

دکتر جعفر مهاد<sup>۱</sup>  
عباس گیلوری<sup>۲</sup>

## مجلات الکترونیکی فارسی و ابربرچسبها\* بررسی میزان استفاده از ابربرچسبها در طراحی مجلات الکترونیکی فارسی

### چکیده:

استفاده از ابربرچسبها یکی از راهکارهای مهم برای معرفی محتوای اطلاعاتی مجلات الکترونیکی برای موتورهای کاوش وبی و در نتیجه ایجاد قابلیت جست و جوی این مجلات و گامی در راستای استانداردسازی آنها است. از این رو، در این تحقیق میزان استفاده از ابربرچسبها در مجلات الکترونیکی فارسی مورد بررسی قرار گرفته است. ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی جامعه پژوهش این تحقیق را شکل دادهاند. برای بررسی میزان استفاده از ابربرچسبها در این مجلات، از روش پیمایش توصیفی استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان داد که میزان استفاده از ابربرچسبها در مجلات الکترونیکی فارسی برابر با ۲۶/۹ درصد است. مجلات الکترونیکی فارسی که نام دامنه آنها شبکه (net) بوده است، با ۲۰/۸۳ درصد، بیشترین میزان استفاده از ابربرچسبها را به خود اختصاص دادهاند.

**کلیدواژه‌ها:** مجلات الکترونیکی فارسی، ابربرچسبها، وب، موتورهای کاوش.

### مقدمه:

از قرن هفدهم به بعد، حجم مقالات منتشره در مجلات علمی رشدی تصاعدی یافت. برای انتشار چنین حجم عظیمی از مقالات، بر تعداد مجلات علمی نیز افزوده شد. رشد فزاینده انتشارات مشکلاتی را برای کتابداران شاغل در موسسات تحقیقاتی ایجاد کرد: یعنی آنها دیگر نمی توانستند همه منابع مورد نیاز خود را فراهم آورده و به آنها دسترسی داشته باشند (هالیدی<sup>۳</sup>، ۲۰۰۱).

ایده انتشار نشریات الکترونیکی، از جمله مجلات الکترونیکی، از سالها پیش در سطح بین المللی مطرح شده است. در دهه ۱۹۸۰، انجام طرح های تحقیقاتی از جمله طرح "سیستم مبادله

<sup>۱</sup> - استاد دانشگاه شیراز dean@srlst.com

<sup>۲</sup> - دانشجوی دکتری کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه شیراز

<sup>۳</sup> برگرفته از: عباس گیلوری. "طرح تدوین استاندارد مجلات الکترونیکی فارسی". به راهنمایی دکتر جعفر مهاد. بخشی از پایان نامه دکتری کتابداری و اطلاع رسانی، دانشگاه شیراز، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، بخش کتابداری. ۱۳۸۳.

اطلاعات الکترونیکی" و طرح "شبکه الکترونیکی بیرمنگام و لافبرو"<sup>۱</sup> نشان دادند که از نظر فنی می‌توان همه مراحل تولید نشریات الکترونیکی (مثل تحویل مقاله، داوری، ویرایش و توزیع) را بر روی شبکه‌های رایانه‌ای انجام داد (دی، ۲۰۰۳). در اینجا اولین گام‌ها برای انتشار مجلات الکترونیکی برداشته شد.

با ابداع اینترنت، به‌ویژه وب، روند انتشار اطلاعات در قالب الکترونیکی رشدی تصاعدی یافته است. بر طبق آمار گروه Cyveillance، تا نیمه دوم سال ۲۰۰۰ میلادی بیش از ۲/۱ میلیارد صفحه اطلاعات بر روی وب موجود بوده و نرخ رشد انفجاری صفحات وب ۷ میلیون صفحه در روز بوده است (Pasore, ۲۰۰۰). امروزه موتور کاوشی مثل گوگل ادعا می‌کند که تا تاریخ چهارم فوریه ۲۰۰۵ بالغ بر ۸,۰۵۸,۰۴۴,۶۵۱ صفحه وبی را نمایه کرده است (Google, ۲۰۰۵). از آنجا که مجلات علمی، به‌ویژه مجلات الکترونیکی، یکی از ابزارهای مهم برای دستیابی سریع کاربران نهایی و محققین به طرح‌ها و پژوهش‌های انجام‌یافته است، دستیابی پژوهشگران به مطالب و اطلاعات منتشرشده در این نوع از مجلات اهمیت فراوانی دارد. استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات مجلات الکترونیکی یکی از روش‌هایی است که می‌تواند در شناسایی مجلات الکترونیکی و در نتیجه نمایه‌شدن مطالب و مقالات آنها در موتورهای کاوش و در نتیجه بازیابی آنها نقش به‌سزایی داشته باشد.

عمده جستجوی اطلاعات در اینترنت، به‌ویژه وب، از طریق موتورهای کاوش انجام می‌گیرد. صرف‌نظر از روش‌های مختلفی که موتورهای کاوش برای رتبه‌بندی و ارائه نتایج حاصل از جستجو در رابط کاربر<sup>۲</sup> خود به کار می‌گیرند، اغلب دارای بخشی به نام خزنده<sup>۳</sup> هستند که با جستجوی منظم و زمان‌مند در سایت‌های رایانه‌ای، اطلاعات را گردآوری و نمایه می‌کنند. استفاده از ابربرچسب‌ها در هنگام طراحی صفحات وبی مجلات الکترونیکی باعث تسریع شناسایی مجلات از سوی موتورهای کاوش و نمایه صحیح و مناسب مقالات آنها در این ابزارها خواهد شد.

باعنایت به اهمیت مجلات الکترونیکی، انتشار این مجلات به زبان فارسی نیز در حال افزایش است. استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی مجلات الکترونیکی فارسی می‌تواند نمایه‌شدن آنها در نمایه‌های موتورهای کاوش را تسهیل نموده و نیز باعث تسهیل دسترسی به مقالات منتشر شده در این مجلات از طریق جستجو در اینترنت شود. از آنجا که تاکنون تحقیقی در زمینه استفاده از

1 . Birmingham and Loughborough Electronic Network Distribution (BLEND)

2 . User interface

3 . Crawler

ابربرچسبها در مجلات الکترونیکی فارسی انجام نشده است تا نشان دهد که تا چه اندازه در طراحی صفحات این مجلات از ابربرچسبها استفاده شده و میزان استفاده از هر ابربرچسب چقدر است، این تحقیق بر آن است تا میزان استفاده از ابربرچسبها در طراحی صفحات مجلات الکترونیکی منتشرشده به زبان فارسی را مورد ارزیابی قرار داده و میزان استفاده از ابربرچسبها، انواع ابربرچسبهای مورد استفاده و ابربرچسبهای پر استفاده و کم استفاده را مشخص نماید.

### پیشینه تحقیق در ایران

در زمینه بررسی میزان استفاده از ابربرچسبها در مجلات الکترونیکی فارسی هیچ تحقیق مستقلی وجود ندارد اما می توان به چند تحقیق که در زمینه استفاده از این برچسبها در طراحی صفحات وب فارسی است اشاره کرد.

حاجی زین العابدینی (۱۳۸۱) در بخشی از پایان نامه کارشناسی ارشد خود به اختصار درباره میزان کاربرد ابربرچسبها در صفحات وب فارسی بحث کرده است. هرچند در این پژوهش تمایز دقیقی بین ابربرچسب و ابر داده وجود ندارد اما نتایج حاصل از پژوهش مبین این نکته هستند که ابربرچسبها در طراحی صفحات وب به خوبی مورد استفاده قرار نگرفته اند.

بهمن آبادی (۱۳۸۲) در تحقیقی که بر روی ۵۸۴ سایت وب فارسی انجام داد، میزان استفاده و انواع ابربرچسبهای مورد استفاده در این سایتها را بررسی نمود. تعیین پُر کاربردترین ابربرچسبها و نیز شیوه توزیع آنها بر اساس نام دامنه، از جمله اهداف این پژوهش بوده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان داد که بیش از ۹۰ درصد از سایتهای مورد بررسی حداقل از یکی از انواع ابربرچسبها استفاده کرده اند. سایتهای تجاری با فراوانی ۲۴ درصد بیشترین میزان و سایتهای دولتی با یک درصد کمترین میزان استفاده از ابربرچسبها را به خود اختصاص داده اند.

