معیارهایی جهت ارزیابی تارنما(سایت)های وب
(محتوای و کارایی)

(1) مقدمه

چکیده: با پیشرفت روزافزون اینترنت و افراشبندی، تعیین مؤثر و قابل دسترسی کسب و ارائه اطلاعاتی در سایت‌های اینترنتی به‌عنوان یکی از مسئله‌های مهم به‌شمار می‌رود. این مسئله، جزء از سطح اشتغال و رشد ایمنی و آگاهی از اینترنت است. در این پژوهش، بررسی و بررسی سیاست‌هایی که در سایت‌های اینترنتی یافت می‌شوند، بررسی و توضیحی در مورد پاتریک ارزیابی آنها از طریق این معاپاره ارائه گردید.

کلیدواژه‌ها: تارنما، وب، معیارهای ارزیابی، سیاست‌های وارسی، محتوای، کارایی

1. مقدمه

تیم برتری ۳ در دهه ۹۰ میلادی با ابداع وب، زمینه فراگیر شدن ارتباطات جهانی از طریق اینترنت را فراهم آورد. هدف اصلی این ابزار از افراد اینترنت را تهیه از طریق وب‌سایت‌ها برای کسب، بروزرسانی ارتباطات گردید و وجود جنبه‌های جدید در وب‌سایت‌ها را فراهم نمود.

اما استقلال همگانی از وب مشکلاتی را نیز به دنبال داشته است. مهم‌ترین این مشکلات، از یک سو همگانی اطلاعات ارتباطی موجود در اینترنت و مشکل در پرداخت اطلاعات از جمله اینترنت روی اطلاعات مربوط به شبکه جهانی اضافه می‌گردد. هستند. با توجه به حجم و سرعت اطلاعاتی که از طریق وب در دسترس قرار
در این مقاله به دو دسته معيار کلی محتماً و کارایی اختصاص یافته است. هر کدام از معیارهای محتماً و کارایی نیز خود دارای زیرگروه‌هایی می‌باشد.

2. معیارهای محتماً و کارایی

این مقاله به دو دسته معيار کلی محتماً و کارایی اختصاص یافته است. هر کدام از معیارهای محتماً و کارایی نیز خود دارای زیرگروه‌هایی می‌باشد.

این زیرگروه‌ها در معیار محتماً عبارتند از:
مزگان بینش. معيارهای جهت ارزیابی تارنما(سایت)های وب (محترم و کارایی)

امام هر کدام از این زیرگروه‌ها نیز خود دارای شاخه‌هایی مستند که در این نوشته به
هر یک از آنها پرداخته شده و در واقع می‌توان با بررسی این شاخه‌ها کیفیت هر کدام از
زیرگروه‌ها را مشخص کرد و بررسی کیفیت این زیرگروه‌ها نیز، کیفیت معيارهای کلی
محترم و کارایی را ارزیابی کرد.

2-1. محترم:

منظور از محترم یک تارنما کلیه اطلاعات موجود در آن شامل مقاله‌ها، موسیقی، متن،
تصاویر و غیره است. محترم، قلب و روح یک تارنما و در واقع دلیل مراجعة کاربران به آن
است. در مورد معيار محترم، زیرگروه‌های محترم، اعتبار، جدید بودن و کیفیت نوشته مطرح
هستند که با ارزیابی این زیرگروه‌ها می‌توان کیفیت محترم یک تارنما را مورد ارزیابی قرار
داد.

2-1-1. صحبت: صحبت و درستی اطلاعات موجود در یک تارنما، از موارد مهمی است که
در استفاده از آن باید ملاحظه گردد. از آنجا که اینترنت یک ابزار اولیه نجات و تبلیغات
است، هدف سیاست‌های افراط از قراردادان اطلاعات بر روی شبکه، تبلیغ کردن یا حمایت از
نقطه نظرات خاص است (عصره ۱۳۸۱). بنابراین در استفاده از یک تارنما می‌باید از صحبت
و درستی اطلاعات ارائه شده در آن اطلاعات حاصل کرد. زیرگروه صحبت با دو شاخه
سوگیری و بررسی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد که در ذیل توضیحات در مورد این دو
شاخه ارائه گردیده است.
2-1-1-1. سوگری: منظور از سوگری در این ساله، هر نوع انحراف از حقایق و یا ارائه هر نوع اطلاعات ناچیز است که باعث ایجاد خطا در دهشت کاربر (استفاده گنده از نتایج) گردید. در مورد تارنماهای وب، با مطالعه اطلاعات آن و پیدا کردن گونه‌ای اهداف آنها، باید بررسی گردد که آیا اطلاعات موجود در تارنما نشان دهنده حقيقة هستند با اینکه پیدا گردن مقاس تجاری، سیاسی، عقیدتی، فرهنگی داشته‌اند؟ (Kirk 1996).


