

اثر بخشی خدمات اطلاع‌رسانی با ایجاد پورتال دفاعی

رضا حسوی (استادیار)

میترا ديلمقانی (مربی)

سیدعلیرضا حجازی (دانشجوی کارشناسی ارشد)
دانشکده‌ی مهندسی صنایع، دانشگاه صنعتی مالک اشتر

به‌کارگیری فناوری‌های شبکه‌محور - از جمله پورتال - به تسهیل بازیابی اطلاعات و در نتیجه اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی منجر می‌شود. از این رو، نمونه‌ی از شاغلان و کاربران مراکز اطلاع‌رسانی دانشگاه صنعتی مالک اشتر، دانشگاه امام حسین (ع) و شبکه‌ی اطلاع‌رسانی دانا، با هدف نظرسنجی از آنان در خصوص اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی با بهره‌گیری از فناوری پورتال^۱ مورد بررسی واقع شد. این پژوهش با محور قرار دادن فرضیه‌ی که در آن بررسی رابطه‌ی موجود میان متغیر وابسته‌ی «اثربخشی^۲ خدمات اطلاع‌رسانی^۳» با متغیر مستقل «ایجاد پورتال دفاعی^۴» مد نظر بود، به انجام رسید. فرضیه‌ی پژوهش با استفاده از روش «U-مان-ویتنی» آزموده شد که در نتیجه رابطه‌ی بین دو متغیر یاد شده در سطح اطمینان ۹۲٪ و با ضریب خطای ۱٪ مورد تأیید واقع شد. همچنین رابطه‌ی معنادار میان عوامل مؤثر «مطابقت اطلاعات»، «سهولت استفاده از پورتال»، «قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال» و «میزان آشنایی کاربران با مهارت‌های وب» با اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی به روش «ضریب همبستگی اسپیرمن» بررسی شد که به ترتیب با ضرایب ۴۷٪، ۴۷٪، ۴۲٪ و ۴۰٪ همبستگی معناداری را نشان دادند.

واژگان کلیدی: پورتال، پورتال دفاعی، خدمات اطلاع‌رسانی، اثربخشی.

r.hosnavi@yahoo.com
mitra.dilamghani@yahoo.com
arhejazi@hotmail.com

۱. مقدمه

گسترش و پیشرفت فزاینده‌ی دانش و خدمات اطلاع‌رسانی در سطح جهان و نیز ورود شتاب‌آلود فناوری‌های وابسته به آن به کشور، بازنگری در چارچوب‌های سنتی و قالب‌های فرسوده‌ی پیشین را به‌منظور انطباق با شرایط جدید اجتناب‌ناپذیر ساخته است. این ضرورت در حوزه‌های آموزشی و پژوهشی پررنگ‌تر و حیاتی‌تر به نظر می‌رسد. با توجه به پیدایش و گسترش روزافزون گونه‌های مختلف اطلاعات و ارتباطات، آگاهی از فناوری‌های جدیدی که می‌توانند به پیشبرد اهداف علمی و پژوهشی کمک کنند اهمیت ویژه‌ی یافته است.^[۱] شبکه‌های رایانه‌ی و در رأس آنها اینترنت شرایط تازه‌ی را پدید آورده‌اند که در آن تولیدکنندگان، تأمین‌کنندگان، فروشندگان و مصرف‌کنندگان اطلاعات، و تقریباً همه‌ی عوامل دست‌اندرکار یک چرخه‌ی اطلاعاتی قادرند در یک فضای مجازی مشترک با یکدیگر در ارتباط باشند و به تبادل اطلاعات، خدمات و محصولات بپردازند. بدیهی است که در این اقیانوس عظیم دسترسی به اطلاعات مورد نیاز مستلزم برخورداری از تجهیزات و شیوه‌های مناسب در امر بازیابی^۵ است. دست‌اندرکاران رسانه‌ی اینترنت در سراسر جهان تمهیداتی نظیر ارتقاء صافی‌های کاوش^۶ به‌منظور صرفه‌جویی در هزینه، وقت و انرژی کاربران اندیشیده‌اند؛ چیزی که در عالی‌ترین شکل آن امروزه تحت عنوان «وب معنایی^۷» شناخته شده است.^[۱] وب معنایی تداوم و گستره‌ی جدید شبکه‌های فعلی است که در آن محتوای موجود در شبکه حاوی اطلاعاتی درباره‌ی معنا و مفهوم خودش است. این امر عموماً با

افزودن فراداده‌ها^۸ به اسناد و مدارک موجود در شبکه صورت می‌گیرد. به موازات کوشش‌های فوق، گروهی دیگر از متخصصان و فعالان امور شبکه براساس الگوی طبقه‌بندی و سازمان‌دهی اطلاعات در ذهن انسان، برای رفع معضل یاد شده راه حلی تحت عنوان «پورتال» مطرح کردند. در ساده‌ترین معنا، پورتال دروازه‌ی است به وب. پورتال سکوی پرتابی است که هر کاربر قبل از رفتن به سراغ مقصدهای دیگر باید به صورت یک صفحه‌ی مبدأ از آن استفاده کند. پورتال دسترسی آسان، سریع و کم‌هزینه‌ی کاربران را تنها با یک کلیک^۹ بر روی پیوند^{۱۰} ایجاد شده با مبداء اطلاعاتی مربوط امکان‌پذیر می‌سازد.^[۲] در گامی فراتر، پورتال‌های اینترنتی با بررسی نیازهای اطلاعاتی کاربران خود مجموعه‌ی از مسیرهای مطمئن اطلاعاتی را در اختیار آنها می‌گذارند. از آنجا که ارائه‌ی خدمات پورتال اساساً مبتنی بر شبکه - به‌ویژه اینترنت - است، پورتال‌ها خدماتی افزون بر آدرس‌دهی اطلاعات ارائه می‌دهند که معمولاً مواردی نظیر کاوش، سرویس پست الکترونیک، نظرسنجی، درج اخبار و مقالات، گروه‌های خبری و بحث و غیره را شامل می‌شود. امکان تعامل میان کاربر با وب‌سایت اصلی پورتال و همچنین دیگر کاربران عضو یک پورتال سازمانی، زمینه‌ی بهره‌برداری هرچه بیشتر از فرصت‌هایی را که در عرصه‌های مختلف پدید می‌آیند، فراهم می‌سازد.^[۳] دست‌یابی به منابع اینترنتی در حوزه‌ی علوم و صنایع دفاعی در جامعه‌ی آماري مورد نظر این پژوهش - یعنی مراکز اطلاع‌رسانی دانشگاه صنعتی مالک اشتر،

