

مقایسه راهنماهای یاهو، اینفوماین، و لی از نظر ویژگی های اقلام بازیابی شده در حوزه علوم تربیتی و روان شناسی

دکتر عبدالرسول جوکار^۱

طاهره جوکار^۲

چکیده

راهنماهای موضوعی پایگاه‌هایی هستند که وبگاه‌های منتخب را توسط افراد انسانی و براساس معیارهای از پیش تعیین شده، نمایه‌سازی می‌کنند. از آنجاکه نمایه‌سازی منابع در راهنماها توسط افراد انسانی انجام می‌شود، کیفیت منابع بازیابی شده تا حد زیادی به تبحر و تخصص نمایه‌سازان بستگی دارد. با توجه به تنوع و تفاوت‌های موجود در میان راهنماهای موضوعی وب و تأثیر این تفاوت‌ها بر بازیابی اقلام مرتبط و نحوه ارائه اطلاعات توسط هر راهنما، تحقیق حاضر به مقایسه سه راهنمای یاهو، اینفوماین، و لی پرداخته است. نتایج حاصل نشان‌دهنده این است که گرچه راهنمای یاهو تعداد اقلام بیشتری را نسبت به دو راهنمای دیگر بازیابی می‌کند، اقلام بازیابی شده توسط دو راهنمای اینفوماین و لی، به ترتیب، از نظر ربط موضوعی در جایگاه بهتری نسبت به مدارک بازیابی شده توسط راهنمای یاهو قرار دارند.

کلیدواژه‌ها

راهنماهای موضوعی، راهنماهای تجاری، راهنماهای دانشگاهی، ابزار کاوش

مقدمه

ورود این حجم گسترده اطلاعات به مخزن دانش مکتوب بشر، مشکلاتی را نیز با خود به همراه داشته است، به طوری که چگونگی دسترسی به اطلاعات مربوط و معتبر در میان اقیانوس بی‌کران اطلاعات اینترنتی، یکی از جنجالی‌ترین موضوعات دهه‌های اخیر بوده است. بر همین اساس، معمولاً جست‌وجو

با ظهور اینترنت به‌عنوان منبع عظیمی از اطلاعات، تغییرات شگرفی در عرصه علم اطلاع‌رسانی به‌وجود آمده است. در مدت زمانی کوتاه میلیاردها صفحه وب در اختیار جامعه بشری قرار گرفته و هر لحظه نیز بر تعداد این صفحات افزوده می‌شود.

۱. دانشیار و عضو هیئت علمی کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه شیراز ajowkar2003@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه شیراز ljoukar@hotmail.com

و یافتن اطلاعات مفید در اینترنت اغلب وقت گیر و مشکل بوده و حتی کتابداران نیز از اوایل کار این شبکه از این مسئله لب به شکایت گشوده‌اند (۴:۴).

به منظور رفع این مشکل، ابزارهای جست و جویی طراحی و در سطح اینترنت به کار گرفته شدند. مهم ترین این ابزارها، موتورهای جست و جو و راهنماهای موضوعی هستند. تفاوت عمده میان راهنماها و موتورهای جست و جو در فرایند نمایه سازی آنهاست؛ بدین ترتیب که موتورهای جست و جو به شناسایی و نمایه سازی خودکار صفحات وب می پردازند (۵:۳۱)، درحالی که راهنماها، وبگاه های اینترنتی را توسط افراد انسانی نمایه سازی و به صورت موضوعی رده بندی می کنند (۱۷).

موتورهای جست و جو و راهنماها نیز انواع مختلفی دارند و هر دسته از آنها در مواردی چون عمق نمایه سازی صفحات وب، امکانات جست و جو، رتبه بندی نتایج، و میزان اطلاعات توصیفی برای هر مدخل بازیابی شده، با هم متفاوت هستند (۲:۱۵). این تفاوت ها نشان دهنده قابلیت ها و توانایی های متفاوت انواع موتورهای جست و جو و راهنماهاست. با توجه به تأثیر این تفاوت ها در بازیابی منابع اطلاعاتی، در این تحقیق سه نمونه از این راهنماها مورد مقایسه قرار گرفته اند.

بیان مسئله

همان طور که گفته شد، راهنماهای

موضوعی از جمله ابزارهای جست و جوی اطلاعات در سطح وب هستند که اطلاعات صفحات یا وبگاه های منتخب را توسط نیروی انسانی در پایگاه خود نمایه می کنند (۵:۲۶). دو نوع کلی از راهنماها وجود دارند که عبارتند از:

۱. راهنماهای غیرتجاری دانشگاهی، که توسط کتابداران یا متخصصان موضوعی و تحت نظر کتابخانه ها و مؤسسات آموزشی ایجاد می شوند، مانند راهنمای اینفوماین^۳، لی^۴، و آکادمیک اینفو^۵؛ و

۲. راهنماهای تجاری، که با هدف درآمدزایی ایجاد می شوند و به عموم خدمات می دهند و تأکید آنها بیشتر بر سرگرمی، بازرگانی، تجارت، ورزش، و سایر موضوعات مورد علاقه عامه مردم است مانند راهنمای اوپن دایرکتوری^۶، گوگل، و یاهو (۲۰).

گرچه این دو دسته راهنمای موضوعی در خصوصیات و خصوصیات و قابلیت گزینش منابع، نمایه سازی انسانی، قابلیت تورق، و معرفی منابع با کیفیت مشترک هستند؛ میزان هزینه و امکانات صرف شده جهت یافتن اطلاعات، روش رده بندی منابع، و میزان روزآمدی اطلاعات در نمایه هر راهنما بر قابلیت ها و توانایی های آنها اثر می گذارد (۱۹).