2-1-2: اعتبار: تعداد منابع قابل دسترس از طریق اینترنت بیشتر است. شرکت‌ها، سازمان‌ها و مؤسسات آموزشی انجمن‌ها و حتی افراد عادی می‌توانند به عنوان تولیدکننده اطلاعات مطرح باشند. از اینجاست که هیچ‌گونه کنترل کیفی در مورد اطلاعاتی که در دسترس قرار می‌گیرد وجود ندارد. تعبیر اعتبار منابع بازبینی شده از اهمیت قابل توجهی برخوردار است. کولینز (1996) اظهار می‌دارد: تخمین اولیت این است که منبع معتبری روی شکف پیدا کنید» (به نقل از عصره 1381). مجموع شاخص‌های چون پیوندها، پیداکار، دامنه، قانون حاکم موثر، خدمت‌دهنده و زمان ایجاد تارنما زیر حروف اعتبار را تشكیل می‌دهد که با ارزش‌های بک این شاخص‌ها در یک تارنما می‌توان اعتبار آن را سوگری ارزیابی قرار داد. در زیر توضیحاتی در مورد این شاخص‌ها ارائه گردیده است.

2-1-2.1 پیوندها: در این قسمت دو شاخص مطرح گردیده است:

- کمیت پیوندها
- کیفیت پیوندها

منظور از کمیت پیوندها، تعداد تارنما است که به این تارنما پیوند خورده‌اند. تعداد بیشتر تارنماهای پیوند‌خورده می‌تواند دلیل بر اعتبار پیشتری آن تارنما باشد. برای این کار در یک موتور کاوشگر مانند گوگل بعد از نمایش «LINK:» تارنما مورد بررسی را نوشت و عمل جستجو را انجام می‌دهیم. به این ترتیب تعداد تارنماهایی که به آن پیوند خورده‌اند، مشخص می‌شود.
مزگان بینشی، میبایشی جهت ارزیابی تارنما (سايت) بهبودی و (محتناو و کارایی) ۱۳۱

افزون بر آن، خود تارنماهاي بی‌بنده‌ی داره به تارنماي مورد بررسی نيز، فهرست مي‌شوند که
در زيبر کدام ادريس ایبتسمتي آن نيز ارتاگردیده است. با توجه به دامنه این تارنماها
می‌توان اعتبار آن را ارزیابی کرد (کوک 2007: ۲۰۰۹).
(Barker 2007)

2-1-2-2 یبدی‌آور: منظور از یبدی‌آور، شخص با سازمانی است که مسئولیت
پیدا‌آوردن تارنما را با عهده‌دارد که ممكن است شخص خود به سازمان وابسته باشد.
Harvey 2007)

2-1-2-1-1 مشخص بودن یبدی‌آور: شخص یا سازمان ایجادکننده بايد مشخص بوده
توظیحاتی در مورد وی ارائه شده باشد. تارنمایی که پیدا‌آورنده آن مشخص نباشد
نمي‌توان تارنماي معتبری باشد.

2-1-2-2-2-2 وجود اطلاعات در مورد یبدی‌آور: منظور از این مطلب، وجود امکانات
برقراری نماي از قبیل آدرس، شماره تلفن، دورنما و آدرس پستالکترونیکي است (بابده
توجه داشته كه ارائه آدرس پستالکترونیکي به نهایي نمي‌توان قابل اعتماد باشد). وجود
این‌گونه اطلاعات، اين امکان را در اختیار استفاده‌كنندهگار قرار مي‌دهد تا برای رفع
مشکلات، ارائه پيشنهادات و اهداف‌‌گذاري خود با پیدا‌آورنگان نام برقرار کند و همین
مسئله با افتراض اعتبار مي‌گردد.

2-1-2-2-2-3 مشخص بودن وابستگي یبدی‌آور: مشخص بودن وابستگي یبدی‌آور نيز
در تارنما مهم است، زيرا مشخص مي‌نماید كه پیدا‌آور به چه سازمان يا مؤسسهاي وابسته
است و اين مسئله به تعیین اعتبار تارنما کمک مي‌نماید.