دانشگاه امام حسین (ع) و شبکه‌ی اطلاع‌رسانی دانا -- با مشکلاتی مواجه بوده که مهم‌ترین آنها بی‌اطلاعی کاربران از محل ذخیره‌سازی و استقرار این منابع است. به عبارت دیگر، خدمات اطلاع‌رسانی مبتنی بر شبکه‌ی ارائه شده در مراکز مذکور از اثربخشی مناسب و کافی برخوردار نبوده است. این پژوهش مشخص کرد که میان ایجاد پورتال دفاعی و اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی رابطه‌ی معناداری در سطح اطمینان ۹۲٪ و با ضریب خطای ۱٪ وجود دارد. از سوی دیگر، «مطابقت اطلاعات»، «سهولت استفاده از پورتال»، «قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال» و «میزان آشنایی کاربران با مهارت‌های وب» به‌عنوان عوامل اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی با استفاده از فناوری پورتال، به ترتیب با ضرایب ۴۷٪، ۴۷٪، ۴۲٪ و ۴۰٪ همبستگی معناداری را نشان دادند. در این نوشتار فرایند پژوهشی که به دستاوردهای یادشده انجامید، تشریح می‌شود.

۲. تفاوت پورتال با وبسایت

ارائه‌ی تعریفی مشخص از پورتال همواره با چالش مواجه بوده است. شاید واژه‌ی پورتال (به معنی دروازه یا محل ورود به یک شهر)، تاکنون بیشترین کاربرد را در IT داشته است. طبق تعاریف ارائه شده، پورتال را می‌توان مرکز ارائه‌ی خدمات و اطلاعات اینترنتی دانست که بر چهار پایه‌ی اصلی استوار است:

۱. انطباق پذیری^{۱۱}
۲. اختصاصی کردن^{۱۲}
۳. یک پارچه‌سازی^{۱۳}
۴. پشتیبانی انجمن‌های اینترنتی^{۱۴}

یکی از مهم‌ترین مفاهیم پورتال «محتوا^{۱۵}» است. به‌طور عام، «محتوا» را می‌توان به هر شیء الکترونیکی -- اعم از اسناد HTML/XML، تصاویر، صدا و هر چیزی که به صورت الکترونیکی ارائه شده باشد -- اطلاق کرد. اعمالی را که پورتال روی محتوا انجام می‌دهد، می‌توان به پنج گروه کلی تقسیم‌بندی کرد:

۱. گردآوری^{۱۶}: جمع‌آوری اطلاعات و خدمات از منابع متعدد و توزیع شده به‌طریقی قابل توجه و معنی‌دار.
۲. اختصاصی کردن^{۱۷}: فرایندی که توسط پورتال برای نمایش اطلاعات به کاربران (براساس نیازهای آنان) اجرا می‌شود. این مقوله نیازمند وجود فراداده‌ی محتوا^{۱۸} (یعنی اطلاعاتی درمورد اطلاعات موجود در سایت) است که نقش هرکدام از کاربران را، به‌علاوه‌ی حقوق دسترسی^{۱۹} آنها مشخص می‌کند.

۳. توصیه و معرفی کردن محتوا^{۲۰}: هنگامی که یک نرم‌افزار با استفاده از اطلاعاتی که دربارهِی شما دارد، اطلاعات یا خدمات جدیدی پیشنهاد می‌کند، آن را یک سیستم توصیه‌گر^{۲۱} می‌نامیم. پورتال می‌تواند براساس علاقه‌مندی‌های یک کاربر یا اطلاعاتی که درمورد او می‌داند، مطالب مناسب را در اختیار او قرار دهد. این مهم می‌تواند حتی از طریق دنبال کردن موضوعات مورد علاقه‌ی کاربر صورت گیرد.

۴. گلچین کردن و خلاصه کردن مطالب^{۲۲}: پورتال می‌تواند به صورت خودکار مطالب را خلاصه کند و در اختیار کاربر قرار دهد. به‌عنوان مثال کلمات کلیدی یک مقاله می‌تواند برای جست‌وجوی آن مورد استفاده قرار گیرد.

شاید بتوان از Yahoo یا Amazon به‌عنوان کامل‌ترین پورتال‌هایی که تا به حال ساخته شده‌اند، نام برد. بنابراین، میان وبسایت و پورتال تفاوت‌های اساسی وجود دارد. مهم‌ترین این تفاوت‌ها عبارت‌اند از:

الف) پورتال به معنای دروازه‌ی ورود به یک بانک اطلاعاتی است. اهمیت پورتال از این جنبه است که همواره ما را به سایت‌ها یا پورتال‌های دیگر راهنمایی می‌کند و به‌خودی خود فقط یک راهنما است. به همین علت است که در بعضی از موارد به پورتال‌ها، صفحات زرد اینترنتی^{۲۳} نیز می‌گوییم. یک وبسایت ممکن است حاوی مقدار زیادی اطلاعات باشد که فقط بر روی آن سایت قابل دسترسی است؛ همچنین ممکن است از امکاناتی مشابه یک پورتال برای جست‌وجو و مدیریت داده‌ها استفاده کند، اما آنچه که مهم است آن است که این داده‌ها عموماً بر روی پایگاه‌های اطلاعاتی خود سایت قرار دارند.

