

بسمه تعالیٰ

عصر ما عصر اطلاعات است، عصری که به جایی سوق داده می‌شود که بتوان تمامی کارها و فعالیتها را به صورت رایانه‌ای انجام داد. به طوری که بتوان تنها با چند کلیک و در عرض چند ثانیه انجام داد. هر کسی و هر سازمانی در تلاش است تا بتواند خودش را به بهترین شکل ممکن در این عصر نشان داده و فعالیتهای ارزشمند را به ثمر برساند. یکی از این ثمره‌های این عصر را می‌توان اینترنت نام نهاد. ابزاری که به نحوی می‌تواند در تمام جنبه‌های زندگی بشر وارد شود. ابزاری که به سرعت در حال رشد بوده و حتی پا را نیز فراتر نهاده است.

اینترنت را می‌توان از جنبه‌های گوناگون مورد بحث و تبادل نظر قرار داد ولی یکی از جنبه‌های مهمی که می‌توان روی آن بیشتر تاکید کرد فرآیند کاوش و جستجو می‌باشد. در واقع رسیدن به پاسخ بسیاری از پرسش‌های کاربران می‌باشد. هر کسی به نحوی در تلاش است که بتواند به سوالات خویش پاسخ دهد. از هر روشی و هر از ابزاری و از هر سایتی بهره می‌برد. ولی این نکته را فراموش می‌کنند که جدای از فرآیند پاسخ‌یابی، فرآیندی دیگری نیز هست که می‌توان به آن پاسخ‌یابی باکیفیت نام نهاد. بسیاری فقط دنبال پاسخ و پرس‌و‌جواب در اینترنت هستند ولی به کیفیت و صحت این پاسخ توجهی ندارند. آیا این پاسخ و به عبارتی این سایت معتبر است؟ آیا مطالب روزآمد و صحیح و در فرم قابل اعتمادی ارائه شده است؟ و بسیاری سوالات دیگر که کاربران به آن بایستی در فرآیند پرس‌و‌جواب و پاسخ به سوالات خویش به آن توجه کنند.

این کتاب تلاش می‌کند تا این دید و نگرش را به صورت قابل فهم و روان به کاربران خویش بیاموزد و به آنها بیاموزد که هر چیزی که در اینترنت می‌بینند قابل اعتماد نیست.

در اینجا جا دارد که از تلاش‌های تمامی دوستان و اساتید محترم که در پژوهش‌شن آین کتاب تلاش کردنند قدردانی نماییم. اساتیدی از جمله دکتر شهاب بهلوی و سرکار خانم گلمغانی که عهده دار کار ویرایش این اثر را داشتند. همچنین از خدمات آقای صدری کارشناسی ارشد کتابداری و تمامی دوستان به خصوص آقایان کویم حق‌پرست، سعید فیضی و خیلی از دوستان دیگر که مارا یاری فرمودند تشکر و قدردانی را داریم. در آخر هم از همه خوانندگان می‌خواهیم که ما را از نظرات خودشان محروم نسازند.

وحید مصطفائی

farda2020@gmail.com

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
فصل اول : فواید اینترنت	۱
۱ مزایا و معایب اینترنت	۱
۲ مقدمه	۲
۳ مزایای اینترنت:	۳
۴) منحصر به فرد بودن:	۳
۵) روز آمد بودن:	۳
۶) رایگان بودن:	۳
۷) سهولت جستجو و بازیابی اطلاعات:	۴
۸) سهولت دسترسی به منابع:	۴
۹) تعامل بیشتر با این رسانه:	۴
۱۰ معایب اینترنت:	۶
۱۱) وقت‌گیر بودن:	۶
۱۲) وجود اطلاعات بی‌کیفیت و دروغ:	۶
۱۳) نبود استاندارد مشخص جهت ذخیره‌سازی و بازیابی اطلاعات	۶
۱۴- تغییر نشانی سایت به منابع دیگر:	۷
۱۵- سرعت پائین خطوط ارتباطی و مخابراتی جهت ارسال و دریافت اطلاعات:	۷
۱۶ فصل دوم : لزوم ارزیابی اینترنت و منابع موجود در آن	۹
۱۷ لزوم ارزیابی:	۱۰

۱۴.....	(۱) فقدان خط مشی
۱۶.....	(۲) فقدان کنترل:
۱۸.....	(۳) تغییرپذیری اطلاعات
۱۹.....	(۴) سوگیری و یا بی غرضی در اطلاعات
۲۱.....	شعار و تبلیغ:
۲۴.....	(۲) تجارت‌گرائی :
۲۷.....	فصل سوم: تعریف ارزیابی
۳۲.....	فصل چهارم: کیفیت اطلاعات
۳۲.....	تعریف کیفیت اطلاعات
۳۳.....	کیفیت اطلاعات
۳۸.....	فصل ششم: وب پنهان
۴۰.....	تعاریف مرتبط با وب پنهان:
۴۰.....	(۱) وب مات یا تاریک:
۴۱.....	۲- وب عمیق و وب ملکی
۴۲.....	۳- وب خصوصی
۴۲.....	۴- اینترنت واقعاً پنهان
۴۴.....	فصل هفتم: ارزیابی منابع دانشگاهی
۴۹.....	روش‌های ارزیابی باورزدیری اطلاعات علمی:
۴۹.....	۱- بازبینی و بازنگری

All right reserve وحید مصطفوی

۵۰	۲- اعتبار نویسنده:
۵۱	۳- سبک نگارش
۵۴	طرز برخورد و رفتار
۵۵	فصل هشتم: ارزیابی منابع سنتی و چاپی
۵۷	۱) پوشش موضوعی:
۵۷	۲) جامعیت:
۵۸	۳) روز آمدسازی
۵۸	۴) همپوشانی:
۵۸	۵) محتوى رکوردها:
۵۹	۶) نمایه‌سازی:
۵۹	۷) نوع منابع:
۵۹	۸) هزینه:
۵۹	ارزیابی منابع اطلاعاتی سنتی و چاپی
۶۰	مهماًترین معیارهای ارزیابی منابع اطلاعاتی سنتی و چاپی عبارتند از:
۶۴	فصل نهم : ارزیابی منابع اینترنتی
۶۷	معیارهای ارزیابی صفحات وب
۷۱	باورپذیری:
۷۲	اعتبار نویسنده:
۷۴	تضاد منافع
۷۵	سوگیری

All right reserve وحید مصطفائی

۷۷	محتوا.....
۷۸	روزآمدی.....
۸۰	داشتن ربط و بهرهوری مناسب:.....
۸۱	فرآیند بازبینی ویراستاری.....
۸۳	مضمون.....
۸۳	۱- صحبت و درستی:.....
۸۴	شواهد سلسله مراتبی.....
۸۶	ذکر منبع اصلی:.....
۸۷	آشکارسازی.....
۸۸	هدف و رسالت سایت:.....
۸۹	شرح و گزارش دهی در مورد سایت.....
۹۰	ذکر از قلم افتادگی.....
۹۰	پیوندها.....
۹۱	۱- گزینش:.....
۹۳	معماری.....
۹۴	مضمون.....
۹۵	پیوندهای پشتیبان.....
۹۵	طراحی.....
۱۰۰	تعامل.....
۱۰۲	فصل نهم: بررسی ارزیابی موتورهای جستجوگر و فهرست راهنمای موضوعی وب.....

All right reserve وحید مصطفائی

۱۰۳	انواع ابزارهای کاوش در اینترنت:	
۱۰۴	موتورهای جستجو:	
۱۰۴	اجزای موتور جستجوگر:	
۱۰۸	نقاط قوت و ضعف موتورهای جستجو	
۱۱۱	معایب موتورهای جستجوگر:	
۱۱۲	مسیله جامعیت و مانعیت در موتورهای جستجو	
۱۱۲	مانعیت:	
۱۱۶	معیارهای انتخاب موتورهای جستجو	
۱۲۰	ارزیابی موتورهای جستجو	
۱۲۴	فهرست راهنمای موضوعی وب	
۱۲۵	۱. اندازه پایگاه اطلاعاتی: ۲. روز آمد بودن:	
۱۲۵	۱۲۶	ابر موتورهای جستجو:
۱۲۸	فصل دهم : دروازه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های مجازی	
۱۲۹	دروازه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های مجازی:	
۱۳۰	OMNI (سازمان دهی اطلاعات پزشکی شبکه شده)	
۱۳۱	:Health finder	
۱۳۲	:Firstgov	
۱۳۲	اطلاعات بهداشتی گلاسکو (GHI)	
۱۳۷	انجمن پزشکی آمریکا	

All right reserve وحید مصطفائی

۱۳۷	:Infomine
۱۳۹	فصل دهم: معرفی سایت‌های ارائه‌دهنده اعتبار و لوگو
۱۴۱	مرکز شاهد محوری برای سطوح مدارک پزشکی آكسفورد
۱۴۲	کد اخلاقی بهداشتی الکترونیکی (e-health) در ائتلاف مراقبت بهداشتی اینترنتی
۱۴۳	«کنسرسیوم اخلاق بهداشتی در اینترنت»
۱۴۳	Med-certain
۱۴۴	سازمان‌دهی اطلاعات پزشکی شبکه‌شده OMNI
۱۴۵	پروژه DISCERN
۱۴۷	C-H-I-Q «مرکز کیفیت اطلاعات بهداشتی UK»
۱۴۹	QUICK (چک لیستی برای کیفیت اطلاعات)
۱۵۱	Net scoring: معیاری جهت ارزیابی کیفیت اطلاعات بهداشتی در اینترنت
۱۵۲	Medical matrix
۱۵۳	اصول حاکم در وب‌سایت‌های انجمن‌های پزشکی آمریکا (AMA)
۱۵۴	معیار HSWG برای ارزیابی کیفیت اطلاعات بهداشتی در اینترنت
۱۵۵	Silberg معیار مرکزی برای اندازه گیری کیفیت
۱۵۶	HON (بنیاد بهداشت در شبکه)
۱۵۶	اصول (۱)
۱۵۶	اصل (۲)
۱۵۶	اصل (۳)
۱۵۷	اصل (۴)

اصل (۵) ۱۵۷

اصل (۶) ۱۵۷

اصل (۷) ۱۵۷

اصل (۸) ۱۵۸

فرم ارزیابی HON code ۱۵۸

فصل اول :

مزایا و معایب اینترنت

مقدمه:

ظهور اینترنت که مربوط به سال ۱۹۹۰ در آزمایشگاه، فیزیک ذرات اروپا واقع در سویس می‌باشد، باعث ایجاد تحول شگرفی در زندگی مردم گردید. امکان جستجو و دسترسی به حجم زیادی از اطلاعات از طریق اینترنت، فعالیت‌های آموزشی، تحقیقاتی، تجاری و ... را تحت تاثیر گذاشته است. کثرت زیاد صفحات در اینترنت مشکل بسیار از کاربران را حل نموده و باعث حل مشکلات بسیاری در فرآیند اطلاع‌یابی شده است. در این فضای می‌توانید انواع اطلاعات را پیدا و از مسائل روز که شاید دقیقه به دقیقه فرق می‌کند مطلع شوید، اینترنت مرز بین کشورها را از بین برده و باعث راحتی ارتباط با افراد در هر نقطه از جهان شده است.

کثرت صفحات وب در اینترنت هم به عنوان نقطه قوت و هم به عنوان نقطه ضعف این شبکه جهانی است. نقاط قوت به خاطر این است که شما می‌توانید در هر زمینه‌ای اطلاعات خودتان را پیدا نمایید، به شرط اینکه در فرآیند جستجو و اطلاع‌یابی کارآمد باشید و نقطه ضعف آن را می‌توان به این تعمیم داد که به وجود اطلاعات فراوان کیفیت اطلاعات آن را پایین آورده که می‌تواند گمراه کننده باشد و اگر این اطلاعات غلط و به طور کل اینترنت به صورت ناسنجیده استفاده شود، می‌تواند خطر آفرین باشد. ولی این سوال پیش می‌آید که چرا باید سراغ اینترنت رفته و به جستجو

اطلاعات در آن پردازیم این سؤال را می‌توان با مزایای اینترنت که زیر آمده پاسخ داد.

مزایای اینترنت:

۱) منحصر به فرد بودن:

برخی از منابع اطلاعاتی نمونه چاپی و یا الکترونیکی (دیسک فشرده یا شبکه‌های پیوسته) ندارند. برای مثال سایت Find article که حاوی متن کامل میلیون‌ها مقاله است، تنها از طریق شبکه‌های جهانی وب قابل دسترس است و نسخه چاپی و الکترونیکی ندارد.

۲) روز آمد بودن:

این عامل یکی از بارزترین ویژگی این رسانه است و به دلیل اعمال آسان تغییرات و انجام سریع روزآمدسازی این رسانه نسبت به منابع چاپی، بیشتر ترجیح داده می‌شود.

۳) رایگان بودن:

در این محیط، امکان دسترسی رایگان به صفحات رایگان و حتی برخی از پایگاه اطلاعاتی، کتابها، مجلات الکترونیکی (اکثر خلاصه مقاله‌ها و برخی تمام متن‌های رایگان)، بازی‌های کامپیوتری و... فراهم می‌باشد.

۴) سهولت جستجو و بازیابی اطلاعات:

دسترسی به اطلاعات از طریق اینترنت برای تمامی افراد امری راحت که باعث صرفه‌جویی در زمان کاربر می‌گردد ولی به شرطی که افراد به شیوه‌های جستجو اینترنت مسلط باشند و برای افراد مسلط با سهولت بیشتر و مقرن به صرفه‌تر از سایرین می‌باشد به خصوص در مقایسه با منابع چاپی بیشتر جلوه می‌دهد.

۵) سهولت دسترسی به منابع:

بسیار از کاربران و جویندگان اطلاعات، کتابخانه‌ها را به خاطر عدم دسترسی سریع و وقت‌گیر بودن و برخی عوامل مرتبط دیگر، مکان مناسبی جهت جستجو و پاسخ به سوالات خود می‌دانند.

۶) تعامل بیشتر با این رسانه:

بسیاری از کاربران به دلیل تعامل به این محیط و کاربرپسند بودن و دستیابی به پاسخ سریع پرسش‌های خویش این رسانه را مهمترین مکان جهت جستجو می‌دانند. علاوه بر اینکه در این محیط، اطلاعات متنی وجود دارد، اطلاعات چند رسانه‌ای از قبیل صوت، تصویر و ویدئو وجود دارد. چند رسانه‌ای با برقراری پیوندهای منطقی میان رسانه‌های صوت، تصویر و متن، محیط تعامل جذابی را برای جستجو و دسترسی سریع و آسان به اطلاعات مورد نیاز به وجود می‌آورد و مهمترین دلایل ریشه چند رسانه‌ای‌ها سهولت دسترسی، ارزان بودن، هم زیاد اطلاعات و تاثیرگذاری بیشتر آنها

که توسط ابزار چند رسانه‌ای همانند اینترنت در اختیار کاربران قرار می‌گیرند می‌باشد.

در ضمن بسیاری از این اطلاعات را فقط می‌توان از طریق این رسانه یعنی اینترنت به

جستجو پرداخت.

مزایاهای دیگر نیز هم چون قابلیت دسترسی‌پذیری فراوان بدون محدودیت زمانی و

مکانی، قابلیت انتقال و کپی‌برداری سریع و به صرفه از اطلاعات در محیط اینترنت بر

ارزش این رسانه می‌افزاید.

در ضمن، در مقایسه با منابع چاپی، اینترنت از هزینه‌های اساسی زیر جلوگیری

می‌کند:

• تایپ حرفه‌ای با اشتباهات چاپی‌اندک

• چاپ (مانند هزینه کاغذ، ایجاد صفحات چاپی، صحافی)

• هزینه پست

تمامی این دلایل را می‌توان مزایائی برای اینترنت نسبت به منابع چاپی بر شمرد، ولی

برای این رسانه و معایبی نیز می‌توان بر شمرد:

معایب اینترنت:

۱) وقت گیر بودن:

این مورد گاهاً حتی برای کسانی که از روش‌های جستجو در اینترنت اطلاع دارد، صادق است و ممکن است ساعت‌ها زمان خود را بدون دستیابی به نتیجه مورد نظر از دست دهند.

۲) وجود اطلاعات بی‌کیفیت و دروغ:

این مورد به خاطر اینکه هر کسی می‌تواند بدون نظارت در اینترنت اطلاعات منتشر کند می‌باشد.

۳) نبود استاندارد مشخص جهت ذخیره‌سازی و بازیابی اطلاعات.

می‌توان گفت که هیچ استاندارد مشخص مانند فهرست‌نویسی، رده‌بندی، کنترل کتاب‌شناختی و کنترل واژگان نظیر آنچه که در دنیای چاپی یا پایگاه اطلاعات سنتی مشاهده می‌شود، وجود ندارد. بسیاری از صفحات وب، حتی مؤلف، ناشر و تاریخ انتشار ندارند.

در صورتی که در منابع چاپی، اکثر چاپخانه‌ها، ویراستاران و متخصصان خبره‌ای را در بخش‌های فنی استخدام نموده‌اند تا متون را از نقطه‌نظر تطابق با شرایط موجود و قابل قبول جهت چاپ بررسی نماید، اگر کاستی و کمبودی وجود داشته باشد، قبل از انتشار اصلاح شود. در واقع این گروه این منابع را از نظر وجود کیفیت ارزیابی

می‌نمایند. بسیاری از متخصصان اطلاع‌رسانی و کتابداران بر این عقیده‌اند که ارائه اطلاعات در صفحات وب از اعتبار آنها می‌کاهد و هنوز فرمت چاپی را ترجیح می‌دهند. این گروه براین عقیده‌اند که اطلاعات در شکل چاپی از قابلیت اعتماد بیشتر برخوردار است.

۴- تغییر نشانی سایت به منابع دیگر:

این در مواقعی مشکل‌ساز می‌شود که هیچ مکانسیمی برای دسترسی به نشانی جدید پیش‌بینی نشده باشد در این مورد پیوند کور ایجاد شده است.

۵- سرعت پائین خطوط ارتباطی و مخابراتی جهت ارسال و دریافت اطلاعات:

این مسئله بیشتر در کشورهای در حال توسعه نمود دارد، که ممکن است جستجو با این سرعت اندک، اشتیاق جستجوگر را از بین ببرد.

با توجه به مزایای گفته شده در مورد منابع چاپی و هم ایترنوت به این نتیجه می‌رسیم که کاربران بایستی چه به عنوان اعضای جامعه اطلاعاتی در عصر اطلاعات و

چه به عنوان مراجعان کتابخانه‌ها، هیچ‌گاه حق ارزیابی متقدانه را از خود سلب نکنند.

ساختار اطلاعات چه چاپی باشد یا دیجیتال یا هر فرم دیگری، کاربران همواره معیارهای را در ارزیابی‌های خویش به کار ببرند. در مورد منابع الکترونیکی و آنچه در شبکه‌های پیوسته و ایترنوت اشاعه می‌یابد، ضرورت ارزیابی نه تنها کاهش نمی‌یابد،

بلکه پرنگتر می‌شود و تابع معیارهای ویژه‌ای است و باید از آن معیارهای خاص پیروی نماید. در بخش‌های بعد بیشتر به این مقوله ارزیابی خواهیم پرداخت.

فصل دوم :

لزوم ارزیابی اینترنت و منابع موجود در آن

لزوم ارزیابی:

ایترنوت به عنوان ابزاری جهت بازیابی سریع و آسان اطلاعات، باعث شده است تا بسیاری از موانع موجود بر سر چاپ و نشر را تا حدودی از میان برداشته شود، ابزاری که امروزه اطلاعات فراوانی را به طور افسار گسیخته، تولید و منتشر می‌کنند، به طوری که هر کسی می‌تواند به نشر عقاید خویش پرداخته و وبسایت خود را مدیریت نماید، گستره صفحات وب روز به روز بیشتر می‌شود و برآوردگی اطلاعات در این آشفته بازار اطلاعاتی افزوده می‌شود. ایترنوت انتخاب‌های گسترده و بسیار زیادی از سایتها و منابع را پیش روی کاربران قرار می‌دهد ولی دسته‌بندی و نظام مشخصی بر آن وجود ندارد. اغلب سایتها توسط عاملان معتبر^۱ و نیز توسط افرادی که می‌خواهند علائق شخصی خود را نشان دهند، منتشر می‌شود. با این اوصاف، سخت است بگوئیم که گنجینه پنهان و نیز کار با ارزش کدام است؟ کدام یک نیاز به بررسی بیشتری دارد و یا اینکه وقت کاربران را تلف می‌کند.

کاربران معمولاً بدون توجه به معیارهای ارزیابی انتقادی، هر آنچه که در ایترنوت بازیابی می‌شود را معتبر می‌شمارند و در مطالعات تحقیقاتی خویش مورد استناد و استفاده قرار می‌دهند و اغلب این کاربران در پاسخ به این سؤال که چرا از این منابع

^۱ dealer

استناد کرده‌اید، و آیا این منابع معتبر هستند یا خیر؟ چنین پاسخ می‌دهند که آنرا جستجو و بازیابی کرده‌ام و از آن استفاده می‌کنم.

برخلاف مجموعه مرتب کتابخانه‌های دنیا، دنیای وب، دنیایی پویا، آشفته، اغلب سازمان نیافته و اغلب شامل اطلاعاتی که کیفیت آنها مبهم و مشکوک می‌باشد. در این میان، اطلاعات دانشگاهی با مطالب مزخرف، تبلیغات و یا صفحات خانگی که اغلب به عنوان تنگنا و معضل اساسی یاد شده است، تشکیل شده است. این معضل برای تحقیقات دانشگاهی بیشتر به چشم می‌آید، البته لازم به یادآوری است که این معضلات منحصر به وب نمی‌باشد، بلکه بیشتر موضوع مشترک، بحث میزان دانش اندک در هر رسانه و محیطی می‌باشد که دانشی را ارائه می‌دهد. اما توانایی انتشار بدون فرآیند بازبینی، تعداد پیشامدها را به طور وسیعی افزایش داده است. بیشترین مسائل شایع این موارد هستند:

- ❖ اسناد دنیای وب، نامتناسب، بدون تاریخ و بدون تفسیر هستند.
- ❖ آمارها ممکن است که بدون منبع لیست شود به طوری که تأیید آنها غیرممکن باشد.
- ❖ اطلاعات در مورد نویسنده یا ناشر غیر قابل دسترس یا ناکامل است.
- ❖ اسناد ممکن است مستقل باشند بنابراین اطلاعات این اسناد ارتباطی با سایر مقالات ندارد.

❖ وب به عنوان مکانی نامگذاری شده است که به نظر می‌رسد که اکثر

کاتالوگ‌های منبع جهت لیست نمودن اسناد اصلی مرجع و مجموعه اطلاعات

اندک به کار می‌رود.

❖ پیوندهای که به سایر منابع وب داده می‌شود، بدون تفکر و بینش کافی، بیشتر

به منظور اهداف کیفیتی (کاذب و فریبند) ایجاد شده است.

با توجه به آنچه که در بالا ذکر گردید می‌توان گفت که دنیای اینترنت پتانسیلی جهت

تبديل به منبع عظیم دانشی که تاکنون ایجاد شده است، می‌باشد. متفاوت از کتابخانه

ستی، مقالات و اسناد در وب اغلب خود چاپ شده می‌باشد. و در مخزن‌های

اطلاعاتی نیمه‌ایمن ذخیره شده و اغلب هم اعتبار آن ناشناخته است. امروزه کتابداران

با مجموعه جدیدی از چالش‌ها مواجه هستند تا به دسترسی مشتریان و نیز بکارگیری

عمومی این رسانه جدید، کمک نمایند. در این بین، مدارس و کتابخانه‌های عمومی و

مکان‌هایی که نیاز به دسترسی اطلاعات با کیفیت دارند با سه چالش عمدۀ مواجه

هستند:

۱) فراهم‌سازی دسترسی ایمن، نگرانی عمدۀ فراهم‌سازی و دسترسی مناسب برای

افراد کمتر از سن قانونی می‌باشد.

۲) مکان‌یابی مفید و موثر اطلاعات با کیفیت در وب

۳) ارزیابی اطلاعات جهت تأیید و تصدیق کیفیت.

شاید بتوان اظهار کرد که می‌توان دسترسی ایمن، ایجاد کرد ولی شاید مهمتر از ایجاد این مورد، تفکر انتقادی می‌باشد. تفکر انتقادی لازمه توانایی و مهارت ارزیابی اطلاعات است. نظام آموزشی و کتابخانه‌ها به عنوان زیر مجموعه‌ای از این نظام، وظیفه تربیت کاربرانی را که مجهز به تفکر انتقادی هستند، می‌باشد. حرّی معتقد است که نظام آموزش عالی دو نقش بر عهده دارد: یکی اینکه به دانشجویان بیاموزد چگونه اطلاعات خویش را بیابند و دیگری اینکه به آنان تعلیم دهد که چگونه اطلاعات به دست آمده را تعبیر و تفسیر کنند. ولی به جرأت می‌توان گفت که ارزیابی اطلاعات خیلی مهمتر از مهارت اطلاع‌یابی می‌باشد. چه بسا با یک اطلاعات غلط به نتایج جبران ناپذیری دست یافت.

بسیاری از متخصصان اطلاع‌رسانی و کتابداران بر این عقیده‌اند که ارائه اطلاعات در صفحات وب از اعتبار آنها خواهد کاست و هنوز فرمت چاپی را ترجیح می‌دهند، این گروهی بر این باورند که اطلاعات در شکل چاپی از قابلیت اعتماد و باورپذیری بیشتری برخودار می‌باشد چرا که مقالات در نشریات علمی پس از بررسی محتوایی چاپ می‌شوند و کتابخانه‌ها مجلات علمی معتبری دارند که محتوى آنها به صورت تمام متن در اینترنت وجود ندارد.

حال برمی گردیم سراغ پاسخ به سوالات زیر:

۱) چرا اطلاعات وب را ارزیابی می‌کنیم و چرا باید این مسئله برای ما اینقدر با اهمیت

باشد؟

۲) و اینکه چرا باید اطلاعات را قبل از استفاده و کاربری ارزیابی نمائیم؟

۳) و اینکه چه چیزی را باید ارزیابی نمائیم؟

برای پاسخ به این سوالات ما با چند عامل بسیار مهم روبرو هستیم که در زیر

مشخص شده است، با پاسخ دهی به این عوامل به پاسخ خویش خواهیم رسید:

۱) فقدان خط مشی

۲) فقدان و نبود کنترل

۳) تغییرپذیری سریع اطلاعات

۴) سوگیری و بی‌غرضی در اطلاعات

حال به بررسی و توضیح جزئیات این موارد می‌پردازیم.

۱) فقدان خط مشی

ایترنوت به خاطر ماهیت خود، به منظور فراهم‌سازی و ایجاد مبادله نامحدود اطلاعات

طراحی شده است و هیچ گونه قوانین یا استاندارد مصوب و حاکمی در مورد نوع یا

کیفیت اطلاعات آن وجود ندارد که نویسنده‌گان بتوانند در مورد ایترنوت و ارائه

اطلاعات در آن اعمال نمایند.

وبسایت‌ها ممکن است به جای اطلاعات واقعی، نظرات، ایده‌ها، شعار و تبلیغ^۱ و

آگهی‌های بازرگانی - تجاری را به منظور ارتقاء شرکت خویش یا شرکت هدف باشد

و با توجه به اینکه قبلاً هم اشاره گردید، هر کسی می‌تواند صفحه شخصی خویش را

ایجاد و مدیریت نماید و یا با پرداخت مبالغی صفحه وبی که می‌تواند اطلاعات

خودش را در اینترنت قرار دهد، ایجاد نماید.

نمونه‌ای از مورد فقدان خطمشی در اینترنت، می‌توان به دایره‌المعارف‌های جهانی

اشاره نمود. در دایره‌المعارف‌ها افراد می‌توانند موضوعی را از لیست دایره‌المعارف

موردنظر خود انتخاب نمایند و مقاله‌ای را در ارتباط با موضوع انتخابی و مورد دلخواه

خویش بنویسند و آن را به ویراستاران ناشناس ارسال نماید. این مقاله‌ها ممکن است

که بدون استاندارد یا خطمشی اصولی ساختار، مضمون و یا سطح مخاطبان نگاشته

شده باشد.

ویراستاران نیز ادعا می‌کنند که اطلاعات این گونه مقالات، با توجه به واقعیت‌ها کنترل

شده و غلط‌های املائی نیز کنترل و اصلاح گشته است. ولی نشان‌دهنده این نیست که

صلاحیت، شایستگی و تخصص نویسنده‌گان داوطلب کنترل شده است.

از آنجائی که دایره‌المعارف‌های زیادی در اینترنت وجود دارد، از قبیل بیرونیکا^۲، که

از استانداردهای دقیق پیروی نمی‌کند، فقدان خطمشی‌ها ایجاب می‌کند تا کاربرانی که

^۱ propaganda

^۲ www.britanica.com

از اینترنت استفاده می‌کنند، همیشه کیفیت و صحت اطلاعاتی که خود استفاده کننده و مخاطب آن هستند را ارزیابی نمایند.

۲) فقدان کنترل:

وقتی که کتابهای مرجع را در کتابخانه‌ها قرار می‌دهند، مسلم است که آنها را با فرآیندهای باز بینی کنترل نموده‌اند و همچنین دستخوش ارزیابی مهمی از جانب ناشر و ویراستار گردیده است تا هر کدام از این کتابها، برای سالیان متمادی در این مکان باقی مانده و مورد استفاده مخاطبان قرار گیرد. در اکثر موارد، این ارزیابی‌ها به عموم اطمینان می‌دهد که مطالب افزوده شده جدید، حاوی اطلاعات کیفی می‌باشد ولی در مورد اینترنت خلاف این مورد می‌تواند باشد. در واقع، قبل از اینکه سایتها به عنوان بخشی از دنیای وب شوند، با این گونه کنترل که منابع چاپی را در بر می‌گیرد، مرتبط نیستند. بنابراین باعث نشر اطلاعات غلط و گمراه‌کننده در این محیط می‌گردند.

ولی دیر زمانی است که تلاش‌هایی در جهت کنترل این گونه نشرها انجام می‌شود و از تلاش‌ها به آموزش کاربران، ایجاد رده‌بندی‌ها و فهرست راهنمای موضوعی وب^۱ و یا نظارت دولتی و غیر دولتی بر سایتها اشاره نمود. نظارت دولت را می‌توان در نظارت بر مطالب صریح جنسی و خشن توصیف نمود. این گونه نظارت‌ها که بر پایه

^۱ Directory

وب انجام می‌شود را فیلترینگ می‌نامند. این برنامه‌ها، وب‌سایتها را به خاطر عبارات و کلمات نامطلوب معین شده پویش می‌نمایند ولی مسئله‌ای که در استفاده از فیلترینگ نرم‌افزاری - نه کارشناسان - می‌توان اشاره نمود، این است که با توجه به تحقیقات و تجربیات صورت گرفته، نشان‌دهنده مواردی از سایتهاي قابل قبولی و مناسب هستند که توسط این نرم‌افزار فیلتر می‌شوند. مانند سایتهاي که در مورد پیشگیری از بیماری ایدز^۱ و یا سایتهاي که در مورد بیماریهاي مقاومتی و جنسی می‌باشند، پس می‌توان نتيجه‌گيري کرد که افزودن بعده انساني در فرآيند فیلترینگ، باعث ايجاد فرم معتبر و صحیحی از نظارت می‌شود.

روش دیگري که جهت کنترل کيفي وب‌سایتها صورت می‌گيرد، خدمات بازيبيني پيوسته‌اي^۲ هستند که در محیط وب قابل دسترس می‌باشد و اين خدمات سایتهاي دیگر را از لحاظ وجود کيفيت بررسی می‌نمایند ولی هيقچ يك از اين خدمات، توانمندي را در مردم ايجاد نمي‌کنند تا اطلاعات سوگيري شده يا مقالاتي که از نظر مردم نامطلوب هستند را حذف و يا موارد نادرست و اشتباه را جايگزين کنند. در ضمن اين خدمات قادر به محدودسازی دسترسی عموم به سایتهاي بي‌کيفيت را ندارد.

اين خدمات تنها پيشنهاد می‌کنند که سایتها باورپذير و بالارزش هستند تا در مصارف تحقیقاتي استفاده شود.(در فصل‌های بعدی بيشتر به آن‌ها می‌پردازیم)

^۱AIDS

^۲Online

جنبه دیگر اینترنت که افراد بایستی آگاه باشند، اتاق‌های گفتگو^۱ و گروه‌های خبری^۲ می‌باشد. در اکثر مدارس و دانشگاهها، دسترسی به این بخش از اینترنت ممنوع شده است. چون که اکثر اتاق‌های گفتگو حاوی مطالبی هستند که از نظر جنسی بی‌پرده بوده و یا اینکه باعث افزایش خشونت یا رفتارهای ضداجتماعی می‌شود.

۳) تغییرپذیری اطلاعات

مفیدترین جنبه اینترنت شاید این می‌تواند باشد که افراد می‌توانند هر نوع اطلاعات روزآمدی را در هر نقطه‌ای از جهان و به صورت به‌روز و به هنگام و فقط در عرض چند ثانیه و با چند کلیک موس پیدا نمایند و یا اینکه می‌توانند اطلاعات جغرافیایی و جمعیتی دنیا و یا عنوانین اخبار و رویدادهای روزمره که به صورت ساعتی و یا دقیقه‌ای تغییر می‌کنند را بیابند.

ولی وقتی کاربران بدون واسطه و به تنی به اینترنت ارزش و اعتبار قائل می‌شوند، بایستی این مسئله را در نظر داشته باشند که بایستی اطلاعاتی را که به واسطه این رسانه دریافت می‌کنند را ارزیابی نمایند، چون که همه اطلاعات آن صحیح و روزآمد نیست.

^۱ Chat Rooms

^۲ News Groups

۴) سوگیری^۱ و یا بی‌غرضی در اطلاعات

دلیل دیگری که باعث می‌شود که به ارزیابی اطلاعات موجود در اینترنت بپردازیم، به خاطر سوگیری و یا بی‌غرضی اطلاعاتی که در مضمون و محتوای اطلاعات سایت صورت می‌گیرد، می‌باشد.

