معیارهایی جهت ارزیابی تارنمای(سایت)های وب
(محتوا و کارایی)

1) مقدمه

چکیده: با پیشرفت روزافزون اینترنت و افزایش تعداد منابع قابل دسترسی اینترنت، مسائل ارزیابی
منابع و اطلاعات موجود در این شبکه جهانگستر به موضوع قابل تأمل و با خطر انگیزی تبدیل شده است.
از آنجایی که اینترنت فضایی گیری از کنترل است و هرگونه اطلاعات معتبر و غیرمعتبر هم‌زمان در این فضا
موجودند، بنابراین لازم است که استفاده کنندگان از شبکه جهانی اینترنت، در خود مهارت‌های ارزیابی منابع و
تکنیک انتقادی را به منظور تشخیص منابع با کیفیت و مناسب، ایجاد نمایند. در این مقاله تلاش شده تا با
مطالعه و بررسی سیاه‌های وارسی مطابق موجود، معیارهای جهت ارزیابی تارنمای وب تنهی شده و
توضیحاتی در مورد چگونگی ارزیابی آنها از طریق این میزان ارائه گردد.

کلیدواژه‌ها: تارنمای وب، معیارهای ارزیابی، سیاه‌های وارسی، محتوا، کارایی؟

1. مقدمه

تیم برنزلی ۳ در دهه ۹۰ میلادی با ابداع وب، زمینه فراگیری شدن ارتباطات جهانی از طریق
اینترنت را فراهم آورد. به‌گونه‌ای که امروزه بسیاری از افراد اینترنت را نهایتاً از طریق وب
می‌شناسند. عاملی که سبب گسترش این ارتباطات گردید، وجود چندین سایت مراکزی
در وب بود.

اما اعتقادات همگانی از وب مشکلاتی را نیز به دنبال داشته است. مهم‌ترین این
مشکلات، از یک سو حجم عظیم اطلاعات موجود در اینترنت و مشکل با‌ایپی اطلاعات
مرتب و از سوی دیگر عدم امکان کنترل اطلاعات که به‌طور روزافزون به این شبکه جهانی
اضافه می‌گردد، هستند. با توجه به حجم وسیع اطلاعاتی که از طریق وب در دسترس قرار
در این مقاله به دو دسته معيار کلی محتوا و کارایی اختصاص یافته است. هر گروه از معيارها محتوا و کارایی نیز حاصل دارای یک گروه معيارهای مبتنی.

2. معيارهای محتوا و کارایی

این مقاله به دو دسته معيار کلی محتوا و کارایی اختصاص یافته است. هر گروه از معيارها محتوا و کارایی نیز حاصل دارای یک گروه معيارهای مبتنی.

این گروه معيارهای مبتنی از معيار محتوا عبارتند از:
ما هر کدام از این زیرگروه‌ها نیز خود دارای شاخص‌هایی هستند که در این نوشته به
هر یک از آنها پرداخته شده و در واقع می‌توان با بررسی این شاخص‌ها کیفیت هر کدام از
زیرگروه‌ها را مشخص کرد و براساس کیفیت این زیرگروه‌ها نیز، کیفیت معیارهای کلی
محتوا و کارایی ارزیابی کرد.

2-1. محتوا:

منظور از محتوای یک تارنма کلیه اطلاعات موجود در آن شامل مقاله‌ها، موسیقی، متن،
تصاویر و غیره است. محتوای قابل و روح یک تارنما و در واقع دلیل مراجعت کاربران به آن
است. در مورد معیار محتوا، زیرگروه‌هایی صحت، اعتبار، جدید بودن و کیفیت نوشته مطرح
هستند که با ارزیابی این زیرگروه‌ها می‌توان کیفیت محتوای یک تارنما را مورد ارزیابی قرار
dاد.