ب) پورتال عموماً حاوی مطالبی است که جنبه‌ی اطلاعات عمومی دارد. داده‌هایی که از منابع مختلف بر روی یک پورتال جمع‌آوری می‌شوند، معمولاً پراکندگی زیادی دارند. به همین علت، در بسیاری از پورتال‌ها ابزارهایی مانند فهرست کاوش^{۲۴} قرار داده می‌شود تا این اطلاعات را طبقه‌بندی کند.

ج) از سوی دیگر داده‌های قرار داده شده بر روی یک وبسایت، اولاً از منابع محدودتری تأمین می‌شوند و ثانیاً پراکندگی زیادی ندارند و حول یک محور و موضوع مشخص دور می‌زنند.

د) پورتال یک سیستم کاربرمحور است؛ به این معنی که تمام امکانات پورتال چنان پیش‌بینی شده است که بتواند جواب‌گوی نیاز کاربران با سلیقه‌ها، علاقه‌ها، سنین و رده‌های کاری متفاوت باشد. امکاناتی مثل پست الکترونیکی، گفت‌وگو^{۲۵}، انجمن‌های اینترنتی و... همه برای آن است که کاربران را به هر شکل ممکن به پورتال دعوت کند. اما وبسایت یک سیستم موضوع‌محور است. درست است که در هر وبسایت امکاناتی برای کاربران مختلف پیش‌بینی می‌شود، اما باید به این نکته توجه داشت که کاربری که با یک وبسایت کار می‌کند باید به‌شکلی به موضوع وبسایت در ارتباط یا علاقه‌مند باشد.

هـ) و بالاخره این که، یکی از مهم‌ترین جنبه‌های تفاوت بین پورتال و وبسایت جنبه‌ی اقتصادی آن است. پورتال‌ها عموماً برای کسب درآمد ساخته شده‌اند. بیشتر پورتال‌ها درآمدهای خود را از طریق تبلیغات کسب می‌کنند.

۳. اثر بخشی^{۲۶}

اثر بخشی عبارت است از درجه و میزان دست‌یابی به اهداف تعیین شده. به بیان دیگر اثر بخشی نشان می‌دهد که تلاش‌های انجام شده چقدر به نتایج مورد نظر منجر شده است. اما کارایی عبارت است از نحوه‌ی استفاده و بهره‌برداری از منابع برای نیل به نتایج. در واقع اثر بخشی با عملکرد و فراهم آمدن رضایت انسان از تلاش‌های انجام شده، و کارایی با بهره‌برداری صحیح از منابع مرتبط است. ملاحظه می‌شود که کارایی جنبه‌ی کمی دارد، درحالی که اثر بخشی جنبه‌ی کیفی دارد.

کارایی و اثر بخشی الزاماً هم‌سو نیستند و پا به پای هم حرکت نمی‌کنند، زیرا کارایی در برگیرنده‌ی سطح یا میزانی از نتایج است که ممکن است در مجموع مطلوب و ایده‌آل نباشد. به‌عنوان مثال، حمل و تحویل یک بسته‌ی پستی سبک به فردی که در فاصله‌ی ۲۰۰ متری قرار دارد با پای پیاده به جای استفاده از اتومبیل یا هر وسیله‌ی حمل و نقل دیگر که هزینه و استهلاک دارد، ممکن است عملی توأم با کارایی باشد، اما اگر بسته دیر به دست فرد مورد نظر برسد و او به خاطر فقط چند ثانیه دیر رسیدن

کهنگی و وجین، تعمیر و صحافی، بازنگری موجودی و تصحیح قفسه‌ها، و اندازه‌گیری و ارزیابی.^[۷] هر یک از این محورها به زیربخش‌هایی مفصل تقسیم شده است. مثلاً «اندازه‌گیری و ارزیابی» به ارزیابی و اثربخشی، ارزیابی هزینه- اثربخشی و ارزیابی هزینه- سود تقسیم شده است.

در یک تقسیم‌بندی دیگر، کارایی کتابخانه را در قالب مفاهیمی معیاری با عنوان: دسترسی، هزینه، رضایت استفاده‌کننده، زمان پاسخ، نسبت هزینه به بهره و استفاده -- که هر یک به راهکارهای عملی تحت عنوان مقیاس‌های معیاری تقسیم شده‌اند -- بیان کرده‌اند.^[۸]

۵. خدمات اطلاع‌رسانی

به لحاظ هم‌پوشانی بخش اعظم فعالیت‌ها و خدمات در نظر گرفته شده برای مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌ها، در این پژوهش خدمات این مراکز، به صورت تبادل پذیر^{۲۹} منظور و تشریح شده است. معمولاً مجموعه‌ی خدمات مراکز اطلاع‌رسانی یا کتابخانه‌ها به دو بخش فنی و عمومی تقسیم می‌شود. خدمات فنی مجموعه عملیاتی را در بر می‌گیرد که طی آن گونه‌های مختلف اطلاعات برای استفاده‌ی کاربران آماده و سازمان‌دهی می‌شوند. از سوی دیگر، خدمات عمومی به مجموعه خدماتی اطلاق می‌شود که به کاربر نهایی ارائه می‌شود. از آنجا که رویکرد تحقیق حاضر کاربرمدار^{۳۰} است، محوریت و نقل ادبیات به کار رفته در این بخش بیشتر به خدمات عمومی اختصاص داده شده است.