### پیشینه تحقیق در خارج

با بررسی در پایگاههای اطلاعاتی، ISA، LISA، Dissertation Abstracts، Web of Science، ERIC، اینترنت و بسیاری از نشانیهای اینترنتی مراکز پژوهشی دیگر، هیچ تحقیق مستقل و مشابه در زمینه میزان استفاده از ابربرچسبها در مجلات الکترونیکی یافت نشد. اما از آنجا که مجلات

الکترونیکی نیز از صفحات وبی تشکیل می‌شوند، به مجموعه‌ای از تحقیقات مرتبط در زمینه استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وب و سایت‌ها که می‌تواند در انجام این پژوهش موثر باشد اشاره می‌شود.

ترنر و براک‌بیل (۱۹۹۸) در تحقیقی بر روی ابربرچسب‌ها، استفاده از آنها را برای افزایش بازیابی مدارک در وب از طریق موتورهای کاوش مورد بررسی قرار دادند. در این بررسی ۲۰ مدرک وبی از ۵ حوزه موضوعی (صنعت کشاورزی، دامداری، طیور، سبزیجات و پنبه) - چهار صفحه برای هر حوزه موضوعی - ایجاد شد. در چهار صفحه ایجاد شده برای هر حوزه موضوعی، در یکی از مدارک هیچ ابربرچسبی استفاده نشد، در دومی ابربرچسب «توصیف»، در سومی ابربرچسب «کلیدواژه» و در آخری از هر دو ابربرچسب «کلیدواژه» و «توصیفگر» استفاده شد. برای بازیابی این مدارک، اصطلاحات مشترک آنها و نیز کلیدواژه‌های موجود در ابربرچسب‌ها، در موتورهای کاوش آلتاویستا<sup>۱</sup> و ایفوسیک<sup>۲</sup> وارد شدند. تجزیه و تحلیل نتایج جستجو نشان داد که استفاده از ابربرچسب «کلیدواژه» میزان بازیابی را افزایش می‌دهد درحالی که استفاده از ابربرچسب «توصیفگر» به‌تنهایی باعث افزایش نتایج حاصل از بازیابی نمی‌شود. در پایان این تحقیق نتیجه‌گیری شده است که برای افزایش احتمال بازیابی مدارک، نویسندگان صفحات وب باید از ابربرچسب «کلیدواژه» در طراحی آنها استفاده کنند.

کارول (۱۹۹۸) در بخشی از تحقیق خود درباره افزایش نقش کتابداران به‌عنوان میانجی‌های انسانی در سازماندهی و بازیابی منابع در اینترنت، استفاده از ابربرچسب‌ها را بررسی کرده است. کارول پس از بررسی افزایش اهمیت ابرداده‌ها و مقایسه قالب ابرداده ای مارک با سیستم‌های مشابه ابرداده‌ای، به استفاده از ابربرچسب‌ها در ساختار زبان اچ تی ام ال اشاره می‌کند و توضیح می‌دهد که چگونه موتورهای جستجوی وبی از ابربرچسب‌ها برای بازیابی اطلاعات بهره می‌گیرند. لارسن (۱۹۹۸) در تحقیقی که بر روی شیوه‌های بازیابی صفحات وب در موتورهای کاوش وبی انجام داد، روش‌های طراحی صفحات وب، طوری که باعث افزایش بازیابی آنها از طریق استفاده از این موتورها شود را مورد بررسی قرار داد. او در این تحقیق نتیجه می‌گیرد که استفاده نشانی‌ت و نابجا از ابربرچسب‌ها، بازیابی مدارک نامرتبط (ریزش کاذب)<sup>۳</sup> در موتورهای کاوش را افزایش می‌دهد.

در نشریه کتابخانه الکترونیکی، تحقیقی از کروگر (۱۹۹۹) درباره شیوه استفاده از ابربرچسبها برای تسریع در بازیابی منابع وبی از طریق موتورهای جستجو چاپ شده است. هدف از انجام این تحقیق بررسی درباره روشهای کمک به کاربران از منابع اینترنتی در هنگام جستجو و بازیابی منابع وبی از طریق استفاده از صفحات وبی ساختار یافته عنوان شده است. کروگر نتیجه می گیرد که ایجاد شبکه ای از صفحات وبی تولید شده خودکار با استفاده از ابربرچسبهای مرتبط می تواند طبقه بندی موضوعی صفحات وبی از سوی موتورهای کاوش را تسهیل نماید.

در اوت ۱۹۹۹ کلارک (۱۹۹۹) تحقیقی را بر روی روشهای جستجو در موتورهای کاوش وبی انجام داد. مشکل اصلی آن بود که در موتورهای کاوشی که جستجو در آنها مستلزم ایجاد نمایه ها از طریق ابزارهای خزنده است، اولویت جستجو و نمایش صفحات بر بسامد تکرار واژه در صفحه قرار داشت. کلارک فنون دیگری از جمله استفاده بیشتر از ابربرچسبها برای طبقه بندی محتوای منابع درون خطی از طریق موتورهای جستجو را مورد بررسی قرار داده است.

رایدی (۲۰۰۰) درباره رابطه بین ابر داده<sup>۱</sup> و ابربرچسب و استفاده از ابربرچسبها در ابر داده ها برای سازماندهی و بازیابی بهتر منابع درون خطی تحقیق جامعی را انجام داده است. این محقق، استفاده از ابربرچسب «نویسنده» در ابر داده دوبلین کور و مقایسه آن با ابربرچسب مشابه در صفحات وبی دیگر را نیز مورد بررسی و ارزیابی قرار داده است.

در تحقیقی که کریون (۲۰۰۱) در اکتبر سال ۲۰۰۱ میلادی منتشر کرد، تعدادی از سایتها که در سال ۲۰۰۰ بررسی شده بودند را دوباره در سال ۲۰۰۱ از نظر استفاده از ابربرچسب «توصیف» مورد بررسی قرار داد. حاصل این پژوهش نشان داد که از ۷۰۷ صفحه بررسی شده در سال ۲۰۰۰ که همگی ابربرچسب «توصیف» را در خود داشته اند، در سال ۲۰۰۱ تعداد ۵۸۱ سایت همچنان این ابربرچسب را مورد استفاده قرار داده بودند. از ۱۲۳۰ صفحه ای که در سال ۲۰۰۰ فاقد این ابربرچسب بوده اند، در سال ۲۰۰۱ تعداد ۱۰۱ صفحه این ابربرچسب را در خود داشته اند. ضریب تغییر در استفاده از این ابربرچسب در "سراسر صفحه"<sup>۲</sup> های سایتها بیشتر از صفحات دیگر بوده است. میزان تغییر استفاده از این ابربرچسب در سراسر صفحه سایتها ۱۹ درصد و در سایر صفحات ۱۲ درصد بوده است.

کریون (۲۰۰۲) در مقاله ای پژوهشی با نام "توصیف بیرونی صفحات وب: ویژگی ها و ارتباطات آنها با عناصر صفحات وبی"، بر اهمیت ابربرچسبها در توصیف و ساختار بندی

موضوعی منابع وبی تاکید کرده است. در این طرح پژوهشی و به منظور مطالعه عبارت‌ها، ساختار نحوی و محتوایی موجود در توصیفات بیرونی، ۱۵ توصیف از صفحات وب مورد بررسی قرار گرفتند. در این تحقیق و در بررسی ۷ مجموعه توصیف از جامعه پژوهش، اهمیت ابربرچسب‌های "توصیفگر" و "کلیدواژه‌ها" مورد توجه قرار گرفتند. نتایج حاصل از تحقیق، نقش ابربرچسب‌ها در بازیابی اطلاعات را بسیار زیاد برآورد نموده است.