2-1-1. صحت: صحبت و درستی اطلاعات موجود در یک تارنما، از موارد مهمی است که
در استفاده از آن باید مبتنی بر قرار گیرد. از انجا که اینترنت یک ابزار اولیه تجارت و
تبلیغات است، هدف سیاست از افراد از قراردادن اطلاعات بر روی شبکه، تبلیغ کردن با حمایت از
نقطه نظرات خاص است (عصره 1381). بنابراین در استفاده از یک تارنما می‌باید از صحبت
و درستی اطلاعات ارائه شده در آن اطمینان حاصل کرد. زیرگروه صحت با دو شاخص
سومی 10 و سومی 10 مورد ارزیابی قرار می‌گیرد که در ذیل توضیحات در مورد این دو
شاخص ارائه گردیده است.
من‌ظور از سوگیری در این ساله، هر نوع انحراف از حقایق و با ارائه هر نوع اطلاعات ناصحیح این است که باعث ایجاد خطا در ذهنیت کاربر (استفاده کننده از تارنما) گردید. در مورد تارنماهای وسیع، با مطالعه اطلاعات آن و پیدا کردن گاهی در این تارنما نشان دهنده حسندت با اینکه پیدائدهنگان مقاصد تجاری، سیاسی، عقیدتی، فرهنگی داشته‌اند؟ (Kirk, 1996).


۲-۱-۱. یپوندها: در این قسمت درون شاخه مطرح گردیده است:
- کمیت پیوندها
- کیفیت پیوندها

من‌ظور از کمیت پیوندها، تعداد تارنما است که به این تارنما یپوندها گردیده‌اند. تعداد بیشتر تارنماهای پیوند‌خورده می‌تواند دلیل بر اعتبار بیشتر تارنما باشد. برای این کار در یک موتور کاوشگر مانند گوگل بعد از تایپ «LINK:» در نوار جستجو، ادرس اینترنتی تارنما مورد بررسی را توشته و عمل جستجو را انجام می‌دهیم. به این ترتیب تعداد تارنماهایی که به این یپوند خورده‌اند، مشخص می‌شود.
مزنگان بینش، معیارهای جهت ارزیابی تارنامه‌سازی (سایت‌های وب) (محتخو و کارایی) 131

افزون بر آن، خود تارنامه‌ای پیوند‌های به تارنامه مورد بررسی نیز، فهرست می‌شوند که
در زیر هر کدام آدرس اینترنتی آن نیز ارائه گردیده است. با توجه به دامنه این تارنامه‌ا
می‌توان اعتبار آن را ارزیابی کرد (کوک 2007، 2001).

(Barker 2001-2002) ییدآوری: منظور از ییدآوری، شکست یا تارنامه‌ای است که مسئولیت
بیدآوردن تارنامه را به عهده دارد که ممکن است شخص خود به سازمان وابسته باشد.

2-1-2-1-1 مشخص بودن ییدآور: شخص یا سازمان ایجاد کننده باید مشخص بوده
و توضیحاتی در مورد وی ارائه شده باشد. تارنامه‌ای که پیدا‌آورنده آن مشخص نبود
نیازی ندارد تارنامه معتبری باشد.

2-1-2-1-2 وجود اطلاعات در مورد ییدآوری: منظور از این مطلب وجود اطلاعات
برق‌رای نمایش آدرس اینترنتی، شماره تلفن، دورنما و آدرس پستالکترونیکی است (بابد
توجه داشته که ارائه آدرس پستالکترونیکی به تنها برای نمی‌تواند قابل اعتماد باشد.) و وجود
این گونه اطلاعات، این اکنون را در اختیار استفاده کننده‌گان قرار می‌دهد تا رای
مشکلات ارائه پیشنهادات و نقطه‌نظرات خود با پیدا‌آورنگان نماس برقرار کند و همین
مسائل باعث افزایش اعتبار می‌گردد.

2-1-2-2-1 مشخص بودن وابستگی پیدا‌آوری: مشخص بودن وابستگی پیدا‌آور
در تارنامه مهم است، زیرا مشخص می‌نماید که پیدا‌آور به چه سازمان یا مؤسس‌های وابسته
است و این مسئله به تعیین اعتبار تارنامه کمک می‌نماید.

2-1-2-2-2 اشتراک نویسنده/سازمان: در این قسمت بررسی می‌گردد که آیا
اعتبارشده‌ها سوابق و یا تأثیرات پیدا‌آور مشخص شده است با خیر. بدین‌صورت است و وجود این
مواد در تعیین اعتبار تارنامه بسیار مؤثر خواهد بود.