۱.۵. خدمات فنی

برای آن که اقلام و گونه‌های اطلاعاتی که وارد یک کتابخانه یا یک مرکز اطلاع‌رسانی می‌شوند برای کاربران قابل استفاده و بهره‌برداری شوند، باید فعالیت‌های ویژه‌ی روی این موارد صورت گیرد که در مجموع چهار گام اساسی و یک گام تکمیلی را در بر می‌گیرد. این چهار گام اساسی به ترتیب عبارت‌اند از: مجموعه‌سازی^{۳۱}، سازمان‌دهی^{۳۲}، اشاعه^{۳۳} و نگه‌داری^{۳۴}. گام تکمیلی نیز مدیریت چهار گام قبلی است. مرحله‌ی اول یعنی مجموعه‌سازی، شامل کلیه‌ی خدمات تأمین است که منجر به تشکیل مجموعه‌ی خاصی از گونه‌های اطلاعاتی مرتبط با یک موضوع می‌شود. مرحله‌ی دوم یعنی سازمان‌دهی، شامل سه فعالیت جداگانه و در عین حال مرتبط با یکدیگر است که عبارت‌اند از: نمایه‌سازی^{۳۵}، فهرست‌نویسی^{۳۶} و چکیده‌نویسی^{۳۷}. مراحل بعدی و مجموعه فعالیت‌های وابسته به آنها هرگونه اطلاعات ورودی را که به عنوان یک شیء اطلاعاتی یا پیشینه‌ی کتاب‌شناختی^{۳۸} قلمداد می‌شود، به یک پیشینه‌ی تکمیل‌شده^{۳۹} تبدیل می‌کند. این فعالیت‌ها تماماً توسط متخصصان علم اطلاع‌رسانی و کتاب‌داران آشنا به تخصص‌های مربوطه صورت می‌گیرد و به لحاظ برخورداری از جنبه‌های فنی کتاب‌داری از آنها به عنوان خدمات فنی یاد می‌شود.

۲.۵. خدمات عمومی

مفهوم خدمات عمومی به تلاشی سازمان‌یافته برای بهره‌گیری فعالانه از مجموعه به منظور برآوردن نیازهای اطلاعاتی جامعه و ایجاد و حفظ هماهنگی سازمان ارائه‌دهنده‌ی خدمات و استفاده‌کنندگان آن گفته می‌شود؛ و به‌طور کلی به عواملی چون رویکردها، نوع خدمات، روش‌ها و فنون، و منابع بستگی دارد.^{[۹] و [۱۰]}

هدف اصلی خدمات عمومی -- صرف نظر از میزان سواد، توان‌مندی، و موقعیت اجتماعی و اقتصادی -- این است که همه‌ی منابع اطلاعاتی مورد نیاز از طریق

محل را ترک گفته باشد، کار با اثربخشی انجام نشده است. یا اگر فردی که دچار حمله‌ی قلبی شده، به سرعت به بیمارستانی رسانیده شود و تمام امکانات انسانی و مادی بیمارستان به بهترین شکل برای خدمت به او به کار گرفته شود، ولی بیمار فوت کند، اگرچه عملیات با کارایی کامل انجام شده اما نتیجه‌ی اثربخشی نداشته است. بدین ترتیب لازم است در کاربرد صحیح واژه‌های «بهره‌وری^{۲۷}»، «کارایی» و «اثربخشی» دقت شود.^{[۵] و [۶]}

با توضیحات ارائه شده می‌توان رابطه‌ی بین بهره‌وری، کارایی و اثربخشی را چنین بیان کرد:

بهره‌وری = اثربخشی + کارایی

بهره‌وری = اجرای کارهای درست + اجرای درست کارها

کارایی که در مهندسی و فیزیک، تحت عنوان «راندمان» ترجمه شده است، معمولاً به جای بهره‌وری نیز کاربرد دارد و تعریف ساده‌ی آن چنین است:

$$\text{کارایی} = \frac{\text{برون داد مفید}^{۲۸}}{\text{واحد درون داد}^{۲۹}}$$

$$\text{عملکرد (برحسب واحد تولید یا خدمات)} = \frac{\text{عملکرد}}{\text{هزینه‌ی عملکرد}}$$

اثربخشی معمولاً به کیفیت و مفیدبودن اطلاق می‌شود و در یک تعریف عام، عبارت است از میزان دست‌یابی یک فرایند به اهداف از پیش تعیین شده‌ی آن.

۴. مفهوم اثربخشی در مراکز اطلاع‌رسانی

روشن است که مفهوم اثربخشی در دانش مدیریت مورد بحث و بررسی گسترده قرار گرفته و اندیشمندان مختلفی در نظریه‌پردازی‌های خویش، علاوه بر معنا و مفهوم اثربخشی به کارایی و بهره‌وری نیز پرداخته‌اند. با این‌که این واژه‌ها با یکدیگر نزدیکی دارند و در تشخیص و تمایز آنها از یکدیگر ظرافت‌هایی وجود دارد، اما به کارگیری هر یک از آنها برای روشن‌شدن مفاهیمی خاص ضرورت دارد. اثربخشی واژه‌ی است که سازمان‌ها در قالب آن میزان دست‌یابی به هدف را تعیین می‌کنند. هنگامی که واژه‌ی سازمان به‌طور عام مطرح می‌شود، معنایی فراگیر و تمام‌شمول را پوشش می‌دهد. سازمان‌ها به‌طور کلی در دو بخش تولید و خدمات فعال‌اند. معمولاً محصولات تولیدشده در بخش تولید ملموس و کمی‌اند و بدین لحاظ مسئله‌ی عرضه و تقاضا و به‌عبارتی عرضه‌کنندگان و مصرف‌کنندگان (مشتریان) در دو طرف سازمان مطرح است و بازخورد محیط درونی و محیط بیرونی سازمان با سرعت بالایی صورت می‌گیرد. در بخش خدمات، به‌علت دخیل‌بودن عوامل کیفی بیشتر نسبت به عوامل کمی کار، اندازه‌گیری و سنجش آن مقداری پیچیده است و سرعت بازخورد محیطی به نسبت بخش تولید با کندی بیشتری مواجه است. بدین لحاظ در سازمان‌های خدماتی و به ویژه سازمان‌های دولتی این مطلب و وضوح بیشتری دارد. مراکز اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های دانشگاهی به‌عنوان سازمان خدماتی و تولیدی، مأموریت و نقش پشتیبانی علمی از فعالیت‌های علمی در دانشگاه را به عهده دارند. این گونه مراکز «خدماتی» اند زیرا عهده‌دار نقش خدمات‌دهی منابع موجود به کاربران هستند، و تولیدی‌اند به این علت که داده‌ها یا اطلاعات موجود را پردازش می‌کنند و به‌عنوان محصولی جدید و قابل عرضه به مخاطبان خود ارائه می‌کنند.