تعیین اینکه سایت سوگیری دارد، مشکل است ولی این مورد در صورتی است که شخص در مورد چگونگی جستجوی آنها آگاهی نداشته باشد. برای مثال، هیئت سازمانی ویژه‌ای، آنچه را که با دیدگاه آنها سازگار یا پشتیبانی می‌شود را منتشر نمایند و یا اینکه مشاغل و یا تولیدی‌ها، فقط جنبه مثبتی از محصولات خودشان را منتشر و ارائه نمایند و یا اینکه وب‌سایتهای شخصی ممکن است که بیشتر نظرات سیاسی- مذهبی و یا اجتماعی افراد را منتشر کنند. ارزیابی سایت جهت درک سوگیری این روند را ایجاد می‌کند که آیا نویسنده از واقعیت منحرف می‌شود و تعصبات و نظرات و عقاید شخصی خود را در اطلاعات ارائه شده، اعمال می‌نماید. همچنین ایجاب می‌کند که آیا نویسنده قضاوت غیر منطقی یا تعصبی یا خواستار تحریف بر خلاف موضوع معتبر را دارد یا نه. این شاخص‌ها شما را در قضاوت درستی و صحت اطلاعات توانمند می‌سازد.

¹ Bias را خطاهای قاعده مند که به صورت غیر عمدی و یا عمدی صورت می‌گیرد تعریف می‌کنند.

بدست آوردن اخبار سوگیری نشده (غیر غرض‌ورزی) از هر رسانه‌ی خبری همیشه کار سختی است برای مثال گزارشگران خبری و یا هر خبرنگاری، مثالی از چنین مشکل رایج و معمول را نشان می‌دهند - همینطور اینترنت مکانی برای اطلاعات سوگیری شده است، مکانی که به عنوان ارائه‌دهنده خدمات، هم‌اکنون اعتبار خوبش را با دلارها تجارت می‌کند.

در زیر چندین سؤال و راهنمائی که توسط دانشگاه فلوریدا ارائه گردیده در پایین ذکر گردیده است سعی کنید آنها را در ذهن خود بسپارید و در موقعی که احتمال می‌دهید که سایت‌ها حاوی سوگیری می‌باشد استفاده نمائید.

❖ آیا نویسنده یا ناشر دیدگاه خاصی را دارند که برای حمایت و پشتیبانی آن

تلاش می‌کنند؟

❖ برای مثال، شرکت بزرگ دخانیات چشم‌اندازی از استعمال این مواد را در وب‌سایت خود قرار داده است که نظری بر خلاف عقیده و اظهاریه انجمن سرطان آمریکا می‌باشد.

❖ جستجو جهت اهداف بیان شده وب‌سایت

❖ برای مثال، جهت تعیین سوگیری‌های ممکنه، اگر اهداف در حوزه بیانیه اظهار نشده باشد، ممکن است که مجبور باشید که دیدگاه‌های مضمون سایت را بررسی نمائید.

❖ سوگیری را می‌توانید در اطلاعاتی از قبیل گروههای تحت فشار^۱ یا سیاسی،

لیست سرویس‌هایی^۲ که به هیئت تحقیقاتی یا غیر دانشگاهی اختصاص داده

شده یا همچنین می‌توان در گروههای خبری و گروههای حامی جستجو نمایید.

❖ مؤلف چه انگیزه و یا سوگیری‌هائی در جمع‌آوری و انتشار اطلاعات دارد؟

❖ اطلاعات چقدر باورپذیر هستند؟ آیا به نظر می‌رسد که اطلاعات باورپذیر

می‌باشد؟ آیا شاخصی وجود دارد که بدانیم اطلاعات از کجا آمده است؟

دو موضوع که به طور مستقیم با سوگیری و بی‌غرضی اطلاعات مرتبط شده‌اند:

۱) شعار و تبلیغ^۳ ۲) تجارت‌گرائی^۴ می‌باشد.

شعار و تبلیغ:

در لغتنامه وسپتر^۵ II به گسترش منظم تبلیغ در مورد ایده‌ای خاص ارجاع شده است.

به عبارت دیگر، چیزی که با هدف پیروزی و غلبه بر ایده‌ای خاص افراد اطلاق شده

است. تکنیک‌های شعار و تبلیغ هم در مقالات چاپی و هم در رسانه‌های گروهی

استفاده شده است. تکنیک‌هائی که تاثیر مشابهی داشته است ولی ممکن است که در

ایнтерنوت خیلی متقدعاً داشته باشد. چون که پتانسیلی است که جهت تعامل

¹ pressure-group

² services

³ propaganda

⁴ Commercialism

⁵ Webster

⁶ persuasive

با اکثر رسانه‌ها می‌باشد. اکثر تکنیک‌های رایج و معمول، شعار و تبلیغ، جزو مجموعه کلمات مانند هواداری^۱، تضمینی، انتقالی، تکراری و کلمات عاطفی باشند.

تکنیک‌های هواداری شخص را مجاب می‌کند که چیزی را انجام بدهد که افراد زیادی

آن را انجام می‌دهند. روش تضمین هم شامل استفاده از توصیه‌نامه‌ها یا نقل قول‌ها از

کارشناسان یا افراد مشهور، که به منظور مقاععدسازی مردم انجام می‌شود. روش

انتقالی هم در موقعیتی که درخواست می‌شود، استفاده شود یا اینکه افراد مشهور، امید

دارند که خوانندگان توسط مردم یا موقعیت شناسائی شوند و مردم احساسات

خودشان را به محصولات خاص و مورد تبلیغ توسط آنها انتقال دهند. (برای مثلا،

وقتی بازیکن فوتبالی در روی لباس خویش کالا یا شرکت خاصی را تبلیغ می‌کند)

استراتژی تکرار، شامل تکرار کلمات یا عبارات جهت تاکید می‌باشد و بالاخره تکنیک

مقاععدکننده استفاده از کلمات عاطفی و احساساتی برای تحریک شدید احساسات

بینندگان درباره چیزی یا کسی می‌باشد. بیشتر اوقات این تکنیک‌ها و تبلیغات در

مضمون سایتها استفاده می‌شود.

نکته‌ای که بایستی در آن توجه کرد وجود تبلیغات در سایت است درست است که

تبلیغات بیشتر باورپذیری را کاهش می‌دهد ولی در برخی سایتها مرتع پزشکی،

تبلیغات هدفمند می‌باشد. یعنی تبلیغات با توجه به محتوی سایت ارائه می‌شود و این

^۱ bandwagon

تبلیغات اگر به صورت ناخواسته باشد. باورپذیری را خیلی کم می‌کند در ضمن برخی از تبلیغات سایتها، داروهای جدید و یا روش‌های درمانی جدید را تبلیغ می‌کنند، بنابراین بایستی به محتوی تبلیغات توجه نمود.

نکته‌ای که بایستی در ارزیابی به آن توجه کرد، دقت در آدرس سایت می‌باشد. آدرس سایت‌هایی که دامنه آنها با ac.ir.net ، org ، edu ، mil.nih هستند از اعتبار بیشتری برخوردارند. البته تمامی این دامنه به غیر ac (دامنه ایرانی) دامنه‌های قراردادی کشور آمریکا هستند و برخی سایتها رسمی کشورهای دیگر نیز اطلاعات درستی و سازمانهای خویش را همراه با اختصار کشور خویش به کار می‌برند، مانند org.uk ولی علی‌رغم تقسیم‌بندی رایجی که از دامنه‌ها به عمل می‌آید. در عمل نظارت چندانی بر دامنه‌های ذکر شده وجود ندارد و با پرداخت مبالغ ناچیزی دامنه‌ها و اگذار می‌گردد.

علاوه بر این در صفحات وب و اطلاعات آن بایستی عینیت وجود داشته باشد. یعنی اینکه باید در تحقیقات، شواهد باید روشن و محدودیت‌ها مشخص گردد. در واقع نویسنده باید مقاله‌ای را که ارائه کرده است، مشخص نماید که کدام اطلاعات مربوط به نظر خود و یا اینکه دارای روش تحقیق مناسبی انجام گیرد. در ضمن، بایستی به این توجه کرد که آیا مقاله موجود در مجله‌ای منتشر شده است که از موقعیت در

ویراستاری مناسب برخودار است و تمام مقالات ویراستاری می‌گردد. در ضمن سایت‌ها خود بایستی وابستگی‌ها و روابط خود را با حامی مالی خود به وضوح ابراز نمایند.

۲) تجارت‌گرائی :

موضوع قابل ملاحظه و تامل برانگیز دیگری است و زمانی مطرح می‌شود که سوگیری یا بی‌غرضی اطلاعات موجود در اینترنت مورد بحث و شبهه قرار می‌گیرد.

اساساً اینترنت مکانی جهت ورود، جمع‌آوری و تبادل اطلاعات جهت تحقیقات و یا به منظور استفاده در روش‌های دیگر نگریسته شده است، مانند فعالیت‌های نظامی - اما در سالهای اخیر به مکانی جهت فعالیت‌های تجاری تبدیل شده است. با این مقدمه کوتاه بحث تجارت‌گرایی را در سه موضوع می‌توان ذکر نمود که به صورت زیر می‌باشد:

۱) درآمدزائی^۱ (۲) پس‌انداز سرمایه^۲) حفظ محدوده و بازار رقابت شرکت‌های تجاری می‌توانند با عرضه کالای خود در اینترنت و تبلیغات از این طریق، باعث حفظ سرمایه شده و درآمدزائی کنند و یا اینکه می‌توانند با عرضه خدمات رایگان و ارتباط الکترونیکی با مشتریان بازار رقابت را داغتر و گوی سبقت را از دیگران بربايند.

^۱ making-money

^۲ Save money

هر دو موضوع تبلیغ و تجارت‌گرایی باعث تقویت و تاکید بر ایده‌ای می‌شود که بر طبق آن ما را مجاب می‌نماید تا ما اطلاعاتی که در اینترنت و هم منابع چاپی پیدا می‌کنیم را ارزیابی نمائیم.

رابرت هاریس^۱ پیش‌بینی نموده که «اطلاعات تظاهر به بی‌غرضی دارد در حالی که عامل پنهان متقاعدسازی و آموزش پنهانی، انواع اطلاعات پرکاربرد و معمول ما را تحت تاثیر قرار می‌دهد» ما بایستی مراقب باشیم و منابع خودمان را چک کنیم و آنها را با سایر منابع مقایسه کنیم و ارزیابی درستی را شروع و به انجام برسانیم، حال با توجه به مطالب گفته شده، سایر دلایل که لزوم ارزیابی را سبب می‌شود می‌توان این

گونه توصیف نمود:

- ۱) صفحات وب به سادگی ایجاد می‌شوند.
- ۲) دریافت دامنه و URL^۲(آدرس اینترنتی) آسان است، حتی دامنه‌هایی که نشانگر دامنه‌های خاصی چون حوزه‌ی دانشگاهی edu^۳، سازمان غیرانتفاعی org^۴ هستند نیز با پرداخت مبالغ ناچیزی واگذار می‌شوند.

^۱ Robert Harris

^۲ Uniform Resource Locator

^۳ Educational

^۴ Organization

۳) هر صفحه ایجاد شده بدون هیچ محدودیتی از سوی موتورهای جستجوگر نمایه و آماده بازیابی می‌شوند و این صفحات می‌توانند یکی از منابع اطلاعاتی به حساب آید و حتی مورد استفاده قرار گیرند.

۴) داوری به مانند آنچه که در منابع چاپی مطرح است، در این دست از منابع به چشم نمی‌خورد.

۵) اطلاعات ارائه شده در صفحه وب ناپایدار است.
در بین این دلایل می‌توان گفت، به دلیل عدم نظارت و عدم وجود قانون معین و مشخص در فرآیند ارائه اطلاعات در اینترنت، می‌تواند به عنوان قویترین و مهمترین عامل ارزیابی اطلاعات بر شمرد.

فصل سوم:
تعریف ارزیابی

همانطوری که پیشتر گفتیم و دریافتیم که ارزیابی اطلاعات به عنوان عامل مهم در فرآیند اطلاعیابی و بکارگیری و استفاده از این اطلاعات می‌باشد. همچنین با مفهوم ارزیابی به طور کلی آشنا شدیم و توضیحاتی در این رابطه ارائه شد و اینجا قصد داریم که به صورت جزئی با این مسئله آشنا بشویم و همینطور با مفهوم بازیابی آشنا خواهیم شد.

ارزیابی فرآیند ضروری و پیچیده‌ای است و هر فردی ممکن است در مورد درستی و صحت مفاهیم کیفی قضاوت و ارزیابی نماید ولی تنها کسی در این عرصه موفق خواهد بود که به ابزارهای ارزیابی که بعدها گفته خواهد شد تسلط داشته باشد و از آنها بهره‌های لازم را کافی را سود ببرد.

ارزیابی را می‌توان به عنوان قضاوت درباره ارزش یک چیز از قبیل بعضی مقاصد، اهداف، عقاید، کارها، راه حل‌ها، روش‌ها و مواد و... توصیف کرد و در بر گیرنده معیارهای استانداردی برای ارزشیابی میزان ویژگی‌های دقیق، موثر، اقتصادی یا رضایت‌بخش است و این مفهوم در اطلاعات می‌توان این گونه تعریف کرد: «قضاوت در مورد درستی صحت و کیفیت اطلاعات براساس استانداردها و با استفاده از تفکر انتقادی». همانطوری که در مورد کالاهای معیاری با عنوان ISO وجود دارد، در مورد

اطلاعات معیارهای نیز وجود دارد که اگر بر طبق این معیارها باشد، اطلاعات با کیفیت می‌باشد.

در ضمن ارزیابی یا ارزشیابی یک محصول اطلاعاتی، یک خدمت یا فرد یا سازمان ممکن است به منظور اینکه آیا وظایف و مسئولیت محوله به خوبی انجام پذیرفته است یا خیر، صورت بگیرد.

بنابراین در مورد ارزیابی می‌توان نتیجه‌گیری کرد که رکن اساسی تفکر انتقادی است. در واقع گزینش مطالب دقیق‌تر، انتقادانه و آگاه بر این انتقاد دلالت دارد. تفکر انتقادی در محیط آموزشی از جمله کتابخانه‌ها شکل می‌گیرد و پرورش می‌یابد، لذا این مرکز بایستی در جهت ایجاد این تفکر در کاربران در کنار مهارت‌های اطلاع‌یابی تلاش نمایند.

در زبان انگلیسی حداقل شش تعریف با واژه‌های مختلف در زمینه ارزیابی بر یک معنی پایه دلالت می‌نماید و آن مفهوم یک قضاوت مهم و بالارزش دارد که سه مورد اول نزدیکی بیشتری به این مفهوم دارد:

: که بر قضاوت درباره ارزش یک شی یا یک شخص تاکید دارد. To evaluate

: که شامل تعیین رتبه یک شخص یا یک شی در بین انواع دیگر آنهاست. To rate

: به معنی داوری مبتنی بر تخمین و محاسبات تقریبی است. To estimate

: بر داور کارشناسانه تاکید دارد. To appraise

To access: به معنی داوری معتبر و سنجیدن و مالیات بستن (مثل ارزش پولی چیزی را معین کدن و مالیات گذاشتن بر روی آن).

To assay: بر امتحان و آزمایش دقیق دلالت دارد.
مطالعه روانشناسی شناختی و فراشناختی و تفکر انتقادی نشان می‌دهد که ارزیابی انتقادی ممکن است به وسیله چندین عامل تحت تاثیر قرار گیرد.

(۱) معلومات قبلی
۲) تفاوت سلیقه در ظاهر و قالب منابع (برای مثال برای محققین، کتب علمی و مقالات مجلات با اهمیت‌تر از مجلات کتب و منابع اینترنتی عمومی است، در واقع این افراد قالب چاپی را بر قالب الکترونیکی ترجیح می‌دهند).
۳) شناخت‌شناسی (که بر ماهیت و مبدأ دانش تأکید دارد).
۴) احساسات: که عموماً در خلال و شروع فرآیند ارزشیابی وجود دارد.

(۵) عقاید
تمامی این عوامل ممکن است در فرآیند ارزیابی و ارزشیابی تأثیرگذار باشد یا حتی آن را از مسیر واقعی خود دور نماید، نتایج آن را تحت تاثیر قرار دهد و بعضی اوقات آن را به نتایج غیرواقعی برسانند. بنابراین بایستی از تفکر انتقادی دور از هر گونه سوگیری برخودار بوده و مبنای قضاوت بر طبق بی‌غرضی باشد.

این گونه می‌توان این فصل را به پایان رساند که در تفکر انتقادی، هرچقدر که نگاه بی‌طرفانه و سوگیری نشده‌ای نسبت به موضوع داشته باشیم، قضاوت مناسبی خواهیم داشت و این گونه نقدها نیز عمیق و عاری از غرض‌ورزی خاصی می‌باشد بنابراین ابتدا باید نگاه‌ها اصلاح شود.

و جلد مصطفیٰ

فصل چهارم: تعریف کیفیت اطلاعات

کیفیت اطلاعات

هر دو مفهوم اطلاعات و کیفیت در طول سال‌های متتمادی معانی وسیع و گسترده‌ای یافته‌اند و معانی بحث برانگیزی زیادی به خود گرفته‌اند. بنا به گفته دراگولانسکو^۱ مفهوم اطلاعات به معانی مختلفی به کار برده شده است و سالهاست به معنی یک عبارت یک محصول یا یک فرآیند بکار برده می‌شود و علی‌رغم ارزش ذهنی شایان توجه آن چارچوب نامشخص و متناقض و ویژگی‌های مبهمی داشته است.

کلمه اطلاعات طوری که امروزه به کار برده می‌شود، دیدگاههای متفاوتی را نشان می‌دهد که شامل کالا، انرژی، خبر، اطلاع، داده، دانش و غیره است. اگر به عنوان متعابه اطلاعات بنگریم، اطلاعات ممکن است شامل متون، صفات، تصاویر و غیره باشد و ارزش اقتصادی داشته باشد. بنابراین اطلاعات می‌تواند مورد معامله قرار گیرد و به عنوان یک فرآورده اطلاعاتی یا خدمت اطلاعاتی مورد توجه قرار گیرد.

بنابراین می‌توان گفت که اطلاعات عنصری از تجارت شده است. در زمانهای پیش‌تر، کامیابی مبتنی بر معیارهایی چون مال و ثروت، منابع فیزیکی، غذا، آتش یا جان پناه بود، امروزه افراد و حرفه‌های موفق و کامیاب آنهایی هستند که اطلاعات را تحت

^۱ Dragulanescu

کنترل دارند و به توسعه و گسترش، دسترسی، تحلیل و ارائه آن می‌پردازند. ما دوران خود را به عنوان "عصر اطلاعات" متنسب می‌کنیم. ما به خرید و فروش اطلاعات دست می‌زنیم. گاهی به وسیله پول و گاهی آن را با اطلاعات دیگر مبادله می‌کنیم.

به نظر دبوتر^۱ چنانچه یک سازمان یا شخصی، ساختار ویژه اطلاعاتی خود را انحصاری نماید و اطلاعات را برای رسیدن به اهداف خود نگهداری کند، آن اطلاعات قادر است شخص یا سازمان را در رسیدن به اهداف خود یاری نماید. پس اطلاعات قادر است اهداف و اشخاص را هدایت و کنترل کند.

تعریفی از ارزش اطلاعات در این مرحله پایانی می‌تواند مطرح شود. اطلاعات به خودی خود فاقد ارزش است. ارزش اطلاعات از درک و کاربرد بعدی آن در آینده مشتق می‌شود. جامعه، فقط محصول و نتیجه اطلاعات را ارزش می‌داند، در واقع ضامن پیشرفت را در اطلاعات می‌توان دانست.

کیفیت اطلاعات موضوع غیرقابل اعتمادی است و به ندرت پیش می‌آید که به صورت یک واحد مطلق درست باشد. در بیشتر موارد، آنچه که به نظر من درست است، ممکن است که از نظر شما بی‌منطق باشد. بهترین منبع برای محققین پژوهشی، منبعی می‌تواند باشد که برای دانش‌آموزان کارایی نداشته باشد و بر عکس آن در مورد

^۱ John Debouter

دانشآموزان نیز صادق است، یعنی دنبال منابعی یا سایتهايی میگردد که متناسب با سن و نیاز خودشان باشد.

همینطور کیفیت در مورد محصول و خدمت برای پذیرش ویژگی‌های کافی در بکار بردن آنان است. تعداد این ویژگی‌ها موفقیت کالا را در قیمت‌های رقابتی توجیه می‌نماید.

حال کیفیت را به اطلاعات تعمیم می‌دهیم ویژگی‌های اطلاعات را که دارای کیفیت می‌باشد را ذکر می‌کنیم:

(۱) بی‌غرضی: اطلاعات ارائه شده در روشنی است که دور از هر گونه شعار و تبلیغ و بدون اطلاعات غلط می‌باشد.

(۲) کامل بودن: اطلاعات کامل است.

(۳) جامعیت و کثرت گرائی: اطلاعات، همه جنبه‌های اطلاعات ارائه شده را پوشش داده و محدود به ارائه نقطه‌نظرات خاص نیست.

برای دریافت کیفیت در اطلاعات الکترونیکی، لازم است که شخص از بازیابی همه اطلاعات مرتبط مطمئن باشد و سپس به ارزیابی و تعیین کیفیت اطلاعات بازیابی شده که با ارزش و باکیفیت هستند، بپردازد. در واقع آن اطلاعات بایستی جدای از هر گونه سوگیری، تعریف، تبلیغ و شعار یا حذف شدگی باشد.

برای داشتن اطلاعات با کیفیت وجود سه عامل ضروری است:

- ۱) کسب دسترسی مناسب و کامل به اطلاعات قابل دسترس و آماده.
- ۲) ایجاد بستر مناسب جهت استفاده از فرآیندهای بازیابی که نیازمند فهم چگونگی کار این فرآیندها دارد.

۳) ارزیابی کیفیت اطلاعات

در مورد گزینه سوم، به خاطر اینکه قبل هم اشاره شده اینترنت به عنوان مخزن تمامی اطلاعات باکیفیت و همینطور بیکیفیت و خطرناک میباشد، بخصوص در عرصه علوم پژوهشی و شاخه‌های مرتبط، وجود این عنصر ضروری و لازم میباشد و لزوم تسلط بر ابزارهایی که ارزیابی کیفیت اطلاعات را مسیر میسازند، امری واجب میباشد، پس به طور کلی میتوان نتیجه گرفت که برای یافتن اطلاعات مناسب و با کیفیت، مناسب با نیاز اطلاعاتی از طریق صفحات وب باید در ۲ چیز مهارت داشت:

- ۱) دستها و چشمها را به تکنیک‌های مجهز کنید که قادر به یافتن مناسب‌ترین اطلاعات در زمانی کوتاه باشند.
- ۲) ذهن خود را طوری تربیت کنید که با دیدی انتقادی و حتی بدینانه مجموعه‌ای از سوالات را طراحی و در مواجه با اطلاعات بازیابی شده آنها را در فرآیند ارزیابی به کار بندد. در واقع این گونه میتوان گفت که سعی کنید همیشه در اصطلاح بخش خالی لیوان را ببینند.

این ۲ مورد، آخرین مرحله‌ای است که در فرآیند کاوش و ارزیابی اطلاعات باکیفیت نقش دارد. در این فرآیند نگرانی والدین، آموزش‌دهندگان و ارائه‌دهندگان درباره ایمنی و کیفیت اطلاعات ارائه شده افزایش یافته است. چگونه اجازه دسترسی به منابع اینترنتی به ویژه برای خردسالان داده می‌شود. در حالی که آنها را از خطرات هرزه نگاری^۱ و یا خشونت صریح آگاه کنند آنها ایمنی که به حدی نرسیده اند که از این فرآیند اطلاع داشته باشند یا به طور کلی، به تمامی افرادی که اینترنت را به عنوان مکان جستجو انتخاب می‌کنند و چه بسا که به ابزارهای بررسی کیفیت مجهز نباشند در گزینش منبع مناسب علمی و ناتوان باشند. پس در این بین دولت و بخصوص کتابداران با مجموعه جدیدی از چالش‌ها در کمک به دسترسی مشتریان و یا به عبارتی کاربران در بکارگیری این رسانه جدید، مواجه هستند.

۱) فراهم‌سازی دسترسی ایمن: همانطور که گفته شد، نگرانی عمده ایجاد دسترسی مناسب برای افراد کمتر از سن قانونی.

۲) مکان‌یابی مفید و موثر اطلاعات با کیفیت در وب.

۳) ارزیابی اطلاعات برای تأیید و تصدیق کیفیت.

این چالش‌ها باعث شد تا منابع و پایگاه اطلاعاتی ایجاد شود که با عنوان دروازه‌های اطلاعاتی وارد دنیای اینترنت شد که بعدها در این باره بیشتر بحث خواهد شد.

¹ pornography

فصل ششم:

وب پنهان

شاید شنیده باشد که می‌گویند: «اینترنت به مانند کوه یخی می‌باشد که بیشترین قسمت آن در داخل آب و قسمت اندکی از آن بیرون بوده و ما آن را مشاهده می‌نمائیم» آری درست است، دقیقاً اینترنت مثل کوه یخی می‌ماند که در اصطلاح به قسمت پنهان آن وب نامرئی و یا وب‌پنهان می‌گویند که کاربران قادر به بازیابی آن نبوده یا اینکه از دید موتورهای جستجوگر پنهان می‌مانند یا اینکه پنهان گذاشته می‌شوند. وب نامرئی را می‌توان از ۲ جنبه اهمیت آن را برشمود: یکی از نظر کمی و دومی کیفی.

از نظر کمی می‌توان گفت که حجم اطلاعات موجود در این بخش خیلی بیشتر از سطح آشکار آن می‌باشد، به دو دلیل:

- ۱- بهترین موتورهای کاوش فقط قادر هستند که حدود ۱۶ درصد از اطلاعات موجود در وب را بازیابی کنند و بنابراین ۸۴ درصد آنها جزء وب نامرئی به حساب می‌آید.
- ۲- اندازه وب نامرئی تقریباً 500 برابر وب مرئی است.

دوم: از نظر کیفی، اطلاعات موجود در بخش‌های مختلف این مجموعه بویژه منابع اطلاعاتی موجود، معمولاً منابع ارزشمند و مفیدی هستند.

با این توصیفاتی که از وب پنهان کردیم، حال تعریف وب پنهان را به نقل از شرمن و پرایس بررسی می‌کنیم: «وب پنهان آن بخش از فضای وب است که عمدتاً شامل منابع اطلاعاتی غیرمنتی و پویا است که به هر دلیل به طور موقت خارج از حوزه جستجو و بازیابی موتورهای کاوش قرار دارند و بازیابی اطلاعات موجود در آن از طریق استفاده مستقیم از این موتورها میسر نمی‌باشد.»

بنابران اطلاعات موجود در وب پنهان قابل بازیابی و دسترسی است اما به سهولت منابع موجود در وب سطحی، به طوری که دسترسی به منابع وب پنهان مستلزم استفاده از ابزارهای کاوش غیر از موتورهای جستجوی معمولی مانند استفاده از ورودگاهها و دروازه‌های اطلاعاتی یا در مواردی نیز پرداخت حقاشتراک به برخی انتشارات می‌باشد.

تعاریف مرتبط با وب پنهان:

در خصوص وب نامрئی یا پنهان، کلمات دیگری نیز استفاده می‌شود که در نگاه اول به نظر می‌رسد که این‌ها کلمات معادل هم دیگری هم هستند، در صورتی که این طور نیست و هر یک به جنبه‌ای از نامرئی بودن اشاره می‌کند:

۱) وب مات یا تاریک:

بخشی از فضای وب نامرئی به وب مات موسوم گردیده است که می‌توانسته مورد

استفاده کاربران قرار گیرد، ولی از دسترس کاربران خارج است. که علت این امر را

می‌توان در ۲ علت به جستجو پرداخت:

یکی اینکه محیط وب به دلیل ماهیت تغییرپذیری خود و نیز اطلاعات جدیدی که

دائماً در حال افزوده شدن به آن می‌باشد و همچنین این صفحات جدید، همراه با

صفحات دیگر نیز ممکن است که هیچ پیوندی را با منابع دیگر برقرار نکرده باشند.

بنابراین عنکبوت‌های موتورهای جستجو قادر به یافتن و فهرست‌سازی این صفحات

نیستند.

۲- به دلیل محدودیت‌های توانائی و زمان‌گیر بودن امر فهرست‌سازی صفحات در

موتورهای جستجوگر، عنکبوت‌ها فرصت کافی جهت روزآمدسازی و همچنین

شناسائی و فهرست صفحات جدید را ندارند.

علاوه بر این، همیشه محدودیت‌های بسیاری از موتورهای جستجوگر سبب شده تا

این موتورها نتوانند تمام صفحات وب‌سایتها را نمایه‌سازی^۱ می‌کنند.

۲- وب عمیق و وب ملکی

بخشی دیگر از وب نامرئی، اختصاص به اطلاعات الکترونیکی است که اطلاعات خود

را تنها در قبال پرداخت حق اشتراک ارائه می‌دهند، ولی منابع از این دست نیز هستند

¹ Indexing

که اطلاعات خود را به صورت رایگان ارائه می‌دهند، برخی از اطلاعات این منابع شناسائی و قابل دسترسی هستند، ولی برخی نیز غیرقابل دسترسی هستند. ولی برخی نیز غیر قابل شناسائی هستند، به طوری که عنکبوت‌های^۱ موتور جستجو، راهی برای ورود به آنها را ندارند. از این قبیل منابع به برخی مجلات الکترونیکی، محتوای برخی کتابخانه‌های دیجیتالی و برخی دروازه‌های اطلاعاتی^۲ و ورودگاهها^۳ اشاره نمود. علاوه بر این، به منابع الکترونیکی که دسترسی به آن از طریق رمز عبور و اسم کاربری است، وب ملکی نام گذاری می‌شود. که در محدوده و عمیق قرار می‌گیرد.

۳- وب خصوصی

بخش دیگری از وب نامرئی جزء دارائی‌های شخصی یا خصوصی سازمان‌ها یا افراد و دولت می‌باشد که به دلیل محرومگی و امنیتی، اجازه دسترسی به آنها را به کاربران نمی‌دهند و فقط کسانی که مجاز هستند، قادر به استفاده از این اطلاعات را می‌باشند.

۴- اینترنت واقعاً پنهان

بخش دیگری از وب به دلیل ناکارآمدی ابزارهای جستجو، از دسترس کاربران دور مانده است. از قبیل، منابع غیرمتنی. بنابراین، منابعی که شامل وب کاملاً نامرئی هستند به قرار زیرند:

^۱ Spiders

^۲ Information gate

^۳ Portal

منابع تازه افزوده شده به محیط وب، منابع محافظت شده با رمز عبور، منابع غیر متنی،

فایل های PDF از متون آرشیو شده، منابع و صفحات بدون پیوند، وب عمیق و منابع

دیگر که توسط عنکبوت های موتورهای جستجو شناسائی نمی شود. در ضمن

صفحاتی که در حداکثر بازیابی موتور جستجوگر هستند، به دلیل وقت گیر بودن و

بخاطر اینکه فقط نتایج ابتدائی توسط کاربر مشاهده می شود، نتایج بعدی از دید کاربر

پنهان می ماند. برای مثال، اکثر کاربران، بیشتر نتایج صفحات اول جستجو را بررسی

می کنند، در صورتی که صفحات بعدی را بررسی نمی کنند، صفحات بعدی که توسط

کاربران ملاحظه نمی شود، جزء وب نامرئی محسوب می شود.

حال پرسشی مطرح می شود به اینکه ما چگونه می توانیم درون این منابع نامرئی به

جستجو پردازیم، یکی از این ابزارها سایت Complete palest که حاوی بیشتر از

۴۰۰۰۰ پایگاه اطلاعاتی وب نامرئی می باشد که مورد سفارش بسیاری از کتابداران

می باشد.

علاوه بر آن، دورازه های اطلاعاتی، پورتال ها، ابرمоторهای کاوش، منابع اطلاعاتی از

قبيل کتابخانه های ديجيتالي و آرشيو مجلات موضوعي می توان اشاره نمود.

فصل هفتم:

ارزیابی منابع دانشگاهی

بسیاری از کتابداران و در این دانشگاهی پیوسته بر این باورند که انتشار اطلاعات در رسانه‌های چاپی سنتی از قبیل کتابها، مقالات مروری و مجلات پژوهشی به نحوی بهتر یا باورپذیرتر از ارسال اطلاعات در صفحه وب می‌باشد، این باور تاکید بیشتری را در مقالات مروری دارد و هر دو مورد مضمون کار و تاثیر آنها، نادیده انگاشته می‌شود.

مطالعات نشان می‌دهد که اکثر مقالات منتشر شده در مجلات علمی و مهندسی هرگز در مطالعات بعدی مورد استناد قرار نگرفته اند، که این به معنی این است که اکثر مقالات مروری در آرشیو مقالات علمی تاثیری در توسعه ایده‌های جدید آتی ندارند. در ضمن مجلات چاپی در اکثر کتابخانه‌ها به صورت مرتب استفاده نمی‌شوند و این منابع بالارزش فقط در گوشه‌ای از کتابخانه‌ها انباسته می‌شوند. منابعی که حتی برخی از آنها در اینترنت هم پیدا نمی‌شوند. همانطوری که گفتیم، برخی از منابع و مقالات هیچ تاثیری بر تکامل ایده‌های آتی ندارند. این را می‌توان در چند نکته بیان نمود:

۱- مقاله بی اهمیت یا ضعیف نگاشته شده است و باورپذیر نیست.

۲- افرادی که نیاز به اطلاعات مقاله دارند، از وجود مقاله هیچ اطلاعی ندارند.

۳- مقالات جهت گرفتن رونوشت، در دسترس نیستند.

با این توصیفات که از منابع چاپی ذکر شد، ارسال مقالات در اینترنت به جای انتشار و در مجلات چاپی، دو مانع را که یکی از یافتن مقالات و دیگری افزایش تاثیر مقاله را بر خوانندگان برطرف می‌کند. علاوه بر این موارد، اینترنت می‌تواند نسبت به آرشیو رسانه‌های چاپی تازه‌تر باشد. کتابها و مجلات علمی با زمان ثابت نگه داشته شده‌اند، و به ندرت و به سختی می‌توانند عوض شوند. در مقابل مقالات ارسال شده در اینترنت می‌تواند در هر زمانی بازبینی و اصلاح شوند. با توضیحاتی که در این بخش دادیم برمی‌گردیم سر بحث اصلی خودمان که چگونه می‌توانیم مجلات علمی از سایر مجلات تمیز دهیم و آنها را ارزیابی نمائیم.