مجموع اطلاعات مربوط به پیدا‌آور را می‌توان از قسمت‌های مانند درباره ما،
فلسفه، پیشنهاد، رزگی‌نامه، نماس با ما، و یا از طریق پیوند‌های ایجاد شده به
تارنامه شخصی پیدا‌آورنگان به دست آورده.
علوم و فناوری اطلاعات، دوره 23، ش. 4، تابستان 1387

2-1-2-1.2 دانمه: طبق مطالب انجام شده، نامه‌های گیبرنده مورد قبول اعتماد‌گذاری بر اساس اطمینان‌آوری می‌باشد. نامه‌های گیبرنده دارای دانلود «ac.edu» و «gov» هستند. دارای قابل اعتماد‌گذاری اطلاعات می‌باشد. نامه‌های گیبرنده دارای دانلود «edu» و «gov» هستند. نامه‌های گیبرنده دارای دانلود «ac.edu» و «gov» هستند. مورد اینکه کدام یک از این دو نوع دانمه نشانگر اعتبار بیشتر هستند، اختلاف نظر وجود دارد. در برخی از نوشته‌ها تارنمایه‌های دارای دانلود نامه‌های گیبرنده و در برخی موارد دیگر تارنمایه‌های دارای دانلود «edu» و «gov» نامه‌ها متفاوت از انتشار نسبی تارنمایه‌های دارای این دو نوع دانمه نسبت به تارنمایه‌های دیگر دانلود‌ها صحبت شده است. بعد از این تارنمایه، تارنمایه‌های دارای دانلود «org» قرار می‌گیرند که در بهترین اطلاعات معتبری هستند. اما با وجودی که هر یک سیستم‌های نیست، در برخی موارد شرکت‌های تجاری و افراد نیز می‌توانند تارنمایه‌ای که به «org» ختم می‌شوند داشته باشند. در پایین ترین رده تارنمایه‌های قرار می‌گیرند که دانلود «com» یا «net» دارند. لقبت این بدان معنی نیست که تارنمایه‌های دارای چنین دانلود‌هایی به اجرای فاقد اعتبار، اما در هر صورت، به‌خصوص با تارنمایه‌های رایگانی که دارای این نوع دانلدها هستند، باید با احتیاط بیشتری برخورد کرد.

(Harvey 2007, Barker 2007)

2-1-2-1.3 قانون حق مؤلف: تمام مطالبی که امکان قرار گرفتن آنها در یک تارنمای اینترنتی وجود دارد، می‌توانند مورد حمایت قانون حق مؤلف و يا حقوق قانونی باشد. البته به آن قرار گیبرنده. این مطالب شامل متن ادبی، مطالب مقاله‌ها، تصاویر، فیلم، موسيقی و غیره است. در این قسمت منظور از میان این بر شمول قانون حق مؤلف استفاده از نشان حق مؤلف (©) و يا هرگونه پدیده مشابه در حمایت تارنمای توسعه قانون حق مؤلف است. (Barker 2007)

2-1-2-1.5 خدمات دهنده: منظور از خدمات دهنده، مرکزی است که خدمات مربوط به در دسترس بودن تارنمای ار انتخاب عموم قرار می‌دهد و کمک می‌نماید تا اطلاعات آن در محیط اینترنت قرار گیرد. خدمات دهنده به طور معمول در اولین قسمت نشان‌یک اینترنتی «http://» و ولیون «/» وارد می‌شود. در صورتی که در همان ابتدای نویس اطلاعات مربوط به خدمات دهنده را مشاهده کرد، می‌توان از کتابخانه یو نشانی اینترنتی استفاده

Downloaded from jpm.irandoc.ac.ir at 20:40 IRST on Friday March 20th 2020
کرد. منظور از کوتاه‌سازی این است که در صورت طولانی بودن نشانی اینترنتی، می‌توان از انتهای نشانی تا زمان رسیدن به هر «/» شروع به حذف کلمات و نشان‌های کرد. این کار را می‌توان تا زمان رسیدن به اولین «/» موجود در نشانی اینترنتی تارنما مورد بررسی انجام داد تا اطلاعات مورد نظر در مورد خدمت دهنده به دست آید. قابل ذکر چیزی که در مرحله از کوتاه‌سازی نشانی اینترنتی، دیگری به نظر می‌رسد (METRAC, Jenkins 2001, Barker 2003, Smith 2005).