2-1-2-2-2-4 اشهار نويسي‌دانسازمان‌: در اين قسمت بررسی مي‌گردد كه آيا
اعتبارنامه‌ها سوقيق و يا تأثیفت‌پذير یبدی‌آور مشخص شده است یا خير. پديبي این
مواد در تعیین اعتبار تارنما بسياور مؤثر خواهد بود.

مجمع اطلاعات مربوط به یبدی‌آور را مي‌توان از قسمت‌هایي مانند دربازه ماى،
فلسفه، پيشنيه، هرکوبیان، اساس با ماى و يا از طریق پيوندهاي ايجاد شده به
تارنماي شخصي یبدی‌آورنگان به دست آورد.
2-1-2-2. دانه‌نامه: طبق مطالعات انجام شده، نام‌هایی که دارای یکی از دانه‌های «ac» یا «edu»، «gov» دارای یکی از دانه‌های دورانی و نام‌هایی که دارای دانه «ac» یا «edu» دارای دانه‌های همگامی، آمریکایی و ژاپنی هستند. در مورد اینکه کدام یک از این دو نوع دانه نشانگر اعتبار بیشتر هستند، اختلاف نظر وجود دارد. در برخی از دانه‌های نام‌گذار نام‌های دیگر گزارش‌هایی می‌کردند. اما در مجموع، در نوشته‌های مختلف از اعتبار نسبی نام‌های دارای این دو نوع دانه نسبت به نام‌های دیگر بسیار هستند. این مسئله در اینجا به مرحله‌ای خصوصی با نام‌های دیگر نام‌های دیگر و نام‌های دیگر را گزارش کرده است. 

در نوشته‌های، نام‌های دیگری که دارای اطلاعات متغیری هستند، اما با وجودی که هر یک از این دانه‌های متفاوت نیست، در برخی موارد شرکت‌های تجاری و افراد نیز می‌توانند نام‌هایی که به نام «org» دارند. البته این بدان معنی نیست که نام‌هایی که دارای چنین دانه‌هایی به اجرای فاقد اعتباری سوگند نمی‌شود. 

(Harvey ۲۰۰۷، Barker ۲۰۰۷)
کرده. منظور از کوتاه‌سازی این امر، که در صورت طولایی بودن نشانی ای‌م‌لی، می‌توان از انتهای نشانی تا زمان رشدی به نظر می‌رسد. این کار را می‌توان تا زمان رشدی به این‌گونه مورد توجه قرار می‌دهد: این کار را داده‌های اطلاعات مورد نظر در مورد خدمت درجه که در هر مرحله از کوتاه‌سازی نشانی ای‌م‌لی، آخرین جهان مانده و جفت نشانی‌گردد (METRAC ۲۰۰۱، Jenkins ۲۰۰۳، Barker ۲۰۰۷).

۲-۱-۱-۱-۲-۲-۲-۲-۲

روزآمد بودن روزآمدم‌های اطلاعات طولانی‌مانند است‌های غیرمهم‌سنجانده ایده‌آلی به حساب می‌آید. در این نظریه، اطلاعاتی که ممکن است جهت پرسیدن مستند مسئول به‌شماره باشد، می‌تواند قابل توجه باشد. هرچه در مرز روزآمدی اطلاعات این است که به‌هیچ‌کننده انتباه با برخی منابع اطلاعاتی مانند، و برخی زمینه‌های موضوعی ممکن است بشرت باشد. (کوکی ۱۳۸۲). به‌طور کلی، شاخه اطلاعاتی که در آن مواردی همچون روزآمد بودن‌ها، تاریخ‌های روزآمدم‌های باره، زمان‌های بودن، مشخصی و روزآمد بودن داده‌های جدول‌ها و نمو‌ها مورد رزمندی قرار می‌گیرد که در ادامه توضیحات درباره آنها ارائه شده است (Everhart ۱۹۹۸، METRAC ۲۰۰۱، Jenkins ۲۰۰۳، Weeks ۲۰۰۳، Smith ۲۰۰۵، Barker ۲۰۰۵، Beck ۱۹۹۹).