در تحقیق ناویک (۲۰۰۲)، سایت‌های متصل به "مرکز اطلاعات شبکه کشاورزی دانشگاه نبراسکا"<sup>۱</sup> از نظر استفاده از ابربرچسب‌ها مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داد که ابربرچسب «کلیدواژه» در ۲۳ درصد، و ابربرچسب "توصیف"<sup>۲</sup> در ۲۱ درصد از صفحات سایت‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. سایت‌هایی با نام دامنه com بیشتر از سایر نام دامنه‌ها، در طراحی صفحات خود ابربرچسب‌ها را مورد استفاده قرار داده بودند. مقایسه سایت‌ها براساس تاریخ تولید نشان داد که در سایت‌های طراحی شده جدیدتر، به نسبت سایت‌های طراحی شده قدیمی، میزان استفاده از ابربرچسب‌ها بیشتر است.

با بررسی پژوهش‌های انجام شده در زمینه استفاده از ابربرچسب‌ها، می‌توان نتیجه گرفت که: الف) در زمینه میزان استفاده، انواع و کاربرد ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی (چه فارسی و چه لاتین) تحقیق مستقلی صورت نگرفته است؛ ب) استفاده از ابربرچسب‌ها به‌ویژه ابربرچسب «Title» و «Key word»، باعث افزایش بازیابی اطلاعات موجود در صفحه وبی می‌گردد؛ ج) استفاده از ابربرچسب‌هایی مانند «Title» و «Key word» که از جمله ابربرچسب‌های مهم به‌شمار می‌آیند، بیش از سایر ابربرچسب‌ها بوده است.

## اهداف پژوهش

هدف از پژوهش حاضر آن است تا با بررسی صفحات طراحی شده مجلات الکترونیکی به زبان فارسی، میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در آنها را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد. همچنین تعیین انواع ابربرچسب‌های مورد استفاده و نیز مهم‌ترین آنها از دیگر اهداف این پژوهش خواهد بود.

## سوالات پژوهش

سوالات مطرح در این پژوهش عبارتند از:

۱. چه تعداد از مجلات الکترونیکی فارسی از ابربرچسب در طراحی صفحات خود استفاده کرده‌اند؟
۲. پُر استفاده‌ترین و کم‌استفاده‌ترین ابربرچسب‌ها در طراحی مجلات الکترونیکی فارسی کدام‌ها هستند؟
۳. فراوانی استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی براساس نام دامنه در چه وضعیتی قرار دارد؟
۴. میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی دولتی بیشتر است یا در مجلات الکترونیکی خصوصی؟
۵. میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در داخل کشور بیشتر است یا منتشر شده در خارج از کشور؟
۶. وضعیت استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی براساس دوره نشر (ماهنامه، فصلنامه و ...) آنها چگونه است؟
۷. آیا رده کلی موضوعی مجلات الکترونیکی در وضعیت استفاده از ابربرچسب‌ها تاثیری داشته‌اند یا خیر؟

## روش انجام پژوهش

از آنجا که در این پژوهش بر گردآوری، دسته‌بندی و مقایسه اطلاعات مربوط به استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی تکیه می‌شود، از روش پیمایشی، نوع کاربردی، برای انجام پژوهش استفاده خواهد شد.

## جامعه پژوهش

کل مجلات الکترونیکی علمی منتشر شده فارسی بر روی وب، جامعه پژوهشی این تحقیق را تشکیل می‌دهند. از آنجا که هیچ فهرستی (چه الکترونیکی و چه چاپی) از مجلات علمی الکترونیکی فارسی وجود ندارد، در نتیجه با جستجو در موتورهای کاوش مختلف براساس کلیدواژه‌هایی چون "نشریه"، "مجله"، "هفته‌نامه"، "ماهنامه"، "فصلنامه"، "مجله الکترونیکی" و ...، ردگیری نشانی برخی سایت‌ها، استفاده از بخش تبلیغات یا آگهی‌های برخی از سایت‌های

فارسی و نیز موتورهای جستجوی فارسی مثل گوگل<sup>۱</sup>، ایران‌هو، پارسیک و غیره تعداد ۴۵۸ نشانی به‌دست آمد. پس از بررسی هر یک از نشانی‌ها و حذف موارد قطع شده، به‌دلایل زیر بسیاری از نشانی‌ها از بررسی حذف شدند:

۱. نشانی‌هایی که علی‌رغم عنوان آنها که به‌نظر می‌رسید مجله الکترونیکی باشند اما پس از بررسی خبرنامه، سایت یا روزنامه بوده‌اند.
۲. بولتن‌های خبری سازمان‌هایی که صرفاً جنبه خبری داشته‌اند.
۳. نشانی‌هایی که صرفاً تبلیغ مجله چاپی بوده و جز معرفی مجله، اطلاعات دیگری را ارائه نداده‌اند.

به‌طور کلی در این تحقیق مواردی به‌عنوان مجله الکترونیکی فارسی مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند که: (۱) به زبان فارسی منتشر شده باشند؛ (۲) به‌صورت پی‌آیند و در دوره زمانی مشخص منتشر می‌شدند (یا لااقل در یک دوره زمانی منتشر شده و از انتشار بازمانده‌اند)؛ (۳) در قالب مجموعه‌ای از مقالات مستقل با نویسندگان مشخص منتشر شده‌اند. پس از بررسی هر یک از نشانی‌ها و حذف موارد پیش‌گفته تعداد ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی به‌دست آمد که جامعه پژوهش در این تحقیق را شکل می‌دهند.

### روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها

اطلاعات موردنیاز از طریق تهیه "سیاهه واری" گردآوری شدند. اطلاعات مربوط به ابربرچسب‌ها از فایل‌های source مربوط به صفحات اولیه مجلات الکترونیکی در مرورگر اینترنت اکسپلورر و صفحه اول مقالات آنها استخراج شدند. یعنی با کلیک سمت راست بر روی صفحات موردنظر، از فهرست نمایش داده‌شده، گزینه view source انتخاب شد. سپس از اطلاعاتی که در بالای صفحه و بین برچسب‌های <Head> و </Head> قرار داشتند، ابربرچسب‌ها استخراج و در سیاهه واری وارد شدند. لازم به یادآوری است که سیاهه مورد اشاره با مراجعه به منابع تخصصی مختلف و نیز تجربیات نگارندگان در حوزه ابربرچسب‌ها تهیه و تدوین شده است. ابتدا فهرستی از ابربرچسب‌های عمومی گردآوری و به‌صورت سیاهه واری تدوین شد. سپس، با مراجعه به تعدادی از مجلات الکترونیکی فارسی و نیز مجلات الکترونیکی لاتین و مشاهده فایل source آنها، سیاهه واری تکمیل و نهایی شده است. درنهایت، برای هر یک از مجلات الکترونیکی فارسی (جامعه پژوهش) یک سیاهه واری تکمیل شد.



نتیجه این بررسی نشان داد که در طراحی صفحات مجلات الکترونیکی فارسی مجموعاً از ۱۵ ابربرچسب استفاده شده بود. از این تعداد، فقط ابربرچسب‌هایی مورد ارزیابی قرار گرفتند که استفاده از آنها در طراحی صفحات مجله الکترونیکی اهمیت داشته‌اند. یعنی باعث شناسایی هرچه بیشتر مجله، مقالات، نویسندگان و سایر اطلاعات کتابشناختی و محتوای مجله برای موتورهای کاوش می‌شده‌اند. در نتیجه، ۳ ابربرچسب (Ms. Locale, Progid, Microsoft) که غیر مرتبط موضوع پژوهش بوده‌اند از این بررسی حذف شدند.

اطلاعات خام از سیاهه واریسی استخراج و براساس اهداف پژوهش دسته‌بندی شدند. برای تحلیل این داده‌ها از نرم‌افزار SPSS نگارش ۱۱/۵ استفاده شده است.

### تجزیه و تحلیل داده‌ها

به‌منظور نتیجه‌گیری بهتر و در راستای دستیابی به اهداف موردنظر در این پژوهش، دست‌آوردهای پژوهشی براساس اهداف پژوهش دسته‌بندی می‌شوند.