بنابراین، با توجه به تنوع و تفاوت های بیان شده در میان انواع راهنماهای موضوعی و تأثیر آنها بر ارقام بازیابی شده و نحوه ارائه اطلاعات، در تحقیق حاضر تلاش

3. Infomine

4. LII= Librarians Index to Internet

5. Academic Info. Directory

6. Open directory project

خواهد شد تا با مقایسه سه راهنما از انواع راهنماهای عمومی تجاری، راهنماهای عمومی غیرتجاری، و راهنماهای دانشگاهی تفاوت‌ها، قابلیت‌ها، و ویژگی‌های هر کدام مشخص شود.

اهمیت پژوهش

مزایای راهنماهای موضوعی نسبت به موتورهای کاوش در بازیابی منابع مرتبط با یک موضوع کلی یا رشته‌ای خاص - همچون قابلیت مهار الگوی جست‌وجو توسط کاربر، وجود توصیف و حواشی در کنار مدخل‌های بازیابی شده، و کیفیت بالاتر ارقام بازیابی شده به دلیل فرایند نمایه‌سازی انسانی - زمینه‌ساز توجه بیشتر به این ابزارهای کاوش شده است (۷). از آنجا که کار نمایه‌سازی منابع در راهنماها توسط افراد انسانی انجام می‌گیرد، کیفیت منابع بازیابی شده تا حد زیادی به تبحر و تخصص نمایه‌سازان بستگی دارد. البته کار نمایه‌سازی در بسیاری از راهنماها، به‌خصوص راهنماهای تجاری، توسط کارمندان معمولی انجام می‌شود و راهنماهای غیرتجاری نیز کتابداران و متخصصان موضوعی را برای این کار به کمک می‌گیرند. از طرفی مسئله درآمدزایی در راهنماهای تجاری باعث اضافه شدن وبگاه‌های مختلف به نمایه موضوعی این نوع راهنماها شده است.

انتخاب راهنمای موضوعی مناسب می‌تواند در هزینه، وقت، و انرژی کاربر برای یافتن منابع مورد نیاز خود به میزان زیادی صرفه‌جویی کند. بنابراین، لازم است

راهنماهای موضوعی نیز، همچون موتورهای کاوش، در بوته آزمایش قرار گیرند. با توجه به اهمیت این مسئله، تحقیق حاضر درصدد است با انتخاب سه نمونه از راهنماهای موضوعی از دو دسته راهنماهای تجاری و غیرتجاری شامل راهنماهای اینفوماین، یاهو، و لی به مقایسه قابلیت‌های آنها پردازد.

اهداف پژوهش

۱. بررسی صورت ظاهری ارائه نتایج در سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی.
۲. مشخص کردن توانایی سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی از نظر تعداد کل ارقام بازیابی شده.
۳. مشخص کردن توانایی سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی در بازیابی ارقام مرتبط‌تر.
۴. مشخص کردن میزان هم‌پوشانی ارقام بازیابی شده در سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی.

پرسش‌های پژوهش

۱. چه تفاوت‌هایی بین صورت ارائه ارقام بازیابی شده در سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی وجود دارد؟
۲. تعداد کل ارقام بازیابی شده توسط سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی به چه میزان بوده است؟
۳. آیا تفاوت معنی‌داری بین راهنماهای اینفوماین، یاهو، و لی در بازیابی منابع

روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها
 ابتدا از استادان گرایش‌های مختلف حوزه علوم تربیتی خواسته شد کلیدواژه‌هایی را در حوزه تخصصی خود در اختیار محققان قرار دهند. در هر گرایش ۹ کلیدواژه گردآوری شد. از میان کلیدواژه‌های مذکور، با نظر استادان، ۲۰ کلیدواژه که دارای بیشترین تکرار بودند، انتخاب شدند. کلیدواژه‌های انتخابی در هر راهنما مورد کاوش قرار گرفت. ۱۰ نتیجه نخست هر جست‌وجو انتخاب و مورد ارزیابی استادان قرار گرفت. از این تعداد، ۳۵۶ مدرک ارزیابی شده به دست محققان رسید که مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. کلیدواژه‌های مورد جست‌وجو عبارت بودند از:

- | | |
|-------------------------------|----------------------------|
| 1. Addictive Behaviors | 11. Educational Technology |
| 2. Anxiety Disorders | 12. Elementary Education |
| 3. Behavior of Disorders | 13. Gifted Children |
| 4. Children Literature | 14. Information Management |
| 5. Cognitive Psychology | 15. Mental Retardation |
| 6. Collection Development | 16. Metadata |
| 7. Curriculum Development | 17. Motor Behavior |
| 8. Depression Disorders | 18. Personality |
| 9. Educational Administration | 19. Sport Medicine |
| 10. Educational Planning | 20. Sport Psychology |

مرتبط با کلیدواژه‌های مورد جست‌وجو در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی وجود دارد؟

۴. آیا در بین اقلام بازیابی شده توسط سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لسی در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی اقلام مشابهی وجود دارند و از این نظر بین راهنماهای فوق هم‌پوشانی دیده می‌شود؟

روش‌شناسی تحقیق

در این تحقیق از روش پیمایشی، جهت بررسی عواملی چون تعداد اقلام بازیابی شده، ربط مدارک بازیابی شده، میزان هم‌پوشانی اقلام بازیابی شده در حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی توسط سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لسی استفاده شده است.

جامعه آماری

در پژوهش حاضر، به دلیل آشنایی و اشراف بیشتر محققان با حوزه علوم تربیتی و شناخت متخصصان و استادان حوزه مذکور و نیز احتمال همکاری بیشتر این استادان در زمینه انتخاب کلیدواژه‌ها و ارزیابی مدارک بازیابی شده، حوزه علوم تربیتی و روان‌شناسی به عنوان حوزه مورد بررسی انتخاب شده است و کلیدواژه‌هایی از این حوزه در سه راهنمای موضوعی به نام‌های اینفوماین، یاهو، و لی مورد کاوش قرار گرفته‌اند.