2-1-1-2 تارنما ایجاد تارنما: اطلاعات مربوط به زمان ایجاد تارنما مشخص می‌باشد.


2-1-2-1-4 روزآمد بودن بی‌پوسته: در این قسمت روزآمد بودن بی‌پوسته در صفحه خانکی (مدت توجه) است. این بخش روزآمد بودن، تعداد بی‌پوسته بدنی نهایی کاربردی ندارد و توجه اساسی معطوف به روزآمد بودن بی‌پوسته می‌باشد. بی‌پوسته در تاریخ‌سازی و با یابی‌ها در الکترونیکی نقض بی‌توباطی را بازی می‌کند. هرچه بی‌پوسته روزآمدتر باشد...
نشان‌دهنده کیفیت بالاتر تارم‌های مورد ارزیابی هستند. چراکه در واقع، به تارم‌ها و منابعی
پیوند می‌خورند که خود آنها نیز روزآمد بوده و با یک‌تارمی بارگری شده‌اند.

2-1-2-3-1-2. تارم‌های اصلی تارم‌های نزدیک به هم‌زمان انجام‌برداری شده و آنها مطالعه در روزآمد می‌باشد یا خیر (این امکان وجود دارد که بی‌درمان‌گر شدن، به جدیدترین تارم‌ها نیاز داشته باشد).

2-1-1-3-1-2. نماینده زمانی روزآمد نمایندگان بدناند که تارم در چه زمانی روزآمد می‌شود و مشابه در هر موارد روز‌های روزآمدی زمانی روزآمد شدن اقدام به مراجعه مجدداً به آن نمایند.

2-1-3-1-2. مشخص و روزآمد بودن داده‌های جدول‌ها و نمودارها در مورد تارم‌های که به نوعی داده‌های امری و جدول و نمودار دارند، این مسئله مهم است که نخست، داده‌ها به درستی مشخص شده باشد و دوم، تارم آنها از طریق آنها ارائه شده باشد تا کاربر بداند که داده‌های مربوط به چه زمانی، از طریق این جدول‌ها در اختیار آن قرار گرفته است.

2-1-2-3-1-2. کیفیت نوشته: کیفیت نوشته‌ای مناسب در یک تارم، اگر نامبیا محتوی آن را به راحتی و روشنی به کاربر انتقال دهد. کیفیت نوشته‌ای باعث به‌گونه‌ای باشد که اعتماد کاربر را به علاوه تارم‌های گذشته به وی را در استفاده از آن مصمم نماید.

در ازیابی تارم‌های از نظر کیفیت نوشته، به مسئله باعث مورد توجه قرار گیرد.

2-1-2-3-1-2. نخست اینکه، نوشته‌های تارم‌ها خالی از فلسفه‌های املایی، دستورالیایی و


2-1-2-3-1-2. دوم اینکه، سبک نوشته‌ای با وارژن مخاطبان تناسب داشته باشد

(Mandernack 2002)

2-2. کارایی

معمار کارایی یک سیستم استفاده و برقراری ارتباط با یک خدمت‌رسانه که در عصره (عصره 2001) در معمار کارایی زیر‌گروه‌های کاربری‌سنجی، قابلیت تجسیم و قابلیت مرور مطرح است.
مزکون بینش. میتابایه جهت ارزیابی تارنما (سایت) های وب (محتوا و کارایی)

2-2-1. گزارش پرسنلی: کاربری پرسنلی به این معنی است که کاربر به راحتی با سهولت با تارنما کار کنند و از استفاده خود رضایت کافی را داشته باشند. در زیر گروه کاربرپرسنلی شاخه‌های همبستگی گزینه کمک، قابل مشاهده و در دسترس بودن پیوندها، خواناپی، فهرست گزینه‌ها، ربط تشابه با محتوا، تناسق رنگ پس‌زمینه و متن، تمایز تغییرات از متن اصلی و مرده بودن پیوندها مطرح استند.

