

ارزیابی کیفی وبسایتها: معیارها و ابزارها^۱

نیکولا جورج دراگولانسکو^۲

ترجمه افشین حمدی پور^۳ و ابراهیم صادقی^۴

چکیده

سرعت افزایش اطلاعاتی که امروزه در اینترنت به ویژه از طریق شبکه جهانی وب ارائه می شود نسبت به اطلاعاتی که در رسانه های گروهی دیگر در دسترس است خیلی بیشتر است. همان طور که هر چیزی را که در روزنامه می خوانیم، در تلویزیون می بینیم و یا از رادیو می شنویم، دوست نداریم و قبول نمی کنیم، نمی توانیم هر چیزی را که در اینترنت موجود است، قبول کنیم و به آن علاقه داشته باشیم. از این رو لازم است کیفیت وبسایتها به طور جدی ارزیابی شود و مشخص شود که آنها تا چه حد می توانند نیازها و خواسته های ما را برطرف کنند. این مقاله کوشش می کند مفهوم و فرآیند ارزیابی اطلاعات را بر پایه برخی مفاهیم، قواعد و روش های مدیریت کیفیت بررسی کند و هدف آن طرح برخی معیارهای اساسی برای ارزیابی کیفی وبسایتها و انتخاب وبسایت های مناسب است.

کلیدواژه ها

اینترنت، صفحات وب، معیارهای ارزیابی

اهمیت و دامنه فرایند ارزیابی

تبدیل شود. استادان دانشگاه و دانشجویان باید کارآمدترین ارزیابان اطلاعاتی باشند، و چنانچه نباشند باید برای این کار تربیت شوند. فرایندهای تصمیم گیری و مشورتی مهم به دنبال قضاوت های ارزیابانه پیش می آید؛

ارزیابی، یک فرایند پیچیده و انتقادی ست. انسان ها ارزیابی را به منزله یک فرایند داور که شامل مفاهیمی چون کیفیت، صحت و دقت است، به کار می گیرند. برای مثال ارزیابی یک کالای اطلاعاتی، یک خدمت، یک شخص و یا یک سازمان نباید به یک کار آزردهنده

1. "Website Quality Evaluations: Criteria and Tools" *International Information and Library Review*, No.34 (2002): 247-254.

2. Nicola-George Dragulanesco

۳. عضو هیئت علمی دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تبریز hamidipour@tabrizu.ac.ir

۴. دانشیار علوم کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه تبریز

برای مثال:

تفاوت اساسی میان ارزیابی و همه مهارت های فوق، لحاظ کردن معیارها و ارزش هاست. ارزیابی را "قضاوت درباره اهداف، ایده ها، کارها و راه حل ها، روش ها، مواد و مانند آنها" تعریف کرده اند. ارزیابی شامل استفاده از معیارها و استانداردها به منظور تعیین میزانی است که نسبت به آن توصیف ها صحیح، مؤثر، اقتصادی و رضایت بخش هستند. قضاوت ها ممکن است به وسیله معیارهای خود ارزیابی کننده و با معیارهایی که به او داده شده، صورت گیرد.

مطالعات و تحقیقات در روانشناسی شناختی و تفکر انتقادی این احتمال را فراهم آورده است که تفکر ارزیابانه ممکن است تحت تأثیر چند عامل قرار داشته باشد، که به ترتیب اهمیت عبارتند از:

1. دانش قبلی که قوی ترین تأثیر را دارد؛
 2. تعیین اولویت ها از نظر محمل اطلاعاتی؛ برای مثال کتاب های پژوهشی و تحقیقی و مقالات نشریات برای محققان خیلی مهم تر است تا کتاب های عامه پسند، مجلات عمومی و منابع وب؛
 3. معرفت شناسی که به مابعت و منشأ دانش می پردازد؛
 4. اثر گذشتن، که در مرحله آغازین فرایند ارزیابی بسیار معمولی است او
 5. باورهای معرفتی شناختی، روش شناختی و نظایر آنها.
- همه این عوامل ممکن است بر خط سیر فرایندهای ارزیابی و برون داده های آنها به گونه ای شگرف تأثیر گذاشته، آنها را تغییر دهد.