راهنمای موضوعی یاهو به عنوان بزرگ‌ترین و معروف‌ترین راهنمای تجاری موجود در سطح وب انتخاب شده است. دو راهنمای اینفوماین و لی نیز از گروه راهنماهای غیرتجاری و دانشگاهی انتخاب شده‌اند.

راهنمای لی یک راهنمای عمومی است که توسط بیش از صد کتابدار کتابخانه‌های عمومی کالیفرنیا ایجاد شده است. راهنمای اینفوماین راهنمایی نیمه‌عمومی است که حوزه گسترده‌ای از علوم را دربرمی‌گیرد. این راهنما نیز جزء معروف‌ترین راهنماهای غیرتجاری دانشگاهی است که توسط کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه کالیفرنیا به وجود آمده است. هر سه این راهنماها در رده‌بندی راهنماها در سطح وب در فهرست ده راهنمای برتر قرار می‌گیرند و استفاده از آنها توصیه شده است. همچنین هر سه راهنما برای انجام جست‌وجو از جعبه کاوش^۷ استفاده می‌کنند (۶: ۴۳-۴۷؛ ۸: ۹؛ ۱۷).

مدارک بازیابی شده توسط این سه راهنما به عنوان جامعه آماری تحقیق حاضر انتخاب شده است. از آنجاکه مطالعات مختلف نشان می‌دهد در اکثرکاووش‌ها در سطح وب، تنها ۱۰ نتیجه نخست مورد بررسی محقق قرار می‌گیرد^۸ (۳)؛ در این تحقیق نیز ۱۰ نتیجه نخست بازیابی شده توسط هر راهنما مورد بررسی قرار گرفته است.

جدول ۱. آدرس اینترنتی راهنماهای مورد مقایسه

نام راهنما	آدرس اینترنتی
اینفوماین	http://www.infomine.ucr.ac
لی	http://www.lii.org
یاهو	http://dir.yahoo.com

پیشینه پژوهش

در داخل کشور کار منسجم و متمرکزی درباره راهنمای موضوعی دیده نمی‌شود. تنها می‌توان به تحقیق بینش در ۱۳۸۴ اشاره کرد. وی در تحقیق خود به ارزیابی وبگاه‌های بازیابی شده توسط دو راهنمای یاهو و اوپن دایرکتوری می‌پردازد. در این پژوهش با تهیه سیاهه واریسی در دو دسته معیارهای محتوا و کارایی، کیفیت وبگاه‌های بازیابی شده توسط هر راهنما، در حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی مورد ارزیابی قرار گرفته است. نتایج حاصل نشان می‌دهد که به جز در مورد شاخص‌هایی چون زمان ایجاد وبگاه، روزآمد بودن پیوندها، وجود راهنما، مشخص بودن جعبه جست‌وجو، و امکان جست‌وجو در وبگاه، در دو راهنمای مورد بررسی تفاوت

7. Search box

۸. لازم به ذکر است که این مسئله در مورد پرسش دوم پژوهش صادق نیست، زیرا این پرسش با کل اقلام بازیابی شده توسط هر راهنما در ارتباط است.

معنی داری وجود ندارد. لیکن به طور کلی یاهو در وضعیت بهتری قرار گرفته است (۱). در خارج از کشور تحقیقات مختلفی درباره راهنماهای موضوعی انجام گرفته که کمتر به صورت مقایسه‌ای بوده است. از میان تحقیقات انجام شده می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

گانندی^۹ (۱۹۹۸) به مسئله رشد منابع اینترنتی می‌پردازد و آن را مسئله مهمی در افزایش تعداد راهنماهای موضوعی در سطح وب می‌داند. این تحقیق نشان می‌دهد که برنامه Paradox-for-Windows برای طراحی و گسترش پایگاه‌های جامع بیش از ۳۵۰ نمونه از راهنماهای سطح وب به کار رفته است (۱۴: ۳۱۹-۳۳۱).

بیکنک^{۱۰} (۱۹۹۹) با اشاره به توجه کم متون تخصصی به راهنماهای موضوعی، به بررسی مزایای راهنماهای ایجاد شده توسط کتابخانه‌های دانشگاهی و مؤسسات غیرتجاری تحقیقاتی می‌پردازد و بیان می‌کند که این نوع راهنماها، منابع کمتر و مرتبط‌تری را بازیابی می‌کنند و در مورد حروف جا افتاده و پیوندهای واضح و راهنمایی مراجعان به سمت منابع بازیابی شده مشکلات کمتری دارند (۱۰: ۳۲-۳۴).

گریفیث^{۱۱} (۱۹۹۹) به بررسی ایجاد یک راهنمای موضوعی از وبسایت‌های مرتبط با مدیریت با نام M.Link، وابسته به مؤسسه مدیریت انگلستان، می‌پردازد و اجرای این فرایند را به مراحل چون جست‌وجو برای یافتن سایت‌های مرتبط، رده‌بندی منابع

گزینش شده در رده‌های مورد نظر، طراحی صفحات ظاهری راهنما، و در نهایت افزودن شدن یک سیستم کنترل برای اطمینان از صحت پیوندهای موجود و روزآمد بودن منابع معرفی شده، تقسیم می‌کند (۱۵: ۱۲-۱۸).

بیکنک (۲۰۰۰) در تحقیقی به بررسی میزان موفقیت پروژه‌ای ملی در آلمان می‌پردازد که در آن بیش از ۱۰۰ سیاستمدار با راهنماهای موضوعی آشنا شدند و به آنها توصیه شد که به جای موتورهای جست‌وجو از راهنماهای موضوعی استفاده کنند. پس از مدتی مشخص شد که استفاده از راهنماهای موضوعی به دلیل یافتن منابع کافی و با کیفیت از طریق راهنماها نگرش منفی آنها را نسبت به اینترنت تغییر داده است (۱۱: ۵۷-۶۰).