#### ۱- میزان استفاده از ابربرچسب‌ها

میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی در جدول شماره ۱ ارائه شده است. با مراجعه به جدول مشخص می‌شود که ابربرچسب نویسه (Charset)، با استفاده از آن در ۹۰٪ از ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی (۹۲/۸٪) در رتبه اول و ابربرچسب کلیدواژه (keyword) با فراوانی استفاده در ۵۷٪ (۵۸/۸٪) مجله الکترونیکی در رتبه دوم قرار دارد.

جدول شماره ۱. فراوانی و درصد استفاده از ابربرچسب‌ها در ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی

اببرچسب‌ها	فراوانی استفاده	درصد
title	۶	۶/۱۲٪
Keyword	۵۷	۵۸/۸٪
Description	۵۵	۵۶/۷٪
Category	۴۹	۵۰/۵٪
Language	۱۷	۱۷/۵٪
Charset	۹۰	۹۲/۸٪
Generator	۲۰	۲۰/۶٪
author	۷	۷/۲٪
Originator	۳	۳/۱٪
copyright	۰	۰٪
headline	۰	۰٪
Developer	۲	۲/۱٪
جمع		۲۶/۹

باید یادآور شد که امروزه بسیاری از طراحان صفحات وب، برای طراحی از برنامه‌هایی مانند front page استفاده می‌کنند. این برنامه‌ها به نویسنده صفحه وب اجازه می‌دهند تا با حداقل دانش درباره زبان HTML صفحه دلخواه خود را طراحی نمایند. برنامه‌هایی از این دست را WYSIWYG<sup>۱</sup> می‌گویند. یک WYSIWYG برنامه‌ای است که به فرد اجازه می‌دهد تا بر روی صفحه نمایشگر رایانه آنچه که قرار است در قالب چاپ ارائه شود را ببیند (۲۰۰۴، WYSIWYG). یعنی هم‌زمان با طراحی صفحه، نمونه نهایی شده صفحه کاملاً قابل مشاهده است. این برنامه‌ها برخی از ابربرچسب‌ها مثل Charset را نیز به صفحه وبی طراحی شده اختصاص می‌دهند.

اهمیت استفاده از کلیدواژه برای بیان محتوای اطلاعاتی منابع اطلاعاتی، از جمله مجلات الکترونیکی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بنابراین، استفاده از این ابربرچسب بیانگر میزان بالای آگاهی طراحان صفحات مجلات الکترونیکی فارسی از اهمیت استفاده از این ابربرچسب است. نکته قابل ذکر آنکه، ابربرچسب کلیدواژه از جمله برچسب‌هایی نیست که در اثر استفاده از برنامه‌های طراحی صفحات وب به صورت خودکار در صفحه طراحی شده مورد استفاده قرار گیرد. کمترین استفاده از ابربرچسب‌ها، به دو ابربرچسب حق مؤلف (copyright) و خط شناسه (headline) تعلق دارد که علی‌رغم اهمیت، در هیچ یک از مجلات الکترونیکی فارسی مورد استفاده قرار نگرفته است. در ۹۰ درصد مجلات الکترونیکی فارسی حداقل از یک ابربرچسب استفاده شده است. برای عدم استفاده از ابربرچسب حق مؤلف (copyright) در مجلات الکترونیکی فارسی دو دلیل عمده را می‌توان برشمرد: ۱) عدم توجه و یا عدم آگاهی طراحان مجلات الکترونیکی فارسی به اهمیت استفاده از این ابربرچسب در طراحی صفحات مجله؛ ۲) مشخص نبودن قانون حق مؤلف برای منابع الکترونیکی در کشور. در کشور ما هنوز مسئله مالکیت معنوی جایگاه واقعی خود را نیافته و نقض حق مؤلف، معضلی بزرگ محسوب می‌شود. از آنجا که ایران در سطح بین‌المللی نیز حق مؤلف را رعایت نمی‌کند هنوز هیچ مرجع و نهادی خود را موظف به بررسی این حق نمی‌نماید. وضعیت رعایت حق مؤلف در منابع الکترونیکی از این نیز بدتر است. اخیراً برای استفاده از منابع الکترونیکی و حقوق مؤلف آنها، قانونی به تصویب رسیده است (لعلی، ۱۳۸۲).

علت استفاده نکردن از ابربرچسب Headline در مجلات الکترونیکی فارسی آن است که اغلب این ابربرچسب را با ابربرچسب Title یکی می‌پندارند و فقط از یکی از آنها استفاده می‌کنند.

<sup>۱</sup> چیزی که می‌بینید همان است که دریافت می‌کنید) What You See Is What You Get

در صورتی که ابربرچسب Title ناظر بر عنوان بخش، قسمت و یا مقاله است، درحالی که در Headline عنوان کلی یا اصلی مطلب یا مجله ارائه می‌شود (سولیوان، ۲۰۰۲).

روی هم‌رفته، مجلات الکترونیکی فارسی در طراحی صفحات وبی خود ۲۶/۹ درصد از ابربرچسب‌ها استفاده کرده‌اند.

پیروی از روش صحیح استفاده از این ابربرچسب‌ها (استاندارد استفاده) و اینکه آیا طراحان صفحات وبی مجلات الکترونیکی فارسی، محتوای اطلاعاتی مناسب با عملکرد ابربرچسب را در آن قرار داده‌اند یا خیر، موضوع دیگری است که از حوزه این پژوهش خارج است.

۲- میزان استفاده از ابربرچسب‌ها براساس نام دامنه

جدول شماره ۲. فراوانی و درصد توزیع مجلات الکترونیکی فارسی براساس نام دامنه

نام دامنه	فراوانی	درصد
(شبهه ای) net	۵۴	۵۵/۷
(دانشگاهی) ac	۱۱	۱۱/۳
(سازمانی) org	۱۰	۱۰/۳
(تجاری) com	۱۸	۱۸/۶
(دولتی) gov	۳	۳/۱
(شرکتی) co	۱	۱
جمع	۹۷	۱۰۰

در جدول شماره ۲ فراوانی و درصد توزیع مجلات الکترونیکی فارسی براساس نام دامنه آنها ارائه شده است. همانطور که از جدول استنباط می‌شود، مجلات الکترونیکی با نام دامنه شبهه‌ای (net) بیشترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند (۵۵/۷ درصد). شاید دلیل این امر آن باشد که ثبت کنندگان این نام دامنه اغلب متخصصان و برنامه‌نویسان رایانه و شبکه هستند و از این رو نسبت به اهمیت استفاده از ابربرچسب‌ها آگاهی بیشتری دارند. مجلاتی با نام‌های دامنه تجاری (com) ۱۶ درصد، دانشگاهی (ac) ۱۱/۳ درصد، سازمانی (org) ۱۰/۳ درصد، دولتی (gov) ۳/۱ درصد و شرکتی (co) ۱ درصد، به ترتیب در رده‌های بعدی قرار می‌گیرند. مجلات الکترونیکی با نام دامنه شرکتی (co) کمترین فراوانی را به خود اختصاص داده‌اند.

نکته‌ای که در اینجا باید یادآور شد آن است که اغلب براساس نام‌های دامنه نمی‌توان استدلال صحیحی را ارائه داد و آن‌طور که در جدول فوق آمده است، مثلاً ادعا نمود که مجلات



۳- میزان استفاده از ابربرچسب‌ها براساس نوع مجله در جدول شماره ۴ توزیع فراوانی مجلات الکترونیکی فارسی براساس نوع مجله ارائه شده است.