سومین لغت‌نامه بین‌الملی وبستر واژه علمی و محققانه^۱ را بدین شکل تعریف می‌کند:

۱- با مطالعات دانشگاهی (آکادمیکی^۲) به ویژه تحقیقات علمی این مراکز مرتبط است.

۲- نشان دهنده روش‌ها^۳ و دارای ویژگی‌های علمی است.

۳- دارای سبک و ظاهری علمی است.

^۱ Scholarly

^۲ Academic

^۳ Material

در این بین، ۳ نوع دیگر از گاہنامه‌ها و مجلات دیگر نیز مطرح می‌شود که تعریف آنها بدین شکل می‌باشد. حاوی اخبار واقعی یا عالیق عمومی که به خاطر داشتن اساس یکپارچه و واقعی بودن، در بین عموم شناخته می‌شود.

مجلات عمومی: مناسب برای یا منعکس‌کننده سلیقه و آگاهی، یا طور کلی دارای ویژگی مردمی یا عام پسند بودن.

مجلات محرک: به عنوان محرك یا خواهان تحریک کنجکاوی و عالیق عموم در موضوع یا موضوعات مختلف می‌باشد.

مجلات علمی: مهمترین منابع جهت بروزномائی اطلاعات در همه زمینه‌ها و گروهها می‌باشد. همینطور بار علمی این گونه مجلات نشان‌دهنده علمی بودن و معتبر بودن این مجلات می‌باشد.

سه مجله یاد شده، نشریات پرطرفدار ظاهری جذاب، دارای گرافیک بسیار زیاد و دارای عمق اندکی از نظر محتوا می‌باشند. هدف اصلی این مجلات بیشتر سرگرمی و اطلاع‌رسانی می‌باشد و از نظر استنادی کمتر منابع را مورد استفاده قرار می‌دهند. زبان نوشتار این گونه مجلات ساده و جهت برآورده ساختن حداقل سطح آموزش طراحی شده است. در ضمن برخی از این مجلات و روزنامه‌ها با تیترهای پر زرق و برق، جهت جذب و شگفت زده نمودن مردم (برای فروش بیشتر) طراحی شده‌اند و در اصطلاح به این مجلات یا روزنامه‌ها، مجلات یا روزنامه‌های زرد گفته می‌شود.

این ویژگی‌های کلی مربوط به مجلات غیر محققانه بود، از این گونه نشریات می‌توان به روزنامه‌ها و مجلات پرطرفدار اشاره نمود.

مقالات مجلات علمی اغلب حاوی خلاصه یا چکیده‌ای توصیفی از مضمون مقالات را شامل می‌شود، قبل از اینکه به متن اصلی مقاله پرداخته شود.

مقالات علمی عموماً ظاهری سنگین و جدی دارند، آنها اغلب حاوی نمودارها و چارت‌های زیادی هستند، اما کمتر از صفحات فریبنده یا تصاویر متحرک استفاده شده است.

مجلات^۱ علمی همیشه منابع خودشان را در فرم پانویس^۲ یا کتابنامه‌ای^۳ مورد استناد قرار می‌دهند. این کتابنامه‌ها معمولاً طولانی و سایر نوشه‌های علمی را مورد استفاده قرار می‌دهند. در ضمن پیوندها، در این تاریخ مجلات منقضی نمی‌گردد، به عبارت دیگر پیوندهای کور که نشاندهنده عدم روزآمدسازی می‌باشد، در این مقالات کم می‌باشد و این به دلیل اهمیت زیاد مقالات جهت بروزnmائی می‌باشد.

پس از آشنائی کلی با این گونه مجلات و شناخت ظاهری این گونه مجلات، لازم است که به ارزیابی باورپذیری محتوا و اطلاعات این مجلات نیز بپردازیم.

روش‌های ارزیابی باورپذیری اطلاعات علمی:

^۱ Journal

^۲ Foot Note

^۳ Bibliography

سه روش برای ارزیابی باورپذیری اطلاعات علمی وجود دارد که این سه روش به

قرار زیرند:

۱- بازبینی و بازنگری ۲- اعتبارنامه علمی نویسنده ۳- سبک نگارش

این سه روش سنتی، برای خوانندگان روش مناسبی است، ولی امکان اشتباه و وجود

نتایج گمراه‌کننده، وجود دارد.

۱- بازبینی و بازنگری

❖ انتشار کتاب توسط شرکت انتشاراتی معتبر انجام گرفته باشد، (ماند انتشارات

دانشگاه‌های معتبر)

❖ مقالات مرسوم و مجلات علمی و موارد این چنینی توسط انجمن‌های حرفه‌ای

شناخته شده، منتشر شده باشد. (مانند انجمن قلب، انجمن کتابداران، انجمن

رادیولوژیست‌ها).

ولی با این حال، چنین معیارهایی برای تعیین باورپذیری منابع، فقط تغییر مسئولیت از

خواننده به سمت منتقدانی که توسط ناشر انتخاب می‌شوند، می‌باشد. در باورپذیری

منبع بایستی به خود اطلاعات اطمینان داشت و نیز به نظر اکثر متخصصان که اطلاعات

را تأیید کرده‌اند. این همان دیدگاه انتقادانه را می‌طلبد که بایستی بر تمامی اطلاعات با

دید انتقادی نگریست. خوانندگان بایستی ارزیابی باورپذیری را علاوه بر بازنگری

توسط هیئت ویراستاری خودشان انجام دهند.

۲- اعتبار نویسنده:

آیا نویسنده برای مثال، درجه دکتری خود را از دانشگاه معتبری دریافت نموده است؟

آیا اعتبارنامه نویسنده معتبر می‌باشد؟ اعتبارنامه نویسنده می‌توان به عنوان معیار سطحی

برای ارزیابی باورپذیری باشد اما هنوز جایگاه خودش را دارد. برای مثال، کتاب یا

مقاله‌ای که نویسنده آن پژوهش متخصص باشد یا اینکه دکتری رشته‌ای خاص باشد،

باورپذیرتر از مقالات افراد با مدارج پایین‌تر این رشته یا رشته‌های دیگر می‌باشد. ولی

این باز ملاک چندان درستی نیست به خاطر اینکه:

۱) اعتبار مناسب نویسنده، ضمانت در باورپذیری مقاله وی ندارد.

۲) نمونه‌های اندکی از افراد هستند که به صورت خودآموخته در رشته‌ای خاص

فعالیت باورپذیری را از خود به جا گذاشته‌اند، علی‌رغم اینکه دارای مدرک معتبر و

رسمی هم نیستند. نمونه بارز آن را می‌توان به دکتر علی‌اکبر ولایتی اشاره نمود که وی

تألیفاتی خارج از حوزه فعالیت اصلی خویش منتشر نموده‌اند. بخش باورپذیری با

ارزیابی اعتبارنامه نویسنده شاید فعالیت مبهم و نامشخص از نظر باورپذیری باشد ولی

با این حال، بایستی به کارهای بی‌نام و نشان که ذکری از نام نویسنده و اعتبارنامه وی

نشده است، مشکوک بود. این می‌تواند به دلیل این باشد که نویسنده نمی‌خواهد

مسئولیتی در قبال کار خویش داشته باشد، در این موقع پیشنهاد می‌شود که چون

نویسنده می‌دانسته که کارش خیلی ضعیف یا تقلیبی است، پس از ذکر نام خویش خوداری نموده است.

اگر نویسنده‌ای که حداقل چندین مقاله در مجلات معتبر به انجام رسانده است، مسلم است که وی قابلیت ادامه ایجاد کارهایی با کیفیت مشابه را دارد، حتی اگر تألیفات وی به جای انتشار در مجلات علمی، در اینترنت منتشر شود.

۳- سبک نگارش

می‌توانید نوشتارهای علمی (مقالات‌های علمی) را از فرم مقاله‌های نا معتبر را با شیوه نگارشته آنها تشخیص دهید، مقالات علمی با موارد زیر مشخص می‌شوند:

۱- استنادات چه در متن و یا در پانویس وجود دارد.

۲- غلط املائی در مقاله مشاهده نمی‌گردد یا تعداد آن بسیار اندک است.

۳- غلط گرامری و نگارشی بسیار کمی در آن وجود دارد.

۴- واژگان و لغات مناسب و استاندارد، شامل اصطلاحات تخصصی، به صورت مناسب استفاده می‌شود.

۵- دارای نوشتاری دقیق و سنجیده، نه اظهارات نامشخص و نتیجه‌گیری ناسنجیده، در ضمن در استفاده کلمات مطلق مانند همیشه، هرگز یا ایده آل و..., دقت بسیاری می‌شود.

- ۶- اظهار نظرها، دارای ثبات درونی هستند.
- ۷- تفسیرهای جایگزین یا نقطه نظرات و دیدگاههای مخالف بررسی و بازبینی شده است.
- ۸- مطالب مزخرف و دروغ و بدون استناد وجود ندارد.
- ۹- شامل تاریخ آخرین بازبینی یا تاریخ ارائه به انتشاراتی می‌باشد.
- ۱۰- از نام‌های علمی به جای نام تجاری یا نام‌های بخصوص استفاده می‌شود.
- به صورت خلاصه می‌توان گفت که نوشتار علمی، دانش نویسنده و دقت و بازبینی نویسنده را در ایجاد کار خود را نشان می‌دهد تا وی کیفیت قابل قبولی را در معرض عموم داشته باشد.
- معمولأً، استنادها در نوشتار علمی، به عنوان مهر تائیدی است که مقالات منتشر شده رادر بر می‌گیرد که مربوط به مجلات و کتاب‌های انجمن‌های علمی، انتشارات دولتی و یا سایر منابع معتبر می‌باشد. استنادات ممکن است که در فرآیند ارزیابی اطلاعات، تأیید آن را توسط خوانندگان آسان نماید. در ضمن، استنادات جهت تأیید یافته‌ها و مقالات پیشین استفاده می‌شود و بنابراین نویسنده سوءاستفاده از کار دیگران که در آن خود را به عنوان نویسنده اول معرفی می‌کند، جلوگیری می‌نماید. علاوه بر آن، هوشیاری نویسنده را نسبت به کارهای قبلی را نشان می‌دهد و نشان از گستردگی دانش نویسنده و مطالعه عمیق نویسنده در موضوع می‌باشد. اما انتشارات مرتبط با

علوم تجربی و محاسباتی تمایل به این دارند که استناد و لیست کتابنامه‌ای اندکی داشته باشند، چون که نویسنده‌گان در ارائه محاسبات یا اندازه گیری‌های خودشان متمرکز می‌شوند، اینان با استناد به انتشارات پیشین، معمولاً جهت کسب انگیزه‌ای برای شروع کار جدید و تفسیر نتایج جدید بهره می‌برند.

در ارزیابی محتوای مقالات نیز بایستی به دو نکته توجه نمود:

- ۱- در علوم تئوریکی بایستی مبدأ و مأخذ نتایج وجود داشته باشد که با قوانین طبیعی پذیرفته شروع می‌شود و در ضمن فرضیات و احتمالات بایستی به وضوح بیان شود. همچنین بایستی دارای جزئیات و به اصطلاح روش‌شناسی^۱ مناسب و کافی باشد تا به خواننده ماهر اجازه انجام مجدد^۲ تحقیق را فراهم سازد.
- ۲- در علوم تجربی، بایستی روش‌های آزمایشی با جزئیات کافی تشریح شود تا به خواننده که به منابع و امکانات کافی، دسترسی دارد اجازه تکرار آزمایشات را مقدار سازد. خواننده نیاز به این دارد که آیا مواد و روش‌ها، کافی هست و اینکه آیا مواد و روش‌ها و معایب و مشکلاتی را دارند که نویسنده نتوانسته آنها را تشخیص بدهد. در در ضمیمه کتاب به انواع مجلات علمی که توسط انتشاراتی معتبر، منتشر می‌شود، توجه نمائید.

^۱ Methodology

^۲ duplicate

طرز برخورد و رفتار^۱

برای اسناد تحقیقاتی، بایستی توضیحاتی در ارتباط با آنچه که گردآوری شده و روش‌های بکار رفته جهت گردآوری و تفسیر تحقیقات داده شود. همچنین روش‌شناسی^۲ کلی بایستی با موضوع مناسب باشد و جهت تایید مطالعه، بتوان آنرا مجدداً انجام داد.

اگر کار شامل طرح یا اقدام جدید باشد، می‌بایستی در مورد عناصر این تکنیک یا تئوری و همچنین مناسب بودن و محدودیت‌های این روش و اقدام، بحث‌هایی کاملی صورت گیرد. در ضمن منابع مورد استفاده در مطالعه و تحقیق نگاشته و مستند گردد. در پایان نیز خاطر نشان می‌شود که منابع معتبر معمولاً در مکان‌های معتبر یافت می‌شود. برای مثال، انتظار می‌رود که مقالات معتبر پزشکی مناسب در دانشگاه‌های علوم پزشکی و انتشارات تحت نظر آنها وجود داشته باشد.

¹ treatment

² methodology

فصل هشتم:

ارزیابی منابع سنتی و چاپی

در فصل‌های قبلی، گفتیم که ارزیابی براساس معیارها صورت می‌گیرد و تا شخصی به این معیارها مسلط نباشد نمی‌تواند ارزیابی درستی انجام دهد با توجه به این که هر مبنع (چاپی یا اینترنتی و یا الکترونیکی) هر کدام معیار خاصی برای ارزیابی دارند، در اینجا ما قصد داریم تا معیار هر منبع را بررسی نمائیم. بنابراین ضرورت دارد قبل از انتخاب این پایگاهها، آنها را به دقت مطالعه نمائیم و پایگاههایی را که اولویت و برتری بیشتری نسبت به سایر پایگاه دارند، گزینش کنیم. در این گزینش ملاحظه موارد زیر ضرورت دارد:

- ۱) شناسائی نیازهای اطلاعاتی جامعه استفاده کننده.
- ۲) بررسی و انتخاب پایگاههای اطلاعاتی.
- ۳) شیوه استفاده از پایگاههای اطلاعاتی منتخب.

لازم به ذکر است که این سه مورد فوق بیشتر در مورد کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی صادق است. این گزینش همراه با بررسی معیارها و استانداردهایی است که با توجه به این معیارها انتخاب‌ها به مهمترین نحو ممکن صورت گیرد.

(۱) پوشش موضوعی

(۲) جامعیت

(۳) روزآمدی

(۴) همپوشانی

(۵) محتوی رکورد

(۶) نمایه‌سازی

(۷) نوع منبع

(۸) هزینه

(۹) نوع انتشارات

(۱) پوشش موضوعی:

آگاهی از اینکه پایگاه اطلاعاتی شامل چه موضوعاتی است، چه منابعی را در بر می‌گیرد و نمایه چند عنوان نشریه در این پایگاه وارد می‌شود و طول مدت آن چند سال است.

(۲) جامعیت:

آیا پایگاه:

۱) شامل مجلات هسته می شود

۲) از نظر تعداد رکورد موجود در پایگاه وضعیت چگونه است؟

۳) تمام مقالات موجود در نشریات مختلف تحت پوشش را نمایه می کند و یا منتخبی

از آنها را؟

۴) روز آمدسازی:

مسئله روزآمدی بر بهروز بودن مطالب پایگاه دلالت دارد. فاصله زمانی روزآمد شدن

در میان تولیدکنندگان متفاوت است، بنابراین بر این مسئله دقت نمود.

۵) همپوشانی:

نشان دهنده میزان تکراری بودن موضوعات هر یک از پایگاه در مقایسه با پایگاههای

دیگر.

۶) محتوی رکورد:

یعنی اینکه هر رکورد در یک پایگاه دارای چند فیلد است، فیلد اصلی و فیلدهای

قابل جستجو کدامند. در فیلدهای کتابشناختی عموماً فیلدهای پدیدآورنده، عنوان،

ناشر و همینطور منبع اطلاعات آمده است. ولی برخی فاقد این اطلاعات و انواع دیگر فیلدها هستند. در واقع تمام فیلدهای جهت استفاده و برای کاربر ضروری است.

۶) نمایه‌سازی:

نمایه‌سازی رکوردها (ثبت‌ها) چگونه انجام شده است؟ آیا از تزاروس‌های تخصصی موضوعی استفاده شده است یا نمایه‌سازی آزاد؟

۷) نوع منابع:

برخی از پایگاه‌ها از یک منبع واحد و برخی دیگر از چندین منبع استفاده می‌کنند. که حاوی انواع ثبت از قبیل پایان‌نامه‌ها، کنفرانس‌ها، گزارش‌های علمی و فنی، منبع صوتی و تصویری و...

۸) هزینه:

مسئله هزینه نیز در تمام خریدها و اشتراک منابع باید در نظر گرفته شود.

ارزیابی منابع اطلاعاتی سنتی و چاپی^۱

^۱کتاب‌ها و نشریات و مجلات

ارزیابی این منابع در حقیقت پاسخ این سؤال است که آیا کتاب، مجله و یا هر منبع اطلاعاتی دیگر ارزش تهیه و استفاده دارد یا نه؟ به طور کلی، معیار ارزش بر مبنای محتوا، مرتبط بودن، سودمندی و هزینه است. هر یک از این معیار ارزیابی در تمامی انواع منابع اطلاعاتی دارای اهمیت یکسان نیستند. برای مثال، در مورد اطلاعات پزشکی و داروئی سرعت روز آمدسازی اهمیتی بسیار اساسی و مهم تلقی می‌شود. البته به این نکته هم بایستی توجه داشت که هیچکدام از این عوامل به تنهاei و به صورت مستقل نمی‌تواند به عنوان عامل انتخاب لحاظ گردد. در واقع چند معیار بایستی در بررسی این منابع لحاظ استفاده گردد، تا انتخاب خوبی صورت گیرد. برای مثال با توجه به معیارها، انتظار می‌رود که ما شخصی را که در حوزه تخصصی خود کتابی یا مقاله‌ای را منتشر می‌کند را انتخاب کنیم، ولی چه بسا افرادی هستند که به صورت تجربی اقدام به انتشار و تالیف زده‌اند که در حوزه غیرتخصصی خود می‌باشد.

مهتمرین معیارهای ارزیابی منابع اطلاعاتی سنتی و چاپی عبارتند از: محتوا، قیمت، تاریخ، نشر، نویسنده، ناشر، سطح، نمایه و کتابخانه، مشخصات فیزیکی، صحافی و تصویر البته برخی دیگر از کتابداران از قبیل ریچاردادی و همکارانش معیارهای دیگری را معرفی نموده‌اند، البته این معیارها تقریباً با هم‌همپوشانی دارند.

این معیارها به قرار زیرند:

قالب:چاپی، میکرو فرم^۱، الکترونیکی، ساخت و شکل فیزیکی، توضیحات و تصاویر آن.

حوزه: در هدف، پوشش، جاری و به روز بودن

ارتباط با کاهای مشابه: در منحصر به فرد بودن و ویرایش جدید.

صلاحیت و کارآمدی: در تالیف، ناشر و یا حامی مالی، منبع اطلاعاتی

طرز رفتار: در صحت و درستی، بی غرضی، سبک و ویژگی، خوانندگان و مخاطبان

ترتیب و آرایش کار: توالی و فهرست نویسی

شاید فکر کنید که این دو معیارها با هم متفاوتند ولی به هر حال تمامی این معیارها، بر یک اصل دلالت می‌کند و آن گزینش بهترین و با کیفیت‌ترین منبع اطلاعاتی می‌باشد. در واقع همانطوری که گفتیم این معیارها با هم همپوشانی دارند.

محتوا: ملاک اصلی انتخاب منابع اطلاعاتی محتوای مناسب و مرتب منابع اطلاعاتی می‌باشد. در واقع، در صورتی که این ملاک در مورد منابع اطلاعاتی صادق نباشد، بررسی بقیه ملاک‌های انتخاب بیهوده است.

تاریخ نشر: یکی از مهمترین عوامل انتخاب و تهیه منابع اطلاعاتی تاریخ نشر می‌باشد.

تاریخ نشر دلیل بر به روز بودن محتوی منبع می‌باشد. چون که تایخ نشر مقالات و زبان

^۱ microform

ارائه آن در اکثر منابع درج می‌شود، لذا شما بایستی فاصله زمانی بین ارائه مقاله و چاپ آن بایستی دقیق باشد.

در برخی از حوزه‌های علوم زمین‌بندی زیر ارائه شده است: فیزیک، گیاه‌شناسی، فیزیولوژی، شیمی، زمین‌شناسی به ترتیب حدوداً ۴ سال، ۱۰ سال، ۷ سال، ۸ سال و ۱۲ سال می‌باشد. به روز بودن نشانه تازگی مطالب می‌باشد، به خصوص این تازگی در مورد علوم مثل پزشکی و داروسازی که نقش به سزائی در اعتبار و باورپذیری این علوم دارد.

نویسنده: اعتبار و شهرت یک نویسنده در موضوع تخصصی و تحصیلی خویش عامل بسیار مهمی برای انتخاب منابع اطلاعاتی مناسب می‌باشد. اعتبار علمی و تخصص و تجربه فردی که کتابی را در حوزه موضوعی خود تالیف می‌کند تا نسبت به نویسنده‌ای که دارای تخصص و تجربه در آن حوزه موضوعی نیست مناسب‌تر است.

ناشر: در بسیاری از موارد، ناشران مختلف در زمینه‌های خاص دارای شهرت و اعتبار ویژه‌ای هستند و تنها منابع اطلاعاتی را منتشر می‌کنند که در حوزه خاص خود باشند. بنابراین این منابع به مراتب معتبرتر از سایر منابعی است که توسط سازمانهای غیر تخصص در حوزه خود منتشر می‌شوند.

سطح: در ارزیابی یک منبع اطلاعاتی سطح علمی منابع اطلاعاتی با توجه به سطح علمی مخاطبان و مراجعین بایستی توجه گردد. برای مثال کتابی که در سطح عموم

نگاشته شده، به هیچ وجه منبع مناسبی برای متخصصین نمی‌باشد. همینطور کتابهای که تخصصی باشد اغلب برای سطح عموم و افراد عادی غیرقابل استفاده می‌باشد.

نمایه کتابخانه: میزان منابع و مأخذ استفاده شده تا حدودی نشان دهنده ی مطالعه همه جانبه نویسنده تالیف اثر می‌باشد و یک نمایه خوب ابزار مناسبی برای بازیابی اطلاعات متن اصلی است.

مشخصات فیزیکی: باید توجه داشت، مشخصات نامطلوب فیزیکی از قبیل چاپ غلط و بد و یا حروف چینی و صفحه‌آرائی نامناسب ممکن است سبب خستگی خواننده شود.

صحافی: انتخاب بهترین نوع صحافی-بخصوص در مورد منابع مرجع که از آن چاپ‌های متعددی موجود می‌باشد، توصیه می‌شود.

تصاویر: در مورد کتابهای تصویری و هنری مانند اطلس‌های پزشکی و آناتومی، انگل‌شناسی، قارچ‌شناسی و... کیفیت خوب تصاویر از اهمیت خاصی برخودار است.

All right reserved
و جلد مصطفی‌پایی

فصل نهم :

ارزیابی منابع اینترنتی

در مورد ارزیابی منابع اطلاعاتی سنتی باهم بحث کردیم و همچنین معیارهای ارزیابی کیفیت این منابع را گفتیم، حال در مورد ارزیابی منابع اطلاعاتی در اینترنت بحث می‌کنیم.

انواع اطلاعاتی که در اینترنت می‌توانید پیدا کنید به دسته‌های زیر تقسیم می‌شوند:

۱- اسناد و رکوردهای علمی (در همه رشته‌ها و علوم)

۲- اطلاعات شبه واقعیت (مشکوک)

۳- نظریات و دیدگاهها

۴- تفسیر و توضیحات

۵- داستان

این اطلاعات می‌تواند در اهداف گوناگون که در زیر اشاره می‌شود، استفاده گردد:

۱- جهت آموزش

۲- برای اطلاع‌رسانی

۳- جهت متقاعدسازی عموم و یا فروش محصول یا کالا

۴- جهت ارائه نگرش

۵- جهت سرگرمی

از بین این اطلاعات، اطلاعات پزشکی مسئله‌سازترین و یکی از دغدغه‌های بزرگ

می‌باشد، چون که در این محیط اغلب اطلاعات نادرست (نه همه اطلاعات) یا دارای

سوگیری و یا گاه‌آً حتی گمراه‌کننده و حتی خطرناک نیز می‌باشند. این مسئله که هر

کسی می‌تواند در اینترنت اطلاعات منتشر کند، شاید برای این افراد و گاه‌آً برای عموم

خوب باشد ولی شاید این اطلاعات در حرفه‌هائی مانند پزشکی و داروسازی و نیز

رشته‌های مرتبط به طور بالقوه مسئله ساز باشد. به هر حال، هر کسی برای درمان

بیماری خود یا کسب اطلاعات درباره آن و حتی تجویزات داروئی مراجعه می‌نماید،

در این موقع، ارائه اطلاعات نادرست می‌تواند عواقب بسیار خطرناک و جبران‌ناپذیری

به همراه داشته باشد.

آیزنباخ^۱ پزشکی الکترونیکی را به عنوان تخصص جدید دانشگاهی در مقطع^۲

اطلاع‌رسانی پزشکی و بهداشتی معرفی می‌کند. وی پزشکی الکترونیکی را با پزشکی

^۱ eysenbach

^۲ crossroad

از راه دور مقایسه می‌کند و این چنین بیان می‌کند: «پزشکی از راه دور^۱ در اصل

پزشکی درمان^۲ می‌باشد ولی پزشکی الکترونیکی ابتداً پزشکی پیشگیری بوده و نیز

مدل سنتی پیشگیری پزشکی را تغییر داده و باعث ارتقاء بهداشت جامعه شده است».

ویژگی کلی پزشکی الکترونیکی آموزش بیمار و مبادله اطلاعات بین بیمار با بیمار و

بیمار با پزشک به منظور آموزش و خودکفا نمودن بیمار می‌باشد.

چون کیفیت اساسی‌ترین نگرانی و دغدغه افراد و بخصوص کتابداران می‌باشد و با

توجه به اینکه اینترنت منبع عمدۀ (نه اصلی و کامل) اطلاعات بهداشتی می‌باشد،

بنابراین هم کیفیت اطلاعات و هم منابع اینترنتی برای شاغلان حرفه مراقبت بهداشتی

مسئله‌ی مهمی می‌باشد، بلکه برای تمام افرادی که با اینترنت و اطلاعات آن سر و کار

دارند، مسئله بسیار حیاتی تلقی می‌شود بنابراین آموزش معیارهایی که برای سنجش

این منبع اطلاعاتی عظیم بکار می‌روند، اهمیت دو چندانی پیدا می‌کند.

معیارهای ارزیابی صفحات وب

معیارهای توصیه شده زیر به عنوان معیارهای اساسی هستند که به عنوان پایه و اساس

ارزیابی می‌باشند، ولی در برخی متون معیارهای دیگری نیز آمده است که در صفحات

بعد به آن اشاره خواهد شد.

^۱ telemedicine

^۲ curative medicine

۱- باورپذیری:

این باورپذیری در مورد: منبع، محتوا، روزآمدی، ربط و بهرهوری مناسب، فرآیند بازبینی و ویراستاری، بررسی می شود.

۲- مضمون:

صحت، سلسله مراتب شواهد، ذکر منبع اصلی، ادعاهای حذفیات یاداشت شده، می باشد.

۳- انتشار و آشکارسازی:

هدف سایت، گزارش دهنده

۴- پیوند ها:

معیارهای چون انتخاب، معماری، مضمون، پیوندهای پشتیبان و توضیحات

۵- طراحی:

قابلیت دسترسی، سازماندهی منطقی، موتور جستجوی داخل سایت

۶- تعامل

قبل از پرداختن به این موضوعات، لازم به ذکر است که مضمون اسناد در شبکه، در

موارد مشابه همانند مضمون رسانه چاپی ارزیابی شده است، شما بایستی که اصول

ارزیابی خودتان را در آنچه که هم اکنون قصد آموختن آنها را دارید، انجام دهید و

درایت خوب خودتان را در این عرصه بکار سپرید. برای مثال شما می توانید روش

ارزیابی که CAFE نامیده می‌شود را استفاده کنید، CAFE دلالت بر ابتدای این کلمات را دارد:

چالش^۱، سازگار کردن^۲، فایل کردن^۳، ارزیابی کردن^۴

چالش:

سعی در پاسخ‌دهی در مورد اطلاعات یافته شده، مهم می‌باشد، بنابراین چه کسی اظهار می‌کند؟ چرا آن در این طریق گفته شده است؟

چرا این اطلاعات نوشته شده است؟

چرا من بایستی آن را باور داشته باشم؟ چرا من بایستی به این منبع اعتماد کنم؟

آیا این با جزئیات تشریح شده است؟

آیا روش استدلال صحیح است؟

چه کسی از استدلال مقالات و مدارک پشتیبانی می‌نماید و سوالاتی از این قبیل.

سازگار کردن:

این مورد بر وفق و تطبیق و همچنین سازگار نمودن سوالات مهم و اساسی شما بر طبق بیانیه‌ها و اظهارات موجود در متن می‌باشد. اگر مشاهده می‌نماید که دروغ و کذب در دیدگاه و نگرش عمومی وارد یا بحث شده است، شما بایستی نقطه نظرات تأییدی را از سایر نکات مقاله به دست بیاورید. اگر اظهاریه‌ها یا اطلاعات یا سایر

¹ Challenge

² Adapt

³ File

⁴ Evaluate

اطلاعات مورد نیاز که شما پیدا کرده باشید. مطابقت می‌نماید لزومی ندارد تا در این حین نقدی به اطلاعات یافته شده، داشته باشید.

فایل کردن:

به ذهستان بسپارید که به سرعت و سریع نمی‌توان در مورد نتایج، نتیجه‌گیری نمود. تا زمانی که شما یک تصویر کلی و دید کیفی نسبت به اطلاعات نداشته باشید، به مقایسه با سایر منابع و جمع‌آوری اطلاعات بیشتر بپردازید.

ارزیابی:

ارزیابی و برآورد مجددی را در اطلاعات داشته باشید. چون اطلاعات پویا و به سرعت در حال تغییر می‌باشد.

حال به بررسی کامل معیارهای ارزیابی می‌پردازیم.

پنج معیار برای ارزیابی باورپذیری اطلاعات بهداشتی در اینترنت وجود دارد:

۱- منبع ۲- محتوا ۳- روزآمدی ۴- ربط / بهره وری ۵- فرآیند بازبینی ویراستاری

خود منبع به چهار زیر گروه منبع، اعتبار نویسنده، تضاد منافع و سوگیری تقسیم شده است.

به طور کل منبع اطلاعات پزشکی اولین و مهمترین منبع برای باورپذیری و کیفیت اطلاعاتی پزشکی می‌باشد.

باورپذیری:

در فرهنگ و سبک با نام credibility و با عنوان ویژگی یا قدرت ایجاد باور و credible به عنوان «پیشنهاد و موضوعات منطقی جهت باورپذیری» در دامنه وسیعتر می‌توان به مسائل مرتبط با تشخیص اطلاعات باورپذیر از موارد اطلاعات با حداقل باورپذیری یا اینکه اطلاعات غلطی که با مسائلی از ارزیابی صحیح منبع مرتبط می‌شود.

سایت بایستی نام موسسه یا سازمان و یا سوگیری سازمان را نشان دهد و علاوه بر آن نام و عنوان و اعتبار علمی نویسنده سایت بایستی به صورت بارز نمایش داده شود. نام نویسنده نشان می‌دهد که او مسولیتی را به جهت اطلاعات ارائه تقبل می‌کند.

البته هیچ روش ساده‌ای برای بی‌غرضی کردن باورپذیری منابع اینترنتی وجود ندارد، اما مشخصات و ویژگی‌هایی منبع باورپذیر از تعدادی از روش‌های منطقی و عقلانی پیروی می‌کند.

کارشناسان و دانشمندان متخصص مورد اعتماد در جامعه معمولاً به آسانی قابل شناخت هستند و اطلاعاتی باورپذیری را ارائه می‌کنند.

لغت‌نامه و بستر تعریف کارشناسان و دانشمندان را اینگونه معرفی می‌نماید: فردی که به عنوان متخصص ذکر شده است. با این تعریف می‌توان این گونه مثال زد که توصیه‌های پزشکی که توسط پزشکان و متخصصان در ارتباط با بیماری‌ها ارائه

شده باشد، به عنوان منبع قابل باور توجه شده است. مگر اینکه در آزمایشات و بررسی‌ها خلاف این مورد ثابت گردد. افراد و گروه سازمان یافته ارائه دهنده مراقبت به وضوح منابع قابل باور هستند و مواردی از اطلاعات پزشکی مورد اطمینان می‌باشند. سازمانهای دیگری از قبیل گروههای حامی کاربران، سازمانهای داوطلب و غیرانتفاعی مرتبط با بهداشت و سلامت، انجمن‌های بهداشت عمومی، بیمارستانها و گروههای تجربی، منابع اطلاعات باورپذیر می‌باشند. در ضمن دانشگاههای علوم پزشکی دارای درجه بالائی از نیاز باورپذیری اطلاعات پزشکی را که انتظار می‌رود که توسط پزشکان متخصص و محققین که باعث گسترش دانش پزشکی می‌شوند، ارائه می‌نمایند.

عنوان و وضعیت نویسنده می‌تواند نشان دهنده این باشد که آیا او در زمینه فعالیت خویش متخصص است یا اینکه گرایش غیرحرفه‌ای و غیرمتخصصی دارد. در واقع بیشتر معیارهای ارزیابی کیفیت زیر گروهی از معیارهای باورپذیری می‌باشد، چون اگر تاریخ روزآمد باشد و همچنین هدف سایت، نویسنده، و اطلاعات دیگر ارائه شده باشد این موارد خود به نوعی این باورپذیری را افزایش می‌دهد.

اعتبار نویسنده:

ارزیابی باورپذیری منابع اطلاعات اینترنت نیازمند این است که منابع منتشرکننده و پرسنل مربوطه یا انجمن‌های مالی خود دارای صلاحیت و اعتبار باشند. ولی سنجش

باورپذیری با این روند خیلی مشکل است که این متغیر بیشتر در مورد علوم پزشکی بیشتر از سایر رشته‌ها صادق می‌باشد.