۲-۱-۱-۱-۱-۲-۲-۲-۲-۲

روزآمد بودن بی‌پروازا در این سم‌میانه بودن بی‌پروازا در صفحه خانگی گر. مورد توجه است. در میانابنده بودن، تعداد بودن‌ها به‌نگارش کاربردی ندارد و مورد اساسی رعایت بودن بی‌پروازا به‌مانند. بی‌پروازا در طراحی‌سازی و با پایگاه‌های الکترونیکی نقش بل ارتباطی را بازی می‌کنند. هرچه بی‌پروازا روزآمدتر باشد.
نشان‌دهنده کیفیت بالاتر تاریم‌های مورد ارزیابی هستند. چراکه به تاریماها و منابعی
پیوند می‌خورند که خود آنها نیز روزآمد بوده و با استانداردهای بانگویی شدهاند.

2-1-3-1-2. تاریخ آرخیوی روزآمد‌سازی: ذکر تاریخ آخرین روزآمدسازی نیز
به‌سیار مهم است، زیرا دلایل بر این دارد که تاریم در چه زمانی بازبینی شده و آیا مطالب آن
روزآمد می‌باشد یا خیر (این امکان وجود دارد که بازدیدکنندگان، به جدیدترین تاریم‌ها نیاز
داشته باشند).

2-1-3-1-2. باره زمانی روزآمد شدن: این مورد از آن جهت اهمیت دارد که
بازدیدکننده بدانند که تاریم در چه زمانی روزآمد شده و دردسراباین در همان
زمانهای روزآمد شدن اقدام به مراجعه مجدد به آن نمایند.

2-1-3-1-2. مشخص و روزآمد بودن داده‌های جدول‌ها و نمودارها: در مورد
تاریم‌هایی که به نوعی داده‌های اماری و جدول و نمودار دارند مسئله مهم است که
نخست، داده‌ها به درستی مشخص شده باشند و دوم، تاریخ آنها اراز شده باشد. نا کاربر
بودن که داده‌های مربوط به چه زمانی، از طریق این جدول‌ها، در اختیار آن قرار گرفته است.

2-1-3-1-2. کیفیت نوشته: کیفیت نوشتنی مناسب در یک تاریم، می‌تواند به محتوای آن
را به راحتی و روشنی به کاربر انتقال دهد. کیفیت نوشتنی با یک گونه‌ای باشد که اعتماد
کاربر را به محتوای تاریم جلب کرده و وی را در استفاده از آن تصمیم نماید.

در ارزیابی تاریم از نظر کیفیت نوشته، دو مسئله با اهمیت مورد توجه قرار می‌گیرد:

2-1-3-1-2. نخست اینکه، نوشته‌های تاریم خالی از غلط‌های املایی، دستوراتی و

2-1-3-1-2. دوم اینکه، سبک نوشتنی با واسطگان مخاطبان تناسب داشته باشد
(Mandernack 2004)

2-2. کارایی

معیار کارایی به‌طور کلی سه‌تای استفاده و برقراری ارتباط با یک خدمت را شرح می‌دهد
(عصره 1381). در معيار کارایی بزرگ‌راه‌های کاربری‌سازی، قابلیت جستجو و قابلیت مرور
مطروح هستند.
مزگان یادگیری، معیارهای جهت ارزیابی تارنما(سایت) های وب (محترم و کارایی) ۱۲۵

۲-۱-۲. کاربرپرسندی: کاربرپرسندی به این معنی است که کاربر به راحتی با سهولت با تارنما کار کند و از استفاده خود رضایت کافی را داشته باشد. در زیرگروه کاربرپرسندی شاخص‌های همچون فهرست کمک‌ها، قابل مشاهده و در دسترس بودن پیوندهای ورودی، خوانش‌های فهرست فهرست کمک‌ها، ربط تصور با محتوای نتایج تهیه‌سازی و مشکل بحل می‌شاند تبدیلات از متن اصلی و مرده بودن پیوندها مطرح هستند.

۲-۲-۱-۲. فهرست کمک: هر تارنما دارای امکانات و عملکردیهای متغیرانی است و برای اینکه این موارد کاربران را دچار مشکل ننماید، از فهرست کمک استفاده می‌شود. بدین ترتیب کاربر، داشت استفاده از تارنما را به راحتی کسب می‌کند. بنابراین، توجه به این مورد و به کارگری به سیستم‌های دارد زیرا که کاربر، بلافاصله پس از هر مشکلی در مرحله از کار - به فهرست کمک مراجعه کرده و مشکل خود را حل می‌نماید (بیمین فروروز).