جدول شماره ۴. توزیع فراوانی و درصد مجلات الکترونیکی فارسی براساس نوع مجله

نوع مجله	فراوانی	درصد
شرکت‌های خصوصی	۲۲	۲۲/۷
شرکت‌های دولتی	۶۸	۷۰/۱
اشخاص حقیقی	۷	۷/۲
جمع	۹۷	۱۰۰

با مراجعه به اطلاعات ارائه‌شده در بخش مشخصات، نشانی و در صورت ضرورت سایر بخش‌های مجلات الکترونیکی، و نیز براساس آشنایی شخصی با برخی از سازمان‌ها یا افراد منتشرکننده این مجلات، مجلات الکترونیکی فارسی براساس نهادهای منتشرکننده آنها به سه دسته شرکت‌های خصوصی، شرکت‌های دولتی و اشخاص حقیقی دسته‌بندی شده‌اند<sup>۱</sup>. همانطور که مشاهده می‌شود، مجلاتی که از سوی بخش دولتی منتشر می‌شوند بیشترین فراوانی (۶۸ مجله با ۸۱٪) را به خود اختصاص داده‌اند، در صورتی که براساس نام دامنه، نام دامنه دولتی (gov) فقط ۳/۱ درصد مجلات الکترونیکی فارسی را تشکیل می‌دهد. همانطور که قبلاً نیز اشاره شد، این امر بیانگر استفاده نابجا از نام‌های دامنه برای ثبت سایت‌های مجلات الکترونیکی فارسی است. شرکت‌ها یا سازمان‌های خصوصی با فراوانی ۲۲/۷ درصد در رده دوم و افراد/سازمان‌های خصوصی با فراوانی ۷/۲ درصد در رده سوم قرار دارند.

۴- میزان استفاده از ابربرچسب‌ها براساس محل نشر (داخلی و خارجی)

از ۹۷ مجله الکترونیکی مورد بررسی، ۸۶ مجله از داخل کشور و ۱۱ مجله از خارج از کشور بر روی وب قرار گرفته‌اند. برای تعیین محل نشر مجلات الکترونیکی فارسی، به بخش‌های مختلف مجله، از جمله مشخصات مجله، مقدمه، صفحات مربوط به نشانی تماس و غیره مراجعه شده است.

۱. لازم به ذکر است که به دلیل فقدان فهرست مشخصی از شرکت‌های دولتی و نیمه‌دولتی، ایجاد تمایز و نیز تفکیک بین این دو نوع شرکت دشوار بوده است. لذا در این پژوهش شرکت‌های دولتی و نیمه دولتی در زیر عنوان شرکت‌های دولتی ارائه شده‌اند.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی و درصد مجلات الکترونیکی فارسی براساس نوع مجله

مجلات		نشر در داخل کشور		نشر در خارج از کشور		جمع کل	
ابرجسب‌ها	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	درصد
title	۵	۵/۸	۱	۹/۱	۶	۶/۲	
Keyword	۵۲	۶۰/۵	۵	۴۵/۵	۵۷	۵۸/۸	
Description	۵۱	۵۹/۳	۴	۳۶/۴	۵۵	۵۶/۷	
Category	۴۷	۵۴/۷	۲	۱۸/۲	۴۹	۵۰/۵	
Language	۱۳	۱۵/۱	۴	۳۶/۴	۱۷	۱۷/۵	
charset	۸۱	۹۴/۲	۹	۸۱/۸	۹۰	۹۲/۸	
Generator	۱۶	۱۸/۶	۴	۳۶/۴	۲۰	۲۰/۶	
author	۶	۷	۱	۹/۱	۷	۷/۲	
Originator	۳	۳/۵	۰	۰	۳	۳/۱	
copyright	۰	۰	۰	۰	۰	۰	
headline	۰	۰	۰	۰	۰	۰	
Developer	۲	۲/۳	۰	۰	۲	۲/۱	
جمع		۲۶/۷۵		۲۲/۳۷			

در جدول شماره ۵ میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در داخل کشور و نیز خارج از کشور ارائه شده است. همانطور که از جدول استنتاج می‌شود، از ۸۶ مجله الکترونیکی منتشر شده در داخل کشور به ترتیب از ابربرچسب‌های charset (۹۴/۲ درصد)، keyword (۶۰/۵ درصد) و description (۵۹/۳) بیشتر از سایر ابربرچسب‌ها استفاده کرده است. طراحی صفحات وبی مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در داخل کشور، از دو ابربرچسب headline و copyright هیچ استفاده‌ای نشده است.

از ۱۱ مجله الکترونیکی فارسی که در خارج از کشور منتشر شده‌اند، به ترتیب ابربرچسب‌های charset با فراوانی ۸۱/۸ درصد و keyword با فراوانی ۴۵/۵ درصد، بیشتر از سایر ابربرچسب‌ها مورد استفاده قرار گرفته‌اند. ابربرچسب‌های generator, language و description با فراوانی ۳۶/۴ درصد در مرتبه سوم قرار دارند. از ابربرچسب‌های originator, copyright, headline و developer نیز استفاده نشده است.

به طور کلی میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وبی مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در داخل کشور ۲۶/۷۵ درصد و در مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در خارج از کشور ۲۲/۳۷ درصد بوده است. نتیجه آنکه میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات

الکترونیکی فارسی منتشر شده در داخل کشور بیشتر از نمونه‌های خارجی خود بوده است. علت استفاده بیشتر از ابربرچسبها در مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در داخل کشور به نسبت مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در خارج عبارتند از: الف) تعداد زیاد مجلات الکترونیکی منتشر شده از داخل کشور (۸۶ در برابر ۱۱ مجله)؛ ب) آگاهی بیشتر طراحان صفحات مجلات الکترونیکی داخل کشور نسبت به ضرورت استفاده از ابربرچسبها به نسبت طراحان صفحات در خارج از کشور. استفاده بیشتر از دو ابربرچسب keyword و description - که از جمله ابربرچسبهای مهم به شمار می‌آیند و به‌طور خودکار به صفحه اختصاص نمی‌یابند - در مجلات الکترونیکی فارسی داخلی به نسبت مجلات الکترونیکی فارسی خارجی موید این نکته است.

۵- میزان استفاده از ابربرچسبها براساس دوره انتشار مجلات الکترونیکی فارسی در جدول شماره ۶ توزیع مجلات الکترونیکی فارسی براساس دوره انتشار آنها ارائه شده است.

جدول شماره ۶. توزیع فراوانی مجلات الکترونیکی فارسی براساس دوره انتشار

درصد	فراوانی	دوره انتشار
۳/۱	۳	هفتگی
۲/۱	۲	دو هفته یک بار
۲۶/۸	۲۶	ماهانه
۴/۱	۴	دو ماه یک بار
۴۱/۲	۴۰	فصلی
۲۲/۷	۲۲	نامشخص
۱۰۰	۹۷	جمع

همان‌طور که در جدول ۶ مشاهده می‌شود، از ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی، بیشترین آنها به‌صورت فصلی (۴۰ مجله) منتشر شده‌اند. مجلاتی که به‌صورت ماهانه انتشار یافته‌اند (۲۶ مجله) در رده دوم قرار دارند. دوره انتشار ۲۲ مجله الکترونیکی نیز مشخص نشده است. در جدول شماره ۷ میزان استفاده از ابربرچسبها براساس دوره انتشار مجلات ارائه شده است. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، مجلات الکترونیکی فارسی که به‌صورت دو ماه یک بار منتشر می‌شوند بیشتر از سایر دوره‌های انتشار (با فراوانی ۳۵/۴۲ درصد) از ابربرچسب در طراحی صفحات و بی آنها استفاده شده است. مجلات الکترونیکی فارسی با دوره انتشار فصلی (با فراوانی ۲۸/۵۴ درصد) از نظر استفاده از ابربرچسبها در ردیف دوم قرار گرفته‌اند. مجلاتی با

دوره انتشار دوره دو هفته یک بار و نامشخص (هر یک با فراوانی ۲۵ درصد) در رده بعدی قرار دارند. مجلات الکترونیکی فارسی که به صورت هفتگی منتشر می‌شوند نسبت به سایر دوره‌های انتشار از ابربرچسب‌های کمتری در طراحی صفحات آنها استفاده شده است.