2-2-1-1. گزینه کمک: هر تارنما دارای امکانات و عملکردی مناسبی است و برای اینکه این موارد کاربران را دچار مشکل ننماید، از گزینه کمک استفاده می‌شود. بدنی ترتیب کاربر، داشت استفاده از تارنما را به راحتی کسب می‌کند. بنابراین توجه به این مورد و به کارگیری آن بسیار اهمیت دارد زیرا که کاربر، با فاصله‌ای پس از هر مشکلی در هر مرحله از کار به گزینه کمک مراجعه کرده و مشکل خود را حل می‌نماید (بهمن فروروز).

(Smith ۲۰۰۵:۱۳۸۲).

2-2-1-2. قابل مشاهده و در دسترس بودن پیوندها: این شاخه به کاربر یاری می‌رساند تا به راحتی از پیوندها استفاده نماید.

2-2-1-2-1. خوانایی: شاخه‌های مربوط به خوانایی عبارتند از تمايز عوان‌های فرمی از سایر بخش‌های متن، استفاده از حروف بزرگ و کوچک با هم در متن، امکان ایجاد تغییر در انتقال حروف متن، عدم وجوه پس‌زمینه شلوغ، نیاز متن (محرک نبوختن متن اصلی) و شلوغ نبوختن متن موجود در تارنما، که هر یک به نوبه خود در کاربرپرسنلی و راحتی استفاده کننده مؤثرند. رعایت این موارد سبب می‌شود کاربر دچار خستگی و ناراحتی نگردد (۴/۲۰۰۵:۳۸۲).

(Smith ۲۰۰۵:۳۸۲).

2-2-1-2-2. فهرست گزینه‌ها: منظور از فهرست گزینه‌ها هر نوع سیاه‌ای است که در تارنما وجود دارد؛ اعم از فهرست مدرجاها یا متنها به‌ارزش‌دهنده (۱۰) که در آنها انتخاب صورت می‌گیرد. نکته قابل ذکر در مورد فهرست گزینه‌ها این است که آن دسته‌بندی موضوعی مناسب دارند و همچنین اینکه آنها عمک کم دارند، بدين معنی که تو در تو، بچیده و گچ‌کننده نباشد و کاربر با دیدن آنها به راحتی با محتوای تارنما آشنا شود.

(Smith ۲۰۰۵:۳۸۲).
2-1-1 فیروز 1382، (Everhart 1998، Smith 2005).

2-1-1-1 تصور به درک بهتر محتوا کمک کند و در مقایسه متن باشد، این اساس به مطالب تارنما ربط داشته باشد. اگر تصور بیان کننده مفاهیم مربوط باشد، به کمک سنجشی کاربر در استفاده از تارنما کمک می‌کند و از طریق افزایش توجه، به جذب بیشتر کاربران نیز می‌رساند.

2-1-1-2 اما از طرفی چون تصور ممکن است موجب کندی در بارگذاری صفحات شوند بنابراین نباید در استفاده از آنها افتراق شود و یا تنایدی تصوری در تارنما قرار داده شوند که به دلیل حجم سنگینی و باعث کند شدن بارگذاری تارنما شوند.

2-1-6 تناسب رنگ پس زمینه و متن: این مسئله در کمک به کاربران جهت راحتی استفاده از تارنما بسیار مؤثر است. انتخاب رنگ‌های مناسب با متن و استفاده نکردن از پس زمینه‌های ناریک یا بسیار روشن (رنده چشم) در طراحی تارنما بسیار مهم است. مغلوب می‌شود که باید بین پس زمینه و متن، تفاوت ۳۰ بالایی وجود داشته باشد و بهترین حالت متن سیاه بر روی پس زمینه سفید است (Tong 2006).

2-2-1-7 تمازی تبلیغات از متن اصلی: در سایر موارد، به خصوص از تارنماها و با به تبلیغات اختصاص می‌پردازند، حال باید دید که آیا در تارنما محلی جدایگان برای تبلیغات در نظر گرفته شده است که کاربر مطابق آن شود یا اینکه تبلیغات به همراه متن و بدون بهبود که یک تماز و جداسازی ارائه گرددهند (کوک 2001).