چان و زنگ^{۱۲} (۲۰۰۰) با بررسی روند توجه دوباره به دسترسی موضوعی به منابع اینترنتی، طراحی راهنماهای موضوعی را برای بازیابی مؤثر دانش ضروری می‌دانند. در این تحقیق به این نکته اشاره می‌شود که ایجاد راهنماهای موضوعی، به‌عنوان محلی برای ارائه خدمات به زبان‌ها و فرهنگ‌های مختلف، رو به افزایش است. نتایج این تحقیق حاکی است که جوامع و فرهنگ‌ها بر پایه‌گذاری راهنماهای موضوعی، رده‌های موضوعی مورد استفاده، روابط سلسله‌مراتبی، و ظاهر نمایش آنها تأثیرگذار هستند (۱۳: ۱۸۹-۱۹۷).

بوخوالد^{۱۳} (۲۰۰۲) به بررسی راهنمای

9. Gandhi

10. Beekink

11. Griffiths

12. Chan & Zeng

13. Buchwald

لی از جنبه‌های مختلف می‌پردازد، براساس تحقیق وی، وبگاه‌های معرفی شده توسط لی، براساس سرعنوان موضوعی کنگره نمایه‌سازی شده است و برای هر مورد بازیابی شده عنوان وبگاه، توصیفی کوتاه و انتقادی، نشانی الکترونیکی، سرعنوان موضوعی، کلیدواژه‌های نمایه شده، زمان گزینش وبگاه، و آخرین تاریخ روزآمدسازی بیان شده است. وی همچنین بیان می‌کند که با توجه به ارزیابی‌های انجام شده، رابط جدید کاربر این راهنما در پایه و اساس محتوا و قابلیت جست‌وجوی آن تأثیر مثبت داشته است (۱۲: ۳۷-۴۱).

هوگان^{۱۴} (۲۰۰۲) به بررسی موانع، ابزارها، و رویه‌های تجسس دانشمندان محقق می‌پردازد. وی به این نکته اشاره می‌کند که محققان معمولاً درگیر مسائلی همچون منابع اینترنتی کم‌اعتبار، افزونگی اطلاعات، و اطلاعات نادرست هستند و معمولاً تنها از یکی دو پایگاه اطلاعاتی خاص استفاده می‌کنند. وی راهنماهای موضوعی را از ابزارهایی می‌داند که می‌توان به این محققان معرفی کرد، زیرا این ابزارهای کاوش آنها را از رده‌های موضوعی مورد علاقه‌شان به سمت منابع باکیفیت راهنمایی می‌کنند و کمک مؤثری برای یافتن منابع و پایگاه‌های مناسب و دلخواه آنها هستند (۱۶).

لینگ فنگ و سالویندی^{۱۵} (۲۰۰۲) به معرفی راهنمای گرافیکی وب به‌عنوان روش جدیدی برای نمایش ساختار سلسه مراتبی راهنماهای وب می‌پردازند. آنها با بررسی

خصوصیات و مشکلات راهنماهای جاری سطح وب، طرحی از یک راهنمای گرافیکی را معرفی می‌کنند که تجزیه و تحلیل اطلاعات و تصمیم‌گیری جهت تورق راهنماهای موضوعی برای کاوش وب را آسان می‌سازد و عملکرد و رضایت کاربران در استفاده از راهنماها را افزایش می‌دهد. آزمایش طراحی شده جهت بررسی میزان تأثیرگذاری طرح مذکور نشان می‌دهد که با به‌کارگیری این طرح عملکرد کاربر بین ۳۲/۶ تا ۴۳/۴ درصد افزایش می‌یابد. رضایت کاربر نیز تا ۲۷/۷ درصد افزایش داشته است (۱۸: ۷۱-۷۸).

تجزیه و تحلیل داده‌ها

نتایج بازیابی شده توسط هر راهنما برای هر کلیدواژه جداگانه مورد بررسی قرار گرفت و در نهایت نتایج کلی کاوش توسط هر راهنما مشخص شد و وضعیت هر سه راهنما مورد مقایسه قرار گرفت. بررسی‌های انجام شده به ترتیب زیر به سؤالات این پژوهش پاسخ داد:

سؤال اول پژوهش: چه تفاوت‌هایی بین صورت ارائه اقلام بازیابی شده در سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی وجود دارد؟

ارزیابی ۳۵۶ مدرک بازیابی شده از سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی نتایج زیر را دربرداشت. مطابق مندرجات جدول ۲، ارائه عنوان، توصیف و حواشی، و پیوند عنوان به سایت موردنظر در هر سه راهنما عمومیت دارد. توصیف‌های ارائه شده در دو

راهنمای لی و اینفوماین نسبت به توضیحات در راهنمای یاهو کامل تر و دقیق تر هستند. در راهنمای اینفوماین امکان دسترسی به توضیحات بیشتر در کنار هر مدرک بازیابی شده برای کاربر وجود دارد.

دو راهنمای لی و اینفوماین مستقیماً رده موضوعی منبع بازیابی شده را مشخص می کنند. همچنین نشانی اینترنتی منبع را در انتهای هر پیشینه ذکر می کنند.

امکان ارائه نظر در مورد پیشینه ها در راهنماهای لی و اینفوماین دیده می شود، بدین ترتیب که کاربر می تواند هر پیشینه را مورد نقد و بررسی قرار دهد و نظرات سایر کاربران را نیز مشاهده کند.

گرچه دو راهنمای لی و اینفوماین پیشینه ها را براساس ربط موضوعی مرتب می کنند، اما نمره گذاری^{۱۶} اقلام بازیابی شده را تنها در راهنمای اینفوماین مشاهده می کنیم.