جدول شماره ۷. میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی براساس دوره انتشار

دوره انتشار	هفتگی		دو هفته یکبار		ماهنامه		دو ماه یکبار		فصلنامه		نامشخص		جمع کل	
	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
title	(۳)۰	۰	(۲)۰	۰	(۲۶)۰	۰	(۴)۰	۰	(۴۰)۲	۵	(۲۲)۴	۱۸/۲	۶	۶/۲
Keyword	(۳)۱	۳۳/۳	(۲)۰	۰	(۲۶)۱۴	۵۳/۸	(۴)۳	۷۵	(۴۰)۲۸	۷۰	(۲۲)۱۱	۵۰	۵۷	۵۸/۸
Description	(۳)۱	۳۳/۳	(۲)۰	۰	(۲۶)۱۲	۵۰	(۴)۲	۷۵	(۴۰)۲۸	۷۰	(۲۲)۱۰	۴۵/۵	۵۵	۵۶/۷
Category	(۳)۱	۳۳/۳	(۲)۰	۰	(۲۶)۱۲	۴۶/۲	(۴)۲	۵۰	(۴۰)۲۶	۶۵	(۲۲)۸	۳۶/۴	۲۹	۵۰/۵
Language	(۳)۰	۰	(۲)۲	۱۰۰	(۲۶)۱	۳/۸	(۴)۲	۵۰	(۴۰)۴	۱۰	(۲۲)۸	۳۶/۴	۱۷	۱۷/۵
charset	(۳)۳	۱۰۰	(۲)۲	۱۰۰	(۲۶)۲۴	۹۲/۳	(۴)۴	۱۰۰	(۴۰)۳۷	۹۲/۵	(۲۲)۲۰	۹۰/۹	۹۰	۹۲/۸
Generator	(۳)۰	۰	(۲)۲	۱۰۰	(۲۶)۵	۱۹/۲	(۴)۲	۵۰	(۴۰)۹	۲۲/۵	(۲۲)۲	۹/۱	۲۰	۲۰/۶
author	(۳)۰	۰	(۲)۰	۰	(۲۶)۲	۷/۷	(۴)۱	۲۵	(۴۰)۲	۵	(۲۲)۲	۹/۱	۷	۷/۲
Originator	(۳)۰	۰	(۲)۰	۰	(۲۶)۲	۷/۷	(۴)۰	۰	(۴۰)۱	۲/۵	(۲۲)۰	۰	۳	۳/۱
Copyright	(۳)۰	۰	(۲)۰	۰	(۲۶)۰	۰	(۴)۰	۰	(۴۰)۰	۰	(۲۲)۰	۰	۰	۰
headline	(۳)۰	۰	(۲)۰	۰	(۲۶)۰	۰	(۴)۰	۰	(۴۰)۰	۰	(۲۲)۰	۰	۰	۰
Developer	(۳)۱	۳۳/۳	(۲)۰	۰	(۲۶)۰	۰	(۴)۰	۰	(۴۰)۰	۰	(۲۲)۱	۴/۵	۲	۲/۱
جمع		۱۹/۳۳		۲۵		۲۳/۳۹		۲۵/۴۲		۲۸/۵۴		۲۵		۲۶/۱۱

\* توجه: اعداد داخل پرانتز بیانگر تعداد کل مجلات الکترونیکی در دوره انتشار مورد نظر است.

با دقت در جدول شماره ۷ می‌توان دریافت که استفاده از ابربرچسب‌های charset, description, keyword و category، در بین دوره‌های مختلف انتشار مجلات نیز از بالاترین فراوانی استفاده برخوردار است.

#### ۶- میزان استفاده از ابربرچسب‌ها براساس موضوع

برای بررسی میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی فارسی براساس رده‌های موضوعی، رده‌بندی ده‌گانه دیویی به‌عنوان مبنای دسته‌بندی موضوعی مورد توجه قرار گرفت. در نتیجه، مجلات براساس ده رده کلی دیویی دسته‌بندی شدند. پس از دسته‌بندی موضوعی مجلات الکترونیکی و با توجه به اینکه در موضوع کلی "زبان" مجله‌ای وجود نداشت و نیز به‌منظور بررسی وضعیت استفاده از ابربرچسب‌ها در رده موضوعی کتابداری و اطلاع‌رسانی به‌طور



خاص، مجلات الکترونیکی فارسی در حوزه موضوعی کتابداری به صورت مستقل و با عنوان موضوع کلی "کتابداری" مورد ارزیابی قرار گرفته‌اند. نتایج حاصل از این بررسی در جدول شماره ۸ ارائه شده است.

با مراجعه به جدول می‌توان دریافت که جز در یک حوزه موضوعی (حوزه موضوعی هنرها با فراوانی ۸/۳۳ درصد)، در سایر موضوعات میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وبی مجلات الکترونیکی بین حدود ۲۰ تا ۳۰ درصد است. بالاترین درصد استفاده از ابربرچسب به دو رده موضوعی "تاریخ" و "فلسفه" تعلق دارد که هر یک ۳۳/۳۳ درصد از ابربرچسب‌ها در طراحی مجلات الکترونیکی آن حوزه بهره گرفته‌اند. رده موضوعی "مذهب" با ۳۱/۰۱ درصد و رده موضوعی "علوم کاربردی" با ۲۳/۶۲ درصد، به ترتیب در رده‌های دوم و سوم قرار دارند. مجلات الکترونیکی در حوزه موضوعی کتابداری و اطلاع‌رسانی، از نظر استفاده از ابربرچسب‌ها در رده ششم جدول قرار دارند (فراوانی ۱۹/۴۴ درصد).

همانطور که مشاهده می‌شود، مجلات الکترونیکی فارسی منتشر شده در هیچ یک از حوزه‌های مختلف علوم توانسته‌اند حداقل امتیاز لازم برای ارائه ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات خود را کسب نمایند (همگی زیر ۵۰ درصد قرار دارند). تقریباً در همه حوزه‌های علمی، استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وب در مجلات الکترونیکی در یک سطح قرار دارند و از این نظر تفاوتی بین رشته‌های موضوعی مختلف و استفاده از ابربرچسب وجود ندارد. دلیل این امر را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد: ۱) طراحی و تولید مجلات الکترونیکی در همه حوزه‌های موضوعی، مبحثی جدید است و در هیچ یک از رشته‌ها و موضوعات علمی در کشور، مجله الکترونیکی جدی گرفته نشده است. ۲) به علت فقدان دانش لازم برای طراحی صفحات وب در تولیدکنندگان مجلات الکترونیکی فارسی در رشته‌های مختلف علوم، وظیفه طراحی صفحات در اغلب این مجلات به متخصصین رایانه سپرده شده است. این متخصصین غالباً با استفاده از برنامه‌های خاص - اغلب Front page - این صفحات را طراحی کرده‌اند. استفاده تقریباً مشابه از ابربرچسب‌ها و نیز نزدیکی رتبه کلی این مجلات در استفاده از ابربرچسب‌ها مؤید این نکته است.

نکته قابل توجه آنکه مجلات الکترونیکی منتشر شده در حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی نیز از نظر رعایت برچسب هیچ برتری بر سایر موضوعات علوم ندارند. علت این امر، همان دو نکته‌ای است که در سطر فوق به آنها اشاره شده است.