2-2-1-8 مرده نیوتن پیوندها: این مسئله به خوبی متن است که به عنوان کور باشند و کاری را به صفحه‌های اطلاعاتی در آن نیست. ۳۰ هدایت گند، همچنین پیوندها نباید باز نشوند و یا فرد را به صفحه‌ای غلط ارجاع دهند (Barker 1997، Beck 2007).

2-2-2 قابلیت جستجو: قابلیت جستجو به این معنی است که اکتشافات جستجو در تارنما به‌صورت فراهم شده باشد تا سپرده‌های بیشتر بیشتر جستجو را برای کاربر فراهم شود. در مورد زیرگروه قابلیت جستجو شاخص‌های زیر مطرح هستند: (کوک 2001).

2-2-2-1 مورد یک نظریه قابلیت جستجو در تارنما به‌صورت فراهم شده باشد تا سپرده‌های بیشتر بیشتر جستجو را برای کاربر فراهم شود. در مورد زیرگروه قابلیت جستجو شاخص‌های زیر مطرح هستند: (کوک 2001).
مزگان بینشی. معیارهای جهت ارزیابی تارنما(سایت)های وب (محتوا و کارایی)

2-2-1. آیا در تارنما امکانات جستجو فراهم شده است و یکی نمای و دسترسی یا جمعه جستجو در صفحه خانگی مطابق با مشخصه است تا بتواند آن کاربر به صفحه جستجو باشد؟

2-2-2. آیا امکان استفاده از عامل‌های مانند «های»، و «جهز» برای گسترش و یا محدود کردن جستجو قرار داده شده است؟

2-2-3. پوشش جستجو: در مورد پوشش جستجو در تارنماها چند حالات وجود دارد. ممکن است نمای امکان جستجو در مطالب خود تارنما فراهم شده باشد، ممکن است امکان جستجو در کل وب فراهم شده باشد و یا به هر دو امکان در تارنما قرار داده شده باشد. بهطور حتمی اگر هر دو امکان فراهم شده باشد بهترین حال است، اما بهطور کلی اگر امکان جستجو در مطالب خود تارنما فراهم شده باشد، نسبت به امکان جستجو در وب ارجحیت دارد. زیرا جستجو در کل وب را می‌توان از طریق موتورهای کلاه‌گر عمومی نیز انجام داد.

اما امکان جستجو در مطالب تارنما، تناها در همان تارنما بی‌خیال انجام می‌پذیرد و این به مرحله مناسب‌تر است.


2-2-3.1. ساختار منطقی در تارنما: این مطلب در واقع همان سهم‌های استفاده از محتوا است که هر مطلب در صفحه خود قرار گرفته باشد. تفسیر بسته‌ها، عوامل‌های فریع و زیر مجموعه‌های مناسب تا کاربر با نگاهی ساده، به محتوای کل تارنما دست یافتد و مطلب را به راحتی از طریق عنوان‌های فریع و زیرمجموعه‌های آنها بپیدا.

2-2-3.2. امکان بارگذاری از هر یک از صفحات به صفحه اصلی: این مطلب در راحتی کاربر و کارایی تارنما مهم است. بهطوری که کاربر به هر صفحه‌ای که وارد شود، به‌طوری که مانند صفحه خانگی، صفحه اصلی، صفحه سرچشده و بارگشت 77 وجود داشته باشد تا وی به صفحه اصلی (صفحه خانگی) تارنما هدایت نماید.
شکل 1 نشانگان دانشگاه شیراز

۳-۱ نشانگان درون صفحات تارنما: آیا گزینه‌های مانند بالا/پایین و پیش/پشت به بالا/پایین باز کننده صفحه در زیر درون صفحه تارنما وجود دارد یا خیر؟