برای مثال، به خاطر پیچیدگی دانش پزشکی و افزایش روزافزون متخصصان پزشکی و بهداشتی، امکان دارد که مصرف کنندگان یا به عبارتی استفاده‌کنندگان اطلاعات جهت اثبات و تعیین دقیق و درست حرفه و فعالیت، با وجود انواع حرفه‌های مراقبت بهداشتی دچار مشکل شوند. این مسئله حتی با واقعیت آمیخته است که ممکن است که حرفه‌ای مراقبت بهداشتی درمانی نیز خود مشاوره و طرح دیدگاهی را فراتر از حوزه تخصصی و آموزشی خود ارائه دهند.

مسئله دیگری که با آن روبرو هستیم، ناشناس و گمنام ماندن نام نویسنده، سازمان و مواردی از این قبیل می‌باشد. تعیین اعتبار اطلاعات منتشرشده کاری آسانی نیست و همینطور تعیین اینکه آیا این منابع معتبر می‌باشد یا نه. بنابراین همیشه بایستی به دنبال نویسنده و اطلاعات بیوگرافی و تخصصی سازمان یا افراد ارائه‌دهنده مراقبت باشید در صورتی که سایتی این اطلاعات بیشتری را از نویسنده ارائه نمی‌دهد، به دنبال آدرس پست الکترونیکی نویسنده باشید، ولی بایستی توجه داشت که آدرس پست الکترونیکی اطلاعات بیشتری را از نویسنده ارائه نمی‌دهد.

جهت تعیین اعتبار نویسنده سعی کند به پرسش‌های زیر پاسخ دهید. در واقع به دنبال این پرسش‌ها صفحات و یا حتی کل سایت را بگردید:

۱) آیا نویسنده در حوزه شناخته شده‌ای، تخصص دارد؟

۲) آیا سایت اطلاعات بیوگرافی ارائه می‌دهد؟ این اطلاعات ممکن است که شامل وضعیت نویسنده، نسبت سازمانی، شماره تلفن و آدرس نویسنده باشد.

۳) آیا نویسنده مقالات یا کتابهایی در زمینه تخصصی خویش نگاشته است؟ آیا نویسنده برای شما آشنا می‌باشد؟

۴) آیا نویسنده عضو سازمان خاصی است؟ آیا صفحه توسط سازمانی نگاشته شده است؟ چه اطلاعات اضافی در مورد سازمان در دسترس می‌باشد؟

سعی کنید اگر اطلاعات بیوگرافی نویسنده را پیدا نکردید، به دنبال پیوندی بگردید که در مورد نویسنده اطلاعات ارائه می‌کند و اگر نیافتد، اسم نویسنده را در موتور جستجوگرهای بنویسید تا از این طریق اطلاعات بیشتری کسب نمایید. در مورد متخصصان پزشکی نیز انجمن پزشکی آمریکا فعالیت جالب و درستی انجام داده است و آن است که اعتبار دانشگاهی و سابقه تحصیلی اکثر پزشکانی که در آمریکا فعالیت می‌نمایند را در سایت خود قرار داده است تا کاربران از این طریق بتوانند به شناسائی نویسنده (به عبارتی پزشک نویسنده سایت) بپردازنند.

تضاد منافع^۱

^۱ Conflict of interest

وجود و امکان تضاد منابع در اطلاعات ارائه شده می‌تواند برای ارزیابی اطلاعات مشکل ایجاد نماید. کاربران ممکن است در اکثر موضوعات پزشکی فاقد دانش تخصصی مورد نیاز جهت تشخیص بین برنامه‌های متعادل و نامتعادل باشند. آشکارسازی و ابزار حامی مالی سایت و ماهیت حمایت انجام شده، می‌تواند اجازه اغلب ارزیابی تضاد منافع را بدهد. تلاش سایتها حامی نبایستی این تلقی و طرز تفکر باشد که اعتبار محتوی سایت را به خطر نمی‌اندازد، اگر تبلیغات همراه سایت باشد شخص بایستی انگیزه مالی سایت را بررسی نماید، در مورد سایتهایی که به خاطر تبلیغات محصولات کارخانه‌ها ایجاد و حفظ شده‌اند، می‌توان انتظار داشت که آنها جهت نشان دادن تولیدات خود در بهترین سبک ممکنه و شاید با ظاهری فریبنده به تبلیغ کالا و حتی دارویی خاص بپردازد و بایستی این مورد را در ذهن داشت.

عموماً اگر محصول گزارش و بازنگری امیدبخش و به ظاهر درستی را از کارخانه یا شرکتی که سایت را حمایت مالی کرده است، ارائه نموده باشد کاربران بایستی مشکوک باشند و حتی اگر مقاله‌ای نیز در این سایت وجود داشته باشد، این مقاله آموزشی شاید جنبه تبلیغی داشته باشد.

سوگیری

سوگیری را به عنوان خطاهای قاعدهمند^۱ که به صورت غیرعمدی یا عمدی ایجاد می‌شود، تعریف می‌شود. سوگیری می‌تواند به خاطر مسائل مالی انجام گرفته باشد و می‌تواند نتیجه سرمایه‌گذاری روشنفکرانه و آگاهانه پرسنل یا جبهه‌گیری و تحریف نسبت به ایده یا تئوری ویژه‌ای باشد. همانطوری که قبل از بحث شد، سوگیری بیشتر به خاطر مسائل تبلیغی و پولی صورت می‌گیرد.

توجه داشته باشید که مسئله وجود سوگیری در اطلاعات باورپذیری سایت را کاهش می‌دهد، بنابراین هدف سایت را بررسی نمایید، دیدگاه نویسنده را با توجه به اطلاعات ارائه شده، سنجیده و ارزیابی خودتان را شروع کنید. برخی نویسنده‌گان دیدگاه بی‌طرفانه و برخی دیگر دیدگاه سوگیرانه دارند، هر نویسنده‌ای می‌خواهد که دیدگاه خود را ارائه دهد ولی بسیار مهم است که بدانیم این دیدگاه نویسنده بی‌طرفانه است یا سوگیری شده. در ضمن می‌توان گفت که این سوگیری ممکن است در حمایت از دیدگاه خود نویسنده، حزب، گروه و یا تبلیغ کالا دارو یا روش درمانی خاص باشد.

آیا صفحه سوگیری یا دیدگاه خاصی را منعکس می‌کند؟ آیا نویسنده از زبان تحریک‌آمیز و انگیزشی استفاده می‌کند؟

❖ هدف سایت چیست؟ چرا و برای چه کسی این سایت نوشته شده است؟

^۱ systematically

❖ آیا این سایت جهت اطلاع‌رسانی؟ فروش، بازاریابی و طرح دیدگاه و ارائه

دیدگاه و نظر خاصی می‌باشد؟ و یا اینکه جهت سرگرمی یا مقاعده‌سازی افراد

است؟

❖ آیا صفحه تبلیغات وجود دارد؟ اگر وجود دارد، آیا می‌توان آن را از مضمون

اطلاعات تمیز داد؟

❖ بیان هدف سایت، شناخت آن را ساده می‌کند و استفاده‌کنندگان را قادر به فهم

آن می‌نماید. هدف هر منبع، مقصد و آمال آن را مشخص می‌نماید. در

سایت‌های مختلف، اطلاعات مربوط به هدف با مراجعه به قسمت‌های about

Background ،Who am I ، Philosophy ،About us ، help ،FAQ

Biography و همچنین در سایت‌های فارسی "درباره سایت" "موارد اینچنینی

قابل مشاهده است.

محظوظ

برای استفاده‌کنندگان مهم است که محتوای اطلاعات ارائه شده را بدانند و همینطور در

مورد سطح مخاطب آن اطلاعاتی داشته باشند. بخصوص این محتوا بایستی در

اطلاعات بهداشتی درمانی اهمیت خاصی دارد و می‌توان گفت این محتوا در برنامه

تبلیغاتی و درمانی بیشتر جلوه می‌کند. بنابراین وقتی اطلاعات به عنوان بخشی از یک

برنامه تبلیغاتی یا تأیید آگهی نسبت به یک محصول باشد، نیازمند این است که

اطلاعات سطح‌بندی شود تا مصرف‌کننده اطلاعات ارائه شده به عنوان مضمون فروش یک محصول بداند.

محتوا، می‌تواند درمان بیماری خاص نیز می‌تواند موثر اشد. برای مثال اگر داروی X برای پیشگیری از سردرد میگرن ارائه شده باشد، نبایستی محصول برای پیشگیری از همه سردردها مطرح شود.

❖ محتوا، باید نشان دهنده این موضوع باشد که آیا اطلاعات موجود، واقعیت است یا ایده؟

❖ آیا سایت، دربردارنده اطلاعات اصلی است یا تنها پیوندهای ساده برقرار می‌کند؟

❖ آیا پوشش محتوا و پیوندهای کافی برای رسیدن به مقصود مورد نظر وجود دارند؟

❖ آیا محتوا و پیوندها درست هستند؟

❖ آیا پیوندهای ساخته شده، ماهیت منابع و محتوى آن را به خوبی نشان می‌دهند؟

روزآمدی

روزآمدی در وبسایتها می‌تواند به عنوان به روز نگهداشتن مطالب سایت باشد و این در سایتها پزشکی به عنوان روزآمد نگهداشتن مطالب پزشکی سایت می‌باشد.

روزآور بودن سایت دلیل بر باورپذیر بودن سایت می‌باشد. در برخی موارد، ممکن است که نویسنده وبسایتها خصوص پزشکی، شور و اشتیاق اولیه‌ای را در نگارش و

ایجاد سایت داشته باشد، ولی ممکن است که بعد از گذشت مدت زمانی این اشتباق رفته‌رفته، کم‌رنگ گردد، به همین خاطر همیشه به دنبال تاریخ آخرین زمان روزآمدسازی باشید.

روزآمدی اطلاعات با بررسی تاریخ تولید اطلاعات، آخرین تاریخ روزآمدسازی، تاریخ و زمان‌های بعدی روزآمدسازی و فاصله زمانی روزآمدسازی سنجیده می‌شود.

تاریخ اصلی که مقاله ارائه می‌شود و تاریخ ارسال متن بایستی نمایش داده شود تا کاربر بتواند در مورد به هنگام بودن اطلاعات قضاوت نماید. به واسطه تاریخ ارسال نمی‌توان در مورد اینکه اطلاعات صحیح یا غلط است، قضاوت نمود. تاریخ، روزآمدی را ارائه می‌دهد. برای مثال، اگر کشف اخیری مرتبط با درمان بیماری باشد، سایت در مورد گزینه‌های درمانی، چندین ماه پیش تاریخی را تعیین کرده بود که شاید شامل این کشف نباشد. در ضمن حوزه‌هائی که دارای پیشرفت سریع و تغییرات کوتاه مدتی دارند از جمله تحقیقات ایدز و علوم داروئی که هر روز درمان یا داروئی جدید در این عرضه کشف و ایجاد می‌شود، اطلاعات بسیار روزآمدی را می‌طلبد، به همین دلیل صفحه‌ای که تاریخ تولید یا روزآمدی مجدد آن معلوم نباشد، باورپذیری کمی دارد.

در زمانی که سایتی تاریخ تولید و بروز نمائی را ارائه نمی‌دهد تاریخ حق مؤلف^۱ آن صفحه دقت نمایند. در ضمن به تاریخی که توسط موتورهای جستجوگر ارائه می‌شود، توجه کنید. چون این زمان در واقع فقط زمانی هست که این صفحه توسط موتورهای جستجو فهرست می‌شود و دلیلی بر زمان انتشار صفحه نمی‌باشد.

در بررسی روزآور بودن سایت، سئوالات زیر مورد توجه قرار می‌گیرند:

- آیا منبع اطلاعاتی به روز نگه داشته می‌شود؟
 - کسی صفحه برای اولین منتشر و آخرین بار ویرایش شده است؟
 - اگر صفحه بازبینی شده، آیا تغییرات اعمالی واقعی است؟
 - آیا تاریخ حق مؤلف، نمایش داده شده است؟
 - آیا همه منابع و مأخذ ذکر شده، قابل دسترس و به روز هستند؟
 - آیا کلیه سایتها مرتب و آدرس‌های اینترنتی و پیوندهای موجود به درستی عمل می‌کنند؟
 - آیا تاریخ قرارگیری اطلاعات در صفحه وب، مشخص است؟
- داشتن ربط و بهره‌وری^۲ مناسب:

¹ copyright

² Utilization

ربط با چگونگی مطابقت دقیق محتوی واقعی سایت با اطلاعاتی که ادعای فراهم نمودن آن را دارند، می‌باشند. برای مثال، اگر عنوان سایتی رژیم غذائی بیماران دیابتی باشد این رژیم غذائی نمی‌تواند برای افراد غیر دیابتی مرتبط باشد.

گرچه که ربط منطقی در ابتدا بین جملات مشخص می‌شد ولی به راحتی می‌توان آن را در مورد مدارک ذخیره شده گسترش داد. یک مدرک به یک نیاز اطلاعاتی مربوط است، فقط اگر محتويات آن در نهايت پاسخی مرتبط با آن نیاز باشد. در ضمن ربط ممکن است در معنی وسیع آن به مناسب بودن معنا شود. بهره‌وری نیز بر سودمند بودن سایت دلالت دارد. برای مثال، اگر کاربری خواستار ترک سیگار باشد، اما وی از نحوه انجام ترک کار بی‌اطلاع و بی‌خبر باشد، و سایتی قصد دارد که به افراد مقاضی در ترک سیگار کمک نماید، ولی اگر سایت فقط در مورد دلایل ترک سیگار و اطلاعاتی از این قبیل بحث نماید و روشهایی را جهت کمک و دستگیری واقعی را ارائه نداده باشد، سایت مورد نظر ربط و بهره‌وری چندانی را ندارد.

فرآیند بازبینی ویراستاری

همانطوری که قبلًاً گفته شد، تقریباً هیچ کنترل ویراستاری بر روی مقالات اینترنتی وجود ندارد، چون که در واقع نظارتی بر روی اینترنت وجود ندارد. در انجمن‌های دانشگاهی که حاوی سایتهاي معتبری باشند، وظیفه کنترل ویراستاری را با روش

مرون و بازبینی^۱ انجام می‌شود. تا تمام مقالاتی که از این انجمن‌ها منتشر می‌شود از نظر کیفی و تطابق با معیارهای ارزیابی مشکلی نداشته باشند. به احتمال زیاد، عموم افراد از مهر تأییدی که توسط افراد یا گروه معتبری ارائه می‌شود باخبر هستند و آن را معمولاً^۲ به خاطر وجود اعتبار دریافت نموده‌اند. (در فصل‌های بعدی در مورد مهرهای اعتباری و تأییدی بحث خواهیم نمود). این مهرهای تأییدی به عنوان دلیلی بر وجود کیفیت در این سایت‌ها می‌باشد که بیانگر وجود فرآیند بازبینی ویراستاری از جانب سایت ارائه‌دهنده این مهرها می‌باشد.

عوامل سردرگم‌کننده دیگر در ارزیابی اعتبار اطلاعات بخصوص اطلاعات پزشکی، قابلیت تغییر و نیز وجود عقاید مخالف در بین افراد و متخصصان پزشکی می‌باشد. شاید این متخصصان دارای عقیده و ایده قانونی و مشروع باشند، ولی عقیده‌ای که در یک موضوع خاص متفاوت باشد، این گوناگونی‌ها ممکن است که در برخی موضوعات پیش آید و نشان‌دهنده تفاوت در تجربیات حرفه‌ای در حوزه‌های درمانی باشد که دلیلی بر وجود مدرک و شواهد محکم اندکی در کارائی روشهای درمانی گوناگون باشد. بنابراین سایتهایی که فرآیند ویراستاری را انجام می‌دهند، اولًاً بایستی بر اعتبار این مهرها تاکید مدرک کافی جهت اثبات درستی این مهرها و اینکه از این

^۱ peer-review

سایت نشات می‌گیرد را داشته باشند. دوماً اینکه این اختلافات را ذکر نموده و فرآیند و افراد درگیر در این عرصه را تشریح کنند.

مضمون

پنج معیار برای ارزیابی مضمون اطلاعات در اینترنت وجود دارد:

(۱) صحت و درستی (۲) شواهد سلسله مراتبی (۳) ذکر منبع اصلی (۴) آشکارسازی (۵) ذکر از قلم افتادگی‌ها

۱- صحت و درستی:

شامل دقیق و درست بودن اطلاعات می‌باشد. صحت و درستی یا اعتبار علوم و اطلاعات، یکی از مهمترین و بارزترین معیار برای کیفیت مضمون و محتوای اطلاعات ارائه شده می‌باشد. بنابراین تعیین میزان صحت اطلاعات بازیابی شده مهمترین بخش ارزیابی انتقادی اطلاعات است.

اعتبار و روانی اطلاعات بایستی تفسیر و تشریح گردد و اطلاعات زمینه‌ای که منجر به نتیجه‌گیری مقاله یا اطلاعات صفحه شده است، ارائه شده باشد.

اگر چه افراد در جهت تعیین صحت و درستی اطلاعات با مشکل مواجهند، باید این نکته را در نظر داشته باشند که همیشه بایستی به ادعاهایی که نتایج متغیر کننده داشته و غیرقابل باور هستند اعتماد نکنند. اگر مطالب نویسنده، محتوایی قابل اعتماد داشته باشد، مقالات و اطلاعات خود را با استناد اعتبار می‌بخشد و در صورتی که مقاله علمی فاقد استناد و منابع باشد، نباید محتوای اطلاعاتی آن را زیاد معتبر قلمداد کرد.

شواهد سلسله مراتبی

اگر چه اکثر اطلاعات، بخصوص اطلاعات مراقبت بهداشتی و پزشکی موجود در اینترنت در سطح مخاطب عمومی نوشته است تا قابل درک و فهم برای عموم باشد ولی بایستی شامل اصول پزشکی شاهد محور باشد که شامل تحقیقات کامل و نیر منعکس‌کننده‌ی نظرات متخصصان نیز باشد.

شواهد علمی یا بالینی از موضوع فکری یا موضوع اصلی سایت که بایستی آشکارا ارائه شود، حمایت می‌نماید.

برای مثال مقاله‌ای در مورد نوع خاصی از درمان سرطان، بایستی در مورد درمان بحث نموده و شامل توضیحات و مطالعات کمکی و حمایتی باشد. در ضمن چهار چوب مطالعه بایستی در زبانی باشد که شخص عادی بتواند درک نماید ولی بایستی این نکته را خاطر نشان کرد که اطلاعات بهداشتی موجود در اینترنت هیچ وقت نمی‌تواند جایگزین نظرات متخصصین و مشاوره‌ها و ویزیت‌ها توسط آنان گردد.

در ضمن سطح‌بندی سایت برای جذب طبقه خاصی از افراد با شرایط سنی متفاوت می‌تواند در ارزش‌دهی به سایت، فوق العاده موثر باشد.

- چه حوزه و چه محدودیت‌هایی برای مطالعه وجود دارد؟
- چه بیمارانی برای درمان‌های تصادفی تعیین شده است؟
- نتایج و سرانجام مطالعه چه بوده است؟

- سایر مطالعاتی که تئوری را ثابت می‌کنند شامل کدام مطالعات می‌باشند؟
- سایر منابع که از تئوری حمایت می‌کنند کدام منابع می‌باشند؟ (برای مثال مقالات مجلات مروری).

استفاده‌کنندگان بایستی آگاه باشند توصیه‌های ارائه شده در سایت بایستی به گونه‌ای باشد که شامل مثال‌های واقعی باشد نه در تحریک شواهد یا به عبارتی شواهد اثبات نشده باشد.

جدول زیر انواع تحقیقات پزشکی را بر حسب درجه اعتبار و روائی آنها لیست نموده و برای استفاده‌کنندگانی که به دنبال تعیین صحت اطلاعاتی پزشکی هستند، را نشان می‌دهد. برای مثال، اگر داروی X ، در یک مطالعه‌ی کنترل شده تصادفی اثبات گردد که برای کاهش فشار خون به خوبی جواب داده است می‌تواند مدرک خوبی برای باور به اینکه داروی X موافقیت‌آمیز بوده است باشد. در صورتی که اگر فردی با داروی y آزمون شده باشد و اثبات گردد که فشار خون وی پائین آمده است، شخص نبایستی مطمئن شود که داروی y می‌تواند فشار خون سایر افراد را نیز کاهش دهد.

اعتبار و روائی شواهد	آنچه که به دنبال آن هستید
(بهترین مدرک) + + +	مطالعه کارآزمائی بالینی کنترل شده تصادفی
+ + +	مطالعه کارآزمائی بالینی کنترل شده غیر تصادفی
+ +	مطالعه هم گروهی با طراحی خوب یا آنالیز کنترل شاهد

نظرات و پیشنهادات کارشناسان مورد احترام، مطالعه مورد شاهدی	+ حدائق مدرک و شواهد
مطالعات توصیفی، گزارشات کمیته های تخصصی	بدون مدرک

ذکر منبع اصلی:

اگر مضمون اطلاعات ابتکار و نوآوری نیست، منابعی که در مقاله استفاده شده است، بایستی نشان داده شود. در ضمن، توجه به نوع منابع استفاده شده نیز لازم است. چون که استفاده از منابع خوب و قوی در نگارش صفحه، اعتبار آن را افزایش و باورپذیری آن را تقویت می‌کند.

در ضمن اعتبارات مؤلف یا منبع اطلاعات بایستی ذکر و نشان داده شود. لازم به ذکر است مؤلف سازمان یا موسسه ناشر اثر، منابع اصلی اعتبار انتشارات چاپی هستند و جزئیات مربوط به هریک از اینها، در انتشارات چاپی به روشنی مشخص است. این موارد همینطور در منابع اینترنتی نیز از اهمیت خاصی برخودار می‌باشد. به عبارت دیگر سایتی دارای اعتبار است که توسط متخصص موضوعی یا موسسه‌ای که دانش و مهارت لازم را در آن زمینه موضوعی دارد، ایجاد شده باشد. همینطور نسبت نویسنده با حامی مالی^۱ یا نقطه نظرات و عقاید شخصی نویسنده بایستی ثبت شود تا فقدان سوگیری و بی‌غرضی نشان داده شود.

¹ Sponsor

منبع بایستی همچنین نشان بدهد که آیا سازمان گرایش طولانی مدتی را در یک موضوع خاص دارد یا نه، برای مثال، انجمن بیماری مفاصل می‌تواند منبع اطلاعات خوبی درباره بیماری التهاب مفصلی^۱ باشد. بنابراین کاربره‌میشه بایستی به اطلاعات ارسال شده از یک منبع گمنام مشکوک باشد.

- آیا وضعیت حق مؤلف روشن است؟ (اگر مشخص شود که مؤلف چه کسی است این نکته خود روشن می‌کند که چه کسی مسئول صفحه وب است).

- آیا شکل چاپی از اطلاعات که اعتبار و کیفیت اطلاعات را تضمین کند وجود دارد؟

- میزان اعتبار مؤلف در رشته تخصصی خود چقدر است؟

- آیا مؤلف شناخته شده است؟

- آیا مواد و منابع ذکر و مورد نقد و بررسی قرار گرفته اند؟

- برای تعیین اعتبار افراد یا سایت‌های دانشگاهی، می‌توان در مورد آنها جستجو کرد که آیا در زمینه مورد فعالیت، قبل^۲ انتشارات یا مقالاتی در نشریات معتبر دارند؟ آیا در این زمینه فعالیت دارند یا خیر؟ یا اینکه بی‌تجربه‌ای هستند که موقت در این زمینه فعالیت می‌کنند؟

آشکارسازی^۲

^۱ آرتیت روماتوئید

² Disclosure

در آشکارسازی بایستی محدودیت‌ها، هدف، صلاحیت و روزآمدی اطلاعات را نشان داده شود. برای اطمینان از روزآمدی و دوری از کهنگی و سرقت ادبی و جلوگیری از تحدی در قانون حق مؤلف(کپی رایت)، منابع اطلاعاتی و خطاهای گزارش‌دهی، بایستی آشکار شده باشد.

در صفحات وب با مضمون اطلاعات بهداشتی، بایستی همیشه تاکید بر این باشد که مضمون اطلاعات اطلاع‌رسانی و مرتبط با بهداشت عمومی است نه توصیه پزشکی. در ضمن، همانطوری که قبل‌اهم گفته شد، تنها پزشک، داروشناس و یا سایر حرفه‌ای بهداشت مراقبت درمانی می‌توانند بهترین توصیه‌ها را به افراد ارائه دهند، این توصیه‌ها می‌تواند بر پایه سابقه پزشکی افراد و سایر عوامل مرتبط با بهداشت وی باشد.

۲ معیار جهت تعیین آشکارسازی وجود دارد: ۱- هدف سایت ۲- شرح و گزارش‌دهی در مورد سایت

هدف و رسالت سایت:

هدف سایت بایستی برای مصرف‌کنندگان ارائه شود و یا اینکه به صورت کاملاً روشن ذکر شود تا استفاده‌کنندگان از روند بهترین بهره‌وری از سایت و اطلاعات آن آگاه شوند. برای مثال، اگر هدف و رسالت سایت، ارائه مجموعه‌ای از تبلیغات پزشکی باشد، حتماً بایستی ذکر شود. علاوه بر آن، مهم است که سایت، هدف خویش را در سایت ابراز ابراز نماید. در ضمن بایستی به وضوح ارتباط و وابستگی را درباره حوزه

مسئولیت و کنترل بین مضمون وبسایت اصلی و پیوند هائی که به سایر سایتها داده می شود را تعریف کند.

شرح و گزارش دهی در مورد سایت

بیش از پیش، وبسایتها جهت درخواست اطلاعات استفاده می شود. مانند اطلاعاتی که در ثبت نام و واریز مبلغ به سایتها ارائه می شود. در این بین امکان دارد که اطلاعات کاربران جهت اهدافی که کاربران ناگاه باشند، استفاده شود. خیلی با اهمیت و مهم است که استفاده کنندگان از گردآوری، کاربری و انتشار اطلاعات دقیقاً مطلع و برای آنهایی که تصمیم دارند تا اطلاعاتی را فراهم، تأیید و یا رد نموده و یا اینکه آن اطلاعات را جهت استفاده بعدی به کار ببرند، آنها آگاه و تصمیم های آگاهانه ای را اتخاذ نمایند. وقتی وبسایتی از کاربری درخواست می کند که عضو سایتی شود یا اینکه ثبت نام نماید، بایستی در آن فرم تحقیق نموده و هدف از اخذ و استفاده و زمینه های کاربردی و اطلاعاتی که می بایستی ارائه شود، آگاهی کسب نماید و این بایستی قبل از اینکه کاربر در سایت ثبت نام یا اشتراکی^۱ ایجاد نماید بایستی اجرا شود. کاربر همچنین بایستی دارای حقوقی باشد که اجازه ارسال و انتشار این اطلاعات را - به غیر از موارد ذکر شده در منشور اخلاقی سایت - ندهد.

علاوه بر این موارد، طرفداران و حامیان سایتها را مشخص باشد، چه کسی حامی سایت است؟ هدف سایت چیست؟ آیا اطلاعات حفظ و نگهداری خواهد شد و

¹ Account

توسط چه کسی این کار انجام می‌شود؟ چه اطلاعاتی استفاده خواهد شد و آیا آن را به سایرین ارائه می‌دهد یا نه؟ می‌بایستی روش گردد.

ذکر از قلم افتادگی

کامل بودن و ذکر تمام رویدادها و اطلاعات و همچنین روابط نویسنده و حامی مالی سایت، برای کیفیت اطلاعات بالهمیت می‌باشد، همچنین نقد و بررسی بیشتر موضوع بایستی انجام گیرد و نبایستی بررسی‌های یک‌طرفه‌ای که اکثر اطلاعات مهم آن از بین رفته باشد، ذکر گردد.

واقعیت‌های مربوط و نتایج منفی درباره موضوع نبایستی از قلم بیفتند. اگر نویسنده یا منبع اطلاعاتی نمی‌تواند همه موضوعات را ارائه بدهد این موضوع بایستی ذکر و یادداشت شود. اگر چه مقاله یا وب‌سایت می‌تواند موضوعی را ارائه بدهد یا اینکه نوع ویژه‌ای از درمان را تأیید یا با نظر موافق تأمل و بررسی کند و بایستی گرایش میانه‌روئی را از همه جهات موضوع ارائه کند و اطلاعات ارائه شده بایستی کامل و کاربر بایستی به همه حذفیات و از قلم افتادگی آگاه باشد.

پیوند‌ها^۱

پیوند‌ها، اتصالاتی به سایر صفحات داخلی یا به سایت‌های خارجی می‌باشد که ساختار وب مانندی از اطلاعات را تشکیل می‌دهند که در درون سایت جستجوی شوند. تحت

¹ link

بهترین شرایط، پیوندها می‌تواند به حفظ زمان کاربر کمک‌کننده باشد و می‌تواند باورپذیری سایت را ارتقا بخشد. ولی از جهاتی دیگر هم، پیوندها می‌تواند باورپذیری وب‌سایت را کاهش دهد. با افزون پیوندهای کور و نیز با افزودن اطلاعات کم‌ارزش به عنوان پیوندها و خستگی کاربر در مسیریابی^۱ سایت و عوامل مرتبط دیگر، می‌تواند باورپذیری را کاهش دهد. در ضمن خیلی حائز اهمیت است که کاربر قبل از اینکه به سایتها خارجی (بیرونی) متصل شود، از مضمون سایت مورد پیوند، اطلاعاتی را مشاهده نماید. بنابراین لازم است که سایتها، اطلاعاتی را در ارتباط با سایتها که پیوندی را به آن داده‌اند را ارائه دهند.

چهار معیار برای کیفیت سایتها اینترنتی که به سایتها بیرونی پیوند می‌دهند،

وجود دارد:

۱- گزینش ۲- معماری ۳- محتوا^۴ - پیوندهای قبلی و توضیحات

۱- گزینش:

¹ Navigation

گزینش پیوندها توسط هر شخصی که سایت را ایجاد می‌کند، امی شود. سایتهاي اصلی و پیوند داده شده، بايستی با مجموعهای از مخاطبان که دارای مشخصه مشابه هستند، هدفمند گردد.

برای مثال سایتی که برای بچه‌ها طراحی شده است، می‌بایستی از ارائه پیوند به سایتهاي که مخصوص بزرگسالان می‌باشد، خودداری نماید.

اکثر گروههایی که ملاک‌های ارزیابی کیفیت را تعریف کرده‌اند، پیشنهاد می‌کنند که سایتی دارای حداقل کیفیت می‌باشد که آن سایت منابع اصلی اندکی را ارائه بدهد و همچنین پیوندهای کمی را نیز به سایر سایتها برقرار نماید.

جهت ارزیابی گزینش پیوندها به این سوالات توجه کنید و سعی در پاسخ آنها در صفحات باشید:

- آیا شخص یا گروهی که گزینش را انجام می‌دهند، خود صلاحیت، تخصص و اعتبار علمی لازم برای این کار دارند؟
- آیا پیوندهای بیرونی به اندازه کافی وجود دارد؟
- آیا سایتهاي خارجی به آسانی قابل دسترس هستند یا اینکه سایت مورد نظر به طور کل حذف شده است؟
- آیا سایتهاي که پیوند داده شده‌اند، به عنوان سایت مرجع مطرح هستند و به دفعات زیاد در جستجوها یافت و مورد استناد قرار می‌گیرند؟

- آیا اطلاعات جدید اندکی به وبسایت خود اضافه می‌نمایند و کاربر را بی‌نتیجه

می‌گذارند؟

معماری

آیکون‌ها و نمادهای تصویری و شناسه‌های متنی و پیوندهای موجود درون سایت

جهت گردش در درون سایت بایستی یکپارچه و بامعنی باشند. ارائه توضیح مختصری

از سایت پیوند داده شده به کاربر کمک می‌کند تا کاربر تصمیمی را مبنی بر دنبال

نمودن پیوندها اتخاذ نماید. علاوه بر این، فراهم نمودن ساختار درختی یا گروه‌بندی و

سازماندهی پیوند ممکن است خیلی کمک‌کننده باشد. همچنین غیرعادلانه است که

کاربر مجبور باشد جهت رسیدن به تمامی اطلاعات، به دفعات زیاد کلیک نماید.

متن نوشتاری سایت بایستی در سبکی نوشته شود که خواندن آن برای کاربر آسان

باشد و باعث خستگی چشم وی نگردد.

آیا فرآیند و پیوند خروج، در طی جستجو و گردش در سایت وجود دارد؟

آیا کاربر به آسانی می‌تواند فرآیندهای مسیریابی از قبیل home Backwards

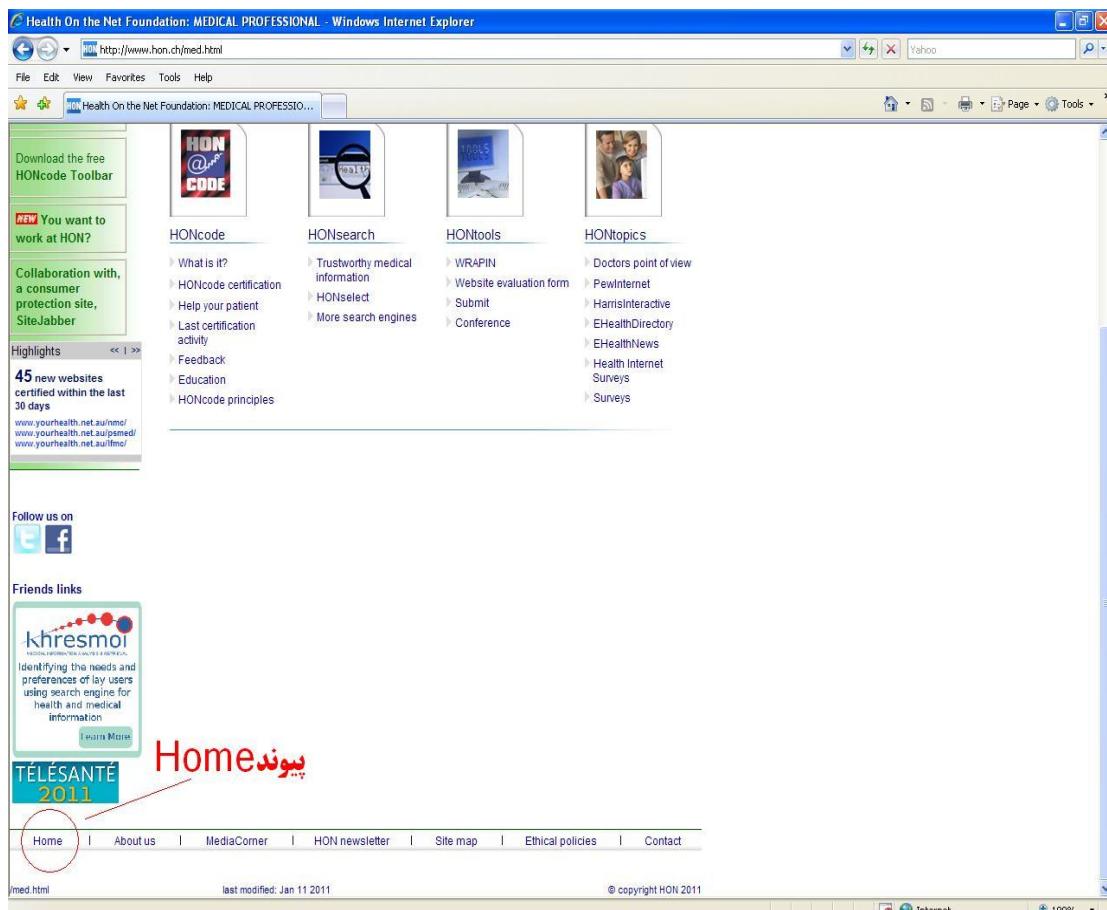
Forwards را به آسانی پیدا نماید؟ (برای مثال توصیه شده که مسیریاب home در ته

صفحه و بالای صفحه وجود داشته باشد تا سریعتر کاربر را به صفحه خانگی سایت

مورد نظر انتقال دهد).