جدول شماره ۸. توزیع فراوانی استفاده از ابرچسب‌ها در ۹۷ مجله الکترونیکی فارسی براساس موضوع

تاریخ		موضوعات												ابریچسب‌ها				
		ادبیات	هنرها	ع کاربرد	ع طبیعی	ع اجتماعی	مذهب	فلسفه	کتابداری	کلیات								
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی			
۰	(۳)	۰	(۵)	۱۰۰	(۱)	۰	(۱)	۵۴	(۳۷)	۰	(۳۶)	۰	(۱)	۳۳	(۶)	۰	(۲)	title
۵۰	(۳)	۶۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۵۱۴	(۲۷)	۸۶	(۳۶)	۸۶	(۱)	۰	(۶)	۵۰	(۲)	keyword
۵۰	(۲)	۴۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۴۸۶	(۲۷)	۸۶	(۳۶)	۸۶	(۱)	۰	(۶)	۵۰	(۳)	description
۵۰	(۳)	۲۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۴۳۲	(۲۷)	۸۰	(۳۶)	۸۰	(۱)	۰	(۶)	۵۰	(۳)	category
۵۰	(۳)	۴۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۱۸۹	(۲۷)	۱۱	(۳۶)	۱۱	(۱)	۳۳	(۶)	۰	(۲)	language
۱۰۰	(۲)	۸۰	(۵)	۰	(۱)	۱۰۰	(۱)	۱۹۹	(۲۷)	۹۴	(۳۶)	۹۴	(۱)	۱۰۰	(۶)	۱۰۰	(۲)	charset
۵۰	(۳)	۲۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۱۶۲	(۲۷)	۸۳	(۳۶)	۸۳	(۱)	۵۰	(۶)	۰	(۲)	generator
۵۰	(۳)	۲۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۲۷	(۲۷)	۵۶	(۳۶)	۵۶	(۱)	۱۶	(۶)	۰	(۲)	author
۰	(۲)	۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۵۴	(۲۷)	۰	(۳۶)	۰	(۱)	۰	(۶)	۰	(۲)	originator
۰	(۲)	۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۰	(۲۷)	۰	(۳۶)	۰	(۱)	۰	(۶)	۰	(۲)	copyright
۰	(۳)	۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۰	(۲۷)	۰	(۳۶)	۰	(۱)	۰	(۶)	۰	(۲)	headline
۰	(۳)	۰	(۵)	۰	(۱)	۰	(۱)	۵۴	(۲۷)	۰	(۳۶)	۰	(۱)	۰	(۶)	۰	(۲)	developer
۳۳/۳۳		۲۲/۳۳		۸/۳۳		۳۳/۶۲		۱۸۱-۹		۳۱-۱		۳۳/۳۳		۱۹/۴۴		۲۰/۸۳		جمع

## نتیجه‌گیری

۱. استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وبی در مجلات الکترونیکی دارای اهمیت زیادی است. زیرا با استفاده از این ابربرچسب‌ها می‌توان الف) نمایه‌سازی و سازماندهی خودکار مقالات منتشر شده در این نوع مجلات را امکان‌پذیر نموده و آن را سرعت بخشید؛ ب) امکان جستجوی موضوعی در محتوای علمی این نوع مجلات از طریق موتورهای جستجوگر اینترنتی را فراهم نمود؛ ج) امکان دسترسی محققین به پژوهش‌ها و تحقیقات علمی مرتبطی را فراهم آورد که در این نوع مجلات منتشر شده‌اند.

۲. میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وبی مجلات الکترونیکی فارسی برابر با ۲۶/۹ درصد است. چنین وضعیتی مطلوب نبوده و می‌توان نتیجه‌گیری کرد که استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات مجلات الکترونیکی فارسی در سطح پایینی قرار دارد. متأسفانه علی‌رغم اهمیت ابربرچسب copyright (حق مولف)، در هیچ یک از مجلات الکترونیکی فارسی از این ابربرچسب استفاده نشده است. علت این امر شاید وضعیت نامشخص حق مولف در کشور ما باشد.

ابربرچسب‌های Charset (نویسه) با فراوانی ۹۲/۸ درصد، keyword (کلیدواژه) با فراوانی ۵۸/۸ درصد و description (توصیف) با فراوانی ۵۵ درصد، پُر استفاده‌ترین ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات مجلات الکترونیکی فارسی بوده‌اند. صرف‌نظر از ابربرچسب Charset که نوع نویسه را برای موتورهای کاوش تعیین می‌کند و اصولاً باید در طراحی صفحه وبی از آن استفاده شود، بهره‌گیری از دو ابربرچسب description و keyword که هر دو به اختصار محتوای موضوعی صفحه موردنظر را توصیف می‌کنند (اولی از طریق متن توصیفی و دیگری از طریق انتساب واژه‌ها به صفحه مورد نظر)، نشانگر آگاهی طراحان صفحات وبی مجلات الکترونیکی از اهمیت دو ابربرچسب یادشده است.

۱. مجلات الکترونیکی با نام دامنه net (شبکه)، در مقایسه با مجلاتی با سایر نام‌های دامنه، در استفاده از ابربرچسب‌ها بهتر از سایر نام‌های دامنه عمل کرده‌اند (۲۰/۸۳ درصد). گرچه براساس نام‌های دامنه نمی‌توان قضاوت معقولی را درباره شخصیت حقیقی یا حقوقی بودن انتشاردهندگان مجلات الکترونیکی آنها ارائه داد اما با مراجعه به جدول شماره ۹ می‌توان استدلال کرد که سازمان‌های دولتی در طراحی صفحات وبی مجلات خود بسیار خوب عمل کرده و سطح قابل قبولی از استفاده از ابربرچسب را ارائه داده‌اند.

جدول شماره ۹. مقایسه بین نوع تملک و نام دامنه در ۹۷ مجلات الکترونیکی فارسی

نوع تملک مجله الکترونیکی			نام دامنه
خصوصی	دولتی	شخصی	
۵	۴۰	۹	Net
۰	۱۱	۰	Ac
۱	۷	۲	Org
۰	۷	۱۱	Com
۰	۳	۰	Gov
۱	۰	۰	Co
۷	۶۸	۲۲	جمع
۷/۲۲	۷۰/۱۱۰	۲۲/۶۸	درصد

در جدول شماره ۹، نوع تملک مجلات الکترونیکی فارسی - که از طریق مطالعه در صفحات آغازین، یادداشت‌ها و مقدمه مجلات الکترونیکی و آشنایی با برخی از تولیدکنندگان این مجلات حاصل آمده است - و نام دامنه آنها با یکدیگر مقایسه شده‌اند. همان‌طور که در جدول مشاهده می‌شود، ۷۰/۱۱۰ درصد مجلات الکترونیکی را ناشران دولتی منتشر کرده‌اند و از نظر تولید نشریات الکترونیکی در رده اول قرار دارند. یعنی بیش از دو سوم مجلات الکترونیکی فارسی از سوی ناشران دولتی منتشر شده است. همچنین باید یادآوری کرد که بیشترین مجلات منتشر شده در نام دامنه net نیز به این دسته از ناشران تعلق دارد. همان‌طور که گفته شد، از آنجا که مجلات الکترونیکی با نام دامنه net از نظر استفاده از ابربرچسب‌ها در وضعیت قابل قبولی قرار داشته‌اند (۵۵٫۷ درصد - براساس آمار ارائه شده در بند ۲ این تحقیق)، بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ناشران دولتی در استفاده از ابربرچسب‌ها برای نشر مجلات الکترونیکی خود - به نسبت سایر ناشران - خوب عمل کرده‌اند. شاید علت این امر آن باشد که ناشران دولتی مجلات الکترونیکی فارسی الف) بودجه بیشتری را برای طراحی مجله الکترونیکی خود در نظر گرفته‌اند؛ ب) از متخصصین مجرب و باتجربه‌تری برای طراحی صفحات مجله استفاده کرده‌اند.