کیفیت اطلاعات

نظرات مربوط به "اطلاعات" و "کیفیت" با گذشت سالیان، گسترده تر و گسترده تر شده اند و تعاریف قابل بحث زیادی پدید آورده اند. به عقیده دراگو لاسکو مفهوم "اطلاعات" - همان طوری که طی سال ها در رشته های مختلف برای طراحی یک حکومت، یک محصول و یا یک فرایند به کار برده شده است - علی رغم ارزش تحقیقی قابل توجه آن، خصوصیتی ناهنجار، غیرعادی، نامفهوم، چندکاره و نامشخص دارد. کلمه اطلاعات آن گونه که امروزه به کار می رود معانی

1. قضاوت درباره ویژگی های یک مباحثه، شخص، خدمت، فعالیت تولیدی و یا یک سازمان،
2. تصمیم گیری درباره کارهایی که باید انجام داد برای مثال خریدن یا نخیریدن کالا/محصول یا خدمتی که شرکتی خاص آن را فراهم آورده است،
3. تأیید اعتبار یک موضع یا یک خط مشی،
4. تصمیم گیری برای به تأخیر انداختن تصمیم اقدام یا عدم اقدام به فعالیتی به منظور کسب اطلاعات بیشتر. در زبان انگلیسی حداقل شش فعل مختلف وجود دارد که معنای اصلی آنها "قضاوت درباره ارزش و اهمیت" است و همچنین معنای خاص دیگری دارند که باید به آنها توجه شود.

"To Evaluate" - که بر قضاوت سنجیده در ارزش گذاری یک فرد یا یک شیء اشاره دارد؛

"To Rate" - تعیین رتبه و طبقه یک شخص یا یک شیء را در زمانی که با هم نوعان خود مقایسه می شود در بر می گیرد؛

"To Estimate" - می تواند بیان کننده قضاوتی بر اساس محاسبه تقریبی باشد (این اصطلاح قطعیت دیگر اصطلاحات را ندارد)؛

"To Appraise" - بر قضاوت کارشناسانه تأکید می ورزد؛

"To Assess" - قضاوت معتبر و محکم را بیان می کند (مانند تعیین ارزش پولی چیزی که می تواند مبنایی برای مالیات و مشابه آن باشد)؛

"To Assay" - به یک آزمایش دقیق اشاره دارد (مثل تجزیه شیمیایی کانی ها برای تعیین محتویات آنها). سه فعل آخر در مفهوم گسترده می توانند در معنای تحلیل و ارزیابی نیز به کار روند.

بلوم¹ در الگوی سلسله مراتبی اهداف آموزشی خود، ارزیابی را جزء جنبه های اساسی فرایند تفکر یا شناخت می داند. بر اساس این الگو، سلسله مراتب مهارت های تفکر با ارزیابی در نقش پیچیده ترین فرایندهای شناختی (شامل درک، ارزش گذاری، تجزیه و ترکیب) به بالاترین مرتبه می رسد. دینوز² در مفهوم بنیادی خودش، نیازهای دیک³ (یعنی نیاز به داده ها، اطلاعات و دانش)، به این فرایندها اشاره می کند.

مختلفی را به ذهن متبادر می‌سازد: اصطلاحاتی همچون کالا، انرژی و توانایی، ارتباطات، واقعیت‌ها، داده‌ها، دانش و مانند آنها، اما اگر به منزله کالا به کار برده شود (یعنی اطلاعاتی که در متون، صداها و تصاویر گنجانده شده است) یک ارزش اقتصادی به وجود می‌آورد. در نتیجه اطلاعات می‌تواند مانند یک "محصول اطلاعاتی" یا "خدمات اطلاعاتی" خرید و فروش شود. به عقیده دیونز، "اگر فرد با سازمانی در موقعیتی منحصر به فرد، صاحب اطلاعات و بزمای باشد، حفظ آن اطلاعات ممکن است دارنده آن اطلاعات را قادر سازد که به اهدافی دست یابد، بنابراین با اطلاعات می‌توان اشیاء و اشخاص را کنترل کرد".