همچنین اطلاعات مربوط به پدیدآور سایت و آخرین تاریخ نمایه سازی آن، تنها در راهنمای لی دیده می شود.

با توجه به مطالب مذکور، واضح است که راهنمای موضوعی لی به نسبت دو راهنمای دیگر، اطلاعات کامل تری را برای هر پیشینه در اختیار کاربر قرار می دهد که در تحقیق بوخوالد (۲۰۰۲) نیز مورد تأیید قرار گرفته است. البته توضیحات کامل و اطلاعات مفیدی نیز که راهنمای اینفوماین در اختیار کاربران قرار می دهد نمی توان نادیده گرفت.

سؤال دوم پژوهش: تعداد کل اقلام بازیابی شده توسط سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی به چه میزان بوده است؟

با انجام ۶۳ مورد جست و جو توسط ۲۰ کلیدواژه حوزه علوم تربیتی و روان شناسی در سه راهنمای مذکور، ۱۳۵۴ مدرک بازیابی شد

جدول ۲. خصوصیات صورت ارائه مدارک بازیابی شده در سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی

خصوصیات	نام راهنما	صفحه سایت	توضیحات سایت	رده موضوعی	آدرس اینترنتی	پیوند عنوان به سایت	پدیدآور سایت	تاریخ روزآمدسازی	امکان ارائه نظر	پیوند به توضیحات اضافی	نمره گذاری سایت
لی	+	کامل	+	+	+	+	+	+	+	-	-
اینفوماین	+	متوسط	-	-	-	+	-	-	+	+	+
ياهو	+	کوتاه یا بدون توضیح	+	+	+	+	-	-	-	-	-

۱۶. اقلام بازیابی شده در بعضی راهنماهای موضوعی، با توجه به میزان ربط موضوعی با کلیدواژه مورد جست و جو، با اعداد صفر تا صد نمره گذاری می شوند.

(جدول ۳). نگاهی به نمودار ۱ نشان می‌دهد که ۵۴ درصد مدارک بازیابی شده، مربوط به راهنمای یاهوست، ۳۵ درصد مدارک بازیابی شده توسط راهنمای اینفوماین، و بقیه مدارک (۱۱ درصد کل مدارک) توسط راهنمای لی

بازیابی شده‌اند. بررسی تعداد مدارک بازیابی شده برای هر کلیدواژه با توجه به نمودار ۲ نشان می‌دهد که برای هر کلیدواژه به‌طور متوسط، راهنمای یاهو ۳۷ مدرک و راهنمای اینفوماین ۲۴

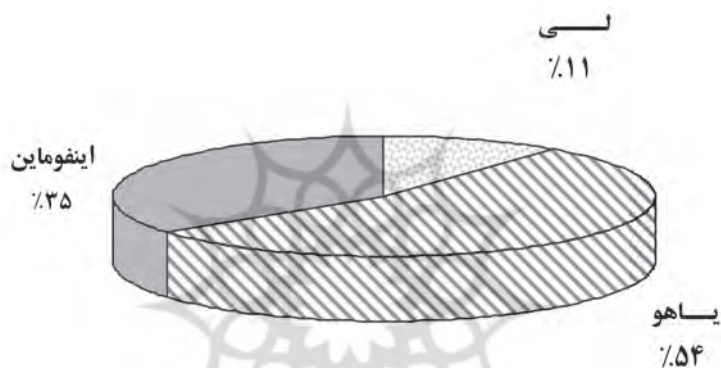
جدول ۳. فراوانی کل اقلام بازیابی شده برای هر کلیدواژه در سه راهنمای لی، اینفوماین، و یاهو

ردیف	کلیدواژه	لی	یاهو	اینفوماین	جمع
۱	Addictive Behaviors	۳۶	۱۴	۳۴	۸۴
۲	Anxiety Disorders	۱	۶	۴	۱۱
۳	Behavior Disorder	۳	۱۲	۱۶	۳۱
۴	Children Literature	۱	۵۰	۲۱	۷۲
۵	Cognitive Psychology	۲	۲	۱۵	۱۹
۶	Collection Development	۰	۰	۲۵	۲۵
۷	Curriculum Development	۱۳	۳۸	۴	۵۵
۸	Depression Disorders	۳	۷۳	۱۱	۸۷
۹	Educational Administration	۸	۵۴	۰	۶۲
۱۰	Educational Planning	۲	۸	۵	۱۵
۱۱	Educational Technology	۵	۵	۲	۱۲
۱۲	Elementary Education	۱۰	۱	۲	۳
۱۳	Gifted Children	۱	۸۵	۴۰	۱۲۶
۱۴	Information Management	۱	۳۷	۶	۴۴
۱۵	Mental Retardation	۲	۷۰	۰	۷۲
۱۶	Metadata	۰	۵	۷	۱۲
۱۷	Motor Behavior	۱۹	۱۵۲	۳۰	۲۰۱
۱۸	Personality	۸	۴۶	۹۷	۱۵۱
۱۹	Sport Medicine	۲۴	۵۸	۱۱۶	۱۹۸
۲۰	Sport Psychology	۱۸	۱۴	۴۲	۷۴
	جمع	۱۴۷	۷۳۰	۴۷۷	۱۳۵۴