۲. گرچه تعداد مجلات الکترونیکی که در خارج از کشور منتشر می‌شوند، در مقایسه با مجلات الکترونیکی منتشر شده در داخل کشور، کم هستند اما به‌طور کلی میزان استفاده از ابربرچسب‌ها در مجلات الکترونیکی تولیدی داخل کشور بیشتر بوده است (۲۶/۷ درصد در برابر ۲۲/۳۷). این مسئله نشان‌دهنده این نکته است که طراحان صفحات وبی مجلات

- الکترونیکی در داخل کشور بیشتر از همتایان خارجی خود - یا حداقل در سطح آنان - از اهمیت استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وب آگاهی داشته‌اند.
۳. مجلات الکترونیکی فارسی که به صورت "دوماه یک بار" و "فصلی" منتشر شده‌اند (به ترتیب با فراوانی‌های ۳۵/۴۲ و ۲۸/۵۴) به نسبت مجلات در سایر دوره‌های انتشار، از ابربرچسب‌های بیشتری استفاده کرده‌اند. با توجه به اینکه مجلات الکترونیکی منتشر شده به صورت هفتگی کمترین استفاده از ابربرچسب‌ها را داشته‌اند (۱۹/۴۳ درصد)، شاید بتوان نتیجه‌گیری کرد که هر چه فاصله انتشار مجلات الکترونیکی کمتر می‌شود، به همان نسبت نیز از توجه آنها به استفاده از ابربرچسب کاسته می‌گردد.
۴. حوزه موضوعی فلسفه تنها با یک مجله الکترونیکی منتشر شده، بیشترین فراوانی استفاده (۳۳/۳۳ درصد) از ابربرچسب‌ها را به خود اختصاص داده است. مجلات الکترونیکی منتشر شده در حوزه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی، علی‌رغم پیش‌بینی در زمینه میزان بالای استفاده از ابربرچسب در طراحی آنها، در رده ششم قرار دارند. شاید بتوان دو عامل را علت بروز چنین مسئله‌ای دانست. دلیل اول، که به یقین نزدیک‌تر است، آنکه کتابداران خود طراحی صفحات وب را برعهده ندارند بلکه شرکت‌های خصوصی رایانه‌ای و یا نیروهای متخصص موجود در مجموعه طراحی صفحات مجلات را برعهده دارند. علت دوم را شاید بتوان ناآشنایی کتابداران با ابربرچسب و اهمیت آن در طراحی صفحه وبی مجله ذکر نمود.

### پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی

۱. گرچه استفاده از ابربرچسب در طراحی صفحات وب و نیز مجلات الکترونیکی مهم است اما استفاده صحیح و استاندارد از این ابربرچسب‌ها و نیز قراردادن اطلاعات مناسب، دقیق و مرتبط در آنها از اهمیت بیشتری برخوردار است. لذا پیشنهاد می‌شود در زمینه استفاده کیفی از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات مجلات الکترونیکی فارسی تحقیقی انجام گیرد.
۲. بررسی راهکارهای لازم برای استفاده از ابربرچسب‌ها در طراحی صفحات وب به‌ویژه مجلات الکترونیکی فارسی می‌تواند موضوع تحقیق دیگری باشد.

### منابع فارسی

- بهمن آبادی، علیرضا، (۱۳۸۲). «بررسی میزان استفاده از برچسب‌های راهنما در سایت‌های فارسی». فصلنامه کتاب، دوره چهارم، شماره دوم (۵۴)، صفحات ۲۳-۳۵.

- حاجی زین‌العابدینی، محسن، (۱۳۸۱). «بررسی مسائل فهرست‌نویسی منابع اینترنتی و ارائه دستنامه پیشنهادی برای کتابخانه‌های ایران». پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده مدیریت و اطلاع‌رسانی پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی ایران.
- لعلی، علی، (۱۳۸۲). «وضعیت قوانین کپی‌رایت و جرایم کامپیوتری در ایران». وب، سال چهارم، شماره ۴۲. صفحات ۶۳-۶۵.

### منابع لاتین

1. ARL directory of scholarly electronic journals and academic discussion lists. (2004). [Online] Available: <http://www.arl.org/newsltr/196/dej.html>. Accessed: 2/11/2004.
2. Bearman, Margaret, Prior, Angela, (1996). Lessens learned in publishing an electronic journal. [Online] Available: <http://ausweb.scu.edu.au/aw96/educn/bearman/paper.htm>. Accessed: 4/11/2004.
3. Carroll, D. J., Lele, P. (1998). Human intervention in the networked environment: metadata alternatives. In Data or information: the fading boundaries. Proceedings of the 23rd Annual Conference of the International Association of Aquatic and Marine Science Libraries and Information Centers (IAMSLIC), Charleston, South Carolina, 5-9 October 1997. Edited by James W. Markham and Andrea L. Duda. Fort Pierce, Florida: IAMSLIC, PP.59-71.
4. Clark, d. (1999). Natural language, relevancy ranking, and common sense. IEEE intelligent systems. 14 (4) Jul/Aug 1999, PP.17-19.
5. Craven, T. C. (2001). Changes in Metatags descriptions over time. First Monday. 6 (10) Oct 2001, No page numbers.
6. Craven, T. C. (2002). External descriptions of web pages: their features and their relationships to web page elements. Libri. 52 (1), PP. 36-47.
7. Day, Michael (2003). Digital preservation and long term access to the content of electronic serials. E-serials publishers, libraries, users and standards. 2<sup>nd</sup> ed. London: The Haworth Information Press. PP. 170-188.
8. A Dictionary of HTML META Tags (2004). [Online] available: <http://vancouver-webpages.com/META/>. Accessed: 2/11/2004.
9. DOAJ: Directory of Open Access Journals (2004). [Online] Available: [www.doaj.org](http://www.doaj.org). Accessed: 13/12/2004.
10. Google first page. [Online] available: [www.google.com](http://www.google.com). Accessed: 2/11/2004.
11. Halliday, Leah, Oppenheim, Charles (2001). Progress in documentation: developments in digital journals. Journal of documentation. Vol. 57, No 2. PP. 260-283.
12. Kruger, P. (1999). Meta tags that page. Electronic library. 17 (2) Apr. PP.89-90.

13. Laursen, J. V. (1998). Somebody wants to get in touch with you: search engine persuasion. Database. 21 (1) Feb/March, PP. 42-44.
14. Mac Quistan, Shona, Henderson, Kay (2000). Scholarly electronic journal access in academic libraries: Issues for future development. [Online] Available: [http://www5.bth.se/elpub99/ap.nsf/0/b9037211479d9c2c1256798003ce6ae/\\$FILE/299-302.pdf](http://www5.bth.se/elpub99/ap.nsf/0/b9037211479d9c2c1256798003ce6ae/$FILE/299-302.pdf). Accessed: 23/11/2004.
15. Meta tags: a promotion guides (2002). [Online] Available: <http://www.Apromotionguide.com/metatag.html>. Accessed: 13/12/2004.
16. Meta Tags for more effective Internet Marketing (2004). (Online available: <http://www.goad.net/goad/meta-tag-information.htm>. Accessed: 13/11/2004.
17. Metatags, what, where, when, why? (2004). [Online] Available: <http://www.philb.com/metatag.htm>. Accessed: 27/12/2004.
18. Most important Meta tag search results (2004). [Online] available: [http://www.marketing-ideas.org/meta-tag.php?ID=&I=12345&PC=&ac\\_id=](http://www.marketing-ideas.org/meta-tag.php?ID=&I=12345&PC=&ac_id=). Accessed: 2/11/2004.
19. Nowick, E. A. (2002). Use of META tags for internet documents. Journal of internet Cataloging, 5 (1) PP. 69-75.
20. Pastor, Michael (2000). The Web: More Than 2 Billion Pages Strong. [Online] available: [http://cyberatlas.internet.com/big\\_picture/traffic\\_patterns/article/0,,5931\\_413691,00.htm](http://cyberatlas.internet.com/big_picture/traffic_patterns/article/0,,5931_413691,00.htm). Accessed: 4/2/2005
21. Ridi, R. (2000). Metadata and met tag: the indexer between author and reader. Digital library: challenges and solutions for the new millennium. Proceedings of an international conference held in Bologna, Italy, June 1999. Edited by Pauline Connolly and Denis Reidy. Boston Spa, UK: IFLA, PP.107-18.
22. Sullivan, Danny (2002). How to use HTML Meta tags. [Online] Available: <http://searchingnewatch.com/webmasters/article.php/2167931>
23. Turner, T. P., Brackbill, L. (1998). Rising to the top: evaluating the use of HTML META tag to improve retrieval of World Wide Web documents through Internet search engines. Library resources and technical services. 42 (4) Oct, PP.258-71.
24. WYSIWYG (2004). Webopedia. [Online] available: <http://www.webopedia.com/TERM/W/WYSIWYG.html>. Accessed: 4/2/2005.