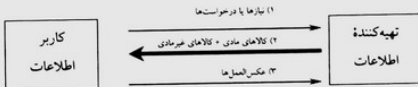
نکته بعدی این است که چگونه می‌توان کیفیت این کالاها و خدمات را به درستی اندازه‌گیری کرد؟ امروزه استاندارد جهانی ایزو ۹۰۰۰، کیفیت را مجموعه‌ای از همه خصوصیت‌های یک موجود می‌داند (یک تعریف کلی که شامل کالا/خدمات، یک فرایند، یک فعالیت، یک نظام، یک سازمان، یک شخص و با ترکیبی از آنها می‌شود) و متضمن برآوردن نیازهای بیان شده و ضمنی‌ست (مانند نیازهای مراجعان و دیگر اعضا). این تعریف که در عرصه بین‌المللی پذیرفته شده است هم به مشتری یا مصرف‌کننده (خدمات و کالاها) و هم به تهیه‌کننده محصول یا خدمات اشاره دارد. در حقیقت، مقوله کیفیت با کالا یا خدمت تا درجه‌ای ارتباط دارد که رعایت ویژگی‌هایی که برای مصرف مناسب یک کالا یا خدمت لازم است و همچنین با تعداد خصیصه‌هایی که هدفشان ایجاد برتری با قیمت ارزان است، ارتباط داشته باشد (زیرا مشتری با مصرف‌کننده صرفاً کالا یا خدماتی که بیشترین کیفیت و قیمت مناسب را داشته باشد می‌خرد). کیفیت "همچنین یک فلسفه جدید راهبردی را در زمینه شرکت‌ها به وجود آورده است که مبتنی بر مجموع

تعهدات مدیریت و کارکنان نسبت به بهبود مستمر است. این تعهد یک هدف غایی دارد:

"رضایت مشتری در همه مراحل چرخه حیات یک کالا و در همه بخش‌های شرکت".

یک کالا نتیجه مجموعه‌ای از فعالیت‌هاست که مراحل تولید آن را تعیین می‌کنند. در نتیجه، اطلاعات به منزله کالا می‌تواند یک کالای غیرمادی محسوب شود و توسط یک شرکت تولیدکننده، تهیه شده و به فروش برسد، و به وسیله یک یا چند تهیه‌کننده، خریداری شده و دوباره فروخته شود و توسط کاربر نهایی استفاده شود. این کالای غیرمادی همان کالای اطلاعاتی‌ست و نباید آن را با کالای مادی همراه آن (یعنی محمول‌های مادی اطلاعات نظیر کاغذ کتاب یا مجله، یک سی.دی، یک پیام و مانند آنها) اشتباه گرفت.

کیفیت تولیدات مادی و غیرمادی باید در بازار اطلاعات به وسیله کاربر و تهیه‌کننده هر دو، با استفاده از معیارها و ابزارهای ویژه‌ارزیابی شود. الگوی رابطه بیرونی تولیدکننده - مصرف‌کننده/مشتری برای کسی که علاقه‌مند به درک چگونگی تعریف و بهبود کیفیت تولیدات مادی و غیرمادی‌ست می‌تواند بسیار مفید باشد. بر اساس این الگو در اکولاسکو نتیجه گرفت که "یک کالای اطلاعاتی (متن، صوت، تصویر) و محمول مادی اطلاعات (برای مثال کاغذ، کتاب، مجله، نوار صوتی و با نوار ویدئویی و نظایر آن) فقط وقتی می‌تواند به‌عنوان کالای اطلاعاتی با کیفیت، مورد توجه قرار بگیرد که تولیدکننده اطلاعات (قبل از طراشی، تولید و تهیه محصول) نیازهای ابراز شده و تلویحی کاربر/مشتری و عکس‌العمل‌های آنها (پس از تهیه و تدارک محصول) را مدنظر قرار دهد". به عبارت دیگر، یک کالا یا محمول اطلاعاتی زمانی می‌تواند یک کالا یا محمول اطلاعاتی با کیفیت به شمار می‌آید که نیازهای ابراز شده و تلویحی کاربر/مشتری را برآورده کند (شکل ۱).