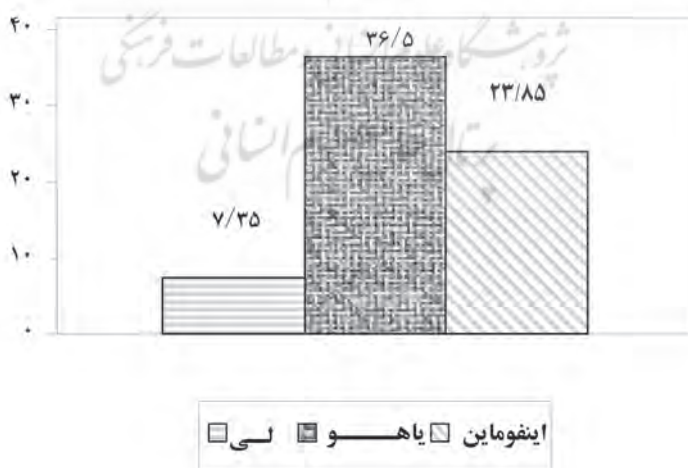
این راهنما به طور چشمگیری از دو راهنمای دیگر بیشتر است. دلیل این امر را می توان بزرگ تر بودن تشکیلات یاهو، نمایه سازان بیشتر، و کمتر گزینشی عمل کردن آن دانست. این در حالی است که راهنمای لی با داشتن پایگاهی کوچک تر و به شدت گزینشی، به طور متوسط، کمترین تعداد اقلام را برای هر جست و جو بازیابی می کند.

مدرک را بازیابی کرده است. این در حالی است که متوسط تعداد مدرک بازیابی شده برای هر کلیدواژه در راهنمای لی تنها ۷ مدرک است.

با توجه به نتایج فوق کاملاً واضح است که راهنمای یاهو از نظر بازیابی مدارک در جایگاه بالاتری نسبت به دو راهنمای دیگر قرار دارد و تعداد مدارک بازیابی شده توسط



نمودار ۱. درصد اقلام بازیابی شده توسط هر راهنما در کل جست و جوهای انجام شده



نمودار ۲. متوسط تعداد اقلام بازیابی شده برای هر کلیدواژه توسط هر راهنما

سؤال سوم پژوهش: آیا تفاوت معنی داری بین راهنماهای اینفوماین، یاهو، و لی در بازیابی منابع مرتبط با کلیدواژه‌های مورد جست‌وجو وجود دارد؟

برای پاسخ به این سؤال ۱۰ نتیجه نخست بازیابی شده توسط هر راهنما در اختیار متخصصان موضوعی قرار گرفت. هر منبع بازیابی شده با کمک اعداد ۰-۴ (صفر برای بی‌ربط‌ترین مدرک و ۴ برای مرتبط‌ترین مدرک) رتبه‌بندی شد. نتایج به دست آمده از سه راهنما تحت آزمون کراسکال والیس^{۱۷} قرار گرفت.

نتایج نشان می‌دهد که راهنمای اینفوماین از نظر بازیابی مدارک مرتبط، نسبت به دو راهنمای دیگر، در وضعیت بهتری قرار دارد (جدول ۴)؛ به طوری که در این راهنما حدوداً

۵۷ درصد مدارک نمرات ۳ و ۴ را به خود اختصاص داده‌اند. این رقم در راهنمای لی به ۴۸/۷۵ درصد و در راهنمای یاهو به عدد ۳۸/۸ درصد می‌رسد.

از طرفی مدارکی که نمرات ۰ و ۱ را به خود اختصاص داده‌اند، یعنی مدارکی که نسبت به سایر مدارک نامرتب هستند، ۲۶/۷ درصد مدارک بازیابی شده را در اینفوماین، ۲۷/۵ درصد مدارک بازیابی شده را در لی، و ۳۸/۸ درصد مدارک بازیابی شده را در یاهو به خود اختصاص داده‌اند. متوسط نمره اختصاص یافته به هر مدرک در راهنمای اینفوماین ۲/۶، یاهو ۲/۰۳، و لی ۲/۳۵ است. همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تفاوت نمرات به این شکل بسیار جزئی است و کار مقایسه را دشوار می‌کند.

جدول ۴. تعداد مدارک بازیابی شده‌ای که رتبه‌های ۰-۴ را در سه راهنمای لی، اینفوماین، و یاهو کسب کرده‌اند

رتبه	لی	ياهو	اینفوماین	جمع
۰	۸	۱۱	۷	۲۶
	۱۰	۷/۹۱	۵/۱۱	۷/۳
۱	۱۴	۴۳	۲۷	۸۴
	۱۷/۵	۳۰/۹۴	۱۹/۷۱	۲۳/۶
۲	۱۹	۳۱	۲۵	۷۵
	۲۳/۷۵	۲۳/۷۵	۲۳/۷۵	۲۱/۰۷
۳	۲۰	۳۹	۳۲	۹۱
	۲۵	۲۸/۰۶	۲۳/۳۶	۲۵/۵۶
۴	۱۹	۱۵	۴۶	۸۰
	۲۳/۷۵	۱۰/۷۹	۳۳/۵۸	۲۲/۴۷
جمع	۸۰	۱۳۹	۱۳۷	۳۵۶
	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

قابل مشاهده است.

جدول ۶. مقایسه عدد کای اسکوتر با جدول کای

آزمون کراسکال والیس	
رتبه	
۱۵/۳۷	کای اسکوتر
۲	df
۰/۰۰۰	سطح معناداری

نگاهی به جدول ۷ مشخص می‌کند که راهنمای اینفوماین از نظر بازیابی اقلام مرتبط نسبت به دو راهنمای دیگر در وضعیت بهتری قرار دارد. میانگین رتبه آزمون کراسکال والیس این راهنما عدد ۲۰۱/۴۲ است که نسبت به میانگین‌های رتبه لی و یاهو تفاوت چشمگیری دارد. این در حالی است که راهنمای یاهو در بین دو راهنمای دیگر کمترین تعداد مدارک مرتبط را بازیابی نموده است. راهنمای لی با کسب رتبه ۱۸۱/۴۱، که رتبه نزدیکی به رتبه راهنمای اینفوماین است، در وضعیتی بهتر از راهنمای یاهو قرار دارد. حضور متخصصان موضوعی و کتابداران دانشگاهی در رأس هرم نمایه‌سازان راهنمای اینفوماین و همچنین پشتیبانی یک مؤسسه آموزش عالی از آن را می‌توان دلیل گزینش منابع با کیفیت توسط این راهنما دانست. این در حالی است که راهنمای یاهو، به‌عنوان یک راهنمای تجاری، بیشتر به جامعیت نمایه‌سازی اهمیت می‌دهد. تحقیق انجام شده توسط بیکینک (۲۰۰۰) نیز موارد مذکور را مورد تأیید قرار می‌دهد (۱۱: ۵۷-۶۰).