Smith ۲۰۰۵:۱۳۸۲

۲-۲-۱-۲. قابل مشاهده و در دسترس بودن پیوندها: این شاخص به کاربر پایان می‌رساند تا به راحتی از پیوندها استفاده نماید.

۲-۲-۱-۳. خوانش‌هایی: شاخص‌های مربوط به خوانش‌هایی استفاده از تمایز عوان‌هایی در سایر شکل‌ها متین استفاده از خروج برگ و کوچک با هم در متین، امکان ایجاد تغییر در ارادة خروج متین، عدم وجود پس زمینه شلوج، نبیت متین (محترک نبودن متین اصلی) و شلوج کردن متین موجود در تارنما، که هر یک به تبادل خود در کاربرپرسندی و راحتی استفاده کننده مؤثرند. رعایت این موارد بسی می‌شود چنین کاربری دچار خستگی و ناراحتی نکردد (Chirchill ۲۰۰۴:۱۳۸۲)

۲-۲-۱-۴. فهرست عکس‌ها: منظر از فهرست عکس‌ها هر نوع سابهایی است که در تارنما وجود دارد، اعم از فهرست مدل‌های با محتوایی موثر به ۹۰ درصد انتخاب صورت می‌گیرد. هنگامی که قابل ذکر در مورد فهرست عکس‌ها این است که گاهی دسته‌بندی موضوعی مناسب دارد و همچنین اینکه گاهی این رابطه دارد، بدین معنی که در تبادل، نیاز به راه‌حل ملایم‌تری از نظر تیپ جزئی به (Bakeon ۲۰۰۴:۱۳۸۲)
2-2-1-5. ربط تصاویر با محتوای تارنما: این مورد از دو جنبه مطرح می‌شود (ییمن‌های فیروز ۱۹۸۸.

۲-۲-۱-۵.۱. تصاویر به درک بهتر محتوا کمک کنند و در نوع مکمل متن باشد و از اساس به مطالب تارنما ربط داشته باشد. اگر تصویر بیان کننده مفاهیم مربوط باشد، به کاهش خستگی کاربر در استفاده از تارنما کمک می‌کند و از طریق افرادش تبوع، به جذب بیشتر کاربران پایی می‌رساند.

۲-۲-۱-۵.۲. ۲-۲-۱-۵.۳. اما از طرفی چون تصاویر ممکن است موجب کندی در بارگذاری صفحات شوند بنابراین نباید در استفاده از آنها افراط شود و یا تماشای تصاویری در تارنما قرار داده شوند که به دلیل حجم سنگینی باعث کند شدن بارگذاری تارنما شود.

۲-۲-۱-۶. تناسب رنگ پس زمینه و متن: این مسئله در کمک به کاربران جهت راحتی استفاده از تارنما پیلی می‌باشد. انتخاب رنگ‌های متناسب با متن و استفاده‌نکردن از پس‌زمینه‌های تاریک یا بسیار روشن (رنده‌شنم) در طراحی تارنما بهتر است. کمیته می‌شود که باید بین پس‌زمینه و متن، تفاوت ۳۰٪ بالایی وجود داشته باشد و بهترین حالت متن سیاه بر روی پس‌زمینه سفید است.

۲-۲-۱-۶.۱. تغییر تبلیغات از متن اصلی: در بسیاری موارد، به‌خیال از تارنما واب به تبلیغات اختصاصی می‌پردازد. حال باید دید که آیا در تارنما محتوی جدایگان برای تبلیغات در نظر گرفته شده است که کاربر موثره‌اند آن شود با اینکه تبلیغات به همراه متن و بدون هیچ گونه تماش و جداسازی ارائه گردد. (کوک ۲۰۰۱).

۲-۲-۱-۶.۲. تغییر تبلیغات از متن اصلی: در بسیاری موارد، به‌خیال از تارنما واب به تبلیغات اختصاصی می‌پردازد. حال باید دید که آیا در تارنما محتوی جدایگان برای تبلیغات در نظر گرفته شده است که کاربر موثره‌اند آن شود با اینکه تبلیغات به همراه متن و بدون هیچ گونه تماش و جداسازی ارائه گردد. (کوک ۲۰۰۱).