تصویر ۱. الگوی رابطه بیرونی تولیدکننده - مصرف‌کننده (مشتری)

به عقیده دیبوز، انسان‌ها در اصل یک نیاز اطلاعاتی اساسی و چندین نیاز شناختی دارند. نیاز اطلاعاتی یعنی آگاهی از توانایی پاسخ‌گویی به سؤالاتی از قبیل چه؟ کجا؟ چه کسی و کی؟؛ نیازهای شناختی از دیگر سو، عبارتند از: درک، کاربرد، تجزیه، ترکیب و ارزیابی. برآوردن این نیازها به توانایی پاسخگویی به سؤالات چرا و چگونه بستگی دارد.

رده‌بندی دیگر نیازهای خیلی اساسی بشر می‌تواند به قرار زیر باشد:

1. نیاز به دانستن (برای مثال آنها کیستند؟ اهل کجا هستند؟ کجا، چگونه و چرا یک پدیده معین به وقوع می‌پیوندد؟)؛ و
2. نیاز به فعالیت (به منظور بهبود مستمر وضع زندگی‌شان).

بر اساس گفته رومی‌ها "علم بی‌عمل همچون درخت بی‌ثمر است، اما عمل بدون علم می‌تواند خطرناک باشد!"

تولیدکنندگان یا تهیه‌کنندگان اطلاعات و کاربران یا خریداران اطلاعات با هم تعامل دارند اما زمانی که تعامل اطلاعاتی آنها (که بستگی به امکانات طرفین و شرایط تعامل آنها در مشارکت دارد) کارایی و اثربخشی داشته باشد.

کیفیت در وبسایت‌ها

شبکه جهانی وب، شبکه بسیار پیچیده فناوری اطلاعاتی است که در حال حاضر شامل چند صد میلیون صفحه وب و بیش از صد میلیون کاربر است. همه روزه کاربران در وبسایت‌ها به منظور یافتن اطلاعات مفید، مناسب و روزآمدی که مورد نیاز آنهاست جستجو می‌کنند.

در وب، کاربران با گذشتن از صفحه‌های به صفحه دیگر از رهگذر ارتباطات شبکه‌ای، به دنبال اطلاعات می‌گردند. محتوای این صفحات که با موضوع جستجو مرتبط است، معمولاً بریده‌هایی از متن یا گرافیک برای کاربر ظاهر می‌شود.

بر اساس مطالبی که در بالا بدان اشاره شد، یعنی مفاهیم و الگوهای مدیریت کیفیت، در نظر دارم معیارها و ارزش‌هایی که کاربر وبسایت را قادر می‌سازد تا

سایت‌ها و صفحات وب را ارزیابی و انتخاب کند مشخص کنم.

امروزه یافتن بسیاری از مقوله‌ها و مطالب در صفحات وب میسر است، برای مثال:

-اطلاعات بازاریابی برای محصولات، خدمات، سازمان‌ها و از این قبیل؛

-متون، صداها، یا تصاویر تولید شده رسانه‌های گروهی (از جمله مجلات و منابع الکترونیکی)؛

-صفحات وب شخصی؛ و

-پیام‌های پست الکترونیکی و نامه‌های گروه‌های خبری و نظایر آنها.

طراحی یک صفحه وب سه مؤلفه اساسی دارد: سرصفحه، متن اصلی، باصفحه. با بررسی کامل این مؤلفه‌ها می‌توان به سؤالاتی از این قبیل پاسخ داد:

-پدیدآورنده سایت کیست (با شخص مرتبط با سایت چه کسی است)؟

-سایت چه زمانی به وجود آمده یا تجدیدنظر شده است؟

-حامی و پشتیبان سایت چه کسی است؟

-چه پیوندهایی فراهم آمده است؟

-مخاطبان مورد نظر سایت چه کسانی هستند؟

-هدف از اطلاعات موجود در سایت چیست؟

امروزه، تقریباً هر کسی می‌تواند پیدایش یک وبسایت را اعلام کند و متأسفانه تاکنون استانداردی رسمی به عنوان حداقل معیار برای انجام این کار وجود ندارد.

