری اطلاعات و ارتباطات                     |
| ۱۲۴ | ۳-۳-۳- اهمیت و تأثیر فناوری اطلاعات در اشاعه اطلاعات              |
|     | ۳-۳-۴- چالش های استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشاعه     |
| ۱۲۶ | اطلاعات                                                           |
| ۱۲۷ | ۳-۳-۴-۱- چالش های فنی                                             |
| ۱۳۱ | ۳-۳-۴-۲- چالش های اقتصادی                                         |
| ۱۳۳ | ۳-۳-۴-۳- چالش های قانونی                                          |
| ۱۳۴ | ۳-۳-۴-۴- چالش های اجتماعی                                         |
| ۱۳۵ | ۳-۳-۴-۵- چالش های اطلاعاتی                                        |
| ۱۳۶ | ۳-۳-۵- شیوه های اشاعه الکترونیک اطلاعات                           |
| ۱۳۷ | ۳-۳-۵-۱- اینترنت و تکنولوژی های وب                                |
| ۱۴۰ | ۳-۳-۵-۲- پست الکترونیک                                            |

|                                                                  |                                                                 |
|------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| ۱۴۲.....                                                         | ۳-۳-۵-۳- شبکه‌های اجتماعی مجازی                                 |
| ۱۴۴.....                                                         | ۳-۳-۵-۴- پایگاه داده‌ها                                         |
| ۱۴۶.....                                                         | ۳-۳-۵-۵- سرویس‌های تلفن همراه                                   |
| ۱۴۸.....                                                         | ۳-۳-۶- استفاده از فناوری اطلاعات در شناخت نیازها و علایق اکثریت |
| ۱۴۹.....                                                         | ۳-۳-۷- محیط بحث و تبادل نظر بین کاربران برای هر سند منتشره      |
| ۱۵۰.....                                                         | ۳-۳-۸- توصیه اسناد توسط سیستم                                   |
| ۳-۳-۹- دریافت کلیدواژه‌های پیشنهادی به کمک تکنولوژی اینترنت اشیا |                                                                 |
| ۱۵۴.....                                                         |                                                                 |
| ۱۵۷.....                                                         | ۳-۴- ضرورت و اهمیت سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات در قرن ۲۱          |
| ۱۶۰.....                                                         | ۳-۵- یک مثال عملی از سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات                  |
| ۳-۵-۱- ابزارها در سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات در مثال عملی آموزش   |                                                                 |
| ۱۶۳.....                                                         |                                                                 |
| ۱۷۲.....                                                         | ۳-۵-۲- استاندارد محتوا                                          |
| ۱۷۵.....                                                         | ۳-۵-۳- دسته‌بندی محتوا                                          |
| ۱۸۲.....                                                         | ۳-۵-۴- شبکه زیرساخت انتقال و تبادل اطلاعات                      |
| ۱۸۴.....                                                         | ۳-۵-۵- اجزای روش آموزشی پیشنهادی برای مثال آموزش کودکان         |
| ۱۹۷.....                                                         | ۳-۵-۶- پیاده‌سازی سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات                     |
| ۲۰۸.....                                                         | ۳-۶- خلاصه فصل                                                  |
| ۲۰۹.....                                                         | مراجع                                                           |
| ۲۲۱.....                                                         | واژه‌نامه فارسی به انگلیسی                                      |
| ۲۲۳.....                                                         | واژه‌نامه انگلیسی به فارسی                                      |