در یک تقسیم‌بندی، ارزیابی کارایی و اثربخشی نظام کتابخانه در قالب شش محور ارائه شده که عبارت است از: جمع‌آوری و قفسه‌بندی، مراقبت و حفاظت،

خدمات امانت، مرجع، و اطلاع‌رسانی در دسترس مراجعه‌کننده قرار گیرد.^[۱۱] ارائه‌ی خدمات عمومی نه تنها تلاش برای افزایش تعداد مراجعه‌کنندگان به کتابخانه است، بلکه سهم به‌سزایی نیز در انتخاب مجموعه کتابخانه دارد؛ زیرا به کمک آن، خواسته‌ها و هدف‌های استفاده‌کنندگان کشف، و براساس آن برنامه‌های بلندمدت کتابخانه بر مبنای نیازهای آنان تهیه می‌شود.

ماهیت و کارایی خدمات عمومی در کتابخانه‌های مختلف بر حسب وظایف خاص هر یک از آنها متفاوت است. در کتابخانه‌های عمومی، خدمات به‌منظور اطلاع‌رسانی، آموزش، رشد خلاقیت‌ها، سرگرمی و الهام‌بخشی انجام می‌گیرد.^[۱۲، ۱۳] این کتابخانه‌ها گاهی دارای بخش‌هایی خاص برای ارائه‌ی خدمات به گروه‌های ویژه -- مانند معلولان، کودکان، کم‌سوادان و... هستند و گاهی نیز از طریق کتابخانه‌های کودکان، مساجد، روستایی، و سیار خدمات خود را ارائه می‌دهند. در کتابخانه‌های تخصصی، خدمات عمومی به‌منظور اطلاع‌رسانی و تحقق نیازهای علمی و پژوهشی متخصصان و اعضای سازمان انجام می‌گیرد.^[۱۴]

در حال حاضر کتابداران با استفاده از امکاناتی مانند فنون روابط عمومی، ارتباطات، و فناوری اطلاعات دانش نوشتاری را در داخل یا خارج از کتابخانه به گروه‌های مختلفی چون متخصصان، پژوهشگران، دانشمندان، بیماران، روستاییان، زندانیان، کودکان، کم‌سوادان و حتی بی‌سوادان ارائه می‌کنند. در کتابخانه‌های جدید، نظام‌های امانت، نظام‌های بازیابی اطلاعات و کتاب‌شناسی‌ها و فهرست‌ها از اصلی‌ترین فرآورده‌های قابل مشاهده‌ی رایانه‌ی در خدمات عمومی هستند. کاربرد نظام‌های چندرسانه‌ی، شبکه‌ها و بزرگراه‌های اطلاعاتی نقش کتابداران را در ارائه‌ی خدمات متحول ساخته است.^[۱۴]

۱.۲.۵. انواع خدمات عمومی

متداول‌ترین شکل‌های ارائه‌ی خدمات عمومی^[۹، ۱۴] عبارت‌اند از:

۱. امانت، شامل تحویل انواع منابع مجاز به متقاضی و دریافت آن پس از اتمام مدت امانت؛
۲. خدمات مرجع، شامل پاسخ‌گویی و یاری دادن به مراجعه‌کنندگان در بازیابی منابع و استفاده از اطلاعات موجود در آنها، راهنمایی پژوهش‌گران در انتخاب شیوه‌ی مناسب جست‌وجو در راستای هدف‌های پژوهش و همچنین ارائه‌ی خدمات ارجاعی^{۴۰}، به معنای شناسایی و معرفی مراکز دیگر در جهت تکمیل اطلاعات مراجعه‌کننده؛
۳. اطلاع‌رسانی به‌منظور تهیه و تولید منابع اطلاعاتی، و نیز اشاعه‌ی اطلاعات و ارائه‌ی آن به متقاضیان شامل:

الف) آگاهی‌رسانی جاری^{۴۱} شامل اشاعه‌ی گزینشی اطلاعات^{۴۲}؛

ب) جست‌وجوی گذشته‌نگر^{۴۳} شامل جست‌وجوی متون^[۱۴]؛

ج) تهیه‌ی کتاب‌شناسی، شامل کتاب‌شناسی‌های درخواست‌شده یا از قبل تهیه‌شده بر اساس پیش‌بینی‌های به عمل آمده؛

د) ترجمه‌ی متن‌ها و اطلاعات مورد علاقه‌ی سازمان متبوع از زبان‌های دیگر؛

هـ) تهیه‌ی نمایه‌ها و چکیده‌نامه‌ها؛

و) تهیه‌ی گزارش‌ها، شامل ارزیابی مدارک موجود با توجه به فعالیت‌های پژوهشی و توسعه‌ی سازمان و نیز گردآوری گزارش‌های لازم؛