بعضی وبسایت‌ها از یک پیوند پست الکترونیکی یا مسئول وبسایت² برای تسهیل کنش متقابل استفاده می‌کنند، یعنی ارتباط میان کاربر و تولیدکننده اطلاعات به منظور بهبود مستمر و مداوم کیفیت سایت، و این بر اساس واکنش‌هایی است که از این طریق از کاربران مختلف گردآوری می‌شود.

بررسی‌های بیشتر می‌تواند حاکی از این باشد که می‌توان به هر یک از معیارها به منزله نتیجه‌ای که دارای فعال‌کننده‌های خاصی جهت تشخیص، تعریف و ارزیابی است نگریست. پس از ارزیابی دقیق همه این نتایج و فعال‌کننده‌ها، یک ارزیاب کارآمد قادر خواهد بود قضاوتی نسبی از کیفیت

ممکن است. انجام این کار در روح فرایند مدیریت کیفیت جامع وجود دارد و این تلاش می‌تواند با استفاده از سازکارها، روش‌ها و ابزارهای ویژه مدیریت کیفیت به‌طور مداوم آسان‌تر و سریع‌تر صورت پذیرد (جدول ۱).

وبسایت‌های مختلف و تولیدکنندگان اطلاعات آنها داشته باشد. یک وبسایت آرمانی احتمالاً ناممکن است، اما مطمئناً تلاش برای رفع نیازهای اساسی کاربر، کاری عملی و

جدول ۱

معیار ارزیابی	سوالاتی که کاربران باید به آنها پاسخ دهند
۱. صحت و دقت (میزان یا درجه صحت و دقت اطلاعات)	<ul style="list-style-type: none"> - آیا پدیدآورنده منبع و مأخذ اطلاعات را ذکر کرده است؟ - آیا بررسی موقت بودن منابع برای شما امکان‌پذیر است؟ - آیا سابقه علمی و کاری پدیدآورنده با مطالب تحت پوشش ارتباط دارد؟ - آیا پدیدآورنده روش تحقیق و چگونگی گردآوری و پردازش داده‌ها و اطلاعات را به روشی بیان کرده است (البته فقط برای داده‌های پژوهشی)؟
۲. اعتبار پدیدآور (میزان اعتبار یا درجه اعتبار تخصصی پدیدآورنده)	<ul style="list-style-type: none"> - آیا پدیدآور مشهور است؟ - درباره پدیدآور چه می‌دانید؟ (مثلاً سابقه، شغل، وابستگی، آثار چاپ شده و جز آن) - آیا تعیین شهرگی و اعتبار پدیدآور برای شما میسر است؟
۳. دامنه پوشش (موضوعها تا چه حد مشاهده، تحلیل و گزارش شده‌اند)	<ul style="list-style-type: none"> - آیا همه پیوندهای سایت مرتبط، مناسب، جامع و قابل استفاده است؟ - اطلاعات سایت تا چه حد برای شما مربوط و جامع است؟
۴. روزآمد بودن (میزان یا درجه روزآمدی اطلاعات)	<ul style="list-style-type: none"> - سایت چه زمانی به‌وجود آمده و آخرین بار چه زمانی تجدیدنظر شده است؟ - آیا تاریخ حق مؤلف^۵ مشخص شده است؟ - آیا همه منابع ذکر شده قابل دسترس است؟ - آیا همه پیوندهای سایت به نشانی‌های اینترنتی، درست متصل می‌شوند؟
۵. تنوع تراکم (میزان یا درجه اطلاعات جامع و مرتبط که در هر صفحه وبسایت به نمایش در می‌آید)	<ul style="list-style-type: none"> - در هر صفحه، محتوای متن غالب است یا گرافیکی؟ - آیا اطلاعات متن یا گرافیکی هر صفحه به حد کافی جامع است؟ - آیا متن یا گرافیک ظاهر شده به حد کافی برای شما مفید است؟ - اطلاعات تبلیغاتی موجود صفحات سایت چقدر است؟
۶. کثرت متغای (میزان یا درجه ارتباط میان پدیدآورنده و کاربر)	<ul style="list-style-type: none"> - آیا یافتن حداقل یک پیوند پست‌الکترونیکی یا پدیدآور یا مدیر سایت برای شما امکان‌پذیر است؟ - آیا این پیوند فعال است؟ - آیا این پیوند سریع برقرار می‌شود؟ - آیا پاسخی برای پیامی که به پدیدآور یا مدیر سایت فرستاده‌اید دریافت می‌کنید؟
۷. همینیت (میزان یا درجه بی‌طرفی پدیدآور)	<ul style="list-style-type: none"> - هدف واقعی سایت چیست؟ - هدف واقعی پدیدآورنده سایت چیست؟ - آیا از بی‌طرفی پدیدآور به حد کافی مطمئن هستید؟
۸. سرعت (تاخیر زمانی لازم برای دسترسی به سایت مورد نظر و نمایش صفحات آن)	<ul style="list-style-type: none"> - آیا نشانی سایت سریعاً یافت می‌شود؟ - آیا عوض کردن سریع صفحات نمایش داده شده امکان‌پذیر است؟ - آیا می‌توانید در مدت زمانی معقول با همه پیوندهای ارتباط برقرار کنید؟