۲-۲-۱-۶.۳. همین‌طور بهبود بیان‌ها: این مسئله بدین معنی است که بیان‌ها باید کور باشند و کاربر را به صححی که اطلاعاتی در آن نیست. همچنین بیان‌ها نباید باز شوند و یا فرد را به صححی غلط ارجاع دهد (بیبکر ۱۹۹۷، Beck ۲۰۰۷).

۲-۲-۱-۷. قابلیت جستجو: قابلیت جستجو به این معنی است که امکانات جستجو در تارنما به‌طور قابلیت فراهم شده باشد تا سرعت هرچه بیشتر انجام جستجو را برای کاربر فراهم آورد. در مورد زیرگروه قابلیت جستجو شاخص‌های زیر مطرح می‌شدند: (کوک ۲۰۰۱.

(Everhart ۱۹۹۸, Smith ۲۰۰۵.)
مرکزی بینش: معیارهای جهت ارزیابی تارنما (سایت) های وب (محتوا و کارایی)


2-2-2-2-2-2 ساختار محتویاتی: تعیین مطلب در فهرست مطالب تارنما، به‌معنی راحتی و امکان کاربرد به‌طور کامل در تارنما، شناخته می‌شود. به‌نظر می‌رسد که این عوامل کاربردی با تکنیک‌های سه‌بعدی و تکنیک‌های سه‌بعدی باهش، به‌عنوان یکی از بهترین راه‌هایی است که به‌طور کامل مواردی که ممکن است مطابق با استفاده از راه‌حل‌های متعدد برای این کاربرد استفاده شود.

2-2-2-2-2-2-2 تارنما باید از هر یک از صفحات به‌صفحه اصلی: این مطلب در راحتی کاربر و کارایی تارنما مهم است. به‌طوری که کاربر به‌طور دستی مطالب تارنما به‌طور کامل و با درخواست مطالب تارنما به‌طور کامل راحتی کاربر و کارایی تارنما مهم است. به‌طوری که کاربر به‌طور دستی مطالب تارنما به‌طور کامل و با درخواست مطالب تارنما به‌طور کامل

2-2-2-2-2-3 آمکان پاژش‌هایی از مطالب با فهرست صفحه اصلی: این مطلب در راحتی کاربر و کارایی تارنما مهم است. به‌طوری که کاربر به‌طور دستی مطالب تارنما به‌طور کامل و با درخواست مطالب تارنما به‌طور کامل

2-2-2-2-2-3-2 می‌تواند داشته باشد که راه‌هایی است که به‌طور کامل و با درخواست مطالب تارنما به‌طور کامل

2-2-2-2-2-3-3-1 ساختار صفحه خانگی: تعیین مطلب در صفحه اصلی، صفحه اصلی، صفحه و صفحه اصلی (صفحه خانگی) تارنما هدایت نماید.
۲-۲-۲ نشست تارنما: نشست تارنما در درک کاربر از شمار کلی تارنما بسیار سودمند است. گاهی نتهایی بارزترین نشست تارنما در زمانی بیارگونه به کاربر کمک می‌نماید تا از محتویات کلی مطلع شده و به راحتی تشخیص دهد که به کدام قسمت این محتویات نماید. در شکل ۱ قسمتی از نشست تارنما دانشگاه شیراز نماش داده شده است. به منظور مشاهده نشست کامل تارنما دانشگاه شیراز میتوان به آدرس اینترنتی این دانشگاه اُر ۲۸ مراجعه کرد.

شکل ۱ نشست تارنما دانشگاه شیراز

۲-۲-۳ حرکت در درون صفحات تارنما: آیا گزینه‌های مانند بالا ۴۰ و پاگشته به بالا ۴۱، بالا ۴۲، یکی ۴۳، بعدی ۴۴ و غیره برای حرکت در درون صفحات تارنما وجود دارد یا خیر؟

۳. نتیجه‌گیری

ماهیت اینترنت به‌گونه‌ای است که هر فردی می‌تواند به عنوان تولیدکننده اطلاعات عمل کند و اطلاعات خود را در محیط وب قرار دهد. این اشتراک منابع و اطلاعات، مشابه از
تعابیر اجتماعی در مقایسه و سیاست ارتباطات شخصی و حرفه‌ای را در سرتاسر جهان امکان‌پذیر ساخته است. اما از سوی دیگر ماهیت غیرقابل قابلیت اینترنت سبب شده است تا اطلاعات صحیح و قابل اعتماد با اطلاعات دقیق و با افزایش ارتباط و فاقد ارزش، به خصوص برای کسانی که در موضوع مورد نظر متخصص نیستند، قابل درک نیست. از انجایی که هنگامی یا مؤسسات مسئولانی اینترنت را برای ندادن به عیان نظر می‌رسد که حتی در آینده و نزدیک نیز امکانات هرگونه گسترش قابلیت جهانی فراهم گردد.