لیکن مقایسه نمرات هر راهنما با میانگین نمره به‌دست آمده (۲/۳۲) نشان می‌دهد که راهنمای یاهو و اینفوماین به‌ترتیب نمراتی پایین‌تر و بالاتر از میانگین به‌دست آورده‌اند.

جدول ۵. نمره متوسط اختصاص یافته به هر یک از سه

راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی

رتبه	راهنما
۲/۳۵	لی
۲/۰۳	یاهو
۲/۶۱	اینفوماین

برای مشخص شدن بهتر تفاوت بین این سه راهنما در بازیابی اقلام مرتبط، از آزمون کراسکال والیس استفاده شد. این آزمون ناپارامتری برای مقایسه رتبه‌های K دسته به‌کار می‌رود. در این تحقیق مقدار K، ۳ (k=۳) و نشان‌دهنده سه راهنمای لی، اینفوماین، و یاهو می‌باشد. پس از تعیین متوسط رتبه هر دسته مقدار کای اسکوتر با استفاده از فرمول زیر به‌دست آمد:

$$H = \frac{12}{n(n+1)} \sum \frac{R_j^2}{n_j} - 3(n+1)$$

برای مشخص شدن میزان اطمینان از وجود تفاوت آماری معنی‌دار بین دسته‌های مورد مطالعه، عدد به‌دست آمده از جدول کای اسکوتر با ۱-K درجه آزادی مقایسه شد. با توجه به رابطه (۱-K، ۱٪) $H > 2$ ، می‌توان نتیجه گرفت که این سه راهنما در سطح ۰/۱ (با اطمینان ۹۹ درصد) با هم تفاوت آماری دارند. نتایج در جدول ۶

جدول ۷. میانگین رتبه اختصاص یافته به هر راهنما براساس
آزمون کراسکال والیس

نام راهنما	نمره متوسط
اینفوماین	۲۰۱/۴۲
لی	۱۸۱/۴۱
یاهو	۱۵۴/۲۳

جدول ۸. میزان هم‌پوشانی مدارک بازیابی شده توسط سه
راهنمای لی، یاهو، و اینفوماین

نام راهنما	هم‌پوشانی	تعداد اقلام بازیابی شده مشابه	درصد اقلام بازیابی شده مشابه
یاهو - اینفوماین - لی		۲	۰/۵۶
لی - یاهو		۳	۰/۸۴
یاهو - اینفوماین		۳	۰/۸۴
لی - اینفوماین		۱	۰/۲۸

سؤال چهار: آیا در بین اقلام بازیابی شده توسط سه راهنمای اینفوماین، یاهو، و لی، اقلام مشابه وجود دارند و هم‌پوشانی از این نظر بین راهنماهای فوق دیده می‌شود؟

برای پاسخ به این سؤال، ده مدرک نخست بازیابی شده توسط هر کلیدواژه در سه راهنما انتخاب و تک تک با یکدیگر مطابقت داده شدند. سپس مدارک مشابهی که در سه راهنما بازیابی شده بودند، مشخص گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌های جدول ۸ نشان می‌دهد که از بین ۳۵۶ مدرک بازیابی شده توسط این سه راهنما تنها ۰/۵۶ درصد هم‌پوشانی دیده می‌شود. این در حالی است که بین دو راهنمای یاهو و اینفوماین، و دو راهنمای لی و یاهو هرکدام ۰/۸۴ درصد هم‌پوشانی وجود داشته است. این رقم در دو راهنمای لی و اینفوماین به ۰/۲۸ درصد تقلیل می‌یابد.

با توجه به نتایج به دست آمده، کاملاً واضح است که میزان هم‌پوشانی بین این سه راهنما چشمگیر نیست و در نتیجه اقلام بازیابی شده با هم متفاوت‌اند. این مسئله، لزوم استفاده از بیش از یک راهنما را در هنگام جست‌وجوهای اینترنتی نشان می‌دهد.

نتیجه‌گیری

راهنماهای موضوعی ابزارهای قدرتمندی برای انجام جست‌وجوهای اینترنتی به شمار می‌آیند. این ابزارها مانند موتورهای کاوش از قابلیت‌های متفاوتی در بازیابی نتایج برخوردارند.

با توجه به مباحث مطرح شده، به‌طورکلی، می‌توان گفت که راهنمای یاهو با بازیابی اقلام فراوان در زمینه‌های موضوعی مختلف، جامعیت جست‌وجو را تضمین می‌کند، لیکن کاربر را با اقلام نامرتب فراوانی روبه‌رو می‌سازد. بنابراین، می‌تواند انتخاب مناسبی برای شروع و پایه‌ریزی یک تحقیق علمی و یا تأمین نیازهای غیرپژوهشی باشد. درحالی‌که راهنمای اینفوماین در پیشبرد پژوهش‌های علمی و دقیق کارآیی بیشتری دارد و کاربر را به سمت اقلام مستند و علمی‌تری چون نشریات و پایگاه‌های پیوسته تخصصی رایگان هدایت می‌کند. در این میان راهنمای لی با ارائه کمترین تعداد اقلام برای هر زمینه موضوعی، که معمولاً اقلام مرتبطی

هستند، گزینه مناسبی جهت هدایت کاربرانی است که به جمع‌آوری حداکثر اطلاعات در زمانی اندک در یک زمینه موضوعی نیاز دارند.