جستجوی طریقی و بسایتهای از طریق انتشارات کتابخانه‌ای؟

امروزه به نظر می‌رسد جستجو برای کسب اطلاعات در مورد یک طرح از طریق وبسایت‌ها بسیار کارآمدتر و مؤثرتر از روش‌های سنتی کتابخانه‌مدار باشد. آیا این انتظار واقع‌بینانه است؟ به عقیده من، جستجو از طریق وبسایت‌ها و کتابخانه‌ها مکمل یکدیگرند. وب می‌تواند منبع خوبی برای یک برداشت کلی و سریع باشد ولی در پژوهش‌های تحلیلی ژرف، وجود کتابخانه ضرورت دارد. پیدا کردن اطلاعات مورد نیاز برای طرح در کتابخانه، خود به تنهایی می‌تواند باعث موفقیت طرح ما باشد. چنین جستجویی می‌تواند خسته‌کننده و تواتر، اما در عین حال نتایج غیرمنتظره و مطلوب به دنبال داشته باشد که در ارزیابی دوباره فرضیات پژوهشگر یا حتی برای طرح‌های آینده او قابل استفاده خواهد بود. با مطالعه دقیق اطلاعات فراوان، احتمال دارد دیدگاه دیگری نسبت به تحقیق پیدا کرده، رویکرد عاقلانه‌تری در پیش بگیریم تا در وب، با آن ظاهر کارشناسانه و باورپذیری فوری‌اش.

برعکس، جستجوی اطلاعات در وبسایت‌ها برای همان طرح‌های پژوهشی فوق‌الذکر، مستلزم موتورهای جستجوی مختلف، فراخزنده‌ها و راهنماها برای یافتن قطعه‌های اطلاعاتی خاص است که بتوانند فرضیه‌های ما را پشتیبانی کنند. ممکن است تصادفاً به اطلاعات مهمی دست بیابیم اما این یافته‌ها در وب نادر و کمیاب هستند. اما از سوی دیگر، وب برای خواندن چکیده‌ها و داشتن برداشتی کلی از یک موضوع بسیار مهم است.

نتیجه

ما، در مقام استادان دانشجویان می‌خواهیم اطلاعات را در مورد همه جوانب یک موضوع پیدا کنند و پیچیدگی‌ها و تفاوت‌های جزئی را مشخص نمایند. ما از آنها انتظار داریم موضوع‌های مختلف زیادی را بیاموزند اما همچنین از آنها انتظار داریم دست‌کم یکی از آنها را خوب یاد بگیرند.

وظیفه ما در جایگاه معلم این است که روش‌های قدیم و جدید یادگیری را با هم ادغام کنیم. ولی، برای

اقدام به چنین کاری قبل از هر چیز باید یاد بگیریم که چگونه کیفیت اطلاعات و بسایتهای را به‌طور جدی ارزیابی کنیم.

منبع

I. Dragulanesu, Nicolae-Georg. "Website Quality Evaluations: Criteria and Tools". *Inter-Inform & Libr. Rev.*, No.34(2002): 247-254.

تاریخ دریافت: ۱۳۸۲/۴/۸