آیا ساختار ظاهری سایت برای خواننده منطقی است؟ و آیا اطلاعات ساخته شده،

معقولانه است؟



مضمون

مضمون به همان اندازه اهمیتی که گزینش و معماری در ارزیابی کیفیت پیوندها تاثیر

دارند، دارا می‌باشد. مضمون پیوند داده شده، باستی صحیح، به‌هنگام، باورپذیر و

مرتبط باشد. مضمون سایت اگر شامل پیوند به سایت‌هایی با کیفیت بالا و پرهیز از

عدم به‌روزنمائی و ایجاد پیوند کور، موجب تقویت باورپذیری آن می‌شود. به عبارت

دیگر، پیوند به سایت‌هائی با طراحی ضعیف، یا مواردی با مضمون اعتباری پائین،

همینطور وجود پیوند کور و پیوند به سایت‌های خطرناک، از اعتبار سایت می‌کاهد.

پیوندهای پشتیبان

پیوندهای پشتیبان، شامل پیوندهائی به یک وبسایت از یک وبسایت دیگر می‌باشد.

پیوندهای پشتیبان مربوط به اندازه‌گیری عمومیت وبسایت (تعداد وبسایتهای دیگر

به این سایت پیوند داده‌اند) و کیفیت شهرت و صلاحیت و اعتبار وبسایتهای که

به این سایت پیوند داده‌اند، می‌باشد. این پیوندها، شبیه به منابع و رفرنس‌ها و یا

استنادها و حتی مقالاتی در مجلات می‌باشد. در ضمن، سایت، این پیوندها را جهت

افزایش باورپذیری و ارتقاء مرغوبیت سایت خود، ردیابی و انتشار می‌دهند. بهترین

شیوه برای ارزیابی پیوندهای پشتیبان آزمودن محتوی آنها می‌باشد. به عبارت دیگر،

بایستی هدف، ارتباط، باورپذیری، صلاحیت، سوگیری و شفافیت آنها بررسی شود.

طراحی

مربوط به ساختار سایت می‌باشد. شکل ظاهری سایت باید با هدف، مخاطبان و

موضوع سایت هماهنگی داشته باشد. در واقع، طراحی به عنوان صفحه‌آرایی صفحه

وب، با هنر و متن و ترکیب آنها به صورت مالتی‌مدیا می‌باشد. به عبارتی دیگر،

آراستن صفحه وب با امکانات و هنر می‌باشد.

در پیوندها و صفحات، تا ظاهری جذاب و کارپسند را به سایت ارائه دهد. در ضمن به منظور بهبود وضعیت ارتباط با مخاطبین، طرح ظاهری سایت بایستی امکان پیدا کردن و خواندن اطلاعات و راهنمائی آسان کاربران را فراهم نماید. اگر چه طراحی در اطمینانبخشی به نتیجه بخش بودن انتشار و استفاده از اطلاعات سایت مهم می‌باشد، ولی نمی‌تواند تنها به عنوان کیفیت اطلاعات تاثیرگذار باشد.

سه معیار برای ارزیابی طرح وبسایت وجود دارد:

۱- قابلیت دسترسی ۲- سازماندهی منطقی (مرورپذیری) ۳- موتور جستجوگر

درون سایت

۱- قابلیت دسترسی:

یکی از جنبه‌های مهم اینترنت و منابع الکترونیکی، قابلیت بالای دسترسی و دستیابی به آنهاست. سرعت بالای دسترسی و دستیابی و در واقع سرعت بارگذاری^۱ صفحات می‌باشد. این قابلیت باعث می‌شود تا کاربر با اشتیاق به ادامه استفاده و جستجو در سایت پردازد. در ضمن، وبسایت بایستی با حداقل تکنولوژی مرورگرهای حال حاضر قابل دسترس باشد. اگر چه امروزه جلوه‌ها و اشکال با قابلیت‌های فناوری پیشرفته در دسترس است و ممکن است که سایت جذابی را برای اکثر کاربران ایجاد

^۱ loading

نماید ولی اتفاق می‌افتد که برخی کاربران قادر نباشند به سایت دسترسی داشته باشند

یا از اطلاعات آن استفاده نمایند.

- آیا آدرس سایت به سرعت و بلاfacile صفحه وب‌سایت را پیدا می‌کند؟
- آیا ارتباط شما با تمامی پیوندهای فراهم شده بدون تاخیر موثر است؟
- آیا سایت فقط با جدیدترین نسخه مرورگرهای چند رسانه‌ای وب قابل دسترس است یا با نسخه‌های قدیمی‌تر هم امکان استفاده فراهم می‌شود؟

- اطلاعات به چه زبانی در دسترس است؟
- آیا مقالات در قالب قدیم ارائه شده‌اند؟

سازماندهی منطقی (مرورپذیری)

ساختار منطقی برای استفاده موثر کاربران از اطلاعات ضروری می‌باشد. ساده‌ترین

طرح منجر به سهولت استفاده می‌شود. ارجاعی که به صفحه خانگی یا بالای صفحه

هر بخش ویژه از سایت که انجام شود، معیار کلید رهیابی^۱ می‌باشد. همیشه بهترین

وب‌سایتها در هدف سایت خوانندگان خویش تمرکز نموده‌اند. علاوه بر این موارد،

ساختار منطقی و ساده، یکپارچه، تمیز و نیز در سهولت استفاده تمرکز نموده‌اند. برخی

سایت به علت تفکیک ضعیف (640×480) تناسبی با صفحه ندارند. اغلب طراحان وب،

سایتها را طوری طراحی کرده‌اند که استفاده از نوار پیمایشی عمودی و افقی زیادی را

¹ Navigation

جهت بررسی و مشاهده کل وبسایت لازم است. به ویژه اینکه پیمايش افقی خیلی غیر عاقلانه است.

سایتها بایستی آگاهانه سطح مطالعه مخاطبان، زبان، سطح‌بندی، لیست‌بندی، ارجاعات، تضاد و تشابه را منعکس نمایند، هماهنگی کلمات، عکس‌ها، صدایها و حرکات، جذابیت اطلاعات را ممکن است افزایش دهد. ولی گرافیک بیش از حد و ضعیف و فشرده در وبسایت باعث می‌شود تا زمان زیادی جهت دستیابی و دسترسی به صفحات صرف شود. بنابراین وجود گرافیک، جلوه‌های چندرسانه‌ای و تناسب این موارد با هم و استفاده مناسب از متن، نشانه‌ها، علائم و همچنین وجود پس زمینه‌ای مناسب، باورپذیری سایت را ارتقاء و رضایت کاربر را در پی دارد.

آیا وبسایت، یک ساختار یکدست و منطقی برای جستجوی موضوعات دارد؟ آیا از تصاویر، صدا، انمیشن و رنگ‌ها به صورت مناسب و در جهت راهنمائی کاربران در رسیدن به هدف سایت به خوبی استفاده شده است؟ آیا گرافیک‌ها و جلوه‌های چندرسانه‌ای تناسبی با سطح کاربران دارد؟ (سایت مربوط به کودکان با تصاویر مناسب آنها و برای فرد بزرگسال با موضوع و مطالب ارائه شده در سایت و بر عکس).

آیا طرح ظاهری سایت، (مانند تناسب و عدم بهم‌ریختگی متن و اندازه قلم مناسب) نیاز کسانی که معلولیت شنواری یا بینائی دارند برطرف می‌کند؟

آیا پیوندهای مناسب به موضوع صفحه وجود دارد؟

آیا پیوندهای مناسب در صفحه وجود دارد که جهت رهیابی و مرورپذیری سایت

استفاده شود؟

آیا جهت نمایش اطلاعات به نرمافزار ویژه‌ای نیاز می‌باشد؟

موتور جستجوگر درون سایت

موتور جستجوگر درون سایت به عنوان یکی از مهمترین معیارهای اساسی هر

وبسایت که بر عمق و وسعت محتوی سایت دلالت دارد، می‌باشد. حوزه و عملکرد

موتور جستجو آنچه که پوشش می‌دهد و اینکه چگونه کار می‌کند بایستی به وضوح

تشریح شود. موتور جستجو بایستی توانائی جستجوی مضمون ویژه با کلیدواژه‌ها یا

زنگیر جستجو را داشته باشد و در ضمن تنها نتایج مرتبط را بازیابی نماید. رابط

کاربری بایستی ساده، استفاده آسان، دارای ویژگی کامل و نیز باید از خروجی یا

نمایش واضحی برخوردار باشد. موتور جستجو بایستی با کفایت و به سرعت عمل

نموده و همه مضمون سایت را پوشش دهد. چون ممکن است که برخی از محتوی

سایت توسط موتورهای جستجوگر فهرست نشده باشد. و بنابراین لازم است تا موتور

جستجوگر درون سایت تمام محتوی سایت را پوشش دهد. در ضمن، موتور

جستجوگر بایستی دارای استراتژی جستجوی- عملگرهای پیشرفته و منطقی^۱ راحتی باشد.

- آیا امکان جستجو با کلید واژه، عنوان، موضوع، عبارت و... وجود دارد؟

- آیا گزینه جستجوی پیشرفته وجود دارد؟

- آیا موتور جستجوگر درون سایت این قابلیت را دارد که غلطهای املائی را اصلاح نموده و املای جایگزین پیشنهاد نماید؟

- آیا نتایج جستجو ارتباط زیادی با موضوع جستجو دارد؟

- آیا کاربر می‌تواند نتایج را تا جائی که بخواهد محدود کند؟

- آیا نتایج در رقابتی قابل درک ارائه می‌شود؟

تعامل^۲

تعامل را به تاثیر متقابل یا میزان عملکرد ارتباط دو طرفه بین کاربر و مؤلف تعریف کرده‌اند و ممکن است که از طریق گفتگو دو طرفه بین کاربر و مؤلف (اتاق گفتگو^۳) یا اینکه از طریق پست الکترونیکی و نیز از طریق فرآیند باز خورد که کاربران نظرات و پیشنهاد خود به مؤلفان منتقل می‌کنند، انجام گیرد.

کاربران بایستی با استفاده از این فرآیند قادر به اظهارنظر در اعتبار و ارزش اطلاعات باشد. به هر حال هر کاری یا وبسایتی که انجام یا ایجاد می‌شود ایراداتی وجود دارد

¹ Boolean operators

² Interact

³ Chat room

و این را می طلبد کاربران که کاربران در مورد سایت انتقاد نمایند و بسایتی که به صورت حرفه‌ای روی آن کار شده است، خواهد کوشید تا به بازخورد کاربران در فاصله زمانی معقول پاسخ دهد.

- آیا یافتن حداقل یک پیوند برای ارتباط از طریق پست الکترونیکی یا بازخورد^۱ با

مؤلف وب‌سایت یا مسئول سایت امکان‌پذیر است؟

- آیا این پیوندها فعال هستند؟

- آیا پیوند سریع عمل می‌کند؟

- آیا به پیغام‌هایی که شما فرستاده اید، پاسخی داده شده است؟

تراکم و فشردگی میزان اطلاعات مربوط و جامع که در هر صفحه از سایت به نمایش گذاشته می‌شود.

- در هر صفحه از سایت، مفاهیم غالب است یا تصاویر؟ همانطوری که گفتیم استفاده بیش از حد از تصاویر و جلوه‌های چندرسانه‌ای سرعت دسترسی را کاهش می‌دهد.

- آیا اطلاعات نمایش داده شده در صفحه (شامل تصاویر و متن‌ها) برای شما به اندازه کافی جامع هست؟

- چه مقدار اطلاعات تبلیغاتی و آگهی‌های تجاری در هر صفحه از سایت وجود دارد؟

^۱Feedback

فصل نهم:

بررسی ارزیابی موتورهای جستجوگر و فهرست راهنمای موضوعی وب و مزایا و معایب

با رشد روزافزون اینترنت، حجم گسترده‌ای از منابع اطلاعاتی در حوزه‌های مختلف مثل کتاب، مجلات، پایان‌نامه‌ها، طرح‌های پژوهشی و پایگاه‌های اطلاعاتی در بسترهای جدید و با قابلیت‌های متنوعی در مقایسه با منابع چاپی در شبکه اینترنت قابل دسترس هستند. برای دستیابی به این گونه منابع، امروزه ابزارهای خاصی در شبکه اینترنت وجود دارند که با عنوان ابزارهای کاوش شناخته می‌شوند. این ابزارها فرآیند مکان‌یابی اطلاعات را از طریق جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و نگهداری اسناد و مدارک وب، به جهت تسهیل فرآیند اطلاع‌یابی کاربران انجام می‌دهد.

هر کدام از ابزارهای کاوش، محتوا، پوشش و واسط منحصر به فرد خود را دارد، بنابراین لزوم فراگیری اصول و قواعد هر کدام از این ابزارها، شما را در فرآیند اطلاع‌یابی توانمند می‌سازند. در ضمن آگاهی از طرز کار و مضمون هر کدام، شما را در یافتن اطلاعات باکیفیت یاری می‌رساند.

أنواع ابزارهای کاوش در اینترنت:

در سه دسته بندی کلی به موتور جستجو^۱، فهرست راهنمای موضوعی وب^۲ و ابرمотор جستجو^۳ تقسیم‌بندی می‌شوند.

^۱ Search engine

^۲ Directory

^۳ Meta search engine

موتورهای جستجو:

پایگاه‌های اطلاعاتی قابل جستجوئی هستند که از طریق برنامه‌های رایانه‌ای به شناسائی و نمایه‌سازی خودکار صفحات وب می‌پردازنند. موتورهای جستجو هیچ‌گونه وابستگی به انسان ندارند و فرآیند شناسائی و انتخاب و نمایه‌سازی اطلاعات وب توسط برنامه‌های رایانه‌ای انجام می‌شود.

اجزای موتور جستجوگر:

هر موتور جستجو از ۵ جزء تشکیل می‌شود :

۱- روبات‌ها^۱- پایگاه اطلاعاتی یا نمایه^۲- نرم‌افزار بازیابی یا جستجو در نمایه^۳-

پایگاه اطلاعاتی^۴- سیستم رتبه‌بندی

۱- روبات‌ها:

با اصطلاحاتی از قبیل عنکبوت‌ها^۵، خزندگان^۶ و کرم‌ها^۷ شناخته می‌شوند. روبات‌ها، برنامه‌های خودکاری هستند که به طور پیوسته و در فواصل زمانی معین، صفحات وب را مبنی بر ساختار فراپیوندی وب مورد جستجو قرار می‌دهند و به شناسائی و نمایه‌سازی صفحات وب جدید می‌پردازد. در ضمن، روبات به شناسائی صفحاتی که قبلًاً فهرست شده‌اند می‌پردازد تا آخرین به روزرسانی سایت‌ها را بررسی و تغییرات

^۱ Robots

^۲ spiders

^۳ Crawler

^۴ Worms

لازم را در پایگاه اطلاعاتی ایجاد نمایند. روبات‌ها در یکی از روش‌های زیر فعالیت

می‌کنند:

الف- بر حسب عمق و ژرفای:

روبات‌ها صفحات را بررسی و هر پیوند را هرچه قدر که ممکن باشد، در پیش

می‌گیرد. سپس پیوندها را به سایر صفحات وب بیرونی، پیش می‌برد. موتور جستجوی

Lycos بهترین مثال این مورد است.

الف- بر حسب گسترده‌گی و وسعت:

روبات‌ها در بالاترین سطح صفحه وب شروع به فعالیت می‌کنند و همه سطح فوقانی

پیوندها را تا سایر صفحات وب در پیش می‌گیرند.

بنابراین، می‌توان گفت که موتورهای جستجوگر بدون استفاده از روبات‌ها نمی‌توانند با

حجم فزاینده‌ای از اطلاعات موجود در محیط وب روبرو شوند و اطلاعات صفحات

وب را در پایگاه خود نمایه کنند. از این رو، روبات‌ها یکی از بهترین اجزای

تشکیل‌دهنده موتورهای جستجو به حساب می‌آیند.

۲- پایگاه اطلاعاتی یا نمایه پایگاه اطلاعاتی موتورهای جستجو:

شامل فهرست نظاممندی از صفحات که مرتبط با صفحات یا سایت‌ها وب در آن

نگهداری می‌شود. به عبارت دیگر، بازیابی اطلاعات در موتورهای جستجو، مبتنی بر

اطلاعات موجود در پایگاه‌های اطلاعاتی آنهاست، نه اطلاعات موجود در شبکه وب.

به همین خاطر است که وقتی جستجویی در موتور جستجوگر انجام می‌دهید در عرض کمتر از یک ثانیه میلیون‌ها نتیجه را برای شما بازیابی می‌نماید.

۳- نرم‌افزار جستجو در نمایه^۱:

این نرم‌افزار، با نام نرم‌افزار بازیابی اطلاعات نیز شناخته می‌شود. برنامه‌ای است که در بین تمام اطلاعات جمع‌آوری شده که توسط روبوت‌ها در بین میلیون‌ها و میلیاردها صفحه نمایه شده موجود در یک موتور جستجو، به جستجو پرداخته و از طریق وارد کردن کلیدواژه‌ها در فیلد‌های مختلف، نتایج مرتبط را بازیابی و نمایش می‌دهد.

لازم به ذکر است که هر کدام از موتورهای جستجوگر، در مورد کلیدواژه مشابه، نتایج نسبتاً متفاوتی را در پی دارند که از همپوشانی نسبتاً کمی برخوردار است که این تفاوت، از میزان صفحات نمایه شده در پایگاه اطلاعاتی و مهمتر از همه در نوع روبات‌ها منشاء می‌گیرد. با این حال، همانطوری که گفته شد، هیچ از موتورهای جستجو از جامعیت مطلق برخوردار نیستند. در واقع تمام اینگونه نتیجه‌گیری شده که موتورهای جستجوگر فقط ۱۶٪ از کل اطلاعات وب را پوشش می‌دهند.

۴- پایگاه اطلاعاتی:

تمام اطلاعات تجزیه و تحلیل شده در ایندکسر، به پایگاه اطلاعاتی ارسال می‌گردد. در این بخش اطلاعات گروه‌بندی، کدگذاری و ذخیره می‌شود. همچنین اطلاعات قبل از

^۱ Indexer

آنکه ذخیره شوند، طبق تکنیک‌های خاصی فشرده می‌شوند تا حجمی کمی از پایگاه‌اطلاعاتی را اشغال کنند.

یک موتور جستجوگر باید پایگاه‌اطلاعاتی عظیمی داشته باشد و به طور مداوم حجم محتوای خویش را گسترش دهد و البته اطلاعات قدیمی را هم به روزرسانی نماید. بزرگی و بهروز بودن پایگاه‌اطلاعاتی یک موتور جستجوگر برای آن امتیاز محسوب می‌شود. همینطور، یکی از تفاوت‌های اصلی موتورهای جستجوگر در حجم پایگاه‌اطلاعاتی آنها و همچنین روش ذخیره‌سازی اطلاعات در پایگاه‌اطلاعاتی است.

۵- سیستم رتبه‌بندی:

بعد از آنکه تمام مراحل قبل انجام شد، موتور جستجوگر آماده پاسخ‌گویی به سوالات کاربران است. کاربران چند کلمه را در جعبه جستجوی^۱ آن وارد می‌کند و با فشردن Enter متظر پاسخ می‌مانند.

برای پاسخ‌گویی به درخواست کاربر، ابتدا تمام صفحات موجود در پایگاه‌اطلاعاتی که به موضوع جستجو شده، مرتبط هستند، مشخص می‌شوند. پس از آن سیستم رتبه‌بندی وارد عمل شد، آنها را از بیشترین ارتباط تا کمترین ارتباط مرتب می‌کند و به عنوان نتایج جستجو به کاربر نمایش می‌دهد. حتی اگر موتورهای جستجو بهترین و کامل‌ترین پایگاه‌اطلاعاتی را داشته باشد اما نتواند پاسخ‌های مرتبطی را ارائه کند، یک

¹ Search Box

موتور جستجوگر ضعیف خواهد بود. در حقیقت سیستم رتبه‌بندی قلب تپنده یک

موتور جستجوگر است و تفاوت اصلی موتورهای جستجوگر در این بخش قرار دارد.

الگوریتم، مجموعه‌ای از دستورالعمل‌ها است که موتور جستجو با اعمال آنها بر

پارامترهای صفحات موجود در پایگاه اطلاعاتی خود، تصمیم می‌گیرد که صفحات

مرتبه را چگونه در نتایج جستجو مرتب کند.

طبق نتایجی که سایت^۱ seo consultants ارائه داده است، سایت گوگل را در ایالت

متعدد در سال ۲۰۱۰ با ۷۱.۵۹٪ و سایت یاهو با ۱۴.۲۸٪ به عنوان بهترین سایتها

جستجوگر مطرح هستند. در این فهرست موتور جستجوگرهای Ask، Bing و AOL

در رتبه‌های بعدی قرار دارد. همچنین این سایت در سال ۲۰۰۹ نیز گوگل را

در فهرست خویش با ۷۲.۵۹٪ و نیز در سال ۲۰۰۸ با ۷۲.۰۷٪ در صدر معرفی نموده

است.

می‌توان با ادغام کردن روبوت‌ها با ایندکسراها با پایگاه اطلاعاتی، موتور جستجوگر را

شامل سه بخش زیر دانست که این‌گونه تقسیم‌بندی هم درست باشد.

نقاط قوت و ضعف موتورهای جستجو

قبل از اینکه به این موضوع بپردازیم، به موضوعی اشاره می‌کنیم.

^۱ <http://www.seoconsultants.com/search-engines/>

جنگ اخیر مصافی است بین موتورهای جستجو که این جنگ بیشتر در زمینه‌های سرعت، صحت و درستی، اندازه نمایه و جامعیت و مانعیت (در صفحات بعد به آن می‌پردازیم) در بازیابی می‌باشد. هر کدام از موتورهای جستجو ادعا می‌کنند که از نظر ویژگی‌های موارد بالا از موتور دیگر کامل‌تر هستند. برای مثال، نقش سایت excite در این جنگ این ادعاست: «با ۵۰ میلیون صفحه اینترنتی، excite بیشترین صفحه وب را در بین سرویس‌های جستجو فهرست و نمایه نموده است. ما میلیون‌ها صفحه بیشتر از برای یافتن آنچه که اینجاست دارید».

اینکه ببینم که آیا این ادعاهای درست هستند، بایستی کاربران به بررسی موتورهای جستجو بپردازنند و از مهارت ارزیابی برخوردار باشند. موتورهای جستجوگر دارای نقاط قوت و ضعف‌های بخصوص هستند که در مقایسه با سایر ابزارهای جستجو آشکار می‌شود، از بین این مزايا می‌توان به این موارد اشاره نمود:

۱- پوشش وسیع منابع وب:

در مقایسه با فهرست راهنمایها، موتورهای جستجوگر، پوشش وسیعی از صفحات را دارند، برای مثال، سایت گوگل با فهرست نمودن بیش از ۲۵ میلیارد صفحه وب

بیشترین تعداد صفحات را فهرست نموده است، در حالیکه فهرست راهنمای موضوعی گوگل بیش از ۱/۵ میلیون و open directory نیز حدود ۴/۵ میلیون صفحه را نمایه نموده است.

۲- سرعت در روزآمدسازی منابع:

چون که فرآیند نمایه‌سازی موتور جستجو توسط روبات‌ها و بدون کمک و دخالت انسان‌ها انجام می‌گیرد، طبیعی است که روزآمدسازی منابع سریعتر از فهرست راهنمای انجام می‌گیرد.

۳- چند کاربردی بودن:

می‌توان از موتورهای جستجو استفاده‌های دیگری غیر از جستجوی منابع انجام داد. برای مثال، برخی از موتورهای جستجوگر از انواع امکاناتی مانند ماشین حساب، آب و هوا، اطلاعات سهام، تعاریف لغات، کنترل املاء و املای جایگزین، جستجوی فیلم و موسیقی و انواع اقسام اطلاعات مختلف برخوردار هستند، در صورتی که در فهرست راهنما، امکانات این چنینی وجود ندارد.

بطور کلی آنچه که کاربران به دنبال آن هستند را می‌توانند با موتور جستجوگرها بیایند، ولی استفاده از این موتورها، نیازمند آگاهی از نحوه استفاده و تسلط بر روش‌های جستجو می‌باشد.

معایب موتورهای جستجوگر:

در مورد معایب این موتورهای می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱- بازیابی نتایج بی‌ربط و بی‌کیفیت:

مهمترین عیب موتور را در این عامل می‌توان دانست. به هر حال، تمام فرآیند ارزیابی اطلاعات در این نهفته است که اگر موتورهای جستجوگر فقط نتایج مرتبط را بازیابی نماید شاید دیگر کاربران نیازی به ارزیابی اطلاعات نداشته باشند. در موتورهای جستجوگر، از نتایج باکیفیت تا نتایج بی‌ربط، بی‌کیفیت و حتی خطرناک و گمراه‌کننده پیدا می‌شود، در صورتی که در فهرست راهنمای وب نتایج قبل از اینکه در نتایج جستجوی کاربران ظاهر شود، پالایش و ارزیابی می‌شود.

۲- بازیابی صفحات رایگان:

موتورهای جستجوگر فقط به نتایجی رایگانی که توسط صاحبان وب‌سایت منتشر می‌شوند، دسترسی دارند، در صورتی که همین اطلاعات رایگان برای کاربران مشکل‌آفرین و گاهاً خطرناک می‌باشد.

۳- عدم پوشش کامل منابع اینترنت:

همانطوری که گفته شد، موتورهای جستجوگر تنها به ۱۶٪ از اطلاعات اینترنت دسترسی دارند و ۸۴٪ بقیه، به صورت وب نامرئی از دید کاربران پنهان می‌مانند. در صورتی که بیشتر منابع با کیفیت در وب نامرئی می‌باشند.

مسئله جامعیت و مانعیت در موتورهای جستجو

بی تردید جستجوی موفق، جستجوئی است که با صرف کمترین وقت و انرژی به بازیابی حداکثر منابع مرتبط منجر شود، می باشد.

زمان صرف شده برای جستجو و یافتن یک فقره اطلاعات مرتبط و همچنین تعداد سایتهای مرور شده برای رسیدن به اطلاعات مرتبط، ۲ معیار عمده در برآورد عملکرد جستجو از دیدگاه کاربر محسوب می شود. هر چه زمان صرف شده برای جستجو و

تعداد سایتهای بازیابی و مرور شده برای رسیدن به یک منبع اطلاعات مرتبط کمتر و یا به عبارتی کارائی بالاتر باشد، بهرهوری بازیابی بالاتر است. کارائی همان مفهوم جامعیت و مانعیت را یک جا و به صورت ادغام شده و با بهترین و ایدهآل ترین صورت ممکن می رساند. بنابراین، در حوزه بازیابی اطلاعات این دو شاخص یعنی جامعیت و مانعیت بیشتر از آنکه بیانگر سودمندی یک نظام بازیابی باشد بیانگر کارائی آن است.

مانعیت^۱:

کسر خروجی یک جستجو است که برای یک عبارت جستجوی خاص، مرتبط است. مانعیت، صحت یک جستجو را می سنجد. جستجو در صورتی به مانعیت کامل می رسد که هر نتیجه بازیابی شده در رابطه با یک پرسش، لزوماً به آن پرسش مربوط

^۱ Precision

باشد. بنابراین، محاسبه مانعیت نیاز به دانستن نتایج مرتبط و نامرتبط در یک سری مدارک و نتایج ارزیابی شده دارد و از فرمول زیر به دست می‌آید:

$$\text{نسبت مانعیت} = \frac{\text{تعداد نتایج مرتبط بازیابی شده}}{\text{کل نتایج بازیابی شده}} \times 100$$

برای مثال، فرض کنید ۸۰ نتیجه مرتبط با موضوع جستجوی خاص مانند hospital وجود دارد. سیستم، ۶۰ مورد را بازیابی می‌کند که ۴۰ مورد در ارتباط با hospital می‌باشد، بنابراین مانعیت در این موتور جستجو، $\frac{40}{60} = 67\%$ می‌باشد که مورد ایده آل آن ۱۰۰٪ می‌باشد.

جامعیت:

توانائی بازیابی یک سیستم برای کسب تمام یا بیشتر مدارک مرتبط در مجموعه است. در واقع جامعیت مقیاسی از اثربخشی در بازیابی کلیه اطلاعات جستجو شده در یک پایگاه اطلاعاتی است. در واقع جستجوی کامل و گسترده مدنظر می‌باشد. هنگامی جامعیت کامل محقق می‌شود که هر نتایج منفرد که می‌بایستی در رابطه با یک پرسش خاص یافت شود، حتماً بایستی ردیابی گردد. بنابراین سنجش و اندازه‌گیری جامعیت، نه فقط نیاز به آگاهی از نتایج مرتبط و بازیابی شده می‌باشد، بلکه مدارک و نتایج بازیابی نشده نیز نیاز می‌باشد، بنابراین جامعیت به صورت زیر محاسبه می‌شود

تعداد نتایج مرتبط بازیابی شده تقسیم بر کل تعداد نتایج مرتبط در یک مجموعه جستجو.

$$\text{نسبت جامعیت} = \frac{\text{تعداد نتایج مرتبط بازیابی شده}}{\text{تعداد نتایج مرتبط موجود}} \times 100$$

برای مثال، اگر ۸۰ نتیجه مرتبط با hospital در وب وجود دارد ف سیستم X، ۴۰ نتیجه را بازیابی می‌کند و ۴۰ مورد آن مربوط به hospital می‌باشد بنابراین جامعیت

$$\frac{40}{80} \times 100 = 50\% \text{ می‌باشد.}$$

تلاش جهت جمع‌آوری میزان بالائی از جامعیت در اینترنت متفاوت است. این به علت حجم بسیار زیاد اطلاعاتی که بایستی جستجو شود، می‌باشد. در این صورت، مانعیت نیز کاهش می‌یابد. یعنی اگر جامعیت موتور جستجو بیشتر باشد، به همان میزان نیز مانعیت کاهش می‌یابند و بر عکس این قضیه نیز صادق است. یعنی اگر مانعیت افزایش یابد در این صورت تعداد نتایج و اسناد یافت شده، کاهش می‌یابد. این قضیه همان، رابطه بین جامعیت و مانعیت می‌باشد که در آزمایشات کرنفیلد^۱ یافت شد. روشهایی از قبیل کاهش تعداد مفاهیم مختلف در یک جستجو، افزایش تعداد واژه‌های مترادف جهت بازنمایی مفاهیم جستجو و کوتاه کردن عبارت موجب افزایش جامعیت و کاهش مانعیت می‌شود. اضافه کردن مفاهیم منحصر به فرد، کاهش تعداد

^۱ http://www4.irandoc.ac.ir/data/e_j/vol6/ahmadi.htm

واژه‌های مترادف، و استفاده از جستجوی پیشرفته به طور معمول منجر به افزایش مانعیت و کاهش جامعیت می‌شود.

بررسی که توسط اس. ام. شافی^۱ در سال ۲۰۰۵ بر روی پنج مورد جستجوی Google، Scirus Bioweb، AltaVista، HotBoot انجام شد، میزان جامعیت و مانعیت این موتورهای مذکور سنجش شد.

از نظر میزان مانعیت، Scirus^۲ بالاترین امتیاز را کسب کرد (۵۷٪)، سپس به ترتیب Bioweb (۱۴٪)، AltaVista (۲۷٪) و HotBot^۳ (۲۸٪)، Google (۲۹٪) در مقایسه میزان جامعیت نسبی به ترتیب Scirus با (۳۲٪)، HotBot با (۲۹٪)، Google با (۲۶٪) و AltaVista با (۱۸٪) بالاترین میزان جامعیت و Bio web با ۵٪ کمترین میزان را به خود اختصاص داد.

نتایج حاکی از عملکرد بهتر Scirus در بازیابی مدارک علمی است و بهترین انتخاب برای آنهایی که به مجلات پیوسته^۴ گوناگون دسترسی دارند، می‌باشد و نیز Google نیز بهترین جایگزین برای بازیابی اسناد و مدارک علمی بر پایه می‌باشد.

اگر بخواهیم جامعیت را بالا ببریم، مانعیت را کاهش می‌دهیم و رکوردهای ناخواسته بازیابی شده زیاد می‌شود که همان ریزش کاذب است. در واقع، مواردی که باعث

^۱ مجله آفتاب، جامعیت و مانعیت پنج موتور کاوش در بازیابی اطلاعات علمی در زمینه بیوتکنولوژی، ترجمه صدیقه شاکری

^۲ www.scirus.com

^۳ www.hotbot.com

^۴ www.altavista.com

^۵ bioweb.uwlax.edu

^۶ Online

افزایش مانعیت می‌شود، باعث کاهش جامعیت و ریزش کاذب می‌شود. عوامل دیگری

نیز باعث افزایش مانعیت می‌شود که برخی از عوامل به صورت زیر می‌باشد:

۱- اشتباه در تحلیل پرس و جو

۲- اشتباه در تدوین و استفاده از روش‌های جستجو

۳- عدم استفاده از جستجوی پیشرفته

۴- عدم استفاده از عملکردهای جستجو^۱

معیارهای انتخاب موتورهای جستجو

اینکه کدام موتور جستجو بهتر است؟ کدام موتور می‌تواند گزینه مناسبی جهت

برآورده کردن نیازهای کاربران باشد، و اینکه کاربران در زمان انتخاب بایستی به چه

نکات و معیاری توجه کنند، اینها سوالاتی هستند که ذهن اکثر کاربران مطرح می‌شود.

