

سنجه‌های وبی

برای متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی

دیوید استوارت

مترجم:

مریم خسروی

با همکاری:

فاطمه دمنی

ویراستار:

حمید کشاورز



وزارت فرهنگ، هنر و تفریحات و فناوری
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
(دانشگاه)

سرشناسه	: استوارت، دیوید (David Stuart, David Patrick)
عنوان و نام پدیدآور	: سنجه‌های وبی: برای متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی / دیوید استوارت؛ مترجم مریم خسروی با همکاری فاطمه بهمنی؛ ویراستار حمید کشاورز.
مشخصات نشر	: تهران: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران؛ چاپار، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۰ ص.
شابک	: 978-600-98635-0-1
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Web metrics for library and information professionals, 2014.
یادداشت	: واژه‌نامه.
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۲۵۹.
یادداشت	: نمایه.
موضوع	: وب‌سنجی
موضوع	: Webometrics
موضوع	: کتاب‌سنجی
موضوع	: Bibliometrics
موضوع	: وب -- تحقیق
موضوع	: World Wide Web -- Research
موضوع	: شبکه‌های اجتماعی پیوسته
موضوع	: Online social networks
شناسه افزوده	: خسروی، مریم، ۱۳۳۸ - مترجم
شناسه افزوده	: بهمنی، فاطمه، ۱۳۶۹ - مترجم
شناسه افزوده	: کشاورز، حمید، ۱۳۵۸ - ویراستار
شناسه افزوده	: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
رده بندی کنگره	: ۱۱۶ س ۶ / ۱ / ۶
رده بندی دیویی	: ۰۷۲۷
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۹۷۲۸۶۲

این کتاب از سلسله انتشارات پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران است که با همکاری انتشارات چاپار منتشر شده است.

سنجه‌های وبی برای متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی



دیوید استوارت

مترجم: مریم خسروی

با همکاری: فاطمه بهمنی

ویراستار: حمید کشاورز

© ۱۳۹۶: پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)

صفحه‌آرا و طراح جلد: رحیم کبیرصابر

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۶ | شمارگان: ۵۰۰ نسخه

تهران - خیابان ولی عصر (عج) - بالاتر از زرتشت

کوچه نوربخش - پلاک ۴۰ - نشر چاپار

تلفن پخش: ۸۸۸۹۹۶۸۰ - ۰۹۱۳۱۹۶۰۲۱۴

بها: ۲۵۰.۰۰۰ ریال

فهرست مطالب

فصل ۱. مقدمه	۱۳
سنجه‌ها	۱۵
شاخص‌ها	۱۹
سنجه‌های وبی و قانون گانانا: رای علوم کتابداری	۲۱
سنجه‌های وبی برای متخصصان نابینا و اطلاع‌رسانی	۲۳
هدف این کتاب	۲۷
ساختار ادامه کتاب	۲۸
فصل ۲: کتاب‌سنجی، وب‌سنجی و سنجه‌های وبی	۳۱
مقدمه	۳۱
سنجه‌های وبی	۳۱
سنجه‌های علم اطلاعات	۳۳
اطلاع‌سنجی	۳۳
رسانه: از کتاب‌سنجی تا وب‌سنجی	۳۳
هدف: از علم‌سنجی تا دگرسنجه‌ها	۳۵
تحلیل‌های وبی	۳۶
سنجه‌های ارزیابانه و رابطه‌ای	۳۷
سنجه‌های وب ارزیابانه	۳۸
کتاب‌سنجی ارزیابانه	۳۹
کتاب‌سنجی وبی ارزیابانه و علم‌سنجی وبی	۴۶

۵۲.....	وبسنجی ارزیابانه.....
۵۴.....	تحلیل وبی ارزیابانه.....
۵۶.....	سنجه‌های وب ارتباطی.....
۵۹.....	اعتباریابی نتایج.....
۵۹.....	همبستگی.....
۶۱.....	دسته‌بندی.....
۶۵.....	نتیجه‌گیری.....
۶۷.....	فصل ۳: ابزار، ی ۳- دآوری داده‌ها.....
۶۷.....	مقدمه.....
۶۹.....	آناتومی یک تانی وب پیوندهای وبی و ساختار وب.....
۷۴.....	موتورهای جستجوی ۱۰.....
۷۸.....	وب پیمایا.....
۷۹.....	موتورهای جستجو ۲/۰.....
۸۱.....	پسا موتور جستجو ۲/۰: خرد کردن.....
۸۱.....	موتورهای جستجو و پیوندهای جایگزین: استتاعای نشانی وبی و اشاره‌های وبی.....
۸۲.....	رابطهای برنامه‌نویسی برنامه کاربردی و وب اسرررها.....
۸۴.....	جمع‌کننده‌های داده.....
۸۶.....	نتیجه‌گیری.....
۸۹.....	فصل ۴: ارزیابی تاثیر در وب.....
۸۹.....	مقدمه.....
۹۱.....	وبگاه‌ها.....
۹۲.....	وب‌نوشت‌ها.....
۹۴.....	وبکی‌ها.....
۹۹.....	سنجه‌های داخلی.....
۱۰۰.....	گوگل آنالیتیکز و تحلیل لاگ.....
۱۰۶.....	وبکی‌سنجی.....