بنابراین اعضا جامعه اینترنت باید خود را به‌عنوان استفاده‌گرده‌گان دارای مهارت نقده و ارزیابی منابع و اطلاعات ازیبایی شده مطرح نمایند. برای دستیابی به چنین مقصودی، لازم است هر فرد معاونت‌های در اختیار داشته باشد تا آن طریق به‌عنوان ازدیابی شخصی شده و انتخاب مناسب‌ترین آنها اقدام نماید. در این مقاله نالش شده است تا با مطالعه مقالات و سیاست‌های وارسی مختلط در زمینه ارزیابی ارتباط‌های وب‌سایت‌های ارزیابی ارزیابی می‌تواند در کاربران می‌تواند انرژی راه‌اندازی ارزیابی ارزیابی که در تحقيقات و گردید که گیرنده در پایان این نکته قابل ذکر است که با توجه به اینکه ناکام می‌باشد است. استانداردی جهت ارزیابی ارتباط‌های وب تهیه شده است، لازم است تا با لاتش پژوهشگران مختلف در سرتاسر جهان، معاونت‌های استاندارد و جهانی جهت ارزیابی آنها ارائه گردید تا استفاده از این رسانه جهانی به صورت هرچه کارآمدتر و مؤثرتر صورت پذیرد.

4. منابع
1. بری، کلاس ۹۹، راهبرد طراحی مالکیت محتوای در اینترنت. ترجمه محمد هادی سعیدی ۱۳۸۱، پژوهش محور در اسلسی (۴۳۵–۴۵۵). ۵۵–۷۲.
2. عمار، فرهید ۱۳۸۱، منابع ارزیابی ارتباطی اینترنت، پژوهش محور (۶۲–۶۳).
3. کوک، الیسون ۲۰۰۱، راهنمای یافتن اطلاعات با کیفیت در اینترنت: راهبردهای گرفتگی و ارتباطی، ترجمه مهدی خادمی ۱۳۸۲، پژوهش محور در اسلسی، مشه‌ردی، مشه‌ردی: انتشارات کتابخانه راهبردی.


<table>
<thead>
<tr>
<th>Everhart</th>
<th>Barker</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Beck</td>
<td>Jenkins</td>
</tr>
<tr>
<td>Weeks</td>
<td>Scope</td>
</tr>
<tr>
<td>Graphic and Multimedia Design</td>
<td>Purpose</td>
</tr>
<tr>
<td>Cost</td>
<td>Accuracy</td>
</tr>
<tr>
<td>Authority</td>
<td>Currency</td>
</tr>
<tr>
<td>Quality of Writing</td>
<td>User Friendliness</td>
</tr>
<tr>
<td>Searchability</td>
<td>Browsability</td>
</tr>
<tr>
<td>Bias</td>
<td>Editor</td>
</tr>
<tr>
<td>Links</td>
<td>Domain</td>
</tr>
<tr>
<td>Copyright</td>
<td>Server</td>
</tr>
<tr>
<td>Affiliation</td>
<td>About us</td>
</tr>
<tr>
<td>Philosophy</td>
<td>Background</td>
</tr>
<tr>
<td>Biography</td>
<td>Contact us</td>
</tr>
<tr>
<td>URL</td>
<td>Truncation</td>
</tr>
</tbody>
</table>
مزئین بنیان معيارهای جهت ارزیابی تارنما(سایت)های وب (محتوا و کارایی)

۳۶ - Home page
۳۷ - Help
۳۸ - Readability
۳۹ - Menu
۴۰ - Dead Links
۴۱ - Drop-Down Menu

Rules for good menu design

۴۲ - لازم به ذکر است که در متن حاضر از فصل اول این کتاب با عنوان استفاده گردیده است.

۴۳ - Contrast
۴۴ - The Page Cannot Be Displayed
۴۵ - Search
۴۶ - Search Box
۴۷ - Back
۴۸ - http://www.shirazu.ac.ir
۴۹ - Top
۵۰ - Back to Top
۵۱ - Previous
۵۲ - Next

پست الکترونیکی: m_bi2002@yahoo.com