شاید در نگاه اول، سرعت موتور جستجوگر برای برخی ملاک مهمی برای انتخاب

باشد، ولی واقعاً این معیار درستی نیست. ولی در کل بایستی به یک نکته مهم بایستی

اشاره نمود و آن این است که تمامی موتورهای جستجو یک هدف مشترک دارند و آن

فراهم‌سازی و تدارک بهترین و مناسب‌ترین بازیابی برای کاربران می‌باشد و اینکه

بایستی در زمان جستجو فقط از یک موتور جستجو به تنها ای استفاده نکرد. اینها

نکاتی هستند که بهترین نتیجه‌ی جستجوی کاربر بر دغدغه انتخاب موتور جستجو

¹ Search Operators

فائق می‌آید. یعنی اینکه، فرقی نمی‌کند که کاربر از چه موتورهایی برای جستجو استفاده می‌کند، اصل مهم، بهترین نتیجه و بهترین پاسخ به پرس و جوی کاربران می‌باشد. ولی این نکته را هم بایستی در نظر گرفت که قابلیت‌ها و امکانات هر موتور با موتور دیگر فرق می‌کند و لزوم انتخاب بهترین موتورهای جستجوگر امری ضروری به نظر می‌رسد، بنابراین مهمترین معیارها و ملاک‌ها را این چنین می‌توان توصیف نمود:

۱- اندازه پایگاه اطلاعاتی:

مهمترین ملاک را می‌توان در این مورد دانست. این ملاک، تعیین‌کننده قدرت موتور جستجوگر در شناسائی و نمایه‌سازی صفحات دارد. هرچه قدر بیشتر باشد، جامعیت جستجو بیشتر است.

۲- روزآمدسازی:

این ملاک در واقع معیاری است که توسط روبات‌های موتور جستجو تعیین می‌شود، به عبارت دیگر، فاصله زمانی معینی که روبات‌ها صفحات را نمایه می‌کنند تا اطلاعات جدید را به فهرست خودشان اضافه کنند را نشان می‌دهد. شاید زمان و تاریخ از نظر معیار ارزیابی کیفیت اطلاعات (البته در برخی علوم و رشته‌ها)، ملاک خوبی نباشد، ولی این نشان‌دهنده این است که اطلاعات جدید افزوده شده در سایت خاص، از دید روبات‌ها پنهان نمانده است. گاه‌هاً نیز این روزآمدسازی دیر باعث

می‌شود که پیوند کور و یا پیوندهای مرده که منجر به نتایجی نمی‌شود، پدید آید و در این مورد بایستی دقت نمود.

سایر معیارهای انتخاب موتور جستجو اینها می‌باشد:

- شیوه رتبه‌بندی نتایج جستجو
- سادگی و قابل فهم بودن واسط جستجو
- سرعت بازیابی اطلاعات
- نمایش تعداد کل نتایج بازیابی شده
- قابلیت‌های دیگری از جمله: امکان دسترسی به کل نتایج، نشان دادن کلیدواژه در متن زیرعنوان و امکاناتی دیگری از این قبیل.

مسئله‌ای که شاید از نظر ارزیابی کیفی خیلی با اهمیت باشد، مسئله امنیت موتورهای جستجوگر برای کاربران باشد.

با ازدیاد تعداد مخرب‌های^۱ ایترنی، این مخرب‌ها، همواره در تلاش هستند تا به نحوی کاربران را به سمتی بکشند تا به کامپیوتر کاربران نفوذ کنند. از جمله این راهها، موتورهای جستجوگر می‌باشد.

علت اصلی کمک موتورهای جستجوگر برای ورود به سایت‌های مخرب، عدم آگاهی کاربران از نتایج جستجو و پیوند صورت گرفته با سایت مورد نظر می‌باشد. کاربر

^۱ Hacker

پرس‌وجوئی را در موتور جستجوگر انجام می‌دهد در حالی که وضعیت امنیتی سایت‌های مورد نظر برای وی مشخص نیست.

شرکت مک آفی^۱، یکی از بزرگترین شرکت‌های تولیدکننده نرم افزارهای امنیتی (ضدجاسوسی و ضد ویروسی)، فعالیت جستجوی کاربران و فهرست نتایج تعدادی از موتورهای جستجو را تحت نظر قرار داد و نتایج آن را با مقاله‌ای تحت عنوان «امنیت موتور جستجو» منتشر نمود.^۲ این شرکت به این نتیجه رسید که به طور متوسط حدود ۴ درصد از نتایج جستجوی کاربران در موتورهای جستجوی معتبر اینترنتی (گوگل، یاهو، AOL، MSN، Ask)، به سایتها خطرناک و آلوده، نرم‌افزارهای جاسوسی و ویروسی و انتشاردهنده برنامه‌های تروجان متنه می‌شود. لازم به ذکر است که از اواسط سال ۲۰۰۶، چند موتور جستجوگر بزرگ اینترنتی مانند گوگل، امکان جدیدی به موتور جستجوی خود اضافه کردند که به کمک آن، سایتها خطرناک شناسائی و در هنگام ورود به آن، پیام هشدار به کاربران داده می‌شود و یا مانند برخی دیگر از موتور جستجوها، در فهرست نتایج و در کنار پیوندهای مشکوک علامت هشدار قرار می‌گیرد.

^۱ Mac Afee

^۲ http://www.siteadvisor.com/studies/search_safety_may2007

^۱ همچنین، نتیجه‌ی این بررسی نشان داد که در بین این موتور جستجو‌ها، AOL مطمئن و ایمن‌ترین سایت‌ها و پیوندهای اینترنتی را در نتایج خود قرار می‌دهد و بعد از آن گوگل بهترین نتایج را دارد.

SiteAdvisor در موتورهای جستجوی گوگل، یاهو و MSN اقدام دیگری را نیز انجام داده است؛ بدین ترتیب که یک همانند مک‌آفی یک آیکن رتبه‌بندی، کنار نتایج جستجوهای کاربران در این سایت‌ها قرار می‌دهند. این ویژگی باعث می‌شود که علاوه بر اینکه در وقت کاربران صرفه‌جویی صورت گیرد بلکه همیچنین قبل از آنکه به اشتباه روی پیوند یک سایت خطرناک کلیک کنند، کاربر را از وجود خطر آگاه سازد. با این وجود همچنان خطر در کمین کاربران است و کاربران باید در استفاده آگاه و محتاط باشند.

ارزیابی موتورهای جستجو

سؤالاتی که در اینجا مطرح می‌شود، به عنوان معیارهایی هستند که در ارزیابی موتورهای جستجوگر استفاده می‌شوند، که به طور خلاصه در اینجا اشاره می‌گردد.

- تعداد صفحات فهرست شده به چه تعداد می‌باشد؟
- آیا موتور جستجوگر به تعداد صفحات فهرست شده، URL (آدرس اینترنتی) ارائه می‌دهد؟

^۱ www.AOL.com

- آیا تمام نتایجی که در یک جستجو شامل می‌شود را ارائه می‌کند؟
- موتور جستجو چه نوع اطلاعاتی را پوشش می‌دهد؟ (news, www, FTP)
- موتور جستجو چه نوع اطلاعات تصاویر و ...). بعضی از روبات‌ها قادر به شناسائی groups، و پایگاه اطلاعات groups
- فایل‌های متنی PDF^۱ نیستند.
- آیا روبات‌های موتور جستجو قادر به دسترسی به سایت‌های که با رمز عبور محافظت می‌شوند، می‌باشد؟
- موتور جستجوگر چه ناحیه و چه قالبی (فرمتی) را می‌تواند پوشش دهد؟
- آیا موتور جستجوگر کلمات رایج ^۲-is, of, are- را در نظر می‌گیرد؟ بسیاری از موتورهای جستجوگر کلمات رایج را که خیلی استفاده می‌شوند و در واقع هیچ نقشی در جستجو ندارند را در نظر نمی‌گیرند.
- آیا گزینه جستجوی پیشرفته و ساده پیش‌بینی شده است؟
- موتور جستجوگر چه قابلیتی را جهت بهبود، محدودسازی یا کوتاه کردن یا گسترده ساختن جستجو دارد؟
- آیا قابلیت «جستجو درون این نتایج» وجود دارد؟
- از چه عملگرهای پیشرفته‌ای استفاده می‌کند؟ آیا می‌توان از عملگرهای بولی در یک عبارت جستجوئی استفاده و آنها در یک زمینه با هم دیگر ترکیب کرد؟

^۱ Portable Document File

^۲ stop words

- آیا موتور قابلیت ذخیره جستجو را دارد؟
- چه قابلیت هایی جهت مرتب سازی نتایج بعد از جستجو وجود دارد؟ آیا آنها را می توان براساس سایت یا زمان مرتب نمود؟
- چه قابلیت هایی جهت حرکت و انتقال در تمام نتایج وجود دارد؟
- آیا کلیدواژه های جستجو در نتایج نمایش داده شده، با رنگی متمایز مشخص می شود؟
- جامعیت و مانعیت موتور مورد نظر چقدر است؟
- چه عناصری از صفحات (عنوان، کلیدواژه، توصیف گر، بدن) فهرست شده است؟ آیا آنها به صورت تمام متن فهرست شده اند؟
- صفحات به چه فاصله ای بعد از قرارگیری و شناسائی (نمایه) توسط روبات ها به روزنامه ای می شود؟
- آیا موتور جستجو ادعا می کند که سایت ها را اغلب براساس اطلاعات افزوده شده و یا تغییرات اجمالی سایتها ایشان دوباره بازبینی و بازدید می شوند؟ آیا نتایج جستجو این ادعا را تأیید می کند؟
- آیا شواهدی از کنترل پیوند وجود دارد؟ (مانند عدم وجود پیوندهای کور یا پیوندهای مرده). فراوانی و کثرت پیوندهای مرده یا کور اشاره به قدیمی بودن و کهنگی فهرست دارد.

- به چه سرعتی نتایج، بازیابی یا نمایش داده می شود؟
- آیا موتور جستجوگر می تواند نتایج مشابه از یک سایت واحد را از نتایج

جستجو حذف نماید؟

- آیا موتور جستجو می تواند نتایج گمراه کننده و خطرناک را از نتایج جستجو

حذف یا به کاربران هشدار دهد؟

مهمنترین و پر کاربرد ترین موتورهای جستجو در لیست پایین ارائه شده است.

- Google :(www.google.com)۱

- Yahoo :(www.yahoo.com)۲

- AltaVista :(www.Altavista.com)۳

- Scirus :(www.scirus.com)۴

- MSN :(www.msn.lives.com)۵

-excite :(www.excite.com)۶

فهرست راهنمای موضوعی وب^۱

این نوع از ابزار جستجو، دارای ساختار سلسله مراتب و به صورت موضوعی می‌باشد و بر عکس موتورهای جستجو که فهرست صفحات با کمک ماشین (روبات‌ها) انجام می‌گیرد، تهیه فهرست و نمایه در این ابزار جستجو، به کمک متخصصان موضوعی و به صورت دستی انجام می‌گیرد. یعنی بدین صورت که صفحات توسط متخصصین بررسی و موارد باکیفیت به صورت سلسله مراتبی و موضوعی مرتب می‌گردد. در واقع نتایج جستجو از طریق راهنمای موضوعی در هم‌ریختگی کمتری دارد، زیرا منابع و وب‌سایتها که در این مجموعه قرار دارند، هر کدام در طبقه موضوعی خاص قرار می‌گیرند و بنابراین کاربر روی موضوع خاص کلیک می‌کند و این طریق از اتصال وقت کاربر جلوگیری می‌شود.

اگر این ابزار را از نظر کیفی بررسی کنیم، می‌توانیم بگوئیم که سایتها که در این مجموعه فهرست شده‌اند، دارای کیفیت خوب و مطمئن هستند و بنابراین کاربران نگران این نیستند که با یک سری سایتها گمراه‌کننده مواجه خواهند شد. بخاطر اینکه، فهرست‌ها با بررسی و تحلیل کیفی متخصصان موضوعی و کتابداران ایجاد می‌شود.

¹ Directory

بهترین موضوعاتی که در زمینه انتخاب راهنمای موضوعی وب بایستی مد نظر قرار گرفت، از این قرارند:

۱. اندازه پایگاه اطلاعاتی:

این معیار نمایانگر میزان جامعیت فهرست راهنماها در پوشش منابع می‌باشد. این ابزار در مقایسه با اندازه پایگاه موتور جستجوی که به میلیاردها صفحه می‌رسد، میزان بسیار کمی است. چون بیشترین اندازه پایگاه فهرست راهنمای موجود مربوط به حدود ۴/۵ میلیون صفحه و فهرست راهنمای یاهو نیز ۳میلیون صفحه^۲ را شامل می‌شود.

لازم به ذکر است که در راهنمای موضوعی گوگل که از فهرست راهنمای DMOZ بهره می‌گیرد، از سیستم رتبه‌بندی صفحات استفاده می‌کند. بدین صورت که سایتهاي که از نظر این سایت دارای رتبه‌بندی بالاتر هستند، در بالاترین رتبه قرار می‌گیرد.

۲. روز آمد بودن:

مسئله روزآمدسازی، موضوع بسیاری مهمی است که نه تنها در موتورهای جستجو اهمیت دارد، بلکه در فهرست راهنمای موضوعی اهمیت بیشتری هم دارد. چون که فرآیند نمایه‌سازی فهرست راهنماها توسط متخصصین موضوعی انجام می‌شود، اغلب نمی‌توانند با رشد فزاینده اطلاعات در محیط وب همگام باشند. همچنین به خاطر

^۱Open Directory Project

^۲<http://searchengineshowdown.com/dir/>

ویژگی پویا و تغییرپذیری سریع محیط وب، شاهد تحولات زیادی در این محیط هستیم و لزوم به روز بودن فهرست‌ها به شدت در محیط وب احساس می‌شود. به هر حال، همیشه فرآیند ماشینی و کامپیوتری از فرآیند دستی سرعت بیشتری دارد. بنابراین مسئله روزآمد سازی در فهرست راهنمایان بزرگترین نقطه ضعف محسوب می‌شود.

از مهمترین و معروف‌ترین راهنمایی‌های وب می‌توان به موارد زیر اشاره نمود.

- 1- DMOZ: (<http://dmoz.org>)
- 2- Yahoo :(www.dir.yahoo.com)
- 3- Google: (www.google.com/dirhp)

ابر موتورهای جستجو:

ابر موتور جستجو یا به عبارتی دیگر موتور جستجوی مادر، ترکیبی از چند موتور جستجو که به طور همزمان نتایج جستجو را از میان چندین پایگاه اطلاعاتی موتورهای جستجوی دیگر، بازیابی می‌کند. در واقع خود به نمایه‌سازی صفحات نمی‌پردازد و از پایگاه اطلاعاتی که ابزارهای جستجویی مانند Google, yahoo, DMOZ و ... فراهم نموده است، در نتایج خود بهره می‌گیرد. برای مثال، شما می‌توانید در میان پایگاه اطلاعاتی چندین فهرست راهنمایی موضوعی که از نظر کیفی نتایجی با کیفیت را دارند، به جستجو بپردازید.

همینطور می‌توانید چه در موtor جستجو و چه در ابر موtor جستجو از عملگرهای که در بازیابی نتایج با کیفیت کمک‌کننده هستند، بهره بگیرید. برای مثال ۲ عملگر:

از قبیل آموزشی (edu)، دولتی (gov) و ... و نیز به سایت خاص که از نظر کیفی، محتوای آنها با کیفیت هستند، محدود نمائید و همینطور عملگر filetype: Site و Site: Site در موتور جستجوی گوگل، که عملگر Site نتایج را به حوزه مربوطه محدود کرد، چون که اکثر مقالات علمی موسسات و دانشگاهها در این قالب منتشر می‌شود.

از مشهورترین ابرموتور جستجو می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- Mamma, (www.mamma.com)
- ۲- Meta crawler, (www.metaCrawler.com)
- ۳- profusion, (www.profusion.com)
- ۴- dogpile, (<http://www.dogpile.com/>)

فصل دهم :

دروازه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های مجازی

دروازه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های مجازی:

یکی دیگر از ابزارهای جستجو که می‌تواند در زیر گروه فهرست راهنمایها قرار می‌گیرد، دروازه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های مجازی می‌باشد. این ابزار به همراه فهرست راهنمایها از کیفیت اطلاعات بالائی نسبت به موتورها و ابر موتورهای جستجو دارا می‌باشند. چون که همانطوری که گفتیم، در موتورهای جستجو و ابر موتورها هیچ‌گونه نظارت و بررسی کیفی روی کیفیت اطلاعات ارائه شده در وب‌سایتها انجام نمی‌گیرد. ولی در فهرست راهنمایها و دروازه‌های اطلاعاتی و کتابخانه‌های مجازی افرادی با دانش موضوعی خاص به جستجو در اینترنت پرداخته و به پالایش و جداسازی اطلاعات مفید از غیرمفید پرداخته‌اند. و مجموعه‌ای منابع اطلاعاتی باکیفیت در یک زمینه موضوعی خاص و برای مخاطبان خاص تهیه شده است. ویژگی شاخص این گونه ابزارها این است که معیارهای از پیش تعیین شده‌ای را برای انتخاب و ارزیابی منابع اطلاعاتی در نظر می‌گیرند.

هر دروازه اطلاعاتی در مقایسه با موتورهای جستجو از نظر اندازه کوچک می‌باشند، ولی در مقایسه با آنها از اطلاعات با کیفیت برخوردارند. در واقع آنها کیفیت را بر کمیت ترجیح می‌دهند و به خاطر این امر، منابع بالارزش را فراهم نموده‌اند. مزیت دیگر دروازه‌های اطلاعاتی این است که معیارهای ارزیابی شده توسط این خدمات به طور آشکارا ارائه شده و حتی سایتها باید که در نمایه آنها قرار گرفته‌اند، رتبه‌بندی

شده‌اند و برای مثال یکی از نمادهایی که نشان‌دهنده رتبه‌بندی بالای سایت می‌باشد،

نشان «ستاره» می‌باشد و بر حسب امتیاز کسب شده نشان «ستاره»^{*} را اخذ می‌نمایند.

اگر چه دروازه‌های اطلاعاتی تا اندازه‌ای با یکدیگر متفاوت هستند، اما به و طور کلی

ویژگی‌های مشترک ذیل را می‌توان مشاهده کرد:

۱- پایگاه اطلاعاتی جستجوپذیری از توصیف‌های منابع اطلاعاتی در یک زمینه

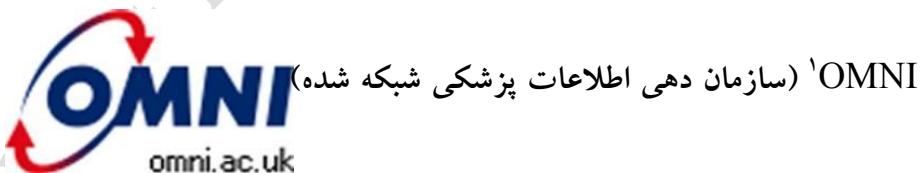
موضوعی خاص.

۲- معیارهای شفاف معین برای ارزیابی کیفیت اطلاعات.

۳- توسعه آنها توسط متخصصان موضوعی و کتابداران.

در این بخش، به توصیف و معرفی چند دروازه اطلاعاتی و معیارهای ارزیابی آنها می

پردازیم.



به عنوان دروازه اطلاعاتی که منابع اینترنتی باکیفیت را در زمینه‌های پزشکی و

بهداشتی ارزیابی و شناسائی می‌نماید و آن را برای دانشجویان، محققان، دانشگاهیان و

شاغلان پزشکی هدفمند و ارائه می‌کند. OMNI بوسیله گروه اصلی متخصصان

اطلاعات و کارشناسان موضوعی در کتابخانه پزشکی دانشگاه ناتینگهام گرین فیلد

¹ <http://www.intute.ac.uk/medicine/>

بنیان نهاده شده که این فعالیت با همکاری با سازمانهای مهم UK^۱ و سازمانهای دولتی شکل گرفته است. OMNI یکی از دروازه‌های خدمات Biome^۲ می‌باشد که خود Biome به عنوان بخشی از RDN^۳ و با سرمایه‌گذاری کمیته مشترک سیستم اطلاعات (JISC)^۴ انجام گرفته است. این دورازه اطلاعاتی در آدرس زیر قرار دارد.

^۵:Health finder

راهنمایی رایگان به اطلاعات بهداشتی موثق و قابل اطمینان که توسط بخش خدمات انسانی و بهداشت آمریکا توسعه داده شده است. این سایت نمونه فهرست و نمایه‌ای را جهت استفاده آسان فراهم نموده و بازیینی دقیق اطلاعات بهداشتی بیش از ۱۵۰ آژانس دولتی آمریکا، سازمانهای حرفه‌ای و غیرانتفاعی و دانشگاهها ایجاد شده است. این سایت ادعا دارد که هیچ وب‌سایت مبهم و پیچیده‌ای در نمایه خود قرار نداده وجود ندارد.

در صفحه خانگی این سایت می‌توانید اخبار بهداشتی، کتابخانه‌ی اطلاعات بهداشتی، راهنمای مصرف‌کنندگان، سازمانها و همچنین بخش‌هایی مانند انواع بیماریها،

^۱ United kingdom

^۲ <http://www.intute.ac.uk/>

^۳ Recovery Database Network www.recoverydatabase.net

^۴ The Joint Information Systems Committee (JISC)

^۵ www.healthfinder.gov

وضعیت‌ها و جراحت‌ها، پایگاه‌داده ای داروئی و انواع اطلاعات دیگر را می‌توانید پیدا نمایید.

این سایت توسط اداره پیشگیری از بیماریها و ارتقاء بهداشت، پشتیبانی مالی می‌گردد.

^۱:Firstgov

این سایت، یک گام پیونددهنده به دامنه گسترده‌ای از منابع اطلاعات فدرال که به صورت پیوسته در دسترس هستند، می‌باشد. این سایت به تمام اطلاعاتی که به سایتها فدرال اضافه می‌شود، نظارت می‌نماید و فرآیند رهیابی تعریف شده‌ای را دارا می‌باشد.

این سایت با مشارکت آژانس‌ها و سازمانهای دولتی و غیردولتی آمریکا از جمله موارد زیر ایجاد شده است:

آژانس تحقیقات و کیفیت مراقبت درمانی (AHRQ)

آژانس ثبت بیماری و مواد سمی (ATSDR)

مرکز کنترل و پیشگیری از بیماریها (CDC)

کمیته برنامه‌ریزی و توسعه (CDP)

مدیریت تقویت دارو (DEA)

اطلاعات بهداشتی گلاسکو (GHI)

^۱ <http://www.usa.gov/>

به عنوان دوازه اطلاعاتی مرکزی به اطلاعات بهداشتی و منابع آموزشی آنلاین با

کیفیت می‌باشد که از جمله اهداف سایت می‌توان به:

- فراهم‌سازی بستر مناسب دسترسی به اطلاعات بهداشتی باکیفیت و منابع آموزشی اشاره کرد.

- همچنین حمایت از فعالیت گسترده جامعه مراقبتی اشاره نمود.

در هر جایی که ممکن باشد منابع GHI به صورت رایگان برای بیماران و برای عموم در دسترس می‌باشد. این سایت برخی از منابع را فقط برای مشترکین و کارکنان GHI به صورت رایگان برای بیماران و برای عموم در دسترس قرار می‌دهد ولی این سایت برخی از منابع را فقط برای مشترکین و کارکنان GHI فراهم می‌کند، در واقع تمام امکانات این سایت رایگان نمی‌باشد.

بانک اطلاعاتی این سایت انواع منابع اطلاعاتی را شامل می‌شود. از جمله این منابع می‌توان به مقالات، کتابهای الکترونیکی رایگان و اشتراک، بانک عکس، منابع آموزشی الکترونیکی، منابع پزشکی شاهد محوری، اطلاعات دولتی، مجلات رایگان و اشتراکی و مجلات مرجع، خدمات کتابخانه‌ای مانند کتابخانه الکترونیکی، کتابخانه عمومی و کتابخانه‌های انجمن‌های علمی، منابع مرجع مانند لغتنامه، فرهنگ‌ها، اخبار پزشکی و عمومی، مراکز و پروژه‌های تحقیقاتی، ابزارها و نرم‌افزارهای مانند نرم‌افزار کتاب‌شناختی اشاره نمود. همچنین ابزارهای آماری و تشخیصی، منابع آمار،

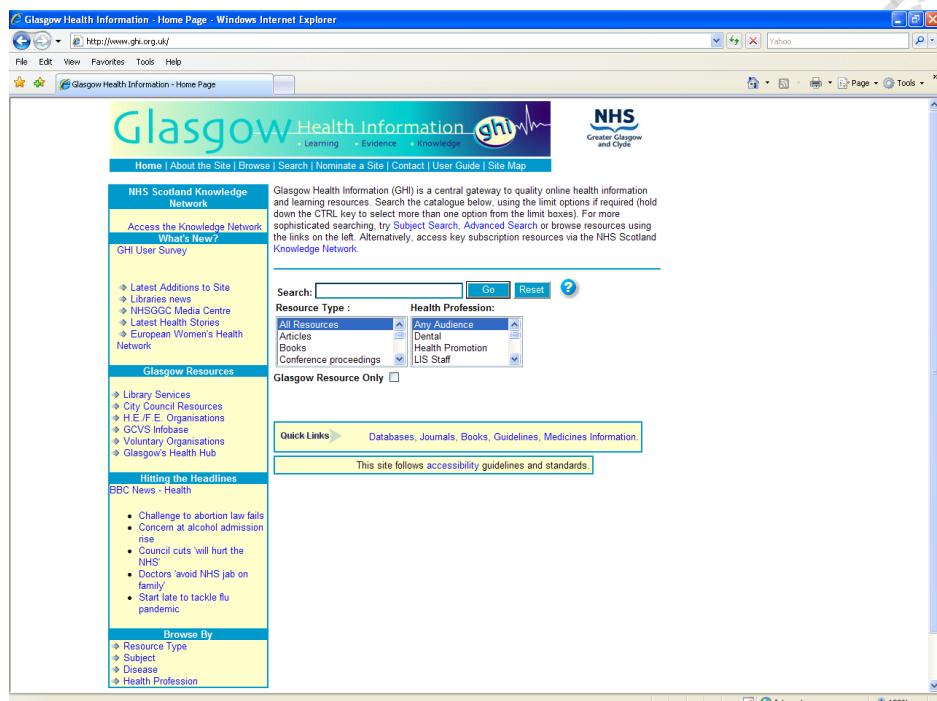
پایان نامه ها، دانشکده ها و دانشگاهها و خیلی از امکانات اطلاعات و ابزارهای دیگر

می باشد.

در این شکل صفحه اصلی این سایت را مشاهده می نمایید، برای انتخاب بیش از یک

منبع دکمه **ctrl** را فشار داده و همراه آن، موضوعات مورد علاقه خودتان را انتخاب

نمایید.



این دروازه اطلاعاتی در سایت زیر قرار دارد:

www.ghi.org.uk

همانند سایر دروازه های اطلاعاتی دیگر، این سایت نیز دارای معیارهایی برای انتخاب

سایتی به عنوان سایت با کیفیت می باشد، این معیارها به قرار زیر می باشند:

۱- تأثیف و صلاحیت نویسنده

چه کسی سایت را نوشه و به چه شکل و چگونه می‌تواند آنرا بازبینی و بررسی نماید؟

استفاده از url سایت برای اطمینان از منبع سایت- آیا آن به شخص یا گروه عالی‌رتبه و صاحب مقام وابسته است؟

استفاده از عملگر link: «تعداد پیوندهای داده شده» با موتور گوگل و آلتاویستا، آیا سایر سایتها مفید به این سایت به عنوان منبع بالارزش اطلاعاتی پیوند داده‌اند؟

اگر ادعاهای درباره مقام و رتبه حرفه‌ای دارند، آیا با پیوندهایی به گروه‌های حرفه‌ای همراه و هماهنگ شده است؟

آیا سایت با لوگوئی تأیید و آیا این لوگو در آن به نمایش در آمده است؟
آیا پیوندهای فرامتنی موجود یا رفرنس‌ها، اجازه پشتیبانی و فراهم‌سازی اطلاعات اضافی مورد مطالعه را در موضوعات مورد بحث را می‌دهند؟

آیا سایت توسط گروه‌های ذینفع و صاحبان شرکتها سرمایه‌گذاری و مورد حمایت قرار گرفته است و اگر چنین باشد، آیا آشکارا گروه‌های ذینفع و سرمایه‌گذارها اعلام شده‌اند؟

۲- به هنگامی

سایت چه موقع ایجاد شده است؟

آیا تاریخ موضوع نشان داده شده است؟ -اگر در هر صفحه نشان داده شود، ارجح تر است- این تاریخ درمورد زمانی است که سایت ایجاد شده یا بهروزنمائی شده می باشد.

عمر اطلاعات چه مدت است ؟

۳- محتوا

چه کسی قصد تماشا و بازدید سایت را دارد؟ در واقع مخاطب سایت کیست؟

آیا ادعاهای^۱ مناسب و شایسته‌ای در مورد محدوده و حوزه اطلاعاتی وجود دارد (بویژه اگر سایت برای بازدید عموم مردم هدفمند شده باشد).

آیا پیوندهایی به سایر منابع وجود دارد که اجازه می‌دهد تا ارائه اطلاعات در مضمون

گسترده‌تری فراهم شود؟

۴- شفافیت

آیا اطلاعات به خوبی ارائه شده است؟

آیا سایت از زبان مناسبی استفاده می‌کند؟

آیا سایت از رنگ، قلم و گرافیکی و .. استفاده می‌کند که کاربری اطلاعات را جذاب و راحت می‌کند یا اینکه باعث سردرگمی و گیج‌کنندگی کاربر می‌شود؟

^۱ disclaimer

آیا سایت از قالب‌های استفاده می‌کند که می‌تواند بدون این قالب‌ها هم استفاده شود؟

(سایت می‌تواند، رهیابی را برای افراد ناتوان مشکل نماید).

آیا رهیابی سایت آسان است؟

آیا پیوندهای برای بازگشت به صفحه خانگی در هر صفحه طراحی شده است؟

آیا پیوند «site map» وجود دارد و آیا در وضعیت معلوم و آشکاری قرار گرفته است؟

انجمن پزشکی آمریکا

انجمن پزشکی آمریکا (MLA)، توسط ۴ کتابدار و ۴ پزشک سرمایه‌گذاری شده است.

MLA یکی از دو انجمن کتابداری ایالت متحده است که جهت بهبود و افزایش کتابخانه‌های پزشکی عمومی راه اندازی گردید. تقریباً از یک قرن پیش، MLA تبدیل به یک انجمن حرفه‌ای با بیش از ۱۲۰۰ موسسه و ۳۸۰۰ حرفه‌ای شاغل در زمینه پزشکی گردید.

MLA پیشرفت حرفه‌ای اعضای خویش را از طریق منابع اطلاعاتی حرفه‌ای، جلسات، انتشارات، دوره‌های آموزشی، بورس آموزشی و انواع دیگر خدمات حمایتی ارتقاء و بهبود می‌بخشد.

:Infomine

نقشه و طرح سایت

Infomine کتابخانه مجازی است که از منابع اطلاعاتی اینترنتی مناسبی همچون مجلات و کتابهای الکترونیکی، خبرنامه‌ها، مقالات، فهرست‌های پیوسته (آنلاین)، کتابخانه‌ها، راهنمای پژوهشگران، گروههای خبری و پایگاه‌های اطلاعاتی مربوط به رشته‌های مختلف علمی دانشگاهی برای دانشجویان، اعضای هیئت علمی دانشگاهها و پژوهشگران برخوردار است.

infomine^۱ در ژانویه سال ۱۹۹۴ توسط کتابداری از دانشگاه کالیفرنیا، دانشگاه و یک فهرست، دانشگاه ایالتی کالیفرنیا و سایر دانشگاهها که در راه اندازی آن مشارکت داشته‌اند، ایجاد شده است.

infomine امکان و دسترسی به منابع یا پوشش موضوعی فراوان و وسیع فراهم می‌کند، از جمله در زمینه بازرگانی و اقتصاد، تجارت، علوم پزشکی، علوم فیزیک، مهندسی و رایانه، علوم اجتماعی، علوم انسانی و... می‌توان اشاره نمود.

^۱ www.infomine.com

در این بخش به بررسی انواع سایت‌هایی که بررسی محتوی اینترنت و همینطور به ارائه معیاری جهت ارزیابی کیفی و مطابقت محتوی سایت با آن معیارهای می‌پردازند، اشاره می‌کنیم. این ابزارها در صورتی به سایت‌ها تعلق می‌گیرند که سایت‌ها از نظر ارائه‌دهنده ابزار (مهر) تاییدی، باکیفیت تشخیص داده شود. در نظر این سایت‌ها، کیفیت این گونه تعریف می‌شود که در واقع، با معیارهای آنها مطابقت داشته باشد. یعنی سایتی که با معیارهای این سایت مطابقت داشته باشد، باکیفیت محسوب شده و نشان تأییدی دریافت می‌نماید و سایتی که فاقد این معیارها باشد، بی‌کیفیت به حساب می‌آید.