ز) امانت بین کتابخانه‌ی بی^{۴۴}؛

ح) تهیه‌ی بریده‌ی جاری؛

- ط) اعلان برگزاری همایش‌های مورد علاقه‌ی سازمان؛
- ی) ایجاد پایگاه‌ها و بانک‌های اطلاعاتی؛
- ک) جست‌وجوی رایانه‌ی پیوسته^{۴۵} و ناپیوسته^{۴۶}؛
- ل) تهیه و ارائه‌ی خدمات از طریق ریزنوشته‌ها^{۴۷} و ریزنگارها؛
- م) نسخه‌برداری^{۴۸} و تکثیر^{۴۹}؛

ن) برنامه‌های روابط عمومی و آشناسازی استفاده‌کنندگان با خدمات کتابخانه و شیوه‌ی بهره‌گیری از آن، شامل برنامه‌ریزی برای آموزش اعضا و مراجعان به‌منظور استفاده‌ی صحیح از مجموعه و تجهیزات کتابخانه.^[۱۵]

س) خدمات جانبی، شامل برگزاری قصه‌گویی، دوره‌های مطالعه، پرسش و پاسخ، نمایشگاه، جشن‌های سنتی و محلی، کنسرت، نمایش خیمه‌شب‌بازی، شعبده‌بازی، تئاتر و فیلم^[۱۲]؛ و نیز برپایی همایش‌ها و نشست‌ها، به‌منظور علاقه‌مندکردن جامعه به مطالعه و کتابخانه، تبلور استعدادها و توانایی‌ها در فعالیت‌های گروهی، تقویت حس مشارکت جمعی در افراد، و نظیر آن.^[۱۵]

۶. روش پژوهش

در این پژوهش اطلاعات لازم با استفاده از اطلاعات و مدارک دریافتی از اینترنت در حوزه‌ی اطلاع‌رسانی و فناوری پورتال، و مراجعه به صاحب‌نظران و مشاوره با آنان و همچنین استفاده از پرسش‌نامه با هدف نظرخواهی از شاغلان و کاربران مراکز اطلاع‌رسانی موضوع پژوهش (دانشگاه صنعتی مالک اشتر، دانشگاه امام حسین (ع) و شبکه‌ی اطلاع‌رسانی دانا) انجام گرفت. به‌منظور کسب نظر شاغلان و کاربران مراکز اطلاع‌رسانی یاد شده، با توجه به فرضیه‌ی پژوهش، و با هماهنگی‌های لازم با اساتید راهنما، مشاور و مشاور آماری، پرسش‌نامه‌ی مشتمل بر ۱۷ سؤال تهیه و تنظیم شد. پرسش‌نامه‌ی مذکور با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ی بین شاغلان و کاربران این مراکز توزیع و جمع‌آوری شد. از تعداد ۱۳۴ پرسش‌نامه‌ی توزیع‌شده، تعداد ۱۰۶ مورد جمع‌آوری و در این پژوهش مورد استفاده واقع شد. در این پژوهش با استفاده از روش آلفای کرون‌باخ و با بهره‌گیری از نرم‌افزار SPSS پرسش‌نامه‌ی تهیه‌شده مورد آزمون واقع شد که در نتیجه با ضریب آلفای ۰/۸۴ پایایی و اعتبار خود را نشان داد.

به دلیل این که فرضیه‌ی پژوهش دارای متغیر دوارزشی اسمی است، و از سوی دیگر متغیر اثربخشی دارای مقیاس رتبه‌ی است و توزیع غیرنرمال یا ناپارامتریک دارد، استفاده از فرمول زیر و روش U مان - ویتنی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها ضرورت می‌یابد:

$$U_{ob} = (n_1 \cdot n_2) + \frac{n_1(n_1 + 1)}{2} - R_1$$

همچنین به‌منظور محاسبه‌ی ارتباط و همبستگی عواملی چون سهولت استفاده از پورتال، آشنایی کاربران با مهارت‌های وب، قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال و انطباق اطلاعات دریافتی با اطلاعات درخواستی، از روش ضریب همبستگی اسپیرمن در تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است:

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

فرضیه‌ی این پژوهش دارای دو متغیر مستقل و وابسته است. اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی به عنوان متغیر وابسته و ایجاد پورتال دفاعی متغیر مستقل این فرضیه

جدول ۱. نمونه آماری پژوهش.

مرکز اطلاع رسانی	دانشگاه امام حسین (ع)	دانشگاه صنعتی مالک اشتر	شبکه‌ی اطلاع رسانی دانا	جمع
تعداد نمونه	۵۳	۳۸	۴۳	۱۳۴

(بخش) تقسیم و آنگاه از میان آنها چند خوشه (بخش) را به طور تصادفی انتخاب می‌کنند. سپس با استفاده از شیوه‌های مختلف نمونه‌گیری از میان آن بخش‌ها نمونه‌ی مورد نظر را به دست می‌آورند.

در این پژوهش سطح اطمینان برابر با ۹۵٪ و ضریب خطا معادل ۱٪ در نظر گرفته شده است. از آنجا که با فرض نسبت ۵٪ بیشترین نمونه را به دست خواهیم آورد، برای اطمینان بیشتر نسبت جامعه ۵٪ فرض شده است. بدین ترتیب تعداد نمونه عبارت است از:

$$n = \frac{Z_{\alpha/2}^2 (p)(1-p)}{e^2} = \frac{3.84125 \times (0.05) \times (0.95)}{0.05^2} = 96$$

چنان که ملاحظه می‌شود، طبق فرمول ارائه شده تعداد نمونه باید ۹۶ نفر باشد. اما برای اطمینان بیشتر ۱۰۴ نفر (برابر با ۱۶٪ کل شاغلان و کاربران) انتخاب و تعداد ۳۰ نفر نیز به تعداد نمونه‌ی قبلی اضافه شد. بنابراین تعداد کل نمونه‌ی انتخابی ۱۳۴ نفر بودند. از توزیع این تعداد پرسش‌نامه، تعداد ۱۰۶ پرسش‌نامه جمع‌آوری و در این پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