همان‌طور که هوگان (۲۰۰۲) نیز در تحقیق خود اشاره می‌کند، نباید فراموش کرد که انتخاب درست یک راهنما در وقت، هزینه، و انرژی کاربر صرفه‌جویی می‌کند. بنابراین برای داشتن یک جست‌وجوی موفق، ضروری است با شناخت قابلیت‌های هر راهنما و درک صحیح نیاز اطلاعاتی موجود و انطباق درست این دو به انتخاب ابزار مناسب جهت کاوش اقدام کرد.

پیشنهاد‌های پژوهش

همان‌طور که قبلاً نیز اشاره شد، انتخاب درست ابزار جست‌وجو و مشخص شدن هدف اصلی کاوش به بازیابی اقلامی مناسب و تأمین نیاز اطلاعاتی می‌انجامد. در این زمینه موارد زیر پیشنهاد می‌شوند:

۱. در هنگام انجام جست‌وجو در اینترنت، برای داشتن جست‌وجویی جامع در بیشتر از یک راهنما کاوش کنید.

۲. اگر فقط برای گذراندن وقت یا علائق شخصی در اینترنت جست‌وجو می‌کنید، راهنماهای تجاری را برای کاوش خود انتخاب کنید.

۳. در هنگام کاوش برای اهداف پژوهشی ابتدا به سراغ راهنماهای غیرتجاری و خصوصاً دانشگاهی بروید.

۴. برای از دست ندادن تعداد زیادی منابع نیمه مرتبط، راهنماهای تجاری را از قلم نیندازید.

منابع

۱. بینش، مژگان. «ارزیابی سایت‌های وب بازیابی شده توسط دو راهنمای شبکه وب، ODP و Yahoo براساس معیارهای محتوا و کارایی در حوزه کتابداری و اطلاع‌رسانی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز، ۱۳۸۴.

۲. رضوانی گیل کلایی، شهلا. «مقایسه هشت ابر موتور جست و جوی واقعی اینترنت در پاسخ‌گویی به سئوالات اختصاصی رشته کتابداری و اطلاع‌رسانی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز، ۱۳۸۳.

۳. طیبی عراقی، فرزانه. «مقایسه ۱۰ موتور جست‌جوی عمومی در اینترنت در پاسخدهی به سئوالات مرجع تخصصی رشته علوم تربیتی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز، ۱۳۸۲.

۴. علیجانی، رحیم. «مقایسه ۶ موتور جست و جوی اینترنت در پاسخ‌گویی به سئوالات مرجع عمومی». پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شیراز، ۱۳۸۱.

۵. کوشا، کیوان. *ابزارهای کاوش اینترنت: اصول، مهارت‌ها و امکانات جست‌وجو در وب*.

197.

14. Gandhi, S. "Proliferation & categories of internet directories". *Reference & User Service Quarterly*, Vol.37, No.4 (1998): 319-331.

15. Griffiths, Andrea. "Setting up a subject directory of web sites". *Library Management*, Vol.20, No.1/2 (1999): 12-18.

16. Hoggan, Danielle Bordero. "Challenges, Strategies, and tools for research scientists". *Electronic Journal of Academic & Special Librarianship*, Vol.3, No.3 (2002). [on-line]. Available: [http:// Southernlibrarianship.icaap .org / content /v03n03/Hoggan_d01.htm](http://Southernlibrarianship.icaap.org/content/v03n03/Hoggan_d01.htm)

17. "Learning more about search engines & directories". 2004. [on-line]. Available: http://www.cln.org/searching_faqs.html

18. Lingfeng, Ma; Salvendy, Gavriel. "Graphical web directory for web search". *Behaviour & Information Technology*, Vol. 22, No. 2 (2003): 71-78.

19. Munt Library Online. "About subject directories & search engines". 2005. [on-line]. Available: [http://www.departments .dsu.edu/library/engines.html#Subject](http://www.departments.dsu.edu/library/engines.html#Subject)

20. Subject directories. 1999. [on-

تهران: کتابدار، ۱۳۸۱.

۶. گزنی، علی. «دایرکتوری‌ها در وب». وب، دوره دوم، ۸۱ (۱۳۸۰): ۳۴-۷۴.

7. Ackerman, Ernest; Hartman, Karen. "Directories & virtual libraries". 2002. [on-line]. Available: [http:// www. Webliminal.com/search/ searchweb04. html](http://www.Webliminal.com/search/searchweb04.html)

8. Alexander, J. "Selected subject directories". 1996. [on-line]. Available: [http://www2. widener.edu /wolfgram_ memorial_library/ pyramid/ subdrtb1. htm](http://www2.widener.edu/wolfgram_memorial_library/pyramid/subdrtb1.htm)

9. Baker, Joe. "Recommended subject directories". 2005. [on-line]. Available: [http:// www. Lib.berkeley. edu/teaching lib/guides/ internet/ subject directories .html](http://www.Lib.berkeley.edu/teachinglib/guides/internet/subjectdirectories.html)

10. Beekink, M. "A different approach to the Web". *Informatie-Professional*, No.39 (1999): 32-34.

11. Beekink, M. "Training end-users using scientific internet subject directories". *Econtent*, Vol.23, No.2 (2000): 57-60

12. Buchwald, Norman. "Librarians index to internet". *Charlton Advisor*, Vol.42, No.2 (2002): 37-41.

13. Chan, L.M; Zeng, M.L. "Structural and multilingual approaches on the Web". *IFLA Journal*, Vol.26, No.3 (2000): 187-

line]. Available: [http:// www.acad.bg/beginner/gnrt/websearch/classified.html](http://www.acad.bg/beginner/gnrt/websearch/classified.html)

تاریخ دریافت: ۱۳۸۴/۹/۲۶