علام استاندارد و نشان‌های تأییدکننده که معمولاً به شکل یک نشان یا لوگو در منابع اطلاعاتی اینترنتی نمایش داده می‌شوند و برای نشان دادن تأیید یک شخص ثالث که همان سایت ارائه دهنده نشان‌ها می‌باشد، استفاده می‌شود. لوگوهای ارائه شده در بردارنده نام سایت ارائه‌دهنده معیار است. این سایت‌ها، به کاربران این اعتماد را ایجاد می‌کنند که اگر نشان‌های تأییدی آنها را در سایتی ببینید، بدانند که سایت معتبر است. نمونه‌هایی از سایت‌هایی که به ارائه لوگو می‌پردازند،

OMNI، Med certain، HON و غیره اشاره نمود. برخی سایت‌ها نیز از علائمی مانند

ستاره و یا علامت تیک «✓» به عنوان نشان تأییدی استفاده می‌کنند. این گونه سایت

بیشتر به منابعی که در پایگاه اطلاعاتی خود وجود دارند، با این روش رتبه‌بندی

می‌کنند و این نشان‌ها تعلق می‌گیرد. تعداد این نشان‌ها از ۱ تا ۵ می‌باشد که هر چه

قدر سایت به تعداد ۵ نزدیک باشد، سایت از نظر کیفی معتبر شناخته شده است. برای

مثال سایت growthhouse از نشان ستاره ★ "برای رتبه‌بندی سایت استفاده می‌کند.

لازم به ذکر است که برخی از این سایت فهرست راهنمائی را برای منابع باکیفیت را

ارائه می‌دهند، از قبیل Medical matrix، OMNI، HON می‌توان اشاره کرد.

از این قبیل سایتها و مراکز که به ارائه نشان و اعتبار می‌پردازند. به موارد زیر می‌توان

اشارة نمود:

مرکز شاهد محوری برای سطوح مدارک پزشکی آكسفورد

بال و همکاران از مرکز پزشکی شاهد-محوری در آكسفورد ۱۰ سطوح مدارک را

تعريف می‌کند:^۱

(1a,1b,1c,2a,2b,2c,3a,3b,4,5) و آن را در ۴ درجه پیشنهادی قرار می‌دهد.

(A,B,C,D) یک مطالعه منظم (سیستماتیک) کارآزمائی بالینی کنترل شده تصادفی به

عنوان مهمترین منبع موثق اثبات مدارک ملاحظه شده است (بالاترین سطح). و زمانی

^۱ http://www.cebm.net/levels_of_evidence.asp

که نظر متخصصی بدون معیار صریح و روشن ارزیابی ارائه شود، به عنوان کم‌اهمیت‌ترین سطح بخش شواهد قابل اطمینان درجه‌بندی شده است.

(سطح ۵، درجه D)، بررسی‌های منظم (سیستماتیک) به مانند فیلتر کیفی برای پاکسازی یافته‌های تحقیقاتی، شناسائی سوگیری‌ها و تحقیقات باکیفیت ضعیف و تقطیر یافته‌ها در یک گزارش واحد می‌باشد.

کد اخلاقی بهداشتی الکترونیکی (e-health) در ائتلاف مراقبت بهداشتی اینترنتی ائتلاف مراقبت بهداشتی درمانی در اینترنت (IHC) سازمانی غیرانتفاعی، شامل ۴ ارائه‌دهنده اطلاعات بهداشتی درمانی در اینترنت می‌باشد، که شامل Medscape و علاوه بر این موارد، Medi consult، drkoop.com شرکت GlaxoSmithKline داروئی بریتانیا در زمرة حامیان آن می‌باشد.

در می ۲۰۰۰، مقدمات اخلاق e-health مربوط به IHC، کد اخلاق واشنگتن را که مجموعه‌ای از اغلب اصول راهنمای مهم، برای سایت‌های مراقبت بهداشتی در اینترنت و خدمات گروه‌بندی شده، تحت ۸ عنوان عمده که شامل موارد زیر معرفی نموده است:

صدقت، درستی، کیفیت، رضایت آگاهانه، حرفة‌ای‌گرائی در مراقبت بهداشتی پیوسته (آنلاین)، شرکای مسئول و پاسخ‌گو و قابلیت پاسخگوئی.



«کنسرسیوم اخلاق بهداشتی در اینترنت»

در می ۲۰۰۰، کنسرسیوم Hi-ethics ائتلافی که تقریباً با همدیگر و به طور گسترده در سایتهاي بهداشتی در اینترنت استفاده شده است، که بینش‌ها و تفکرات خود را که منجر به وضع اخلاق پسندیده در اینترنت می‌شود را منتشر نموده است. کنسرسیوم اصول اخلاق کلیدی اطلاعات بهداشتی الکترونیکی که در وب منتشر می‌شود در ۱۴ لیست خلاصه می‌کند. که به خصوصی بودن، محترمانگی، کیفیت اطلاعات، مناسب تجاری و تبلیغاتی، روابط مشتری و بهترین انتخاب برای متخصصان در اینترنت مربوط می‌شد. لیست کامل اصول و اختصارات مفید در سایت زیر موجود است.

گواهینامه med-PICS و برآورد درستی اطلاعات بهداشتی ارزیابی شده در شبکه (Med-certain

پروژه بین‌المللی غیرانتفاعی که در سال ۲۰۰۰، توسط اتحادیه اروپا و تحت طرح عملی EU جهت استفاده ایمن از اینترنت بنیانگذاری شد و وظیفه دارد

که کیفیت اطلاعات بهداشتی وب را از طریق ارتقا آگاهی کاربران و مهارت خود آنها

شناسائی و گزینش نمایند.



نظام خودبرآورده شخص ثالث می‌باشد و با استفاده از ابرداده‌ها و

همچنین لوگوی نشان اطمینان نظام رتبه‌بندی را ایجاد نموده است. وبسایت‌هائی که

خواهان دریافت این گواهینامه هستند مجبور خواهند بود که خود به قوانین اخلاقی که

e-health واشنینگتن متعهد باشند.

سازمان‌دهی اطلاعات پزشکی شبکه‌شده OMNI

در دانشگاه ناتینگهام پایه‌ریزی و توسط سازمان‌هائی از قبیل دانشگاه‌ها، اداره بهداشت

و کتابخانه بریتانیا پشتیبانی شده است. OMNI در سال ۱۹۹۴ شروع به کار نمود و

هم‌اکنون به عنوان نقطه دسترسی ارجح و بالارزش برای منابع باکیفیت زیست پزشکی

در UK مطرح می‌باشد و به عنوان دروازه اطلاعاتی علوم‌زیستی و بهداشتی

BIOME'S شناخته شده است.

فرآیند انتخاب OMNI با ایجاد و برقراری محتوی منابع کاندید و سنجش و بررسی

حوزه، هدف مخاطبان، صلاحیت و سرمنشاء آن‌ها شروع می‌شود. معیار ارزیابی

می‌تواند به ۲ مجموعه اصلی گروه‌بندی شود که اولی معیار ارزیابی مضمون و دومی

معیار ارزیابی دسترسی می‌باشد.

۱- معیار ارزیابی مضمون شامل پوشش، صحت و درستی مضمون اطلاعات،

به‌هنگامی و تکرار و نظم در به‌روزنمائی و بی‌نظیر یا مشابه بودن با سایر منابع می‌باشد.

۲- معیار ارزیابی دسترسی نیز شامل، قابلیت دسترسی، قابلیت استفاده و سیاست

گمارش^۱ و به کارگیری (اگر محدودیت دسترسی داشته باشند) مقتضیات و نیاز ویژه،

نرمافزار موثر (برای منابع نرمافزاری)، قانون حق مؤلف، موضوعاتی در ارتباط با

توزیع مجدد، زبان، طراحی، واسط بالای کاربری و بالاخره حمایت کاربر و

مستندسازی می‌باشد.

هر معیار شامل یک سری سوال می‌باشد و فرآیند ارزیابی منابع همه معیارهای لیست

شده بالا را مد نظر قرار می‌دهد و در ارزیابی پایانی نیز درباره ارزش منبع در جامعه

کاربری OMNI تصمیم‌گیری می‌شود تا آن منبع مشمول پایگاه اطلاعاتی OMNI

گردد.



DISCERN پروژه

¹ charging policy

این پروژه توسط کتابخانه بریتانیا و برنامه توسعه و تحقیقات NHS بین سالهای ۱۹۹۶-۱۹۹۷ در دانشگاه آکسفورد بنیانگذاری گردید. DISCERN ابزاری برای کمک به کاربران اطلاعات بهداشتی طراحی شده است و این امکان را به کاربران می‌دهد که درباره کیفیت اطلاعات موجود در سایت‌هایی که گزینه‌های درمانی ارائه می‌دهند، قضاوت نمایند.

DISCERN ابراز می‌دارد که اطلاعات کیفی مناسب در گزینه‌های درمانی بایستی صحیح و بر پایه بهترین شواهد علمی بهروز باشد و بایستی شامل توضیحات جزئی جهت بهترین بازده در درمان و یا حتی موارد بدون درمان باشد و هرجائی که نامعلوم باشد بایستی به صورت صحیح و صادقانه توضیح داده شود. ارائه اطلاعات به استفاده‌کنندگان و کاربران در گزینه‌های درمانی می‌توان اضطراب آنها را کاهش و ارتباط موثر بین شاغلان پزشکی را افزایش دهد.

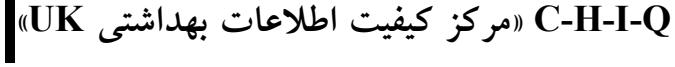
جهت پذیرفته شدن با معیار DISCERN، انتشارات و سایت‌هایی که در مورد گزینه‌های درمانی فعالیت می‌کنند، بایستی دارای ویژگی‌های زیر باشند:

۱- دارای اهداف صریح و روشن

۲- پیشبرد اهداف

۳- مرتبط با استفاده کنندگان

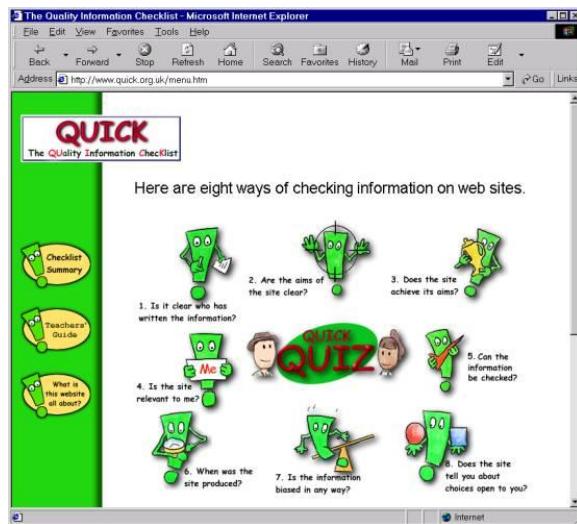
۴- ایجاد منابع اطلاعاتی به صورت کاملاً آشکار

- ۵- تعیین تاریخ دقیق ایجاد اطلاعات
- ۶- تناسب و هماهنگی و پرهیز از سوگیری
- ۷- لیست منابع اطلاعات افزوده
- ۸- ارجاع به حوزه‌های متنوع
- ۹- تشریح چگونگی روند درمان
- ۱۰- تشریح مزایای درمان
- ۱۱- تشریح خطرات درمان
- ۱۲- تشریح و توصیف آنچه که بدون درمان رخ می‌دهد.
- ۱۳- توضیح تاثیرات گزینه‌های درمانی در کیفیت کل زندگی
- ۱۴- توضیح اینکه ممکن است که بیش از یک گزینه درمانی وجود داشته باشد.
- ۱۵- بستر سازی حمایتی برای تصمیم‌گیری مشترک
- 
- 
- 
- این مرکز در سال ۱۹۹۷ به عنوان بخشی از استراتژی همکاری با بیمار تاسیس شد. C-

H-I-Q شهرت بین‌المللی دارد، بخصوص این شهرت در حوزه ارزیابی اطلاعات بهداشتی استفاده‌کنندگان و ارتقاء‌دهنده کیفیت اطلاعات برای بیماران می‌باشد.

الگوی زیر چک لیستی را برای ارزیابی منابع در C-H-I-Q می‌باشد:

- ۱) قابلیت فهم‌پذیری: اطلاعات در قالبی مناسب جهت برآورده ساختن اهداف مخاطبان ارائه می‌شود.
- ۲) درستی و صحت: اطلاعات بر پایه بهترین شواهد و مدارک علمی موجود ارائه می‌شود.
- ۳) قابلیت دسترسی: اطلاعات برای بیشترین مخاطب ممکن در دسترس است.
- ۴) بهنگامی: اطلاعات به روز است.
- ۵) قابلیت خوانائی: اطلاعات به صورت بارز و کاملاً خوانا و تا آنجائی که ممکن است کوتاه و مختصر است و زبان نوشتار تخصصی به حداقل رسیده است. ارائه شده است.
- ۶) نوآوری و خلاقیت: اطلاعات برای هر گروه مخاطب به صورت مشابه و در قالبی مشابه ایجاد نشده است.
- ۷) مرتبط با بیمار: اطلاعات مخصوصاً جهت برآورده ساختن نیاز بیمار طراحی شده است.
- ۸) اعتبار: اطلاعات همه موضوعات را مورد توجه قرار داده است.



چک لیستی برای کیفیت اطلاعات (QUICK)

وبسایت QUICK توسط C-H-I-Q در همکاری با کارشناسان آموزش بهداشت که اکنون به عنوان موسسه توسعه بهداشت شناخته می‌شود، توسعه داده شده است.

Quick منبعی برای کمک به افراد جوان می‌باشد تا اطلاعاتی که از اینترنت پیدا می‌کنند را ارزیابی نمایند.

چک لیست QUICK شامل ۸ سؤال زیر می‌باشد:

- ۱) آیا نویسنده اطلاعات مشخص است؟ نویسنده چه کسی است؟ آیا آن سازمان یا شخص واحدی است؟ آیا روشی برای تماس با نویسنده وجود دارد؟ آدرس پست الکترونیکی صاحب اطلاعات مدرکی دال بر اعتبار و اصیل بودن تخصص نویسنده در

موضوع را مشخص می‌نماید، بخصوص اینکه با خدمات پست الکترونیکی رایگان

مانند Yahoo Mail، hotmail و مواردی از این قبیل صورت گیرد.

برای مثال، وقتی متخصصی یا نویسنده‌ای با ایمیلی که دارای دامنه‌ی دانشگاهی باشد،

بسیار باورپذیرتر از کسی است که از ایمیل‌های رایگان استفاده می‌نماید.

۲- اهداف سایت چیست؟ آیا اهداف سایت واضح است؟ چه نفعی دارد؟ و به خاطر

چه کسی ایجاد شده است؟

۳- آیا سایت به اهداف و خواستگاه خویش نائل می‌شود؟ آیا سایت به آنچه که گفته

است، عمل می‌نماید؟

۴- آیا سایت مرتبط با سطح کاربران است؟

۵- آیا می‌توان اطلاعات را کنترل کرد؟ آیا نویسنده برای نوشتن سایت واحد شرایط و

کارآمد است؟

۶- آیا اطلاعات جدید است و اینکه آیا دلیل و مدرکی جهت مشخص نمودن روزآمدی

اطلاعات وجود دارد؟

۷- آیا اطلاعات سوگیری شده است؟ آیا سایت استدلال ویژه‌ای را به دست آورده

است که از شما بخواهد که به شیوه خاصی تفکر نماید؟ آیا دیدگاه سایت متناسب

می‌باشد؟ و اینکه آیا فقط دیدگاه یکطرفانه‌ای را ارائه می‌کند؟

۸- آیا سایت گزینه‌های آزاد^۱ و صریحی را جهت انتخاب، ارائه می‌دهد؟ آیا سایت



توصیه شما را ارائه می‌دهد؟ آیا سایت در مورد ایده‌ها با شما بـ

. **Net scoring**: معیاری جهت ارزیابی کیفیت اطلاعات بهداشتی در اینترنت.

Net scoring سیستم معیاربندی کیفیت در فرانسه است که توسط اکثر موسسات

فرانسه شامل مرکز بیمارستان‌های دانشگاهی روئن استفاده می‌شود و توسط موسسه

CLSMEF توسعه داده شده و معادل OMNI در فرانسه است. این سیستم مجموعه‌ای

از معیارها را برای ارزیابی کیفیت اطلاعات بهداشتی در اینترنت ارائه کرده است و

برای اطمینان از عینیت و بی‌طرفی در توسعه این معیارها، گروههای مختلفی از افراد

شامل نمایندگان سازمان‌های حرفه‌ای، پزشکان، مهندسان، وکلا، دور هم گرد آمده‌اند.

Netscoring متشکل از ۴۹ معیار که در ۸ گروه رده‌بندی شده است.

۱. باورپذیری

۲. مضمون

۳. پیوندها

۴. طراحی

۵. تعامل

^۱ open

۶. جنبه های کمی

۷. اخلاق

۸. قابلیت دسترسی،

کل این معیار ارزیابی شده، امتیاز کلی را از سایت ارائه می‌دهد که حداقل امتیاز

می‌تواند از ۲۹۷ اخذ گردد



:Medical matrix

سرвис راهنمای موضوعی وب پزشکی است که جهت تسهیل و هدفمندسازی دسترسی به جوامع پزشکی را بهبود می‌بخشد تا بتوانند منابع دیجیتالی پزشکی بالینی مفیدی را فراهم کند. این پروژه رتبه‌بندی ستاره‌ای را به منابع اینترنتی – را برپایه بهره‌وری بالینی آنها، تعیین نموده است.

معیار عمده که توسط هیئت ویراستاری Medical matrix در ارزیابی منابع بررسی شده است.

- ۱) گستردنگی و سودمندی برای کاربردهای بالینی: منبع دانش، آگاهی شاغلین و بیماران را افزایش می‌دهد.
- ۲) قابلیت تصدیق، شفافیت و یکپارچگی: محتوى منبع قابل اثبات، شفاف، تاریخ دار و بدون سوگیری باشد.

۳) معیار شاهد محوری: نتیجه‌گیری اسناد و مقالات بر پایه مطالعات روش‌شناسی

صحیح انجام گیرد.

۴) رسانه: متن، فرمت، و یا استفاده از چند رسانه‌ای در محتوی منبع

۵) دریافت یا دسترسی آسان: ارائه در وب و همچنین یکپارچه در دورن پایگاه

اطلاعاتی

The screenshot shows the MEDICAL MATRIX website's search interface. At the top, there is a search bar with the placeholder 'Search for:' and an 'Exact Phrase' dropdown. Below the search bar are buttons for 'Entire Site' and 'SEARCH'. There are also links for 'Advanced Searching Options' and 'Medical Spell Checker'. The main content area displays search results for 'Addiction and Substance Abuse', with links to 'Searches', 'News', 'Full Text / MultiMedia', 'Journals', 'Textbooks', 'Major Sites / Home Pages', 'Practice Guidelines / FAQs', 'Images, Path./Clinical', 'CME', 'Patient Education', 'Directories', 'Educational Materials', and 'Forums'.

Searches

- **Medline Free Full Text Journals Search - "Substance-Related Disorders"**
★★★★★ Free, full-text, English language, clinically-focused journal articles indexed in Medline with "Substance-Related Disorders" as a subject focus.
- **Drugsearch Drugs of Abuse Encyclopedia**
★★★ A UK-based, searchable database of current news and articles about illegal or street drugs. Covers drug street names, history, drug images, regulation, effects, and risks. Published by DrugScope.

اصول حاکم در وبسایت‌های انجمن‌های پزشکی



آمریکا (AMA)^۱

کمیته‌هایی مستقل، متشکل از اعضای کارکنان AMA

شامل انتشارات و چند رسانه‌های علمی، توسعه نشر و تجارت، استانداردهای اخلاقی،

حوزه‌های خدمات پایگاه اطلاعاتی و اینترنتی می‌باشد که در مارس ۲۰۰۰ منتشر

^۱ American Medical Association

نموده‌اند. این خدمات چهار حوزه زیر را شامل محتوی، تبلیغات و حامیان مالی، محترمانگی و رازداری و تجارت الکترونیک را پوشش می‌دهند.

اصولی که تبلیغات و حامی مالی را شامل می‌شود، چندین موضوع را از قبیل راهنمائی در جایگزینی تبلیغات دیجیتالی را پوشش می‌دهد. علاوه بر آن، تبلیغات دیجیتالی نبایستی هرگز در مجاورت مضمون ویراستاری در نمونه کاری قرار گیرد. علاوه بر این، مخاطبان (کاربران) نبایستی به سایتهای تجاری فرستاده شوند، مگر اینکه آنها برای انجام این چنین کاری روی تبلیغات کلیک نمایند.

در ضمن، اصول رازداری و محترمانگی، بیان می‌کند که پست الکترونیکی و Alert^۱ و روزنامه‌ها فقط بایستی با به درخواست صریح کاربران ارسال شود همیشه شامل گزینه‌هایی جهت لغو اشتراک باشد.

معیار HSWG برای ارزیابی کیفیت اطلاعات بهداشتی در اینترنت گروه کاری بهداشت مشترک (HSWG) در آمریکا و توسط آژانس تحقیقات و کیفیت مراقبت بهداشتی و موسسه تکنولوژی اطلاعات بهداشتی آغاز به کار کرد و هدف خود را تعیین نموده و معیارهای عمدی و مهمی برای ارزیابی کیفیت اطلاعات بهداشتی اینترنت انتخاب، تعریف، رتبه‌بندی و ارزیابی نمود و شامل معیارهای باورپذیری

^۱ Alert ایمیل‌هایی هستند که از سایت میزبان به پست الکترونیکی کاربران عضو فرستاده می‌شود تا آخرین اخبار و اطلاعات جدید را اطلاع‌رسانی نماید.

منبع، آشکارسازی، پیوند، طراحی و قابلیت دسترسی، قابلیت تعامل، شفافسازی می‌باشد.

معیار مرکزی برای اندازه‌گیری کیفیت Silberg

چهار معیار اصلی زیر را برای اندازه‌گیری کیفیت وبسایتهاي پزشكى

پیشنهاد نموده است:

۱- نگارش و تأليف: نويسندگان صفحه وب، بايستى اظهاریه واضحى از اعتبارنامه و وابستگى خويش ارائه دهد.

۲- انتساب: اگر وبسایتى، تحقيقات يا شواهد را به صورت نقل قولى ارائه کرده باشد، بايستى به صورت واضح منع اين اطلاعات بيان گردد.

۳- آشکار سازى: صاحب وبسایت، حامي مالى و يا معاملات بازرگانى مشخص گردد.

۴- بهنگامى: زمان ايجاد سایت و زمان آخرین بروزرسانى باید مشخص گردد.



(بنیاد بهداشت در شبکه) HON

HON code دارای اصول ۸ گانه است که هر سایتی که به صورت رسمی برای ثبت نام اقدام نمایند، در صورت پذیرش، بایستی متعاقباً از همه قوانین فهرست شده در HON code پیروی کنند. این اصول معقولانه و عمیق هستند، اما پذیرش این قوانین داوطلبانه می‌باشد، این اصول به قرار زیر می‌باشند:

اصول (۱)

هر توصیه پزشکی در سایت ارائه می‌شود، فقط بایستی از طریق شاغلان پزشکی م梗ب و واجد شرایط ارائه شود، در غیر این صورت، اگر توصیه‌ای از سازمان و یا افراد غیرمتخصص در زمینه‌های پزشکی ارائه شود، بایستی به صورت کاملاً آشکار و واضح نشان داده شود.

اصل (۲)

اطلاعاتی که در این سایت ارائه می‌شود فقط جهت حمایت و کمکرسانی به بازدیدکنندگان یا بیمار باشد، نه اینکه جایگاه اصلی ارتباط بین این افراد و پزشکان را تصاحب نماید.

اصل (۳)

محرمانگی اطلاعاتی مرتبط با بیماران و بازدیدکنندگان و وبسایت‌های پزشکی مانند هویت آنها، بایستی توسط این سایت محترم شمرده شود. صاحبان و وبسایت‌ها متعهد

می‌شوند که به نیازهای قانونی محترمانگی اطلاعات پزشکی احترام گذاشته و به آنها تجاوز ننمایند.

اصل (۴)

تا جائی که مناسب است، اطلاعات مشتمل در این وبسایت با مراجع و منابع بارز و درست و همچنین منابع اطلاعاتی پشتیبانی شود و تا جائی که ممکن باشد، بایستی سایت دارای پیوندهایی به این چنین اطلاعاتی باشد.

اصل (۵)

همه مدعیان مرتبط با مزایای عملکرد درمان ویژه، محصول تجاری یا خدمات با مدرک مناسب و شایسته ای که تناسب با طرح کلی قانون ۴ می‌باشد، حمایت شود.

اصل (۶)

طراحان و وبسایتها تلاش خواهند نمود تا اطلاعاتی را در دسترس‌ترین و واضح‌ترین صورت ممکن ارائه کنند، نشانی‌هایی نیز جهت تماس برای بازدیدکنندگانی که اطلاعات بیشتری را نیاز خواهند داشت، از طریق وبسایت فراهم سازند.

اصل (۷)

حمایت و پشتیبانی که از این سایت صورت می‌گیرد بایستی به صورت آشکارا شناسائی شود، که شامل شناسائی سازمانهای تجاری و غیر تجاری که بودجه‌ها یا خدماتی را برای حمایت از سایت ارائه می‌دهند می‌باشد.

اصل (۸)

اکثر تبلیغاتی که از حامی مالی سایت انجام می‌شود، بایستی کاملاً آشکارا اعلام شود. همچنین تشریح مختصری از سیاست‌های تبلیغاتی که توسط صاحبان وبسایت پذیرفته شده در این سایت نمایش داده شود. این تبلیغات بایستی چنان باشد که بیننده بتواند به راحتی بین تبلیغات و محتوی و یا مقالات سایت فرق قائل شود.

HON code فرم ارزیابی

فرم ارزیابی که HON code برای سایتها پذیرشکنی و بهداشتی وجود دارد در زیر آمده است. این ابزار به شما اجازه بررسی سایت شما را می‌دهد و اگر خواستید ثبت‌نام نمائید.

گام اول - آیا وبسایت من از اصول HON code پیروی می‌کند؟

اصل (۱) - اطلاعات بایستی موثق و قابل اطمینان باشد.

۱- سایت من اطلاعات عمومی درباره سازمان یا افراد مسئول و عملکرد رضایت آنها را ارائه می‌دهد و نام شخصی نیز به عنوان ویراستار یا نویسنده اصلی ذکر شده است.
○ بلی - نام نویسنده‌گان یا ویراستاران ارائه شده است.

○ خیر

۲- سایت من اطلاعات و توصیه‌های پزشکی - بهداشتی ارائه می‌دهد.

□- این مورد توسط شاغلات پزشکی / بهداشتی که تحصیلات و اعتبارنامه آنها لیست و ارائه شده است.

□ (برای مثال، هر زمانی که اطلاعات یا توصیه پزشکی و بهداشتی بواسطه شاغلان یا سازمان غیرپزشکی پیشنهاد شده باشد، با اصطلاحات واضح ابراز می‌شود.)

□ اغلب اطلاعات بهداشتی - پزشکی به یک نویسنده نسبت داده نشده است.

- اصل دوم- هدف وبسایت

- اظهارنظرها و بیاناتی با توجه به هدف وبسایت و توجه بینندگان در وبسایت نمایش داده شده است. بلی □ خیر □

۴- واقعیت موجود بیانگر این است که اطلاعات موجود در وبسایت شما در جهت حمایت و نه جایگزینی ارتباط بین بیمار - پزشک طراحی شده و این موضوع نیز به وضوح بیان شده است.

بلی □ خیر □

اصل (۳) امنیت و محرمانگی

۵- سیاست حفظ امنیت محرمانگی من در مورد آدرس پست الکترونیکی، اطلاعات پزشکی و شخصی افراد در وبسایت من، نمایش داده شده است.

خیر بله

۶- آیا سایت من و پیوندهای کمکی^۱ نیازهای قانونی را رعایت می‌کند، که شامل موارد مرتبط با محترمانگی اطلاعات شخصی و پزشکی افراد می‌شود، که در کشور و ایالت محل شما بکار گرفته می‌شود.

نمی‌دانم خیر بله

اصل ۴- اطلاعات بایستی مستند، مرجع دار و دارای تاریخ باشد.

۷- آیا زمان آخرین اصلاحات سایت ارائه شده است؟

○ بله، به سایت، به عنوان یک واحد کل ارائه شده است.

○ بله- برای هر صفحه که دربرگیرنده مضمون پزشکی- بهداشتی باشد.

○ بله- به تمام صفحات سایت ارائه شده است.

○ خیر- در صورت نیاز در پائین صفحه توضیح داده شده است.

۸- آیا سایت من حاوی اطلاعاتی از منابع خارجی است؟

○ بله- اما هیچ پیوندی به این منابع داده نشده است.

○ بله- پیوند معتبر و دائمی که دائماً کنترل می‌شود ، به منبع اطلاعاتی ارائه شده است.

○ بله- مراجع^۱ کتابنامه‌ای به منبع اطلاعاتی ارائه شده است.

^۱ *Mirror links*

○ خیر- مضمون سایت من نسخه اصلی بوده و بوسیله تیم ویراستاری وبسایت نوشته شده است.

اصل (۵) توجیه و تأیید ادعاهای

۹- آیا سایت من ادعاهایی در ارتباط با مزایا و عملکرد درمان پزشکی ویژه محصول یا خدمات تجاری ارائه داده است.

○ بلی- همه ادعاهای با مراجع و منابع آشکار و معلوم و با نتایج تحقیقات علمی و یا مقالات منتشر شده پشتیبانی و حمایت شده است.

○ بلی- همه تحقیقات بر پایه تحقیقات و نظریات شخصی من است.

○ خیر

اصل (۶) جزئیات تماس در وبسایت

۱۰- آیا آدرس پست الکترونیکی معتبری برای تماس یا پیوندی جهت ارتباط و تماس که به آسانی در کل وبسایت قابل دسترس است، وجود دارد؟

خیر بلی

اصل (۷) افشاگری منابع مالی و سرمایه‌گذاری

۱۱- آیا منابع سرمایه‌گذاری سایت من به وضوح بیان شده است؟

- برای سازمان‌های تجاری یا غیرتجاری

^۱ Reference

خیر بله

- برای سایت‌های خصوصی یا شخصی یا آنها یی که بدون پرداخت هزینه میزبان شده است.

خیر بله

۱۲- سایت تبلیغاتی که به عنوان منبع درآمد است، را نشان می‌دهد.

صفحه شرحی از سیاست تبلیغاتی ما را ارائه می‌کند.

تفکیک و جداسازی بین مضمون ویراستاری و مضمون تبلیغاتی به وضوح تعیین شده است.

هیچ توضیحی در ارتباط با تبلیغات برجسته ارائه نشده است.

همه تبلیغات برجسته به وضوح به عنوان تبلیغات با کلمات تبلیغاتی^۱ شناسایی شده است.

۱۳- سایت من به عنوان بخشی از پیوند یا محل تبادل برجسته است.

بله، با توضیحی به دقت ارتباطی بین سایت من و سایر وب‌سایتها تشریح شده است.

بله، با توضیحی، به دقت ارتباط بین سایت من و سایر وب‌سایتها که به هر سود اقتصادی برگرفته از مبادلات توجه می‌کند را تشریح می‌کند.

¹Advertisement

□ بلی، اما هیچ توضیح ویژه‌ای درباره سایت من وجود ندارد.

□ خیر

۱۴- سایت من تبلیغات را نشان نمی‌دهد.

□ توضیح روشنی که چرا وبسایت من میزبان یا پذیرای هیچ تبلیغاتی نیست به روشنی توضیح داده شده است.

□ هیچ توضیحی نمایش داده نشده است.

بحث و ارائه نکاتی مهم:

مسئله‌ای که در مورد سایتهاست که به ارائه معیار و نشان تأییدی اقدام می‌ورزند، عبارتند از: معیارهای ارزیابی ارائه شده، افرادی که ارزیابی را انجام می‌دهند و مسئله مهمتر، صلاحیت آنها، چگونه نظارت بر نشان استاندارد و آگاهی کاربران از طرحهای نشان استاندارد یا به عبارتی مهرهای تأیید می‌باشد. تونی دراموس^۱ می‌گوید: آیا برای استفاده کنندگانی که با اعتماد به اطلاعات دارای نشان تأییدی، زیان دیده‌اند زمینه لازم فراهم شده است تا از سازمان ارائه دهنده علامت استاندارد شکایت کنند و آیا برای منابعی که علامت استاندارد را دریافت نکرده‌اند، استدلال قانونی ارائه شده است.

¹Tony DeRamus

طبق بررسی که توسط آنا گالیارדי^۱ و همکارانش در سال ۲۰۰۶ انجام گردید و در مجله BMJ به چاپ رسید^۲، کیفیت سایت‌هایی که مربوط به طب کودکان بود، سنجیده شد. محور سنجش بر اساس معیارهای ۱- دامنه، ۲- کد HON ۳- حق مؤلف ۴- به هنگامی ۵- تبلیغات ۶- نویسنده سایت ۷- اطلاعات تماس ۸- املا ۹- نکات خشونت‌آمیز ۱۰- منابع ۱۱- پیوندها (داخلی، خارجی). در این بررسی نیز بیشترین تاکید نیز بر سه مورد اول یعنی دامنه، کد HON و حق مؤلف بوده است.

بر این اساس نتایج زیر حاصل شد:

از بین ۱۰ سایت مربوط به طب کودکان، محدوده امتیاز کیفی ۷۵٪ تا ۵۵٪ به دست آمد، علاوه بر این، تنها ۲۲ درصد از سایت‌هایی که لوگوی HON دارند، (۱۱ سایت) از صحت و کیفیت بالائی برخوردارند و ۶ درصد نیز فاقد صحت و کیفیت لازم بودند و نشان‌دهنده این می‌باشد که لوگوی HON شاخص نسبتاً خوبی در بیان کیفیت سایت می‌باشد. در مقابل، کوتاهی در بیان قانون حق مؤلف در سایت، مدرکی دال بر عدم کیفیت سایت می‌باشد. علاوه بر موارد ذکر شده، دامنه سازمانی (org) نسبت به دامنه edu (دانشگاهی) و تجاری (com) از اعتبار بیشتری برخوردار می‌باشد.

برای توسعه سیستم ارزیابی کیفی خوب، ابتدا می‌بایستی، بیانیه استانداردی تعریف گردد. بیانیه استاندارد کانون عناصر تصمیم‌گیری می‌باشد. آن سطح کیفی پذیرفتی،

^۱ Anna gagliardi

^۲ BMJ volume 324, date: 9 march 2002 -<http://www.bmjjournals.com/cgi/content/extract/324/7337/557>

مطلوب، توافقی و قابل دستیابی را جهت سازماندهی و توجه به نیاز خوانندگان تشریح می کند.