۸. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده از ۱۰۶ پرسش‌نامه‌ی جمع‌آوری شده نشان می‌دهد که ۲۸ نفر از پاسخ‌دهندگان به این پرسش‌نامه‌ها زن و ۷۸ نفر آنان مرد بوده‌اند؛ سن تمام آنها کم‌تر از ۵۰ سال است؛ ۸۸ نفر آنان دارای مدرک تحصیلی لیسانس، فوق لیسانس و دکترا و ۱۵ نفر آنان دارای مدرک تحصیلی پایین‌تر از لیسانس بوده‌اند؛ ۸۰٪ آنان طی ۳ ماه گذشته هیچ‌گونه مراجعه‌ی به مراکز اطلاع‌رسانی مربوطه نداشته‌اند، یا فقط یک‌بار مراجعه کرده‌اند؛ ۷۴٫۵٪ از پاسخ‌دهندگان امکان ارتباط اینترنتی از طریق مراکز خود را داشته‌اند و بالغ بر ۵۰٪ آنها نیازهای اطلاعاتی خود را اصولاً از طریق اینترنت دریافت نمی‌کنند یا در حد کم و خیلی کم دریافت می‌کنند؛ اطلاعات دریافتی ۸۵٪ از پاسخ‌دهندگان (از اینترنت) در این مراکز هیچ مطابقتی با اطلاعات مورد نظر آنها نداشته یا این تطابق کم بوده است؛ ۶۸٪ از پاسخ‌گویان از خدمات مبتنی بر شبکه‌ی مرکز اطلاع‌رسانی سازمان‌شان ناراضی‌اند و آن را هیچ یا کم می‌پندارند. بنابراین به نظر می‌رسد ضرورت تجدیدنظر در نحوه‌ی ارائه‌ی خدمات مبتنی بر شبکه، شناخت کافی از نیازهای اطلاعاتی کاربران و راه‌نمایی آنان در بازایی اطلاعات از طریق اینترنت انکارناپذیر است.

از پاسخ‌گویان سؤال شده است که آیا تاکنون از پورتال‌های اینترنتی استفاده کرده‌اند یا خیر؟ در پاسخ‌های به دست آمده ۵۴٫۷٪ پاسخ «بلی» داده‌اند. ۵۴٪ پاسخ‌گویان معتقدند که طی ۱ ماه گذشته حداقل ۱ بار و حداکثر ۴ بار به پورتال‌های اینترنتی مراجعه کرده‌اند. ۴۲٪ از پاسخ‌گویان این پژوهش اظهار داشته‌اند که اطلاعات دریافتی آنها از پورتال‌ها با اطلاعات درخواستی‌شان مطابقت داشته است. ۵۲٫۸٪ پاسخ‌گویان برای سهولت استفاده از پورتال اهمیت قائل شده‌اند و ۶۵٫۴٪ قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال را مهم پنداشته‌اند. ۶۶٪ چنین دریافت‌اند که میزان آشنایی

محسوب می‌شود. در این پژوهش به منظور دست‌یابی به نتایج و تأیید یا رد فرضیه‌ی پژوهش از رابطه‌ی آماری زیر استفاده شده است:^[۱۰]
 $H_0: \text{بین } x \text{ و } y \text{ رابطه وجود ندارد} \leftarrow Cov(x, y) = 0$
 $H_1: \text{بین } x \text{ و } y \text{ رابطه وجود دارد} \leftarrow Cov(x, y) \leq 0.5$
 به عبارتی:

$$H_0: r \times y = 0$$

$$H_1: r \times y \neq 0$$

یعنی:

$$\text{بین } x \text{ و } y \text{ رابطه وجود ندارد (مستقل از یکدیگرند)} \leftarrow P > 0.5$$

$$\text{بین } x \text{ و } y \text{ رابطه وجود دارد (عدم استقلال)} \leftarrow P \leq 0.5$$

۷. جامعه و نمونه‌ی آماری

جامعه‌ی آماری عبارت است از مجموعه‌ی اعضای حقیقی یا فرضی که نتایج پژوهش به آن انتقال داده می‌شود. نمونه، گروهی از اعضای یک جامعه‌ی تعریف شده است که اطلاعات مورد نیاز پژوهش به کمک آن حاصل می‌شود.

۱.۷. جامعه‌ی آماری

جامعه‌ی مورد پژوهش در این تحقیق در برگیرنده‌ی شاغلان و کاربران مراکز اطلاع‌رسانی دانشگاه صنعتی مالک اشتر، دانشگاه امام حسین (ع) و شبکه‌ی اطلاع‌رسانی دانا است. این مرکز مجموعاً ۶۵۱ شاغل و کاربر دارند. به طور معمول به دلیل محدودیت‌های زمانی، مالی و نیروی انسانی برای انجام پژوهش از نمونه‌گیری استفاده می‌شود، اما اگر بخواهیم نتایج نمونه به گونه‌ی بی‌شک باشد که قابل تعمیم به کل جامعه باشد، باید به روشی علمی و قابل استدلال تعداد نمونه را به دست آوریم. در این پژوهش برای به دست آوردن تعداد نمونه از فرمولی استفاده شده که مبنای آن تعیین حجم نمونه برحسب α ، یعنی میزان خطای احتمالی، است:^[۱۶]

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

که در آن:

$$N = \text{تعداد جامعه}$$

$$n = \text{تعداد نمونه}$$

$$p = \text{نسبت مورد نظر در نمونه}$$

$$q = 1 - p: \text{عدم وجود نسبت مورد نظر در نمونه}$$

$$d = \text{درجه اطمینان}$$

$$\alpha = \text{میزان خطا}$$

$$\frac{Z}{4} = \varepsilon = \text{جمله خطا}$$

۲.۷. نمونه‌ی آماری

چنان که گفته شد جامعه‌ی آماری این پژوهش شاغلان و کاربران مراکز اطلاع‌رسانی یادشده بودند. پس از استخراج تعداد کل افراد از طریق مراجع ذی‌ربط، به دلیل در دسترس نبودن همه‌ی اعضا با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ی، نمونه‌ی این پژوهش معین شد. (جدول ۱) در این روش ابتدا جامعه‌ی آماری را به چند خوشه

جدول ۲. تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش.