۳-۲ ماهیت اینترنت به‌ویژه اینترنت که هر فردی می‌تواند به آن برای اطلاعات عمل کند و اطلاعات خود را در محیط وب قرار دهد، این اشترک منابع و اطلاعات، مشالی از...
تعاقب اجتماعی در مقایسه و سیاست و ارتباطات شخصی و حرفه‌ای را در سرتاسر جهان
امکان‌پذیر ساخته است. اما از سوی دیگر ماهیت غیر قابل کنترل اینترنت سبب شده است
تا اطلاعات صحیح و قابل اعتماد با اطلاعات واقعی ارزش در کنار هم موجود باشد و این در
حالی است که در بسیاری موارد نظر میان اطلاعات بازرس و واقعی ارزش، به خصوص
برای کسانی که در موضوع مورد نظر متخصص نیستند، قابل درک نیست. از انجایی که
هج مازمان یا مؤسسات مستندپذیران اینترنت را برایه ندارد و بعد به نظر
می‌رسد که حتی در این‌های نزدیک نیز امکانات هرگونه کنترل جهانی فراهم گردید،
بنابراین اعضای جامعه اینترنت با یک خود را به عنوان استفاده‌کننده‌گان دارای مهارتی نقد و
ارزیابی مناسب و اطلاعات بازرسی شده مطرح نمایند. برای دستیابی به چنین مقصودی، لازم
است فرد معماری در اختیار باشد تا از آن طریق بنواده به ارزیابی نتایج ارائه‌های
شده و انتخاب مناسب، رین آنها ادامه نماید. این مقاله نتایج فرد به استنتاج از آنها مطابقه
می‌باشد و رویکرد مختلف در زمینه ارزیابی تارنمایی و وب، شاخص‌های برای
ارزیابی محتوای کارای آنها ارائه گردید. کاربران می‌توانند محتوا و کارایی تارنمایی بازرسی
شده خود را با استفاده از کلی، به عنوان شاخص‌ها ارزیابی کردند و در تحقیقات خود به
کار گیرند. در پایان این نکته قابل ذکر است که با توجه به اینکه ناکانون سیاست وارسی
استاندارد جهت ارزیابی تارنمایی و وب تهیه شده است، لازم است تا بالا با نظر پژوهشگران
مختلف در سرتاسر جهان، معماری استاندارد و جهانی تارنمایی آنها ارائه گردید تا
استفاده از این رسانه جهانی به صورت هرچه که‌ی آمده و مبتنی صورت یک‌گرد

4. منابع
1. بریج، کلاس: 999، راهبرد طراحی مالکیت معرفی در اینترنت، ترجمه محمد هادی
سهرابی، 1381، فصلنامه کتاب‌های اسلامی، 93: 55-52
2. عصاره، فریده: 1381، معیارهای ارزیابی منابع اینترنتی، فصلنامه کتاب (1): 32-33
3. کوک، السیون: 2000، راهنمای یافتن اطلاعات با کیفیت در اینترنت: راهبردهای گزینش و
/ ارزیابی، ترجمه مهدی خادمی، 1382، ویراستار: محمد حسین دیباج، مشهد: انتشارات کتابخانه
/ راهنماهای.


۶ - Everhart
۷ - Barker
۸ - Beck
۹ - Jenkins
۱۰ - Weeks
۱۱ - Scope
۱۲ - Graphic and Multimedia Design
۱۳ - Purpose
۱۴ - Cost
۱۵ - Accuracy
۱۶ - Authority
۱۷ - Currency
۱۸ - Quality of Writing
۱۹ - User Friendliness
۲۰ - Searchability
۲۱ - Browsable
۲۲ - Bias
۲۳ - Editor
۲۴ - Links
۲۵ - Domain
۲۶ - Copyright
۲۷ - Server
۲۸ - Affiliation
۲۹ - About us
۳۰ - Philosophy
۳۱ - Background
۳۲ - Biography
۳۳ - Contact us
۳۴ - URL
۳۵ - Truncation
مزگان بینش. معیارهایی جهت ارزیابی تارنما(سایت)های وب (محتوا و کارایی)

46-Home page
47-Help
48-Readability
49-Menu
50-Dead Links
51-Drop-Down Menu

Rules for good menu design
42-لزوم به ذکر است که در منت نخاطر از فصل اول این کتاب با عنوان استفاده گردیده است.
43-Contrast
44-The Page Cannot Be Displayed
45-Search
46-Search Box
47-Back
48-http://www.shirazu.ac.ir
49-Top
50-Back to Top
51-Previous
52-Next