گام بعدی، توسعه معیاری است که به صورت بارز و دقیق، سطح کیفی که می بایستی به منظور برآورده نمودن استانداردها می بایستی نشان داده شود، مشخص می نماید. در ضمن، ممکن است که برای هر استاندارد کیفی ارائه شده، تعداد زیادی معیار نوشتۀ شود. تیم تضمین کیفیت جهت توسعه سیستم ارزیابی مسئول هستند و می بایستی معیاری را بر پایه اصول کامل مانند AMOUR را انتخاب کنند.

مجموعه ای از ۵ سئوال و هدف واضح که هر معیاری می بایستی شامل و جوابگو باشد:

۱) آیا معیار قابل دستیابی و حصول است^۱? معیار بایستی محدود بین ایدهآل‌گرائی و واقعیت‌گرائی باشد.

۲) آیا آن قابل اندازه‌گیری است^۲? معیار استاندارد بایستی در واژگان قابل اندازه‌گیری بیان شود.

۳) آیا آن قابل مشاهده است^۳? اگر معیار به واقعیت‌های غیرقابل مشاهده ارجاع شود، غیر ممکن است که بتوان منبع را برآورد نمود.

¹ Achievable

² Measurable

³ Observable

۴) آیا آن قابل فهم^۱ است؟ تیم توسعه معیار بایستی بدون چند پهلویگی و به صورت

صریح، معانی متغیرهای زبان‌شناسی را مثلاً «مناسب» یا «شایسته» را تعریف کند.

۵) آیا آن منطقی^۲ است؟ همه دست‌اندرکاران ارائه‌دهنده مراقبت و افراد درگیر در

زمینه‌های دیگر، در فعالیت گروه توسعه ارزیابی اظهارنظر نمایند.

و جلد مصطفایی

¹ Understandable

² Reasonable

فهرست منابع و مأخذ:

۱. آتش جعفر زاده ،آشنایی با بانک های اطلاعاتی،انتشارات سمت ، چاپ دوم ۱۳۷۹
۲. انتخاب منابع اینترنتی ،حمید محسنی ، چاپ ستاره ،دوم تهران ۷۷
۳. کیوان کوشان ،ابزارهای کاوش و جستجو در اینترنت ،اصول و مهارت و امکانات جستجو در وب ناشر کتابدار،تهران چاپ اول ۱۳۸۱
۴. حمید احمدی، ارزیابی بازیابی اطلاعات ، مجله نما شماره اول دوره ششم
۵. یزدان منصوریان، وب پنهان چیست و چه اهمیتی دارد؟
http://www.irandoc.ac.ir/Data/E_J/vol2/Invisible_Web.pdf
۶. علیرضا نوروزی،فرایوند ها و نقش آنها در بازیابی اطلاعات در محیط وب ۱ ترجمه منظوره صراطی شیرازی،مجله نما،شماره چهارم دوره پنجم
۷. الهی ملکی ،فرآیند اطلاع جویی و کاوش پیاپی ؛(عامل پیاپی غیر مستقیم)؛شماره اول دوره پنجم
۸. امیر رضا اصنافی،معرفی پایگاه اطلاعاتی اینفومن،شماره سوم دوره سوم
۹. رونی تان،آیا موتور های کاوش جانشین کتابداران خواهد شد؟؛ ترجمه امیر رضا اصنافی،شماره اول دوره دوم
۱۰. اس ام شافی ،رفیق ،رادر،جامعیت و مانعید پنج موتور کاوش در بازیابی علمی در زمینه بیوتکنولوژی ، ترجمه صدیقه شاکری مجله نما دوره ۲ ، شماره ۱
۱۱. عبدالرسول خسروی ،وب نامه، فصلنامه علوم اطلاع رسانی ،شماره ۱ و ۲ صفحه ۵۱-۵۸
۱۲. همکاری در زمینه محتوا ،نشریه خبری اتفاق دوره دوم شماره ۷
۱۳. یزدان منصوریان ،عوامل موثر در جستجو و بازیابی اطلاعات در شبکه جهان گستر،نشر www.ketabdar.org/magazine/detailarticle.asp?number=23

۱۴. زهره زاهدی، آیا رده بندی منابع اینترنتی ضرورت دارد، مجله نما، شماره دوم دوره سوم
۱۵. غلام حیدری، معیار های ارزیابی منابع اطلاعاتی الکترونیکی با تاکید بر وب سایت ها، فصل نامه

علوم اطلاع رسانی دوره ۲۰ شماره ۳ و ۴

۱۶. زهره عباسی، معیار های ارزیابی بانک های اطلاعاتی، مجله نما، شماره اول دوره ششم
۱۷. عاطفه شریف، بیان ضرورت و معیار های ارزیابی در صفحات وب، مجله نما شماره دوم، دوره

چهارم

۱۸. نیکلای جورج دراگولاوسکو، ارزیابی کیفی وب سایت ها: ابزارها و معیارها ترجمه غلام حیدری
مرآز اطلاعات و مدارک علمی ایران، مجله الکترونیکی، شماره دوم دوره چهارم
۱۹. سید حسین محمدی، ابزارهای کاوش اینترنت، مجله نما شماره سوم دوره اول
۲۰. ادری فنر، ارزش گذاری اطلاعات، ترجمه: امیر رضا اصنافی، مجله نما شماره اول دوره دوم

۲۱. محمد صابر راثی ساربانقلی، مهارت در جستجوی اطلاعات فارسی از اینترنت ۱، مجله نما
شماره اول دوره پنجم

۲۲. محمد امین عرفانی منش، فهرستنویسی صفحات وب، مجله نما شماره دوم دوره ششم
۲۳. فرزانه امین پور، مجلات الکترونیکی؛ بازنگری در فرایند مجموعه سازی، مجله نما شماره دوم دوره

پنجم

۲۴. Devine Jane, Francine egger-sider، فراسوی گوگل وب پنهان، مجله نما شماره اول دوره هفتم
۲۵. پریسا خاتمیان فرد، معیار های ارزیابی منابع مرجع اینترنتی، مجله نما شماره اول دوره هفتم

26- Eddie Byrne. Evaluate Search engines, 2000
http://www.clubi.ie/webserch/search_tools/index.htm

27- Eddie Byrne. Evaluate Search engines, 2000
http://www.clubi.ie/webserch/search_tools/retrieval.htm

28-Hope N. Tillman, Evaluating Quality on the net,
<http://www.hopetillman.com/findqual.html>

29-Olin and Uris, library, 2007 Libraries
<http://www.library.cornell.edu/olinuris/ref/research/skill20.html>

30-Ronald.B.standler, Evaluating Credibility of Information on the Internet2004
, <http://www.rbs0.com/credible.pdf>

24- <http://www.usa.gov/>

25- www.discern.org.uk

26- Elizabeth E. Kirk, 1996, Evaluating Information Found on the Internet
<http://www.library.jhu.edu/researchhelp/general/evaluating/>,

31- www.healthfinder.gov

32- www.ghi.org.uk

33- U.S. Department of Health & Human Services.2003,
<http://www.hhs.gov/infoquality/part1.html>

34- UC Berkeley, 2008,
<http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/Evaluate.html>

35- Don Fallis, and Martin Frické,jamia, v.9(1); Jan–Feb 2002
<http://www.pubmedcentral.nih.gov/articlerender.fcgi?artid=349389>

36- Genie Tyburski, discover who owns a web site
,2000,<http://www.virtualchase.com/articles/archive/webowner.html>

37- John Ambre, Roger Guard, Frances M. Perveiler, John Renner, Helga Rippen, Helga Rippen,1997,http://mplanet.org/tech_is/meb/criteria.pdf.

38- The A B C Ds of Evaluating Internet Resources, Binghamton library, 2006

<http://library.lib.binghamton.edu/search/evaluation.html>

39-colorado library,2007, <http://lib.colostate.edu/howto/evalweb2.html>

40- Vitus Bering. Science, Technology and Business Library,

<http://bibdata.vitusbering.dk/projekt/qualityevaluation.pdf>

41- Serena Jardine Fenton, Chapel Hill, 1997, Information Quality: is the truth out there? <http://ils.unc.edu/~fents/310/>

42- Leslie Teach, 1997, Health-Related Web Site Evaluation Form,

<http://www.sph.emory.edu/WELLNESS/instrument.html>

43- WebAIM, 1998-2008, The Planning, Evaluation, Repair and Maintenance

Process,

<http://www.webaim.org/articles/process/human.php>

44- Anna Gagliardi, Alejandro R Jadad, "Examination of instruments used to rate quality of health information on the internet: chronicle of a voyage with an unclear destination," BMJ 2002; 324:569-573 (9 March

<http://www.bmjjournals.com/cgi/content/full/324/7337/569>

ضيائية

All right reserved © مكتبة كل العرب

فهرستی از منابع و سایت‌های معتبر علمی و تحقیقاتی:

www.scirus.com-۱

بزرگترین پایگاه اطلاعاتی شامل خلاصه مقاله بیش از ۱۴۰۰۰ مجله علمی، فنی، پژوهشی و علوم اجتماعی از ۴۰۰۰ ناشر می‌باشد. همچنین شامل ۱۶۷ میلیون صفحه وب می‌باشد. این پایگاه اطلاعاتی مربوط به ۴۰ سال پیش می‌باشد. همچنین امکان دسترسی به مقالات مجلاتی مانند *BMC pubmed central science direct; BMC pubmed central science direct; BMC pubmed central science direct;* را فراهم می‌سازد. در این سایت کاربر قادر است که از عملگر جستجو استفاده و می‌تواند بر حسب نوع فرمت به جستجو بپردازد. در ضمن امکانات زیاد دیگری نیز مانند ذخیره نتایج، امکان ارسال موارد خبری (*alert*) و موارد مفید دیگر گنجانده شده است.

www.searchability.com/academic.htm -۲

این سایت به عنوان راهنمایی برای موتور جستجوگرهای دانشگاهی می‌باشد.

www.searchpdf.adobe.com-۳

موتور جستجوگری برای جستجوی فایل‌های *PDF*

www.searchedu.com-۴

جستجوی تمام سایت‌ها با پسوند *edu* (*educational.edu*) آموزشی می‌باشد.

www.scienceresearch.com-۵

دسترسی رایگان به مجلات و پایگاههای اطلاعاتی علمی به صورت رایگان

www.diva-portal.se/index.xsql?lang=en-۶

این سایت منبع پایان نامه و منابع دانشگاهی به صورت تمام متن در قالب *PDF*

www.academicindex.net-۷

دسترسی به ۱۳۷۰۰۰ صفحه وب باکیفیت که توسط دکتر مایکل بل رئیس انجمن کتابداران آموزشگاه تگزاس جمع‌آوری و حفظ گردیده است.

www.academicinfo.net-۸

پایگاهی جامع و قابل جستجو در دروازه اطلاعاتی موضوعی دانشگاهی و همچنین به عنوان راهنمای موضوعی آموزشی.

<http://arc.cs.odu.edu>-۹

سرویسی جهت دسترسی به سرویس‌های تحقیقات آزمایشگاهی و کتابخانه‌های دیجیتال حاوی ۶ میلیون سند و نیز ۱۶۰ مخزن اطلاعاتی.

www.tulane.edu/~lmiller/search.htm-۱۰

لیستی از موتور جستجویی موجود که به عنوان نقطه دسترسی برای منابع آرشیو.

www.archiveshub.ac.uk-۱۱

به عنوان نقطه دسترسی به ۱۸۲۴۰ آرشیو دانشگاهها و دانشکده‌های انگلستان

<http://dsej.arl.org/dsej>-۱۲

لیستی‌هایی از بحث‌های دانشگاهی و فهرست‌های راهنمای مجلات الکترونیکی دانشگاهی که توسط انجمن تحقیقات دانشگاهی جمع‌آوری شده است.

www.articlecity.com-۱۳

منبع عظیم رایگان مقالات در زمینه‌های مختلف

www4.infotrieve.com/search/database/newsearch.asp-۱۴

این سایت به عنوان پایگاه اطلاعاتی با بیش از ۲۰ میلیون استناد و ۶ میلیون خلاصه مقاله از ۳۰ هزار مجله در زمینه‌های فنی، علمی، پژوهشی و سایر علوم می‌باشد. این سایت در سال ۴ میلیون استناد را به پایگاه خویش اضافه می‌کند.

<http://services.inist.fr/public/eng/consit.htm>-۱۵

منبعی برای جستجوی مقالات، مجلات علمی، کتاب‌ها، گزارشات و کنفرانس‌ها و پایان‌نامه‌ها می‌باشد.

www.nla.gov.au/ajol-۱۶

منبعی از منابع الکترونیکی شامل مقالات، مجلات، روزنامه‌ها و ... مربوط به کشور استرالیا می‌باشد.

www.bbsonline.org-۱۷

مقالات مهم در زمینه‌های علوم روانشناسی، زیست‌شناسی، علوم رفتاری، علوم ادراکی، هوش مصنوعی، زبان‌شناسی، فلسفه و علوم مربوط به بررسی مغز و عملکرد آن می‌باشد.

www.bioline.org.br-۱۸

این سایت حاوی ۱۵ ژورنال رایگان، گزارشات، کتاب‌ها، اسناد فنی و ... می‌باشد که در زمینه‌های بیولوژی، بیوتکنولوژی، علوم زیست‌شناسی و محیطی، پزشکی، علوم جانوری، کشاورزی، میکروبیولوژی و سم‌شناسی می‌باشد.

<http://cdsweb.cern.ch>-۱۹

شامل ۶۵۰۰۰ سند کتابنامه‌ای، ۳۲۰۰۰ مقاله تمام متن در زمینه‌های فیزیک و رشته‌های وابسته می‌باشد که در قالب کتاب، مجله، عکس و مقالات وب می‌باشد.

<http://celestial.eprints.org>-۲۰

این سایت مشتمل بر سرویس آزمایشگاهی و تجربی که مدارک ذخیره شده صحیح و جامع و روزآمدی را معرفی می‌نماید.

www.booksandperiodicals.com-۲۱

مشتمل بر فهرست راهنمای موضوعی شامل اطلاعات مرتبط با علوم بازرگانی، حقوق، پزشکی و علمی می‌باشد که منابعی از جمله خلاصه مقالات علمی دانشگاه کمبریج را میزبانی می‌کند.

<http://climmed.netprints.org/home.dtl>-۲۲

شامل مخزنی از مقالات پزشکی و بهداشتی غیرموروی.

<http://cogprints.ecs.soton.ac.uk/perl/search/simple>-۲۳

آرشیو الکترونیکی که در تمام زمینه‌های علوم از جمله علوم روانشناسی، زبان شناسی، کامپیوتر، فلسفه، پزشکی و غیره می‌باشد.

www.completeplanet.com-۲۴

لیست جامعی از پایگاه‌های اطلاعاتی قابل جستجو که توسط موتور جستجوگر وب فهرست نمی‌شود.

www.doaj.com-۲۵

جستجو در متن کامل مقالات به صورت رایگان و باکیفیت.

www4.infotrieve.com/search/docsources.asp-۲۶

جستجو در ۱۵۰ هزار مجله علمی.

<http://dois.mimas.ac.uk>-۲۷

پایگاه‌های اطلاعاتی شامل مقالات و کنفرانس‌ها.

www.eevl.ac.uk/eese/eese-eevl.html-۲۸

جستجو در متن کامل ۲۵۰ مقاله علمی به صورت رایگان.

www.ejournal.coalliance.org-۲۹

جستجو در میان مجلات الکترونیکی رایگان.

www.dbaweb.net/freescience_learnmore_it.php-۳۰

مرکزی جهت به اشتراک گذاری مقالات علمی و دسترسی به ۱۰۰۰۰۰ تحقیق علمی و آرشیو یک میلیونی به صورت تمام متن.

Www.fso-online.com-۳۱

منبعی از مقالات تمام متن حاوی ۲۲۶۰۹ گاہنامه، روزنامه، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در تمام زمینه‌های علوم از جمله پزشکی و حقوق می‌باشد.

<http://repositories.cdlib.org/escholarship>-۳۲

دسترسی رایگان به مخازن علمی شامل مجموعه‌ای مقالات پیش چاپ و مروزی.

www.findarticles.com/PI/index.jhtml-۳۳

جستجو در میان ۵/۵ میلیون مقاله از بیش از ۹۰۰ ناشر.

www.highbeem.com-۳۴

جستجو در آرشیو گسترده‌ای که بیش از ۳۲ میلیون سند را از ۲۸۰۰ منبع فراهم نموده، می‌باشد. همچنین این سایت مجموعه وسیعی از مقالات را ۲۰ سال پیش را فراهم می‌کند.

www.gemcatcher.com-۳۵

منبعی مناسب برای جستجوی اطلاعات فنی، پزشکی و علمی

www.scholar.google.com-۳۶

گوگل دانشمند می‌تواند در میان مقالات و متون علمی شامل مقالات مروری، پایان‌نامه‌ها، پیش‌چاپ‌ها، خلاصه مقالات و گزارشات فنی جستجو نموده و ارائه اطلاعات نماید.

www3.infotrieve.com/search/articlefinder.asp-۳۷

پایگاه کتابنامه‌ای مشتمل بر ۱۳ میلیون استناد از ۲۰۰۰ مجله علمی مهم و کنفرانس‌های معتبر می‌باشد. بطوری که رکوردهای جدید به صورت هفتگی اضافه می‌گردد.

www.ingentaconnect.com-۳۸

جستجوی در میان بیش از ۱۷ میلیون مقاله و گزارش از بیش از ۲۸ هزار ناشر.

www.intellisearchnow.com-۳۹

پایگاهی عظیمی از انتشارات و منابع جدید از قبیل روزنامه، مجله، مجلات حرفه‌ای و... می‌باشد.

www.archive.org-۴۰

کتابخانه دیجیتالی قابل جستجویی از سایتها و فرم‌های دیجیتالی که توسط دانشمندان و محققین و تاریخ‌نویسان فراهم گردیده، می‌باشد.

www.bodley.ox.ac.uk/ilej-۴۱

این سایت مشتمل بر فرم‌های دیجیتالی از مجلات علمی مربوط به قرون ۱۸ و ۱۹ میلادی است که همراه با اطلاعات کتابنامه‌ای در این سایت فراهم شده است. این پروژه مشترک دانشگاه‌های لیدز، بیرمنگام، منچستر و آکسفورد می‌باشد.

www.invisible-web.net-۴۲

موتور جستجوی فوق، جهت کاوش در منابع اینترنتی پنهان(وب پنهان) که شامل فهرستی راهنمایی از باکیفیت‌ترین منابع وب می‌باشد.

[/www.highwire.stanford.edu/cgi/search](http://www.highwire.stanford.edu/cgi/search)-۴۳

این سایت محصول انتشارات دانشگاه هایوایر می‌باشد که شامل بیش از ۱۵ میلیون مقاله می‌باشد. این سایت بیش از ۷۸۰ هزار مقاله تمام متن رایگان از ۷۵۷ مجله *highwire* می‌باشد.

www.hon.ch -۴۴

سایت بنیاد بهداشت در شبکه متشكل از پنج نوع اطلاعات می‌باشد: واژگان مش، مقالات علمی معتبر، اخبار مراقب بهداشتی و درمانی، وب سایتها و منابع چندرسانه‌ای می‌باشد.

<http://infomine.ucr.edu>-۴۵

این سایت به عنوان کتابخانه مجازی منابع علمی از قبیل کتابهای الکترونیکی، تابلوهای اعلانات، مقالات و انواع دیگری از اطلاعات می‌باشد.

<http://jake-db.org>-۴۶

منبعی مرجع از مجلات علمی آنلاین که به ادعای این سایت محیطی راحتی را برای دانشجویان، محققین و کتابداران فراهم ساخته است.

www.jstor.org-۴۷

jstor سازمانی غیرانتفاعی که هدف آن جمع‌آوری و حفظ آرشیوها مانند مجلات علمی معتبر و تصاویر با تفکیک بالا می‌باشد.

www.kartoo.com-۴۸

ابرموتور جستجویی با نمایش رابطه‌ای بصری .

www.keepmedia.com-۴۹

قابلیت جستجو در منابع بیش از ۲۰۰ انتشاراتی مشهور و با پوشش عظیم مراجع کتابخانه‌ای می‌باشد که منابع خویش را از ۱۲ سال پیش جمع‌آوری نموده است.

<http://alacarte.lexisnexis.com>-۵۰

این سایت امکان جستجو در میان بیش از ۶۰۰ منبع خبری از دو سال پیش را فراهم می‌سازد. همچنین این سایت امکان دسترسی به ۲۰ هزار منبع و ۲/۸ میلیارد سند را از سال ۱۹۶۸ به بعد را فراهم می‌کند.

www.libdex.com-۵۱

این سایت به عنوان فهرست راهنمای موضوعی کتابخانه‌ای می‌باشد و حدود ۱۸ هزار کتابخانه را در پایگاه خویش فهرست نموده است.

www.pubmedcentral.com-۵۲

این سایت به عنوان منبعی از آرشیو دیجیتالی رایگان در بین مجلات علوم زیستی و بیومدیکال می‌باشد.

www.mylitsearch.org-۵۳

این سایت امکان دسترسی به انتشارات دانشگاهی و جوامع علمی را فراهم می‌سازد.

www.archives.gov/aad-۵۴

با این سایت می‌توان به حدود ۵۰ میلیون سند از بیش از آژانس فدرال دسترسی پیدا نمود.

www.ndltd.org-۵۵

این سایت به عنوان کتابخانه دیجیتالی پایان‌نامه‌ها و تزهای دکترا می‌باشد و همچنین حاوی اطلاعاتی در زمینه نحوه ایجاد، استفاده و ردیابی پایان نامه می‌باشد.

www.oaister.org-۵۶

مجموعه‌ای رایگان از منابع دیجیتالی دانشگاهی از ۳۶۳ موسسه دانشگاهی و حاوی بیش از ۳/۵ میلیون سند می‌باشد.

www2.oclc.org/oclc/fs/fstitle/index.asp-۵۷

این سایت امکان دسترسی به ۱۲ پایگاه اطلاعاتی و بیش از ۱۰ میلیون مقاله تمام متن را فراهم می‌سازد.

www.langege-archive.org-۵۸

امکان دسترسی به بیش از ۳۰ هزار سند از ۲۴ مخزن در این سایت ممکن شده است.

www.cogsci.ecs.soton.ac.uk/psychologuy-۵۹

این سایت حاوی مجلات الکترونیکی و مقالات آنها در زمینه‌های روانشناسی، علوم ادراکی، علوم اجتماعی و مواردی از این قبیل می‌باشد.

www.publiclibraryofscience.org-۶۰

کتابخانه دیجیتالی که امکان دسترسی به مجلات علمی رایگان در زمینه‌های پزشکی و بیولوژی را فراهم می‌سازد.

www.publist.com-۶۱

جستجو در بین پایگاه‌های اطلاعاتی بیش از ۱۵۰ مجله و مجلات علمی و گاهنامه در این سایت تعییه شده است.

www.rdn.ac.uk-۶۲

به عنوان شبکه کشف منابع، دروازه اطلاعات ملی رایگان و همینطور امکان دسترسی به بیش از ۸۰ هزار منبع در این سایت می‌توان پیدا نمود.

www.sciencedirect.com-۶۳

مجموعه قابل جستجو در بیش از ۸ میلیون مقاله را فراهم می‌کند. این سایت به عنوان بخشی از پروژه (بزرگترین آرشیو مقالات علمی در اینترنت) به کاربران ارائه خدمات می‌نماید. در این سایت در چهار سطح برای کاربران عضو، غیرعضو، مقالات رایگان و کار رانی که از سایر سایتها مراجعه می‌نمایند ارائه شده است.

www.elsevier.com-۶۴

این سایت به عنوان بزرگترین منبع مقالات علمی به شمار می‌آید و در هریک از رشته‌های علمی اطلاعات مربوط به کتب، محصولات الکترونیکی و موارد بسیار دیگری را به پژوهشگران معرفی می‌نماید.

www.virtualrc.com-۶۵

به عنوان مرکز منابع آموزش مجازی مطرح است و امکان دسترسی به ۹۰۰۰ صفحه وب رایگان باکیفیت که توسط دبیران و کتابداران انتخاب شده است را فراهم‌سازی می‌کند.

همینطور به منظور آشنایی بیشتر با سایر منابع علمی آدرس الکترونیکی چندین سایت و پایگاه اطلاعاتی مهم و

پر استفاده را ذکر می‌نماییم:

1) <http://www.freemedicaljournals.com>

2) <http://amedeo.com>

3) <http://www.clinicalevidence.com/ceweb/conditions/index.jsp>

4) <http://www.amedeochallenge.org>

5) www.ama-assn.org

6) <http://highwire.stanford.edu/lists/allsites.dtl#L>

7) <http://www.medbioworld.com/med/journals/med-journals.html>

8) <http://content.nejm.org>

9) <http://www.ncbi.nlm.nih.gov>

10) <http://ajrccm.atsjournals.org>

11) <http://online.sagepub.com>

12) <http://www.kjm.keio.ac.jp>

13) <http://www.pslgroup.com/dg/medjournals.htm>

14) <http://www.bmjjournals.com>

15) <http://www.icmje.org/jrnlist.html>

16) <http://www.medbioworld.com/bio/journals/bio-journals.html>

17) <http://www.biomedcentral.com/browse/journals>

18) <http://home.ncifcrf.gov/research/bja>

19) <http://www.medic8.com/Journals/E.htm> http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_medical_journals

20) <http://www.blackwellpublishing.com/listoff.asp>

21) <http://www.mja.com.au/public/issues/contents.html#06>

22) <http://www.calicutmedicaljournal.org/index.html>

23) <http://medicine.plosjournals.org/perlServ/?request=index-html&issn=1549-1676>

24) <http://www.mja.com.au/index.html>

25) <http://www.cmaj.ca>

26) <http://www.sma.org.sg>

27) <http://www.biomedcentral.com/browse/journals/>

28) <http://www.med.kobe-u.ac.jp/journal/contents.html>

29) <http://www.sah.on.ca/sahlibrary/ejournals.html>

30) <http://bmj.bmjjournals.com>

31) <http://www.ajronline.org>

32) <http://pmj.bmjjournals.com>

33) <http://nnlm.gov/rsdd/ejournals>

34) <http://www.unifesp.br/universidade/english/dis/libraries/journals.htm>

35) <http://www.sah.on.ca/sahlibrary/ebooks.html>

36) <http://www.coreynahman.com>

37) <http://www.lib.uiowa.edu/hardin/md/pm/freejournals.html>

38) <http://www.nzma.org.nz/journal/>

39) <http://www.blackwellpublishing.com/listoffj.asp?site=1>

40) <http://www.healthaffairs.org/indexhw.php>

41) <http://www.keepmedia.com>

42) http://www.lexisnexis.com/trial/CFM114424_google.asp

43) <http://gort.ucsd.edu/newjour/m>

44) <http://archives.cbc.ca>

45) <http://www.md-journal.com/pt/re/medicine> <http://archinte.ama-assn.org/>

46) <http://www.medbioworld.com/med/journals/med-journals.html>

47) <http://rangelmd.com/library.html>

48) <http://dir.yahoo.com/Health/Medicine/Journals>

جامعة الملك عبد الله

در زیر ۲۱ معیار ارزیابی کیفیت سایت‌ها راهنمای امتیاز دهی سایت ارائه شده است. شما نیز می‌توانید سایت‌ها را طبق امتیاز بندی که در جدول زیر ارائه شده است انجام دهید. این معیارها توسط دانشگاه MIT ارائه شده است.

معیار	ارزش امتیازی	توضیحات
آیا نویسنده مقاله یا سایت معلوم شده است؟	۰/۰۵۸	سعی کنید نویسنده را شناسایی کنید، بخاطر اینکه که نویسنده‌ای که مقاله و یا سایت را ارائه کرده است، نسبت به مطالب نیز پاسخگو می‌باشد. شما بایستی در سایتی که از یک منبع ناشناس و مشکوک ارائه شده است هوشیار باشید.
۲- آیا نویسنده به سایر منابع ارجاع داده است؟ برای این منظور مراجع مناسبی را فراهم آورده است؟	۰/۰۵۸	رفرنس‌ها برای منابع اطلاعاتی لازم و ضروری هستند تا شما محلی را که اطلاعات از آنجا نشأت گرفته را شناسایی کنید.
۳- اگر نویسنده به منبع، رفرنس نداده باشد، آیا با صراحة اعلام کرده است که این فقط نظر شخصی است؟	۰/۰۵۸	اگر منبع استنادی نباشد، نویسنده بایستی به صراحة ابراز کند که این اطلاعات بر پایه نظرات و عقاید شخصی می‌باشد.
۴- آیا اعتبارنامه نویسنده ذکر شده است؟	۰/۰۵۸	آیا اعتبارنامه‌ها، آموزشی است یا بر پایه تجربیات؟ این اعتبارنامه معیار داوری در مورد تخصص نویسنده می‌باشد.
۵- آیا اعتبارنامه نویسنده با زمینه دانش سایت که لازمه موضوعات مورد بحث سایت می‌باشد، مرتبط است؟	۰/۰۵۸	اعتبارنامه همیشه باورپذیری اطلاعات را تقویت می‌کند و در ضمن این اعتبارنامه بایستی مرتبط با موضوع سایت باشد.
۶- آیا تجربیات نویسنده با موضوع مرتبط است؟	بلی = ۰/۰۵۸ خیر = ۰	نویسنده درمورد موضوع دیدگاه روشی را ارائه می‌نماید. اگر تجربه عنوان نشده باشد، قضاوت در مورد تخصص نویسنده در ارتباط با موضوع خیلی سخت است.
۷- آیا نویسنده ابزاری را فراهم کرده که بتوان به صورت مستقیم با نویسنده در ارتباط باشید؟	.	توانایی ارتباط با نویسنده این امکان را می‌دهد که شما به اطلاعات ارائه شده واکنش نشان دهید. اگر نتوانستید که با نویسنده تماس داشته باشید، نمی‌توانید اطلاعات بیشتری کسب نموده و خطاهای موجود را گزارش نمائید.
۸- آیا شما می‌توانید حامی مالی سایت را تعیین کنید؟	۰/۰۵۸.	سرمایه‌گذاری‌هایی که برای سایت انجام گرفته است بایستی شناسایی شود بویژه اگر از یک منبع خارجی (بیرونی) باشد.

بدون اطلاعات حامی سایت شما نمی توانید سوگیری های ممکن را شناسایی نماید.		
اگر سایتی در مورد تأمین هزینه های یا اینکه دارای چه سوگیری هایی می باشد صادق باشد، باعث می شود تا به شما در تعیین چگونگی استفاده از اطلاعات سایت به شما کمک نماید. باور کردن اطلاعات سایتی که سوگیری آن مشخص نیست مشکل می باشد.	۰/۰۵۸	۹-آیا هر فعالیت تجاری و مالی یا سوگیری ها مشخص شده است؟
اگر حامیان سایت به مضمون سایت کنترلی داشته باشند به احتمال زیاد سایت دچار سوگیری شده است.	۰/۰۵۸	۱۰-آیا سایت ابراز می دارد که حامیان سایت هیچ گونه کنترل به محتوی سایت ندارند؟
سایت بایستی آخرین زمان بهروزرسانی خودش را اعلام نماید.	۰/۰۵۸	۱۱-آیا سایت روزآمدی سایت را تعیین می کند؟ برای مثال تاریخ اخیرین بهروزرسانی
اگر آخرین بهروزرسانی مشخص شده باشد دقت کنید که این تاریخ بهنگام باشد. اگر چنین نباشد، ممکن است که این اطلاعات قدیمی معتبر نباشد.	۰/۰۵۸	۱۲-آیا اطلاعات بهروز است؟
اطلاعات پژوهشی که مرتبط با علوم کنونی نباشد ممکن است که خطرناک باشد و به همین دلیل اطلاعات ارائه شده بایستی همیشه بهروز نگه داشته شوند.	۰/۰۵۸	۱۳-آیا اطلاعات هنوز مرتبط است؟ برای مثال ممکن است که ۲ سال پیش برای درمان ایدز روش جدیدی ابداع شده باشد که ممکن است هم اکنون کارآمد نباشد.
سایتی که اطلاعات پژوهشی خوب و درستی را فراهم نسازد خطرناک می باشد.	.	۱۴-آیا این سایت فراتر از علم و تجربه شما اطلاعات ارائه کرده است؟
همه جوابات بایستی ذکر شود. سایت که اطلاعات حساب شده و مناسب ارائه نمی دهد، ممکن است دارای سوگیری باشد. (آشکار یا پنهان)	۰/۰۵۸	۱۵-آیا اطلاعات ارائه شده در قالب بی طرفانه و مناسب می باشد؟
لينک های نابه سامان و بی نظم نشان می دهد که سایت به طور منظم روزآمد نمی شود.	۰/۰۵۸	۱۶-آیا سایت های پیوند داده شده به هنگام و هم اکنون نیز وجود دارند؟
سایت های پیوندی بایستی از تمام معیارهای کیفی پیروی نماید. سایتی که به اطلاعات و صفحات بد و غلط پیوند می دهنده به باور پذیری سایت صدمه می رساند.	۰/۰۵۸	۱۷-آیا سایت های لینک شده اطلاعات خوبی را ارائه می دهد؟

<p>توضیح آنچه که قرار است با اطلاعات شما انجام گیرد مهم می‌باشد.</p>	۰/۰۵۸	<p>۱۸-آیا شما مجاز به ورود اطلاعات یا ارائه پرسش نامه باشید، آیا بیانیه‌ای مبنی بر محرومگی اطلاعات شما وجود دارد؟</p>
<p>در سایت سازمان یافته، یافتن آنچه را که به دنبال آن هستید را آسان می‌کند.</p>	۰/۰۵۸	<p>۱۹-آیا سایت به آسانی قابل ردیابی و رهیابی می‌باشد؟</p>
<p>موتور جستجوگر به شما در یافتن اطلاعات کمک شایانی انجام می‌دهد بدون این موتور یافتن اطلاعات مرتبط مشکل می‌باشد.</p>	۰/۰۳۶	<p>۲۰-آیا موتور جستجوگری فراهم شده است؟</p>
<p>نه تنها موتور جستجوگری که جامع و درست نیست، غیرقابل استفاده است بلکه نشان می‌دهد که سایت خوب به روز نشده است.</p>	۰/۰۳۶	<p>۲۱-آیا موتور جستجوگر در استفاده شما از سایت مساعدت می‌کند؟</p>