۱۰۸		سنجش‌های بیرونی
۱۰۸		رفتار کاربر
۱۰۸		آلکسا
۱۱۴		گوگل ترندز
۱۱۹		ردگیری‌های کاربر
۱۱۹		ابریوندها: آلکسا، بهینه‌سازهای موتور جستجو و وب‌پیمایا
۱۲۲		وندهای جایگزین: اسنادهای نشانی وبی و اشاره‌های وبی
۱۲۳		به‌بندی موتورهای جستجو
۱۲۵		بخش‌های وب
۱۲۶		یک ریکرد عام: بی تحلیل محتوا
۱۲۸		انتخاب بهینه: ر محتوا
۱۲۹		گسترش یک طرح دست‌انداز مناسب
۱۳۰		دسته‌بندی محتوا
۱۳۰		یافته‌های تحلیل
۱۳۱		نتیجه‌گیری
۱۳۳		فصل ۵: ارزیابی تاثیر رسانه‌های اجتماعی
۱۳۳		مقدمه
۱۳۴		ابعاد وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی
۱۳۵		پروفايل‌ها
۱۳۷		اتصال‌ها
۱۴۱		قابلیت مرور: مشاهده محتوا
۱۴۳		نوع شناسی وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی
۱۴۴		وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی جامعه‌پذیر
۱۴۷		وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی شبکه‌سازی
۱۴۸		وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی مروری
۱۴۹		رسانه‌های اجتماعی بی قاعده - ویکی‌پدیا
۱۴۹		پژوهش‌ها و ابزارهای خدمات و وبگاه‌های خاص
۱۵۰		توییتز

۱۵۱	ابزارهای توییتر
۱۵۳	فیسبوک
۱۵۶	ابزارهای فیسبوک
۱۵۷	یوتیوب
۱۵۸	ابزارهای یوتیوب
۱۵۹	ویکیدیا
۱۶۱	ابزارهای ویکیدیا
۱۶۳	وبگاه‌ها، شبکه‌های اجتماعی دیگر
۱۶۳	کوتاه‌شنده، ی‌نشانی وبی - پیوندهای تحلیل وبی در هر وبگاه
۱۶۵	تأثیر عمومی رسانه‌های اجتماعی
۱۶۶	تحلیل عاطفی
۱۷۱	نتیجه‌گیری
۱۷۳	فصل ۶: بررسی ارتباط بین کنش‌ها
۱۷۳	مقدمه
۱۷۳	روش‌های تحلیل شبکه‌های اجتماعی
۱۷۵	مرکزیت گره
۱۷۷	شناسایی خوشه
۱۷۹	خواص آماری نمودار
۱۸۰	مرکزیت میانگین
۱۸۰	تراکم نمودار
۱۸۱	ضریب خوشه‌بندی
۱۸۱	ماژول
۱۸۱	منابع تحلیل شبکه‌های ارتباطی
۱۸۸	نتیجه‌گیری
۱۹۱	فصل ۷: بررسی انتشارات قدیمی در محیطی جدید
۱۹۱	مقدمه
۱۹۲	موضوعات کتابشناختی بیش‌تر

۱۹۳	گوگل اسکالر.....
۱۹۶	جستجوی دانشگاهی مایکروسافت.....
۱۹۷	ابزارهای جانبی.....
۱۹۹	تحلیل متن کامل.....
۲۰۳	بستر بزرگتر.....
۲۰۴	استفاده و موجودی‌ها.....
۲۰۷	رفتار کاربر و ردگیری‌های کاربر.....
۲۰۸	فیلترهای تبلیغاتی.....
۲۰۹	ایمیل‌های تبلیغاتی.....
۲۱۱	وبگاه‌های شبکه‌های اجتماعی.....
۲۱۴	نتیجه‌گیری.....
۲۱۵	فصل ۸: سنجه‌های وبی و وب داده‌ها.....
۲۱۵	مقدمه.....
۲۱۵	وب داده.....
۲۱۷	از اسناد داده‌ها.....
۲۱۹	... تا وب معنایی.....
۲۲۰	ساخت وب معنایی.....
۲۲۵	معناهای درون کاشتی.....
۲۲۶	ریزشکل‌ها و ریزداده‌ها.....
۲۲۷	پیامدهای وب داده‌ها برای سنجه‌های وبی.....
۲۳۱	بررسی وب داده‌های امروز.....
۲۳۱	اسپارکل.....
۲۳۵	سپنڈیک.....
۲۳۸	ال دی اسپایدر- یک وب‌پیما در چارچوب توصیف منبع.....
۲۴۱	نتیجه‌گیری.....
۲۴۳	فصل ۹: آینده سنجه‌های وبی و متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی.....
۲۴۴	تا کجا پیش آمده‌ایم؟.....

۲۴۵.....	آینده سنجه‌های وبی.....
۲۴۵.....	داده‌های بیش‌تر.....
۲۴۷.....	باز بودن بیش‌تر.....
۲۴۹.....	سنجه‌های وبی بیش‌تر.....
۲۵۰.....	آینده سنجه‌های وب و متخصصان کتابداری و اطلاع‌رسانی.....
۲۵۱.....	تحلیل‌های وبی.....
۲۵۲.....	کتابسنجی، علم‌سنجی و دگر سنجه‌ها.....
۲۵۴.....	وب‌سنجی.....
۲۵۶.....	برداشتن آخرین گام‌ها.....
۲۵۹.....	کتابنامه.....
۲۷۷.....	واژه‌نامه انگلیسی به فارسی.....
۲۸۳.....	واژه‌نامه فارسی به انگلیسی.....
۲۸۹.....	نمایه.....