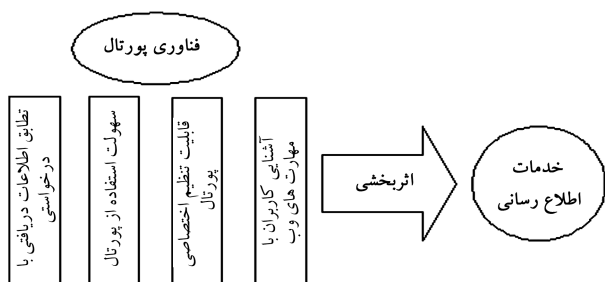
درصد	داده پژوهش
۸۰٪	پاسخ‌گویانی که طی ۳ ماه گذشته هیچ‌گونه مراجعه‌ی به مراکز اطلاع‌رسانی نداشته‌اند
۷۴٫۵٪	پاسخ‌گویانی که امکان ارتباط اینترنتی از طریق مراکز خود را داشته‌اند
۵۰٪	پاسخ‌گویانی که خواسته‌های اطلاعاتی خود را از طریق اینترنت دریافت نمی‌کنند
۸۵٪	پاسخ‌گویانی که اطلاعات دریافتی آنها از اینترنت در این مراکز هیچ مطابقتی با اطلاعات مورد نظرشان نداشته است
۶۸٪	پاسخ‌گویانی که از خدمات مبتنی بر شبکه‌ی مرکز اطلاع‌رسانی سازمان‌شان ناراضی‌اند
۵۴٫۷٪	پاسخ‌گویانی که به پورتال‌های اینترنتی مراجعه داشته‌اند
۴۲٪	پاسخ‌گویانی که اطلاعات دریافتی آنها از پورتال‌ها با اطلاعات درخواستی آنها مطابقت داشته است
۵۲٫۸٪	پاسخ‌گویانی که برای سهولت استفاده از پورتال اهمیت قائل شده‌اند
۶۵٫۴٪	پاسخ‌گویانی که قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال را مهم پنداشته‌اند
۶۶٪	پاسخ‌گویانی که میزان آشنایی با مهارت‌های وب و اینترنت را در استفاده از پورتال مؤثر می‌دانند
۴۳٫۴٪	پاسخ‌گویانی که به این فناوری نگرش مثبت دارند

جدول ۳. فراوانی، میانگین، انحراف معیار، میزان T و سطح معناداری بین ایجاد پورتال با اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی.

گزینه	فراوانی	میانگین	انحراف معیار	میزان T	سطح معناداری
بلی	۵۸	۱٫۹۳	۰٫۹۶	-۱٫۸۱	۰٫۸٪
خیر	۴۸	۲٫۵۷	۰٫۹۴		

جدول ۴. همبستگی و فراوانی میان ویژگی‌ها و قابلیت‌های پورتال با اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی.

سؤال	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	مجموع سؤالات
همبستگی	۰٫۴۷٪	۰٫۴۷٪	۰٫۴۲٪	۰٫۴۰٪	۰٫۴۳٪
فراوانی	۴۵	۵۳	۶۵	۶۶	۵۷
سطح معناداری	۰٫۰۳٪	۰٫۰۳٪	۰٫۰۲٪	۰٫۰۷٪	۰٫۰۰۱٪



نمودار ۱. مدل مفهومی شاخص‌های اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی با استفاده از پورتال.

آزمون مقایسه‌ی میانگین‌های مستقل بین دو گروه نشان می‌دهد که T مشاهده شده برابر $-۱٫۸۱$ ، و سطح معناداری آن برابر $۰٫۸٪$ است. لذا در سطح اطمینان $۰٫۹۲٪$ می‌توان تفاوت میانگین پاسخ‌گویانی که جواب بلی داده‌اند و پاسخ‌گویانی که جواب منفی داده‌اند را پذیرفت. بنابراین فرضیه تأیید می‌شود.

از پاسخ‌گویان درخصوص میزان تطابق اطلاعات دریافتی آنها از پورتال‌های اینترنتی با اطلاعات مورد نظرشان، اهمیت سهولت استفاده و قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال و تأثیر آشنایی کاربران با مهارت‌های شبکه سؤال شد که مجموعه‌ی پاسخ‌های آنان مطابق جدول ۴ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج ارائه شده در جدول ۴ وضعیت همبستگی و سطح معناداری بین شاخص‌های مورد بررسی با اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی را نشان می‌دهد. چنان که ملاحظه می‌شود، میان شاخص‌های مورد بررسی با اثربخشی -- نظیر میزان تطابق اطلاعات دریافتی با اطلاعات درخواستی از پورتال ($r = ۰٫۴۷$)، سهولت استفاده از پورتال ($r = ۰٫۴۷$)، قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال ($r = ۰٫۴۲$)، میزان آشنایی کاربران با مهارت‌های شبکه و اینترنت ($r = ۰٫۴۰$) همبستگی معنادار وجود دارد.

بنابراین شاخص‌های «تطابق اطلاعات» دریافتی با اطلاعات درخواستی، «سهولت استفاده از پورتال»، «قابلیت تنظیم اختصاصی پورتال» و «میزان آشنایی کاربران با مهارت‌های شبکه و اینترنت» از جمله عوامل اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی با استفاده از پورتال محسوب می‌شوند. (نمودار ۱)

در مجموع، اطلاعات به دست آمده از این پژوهش حاکی از وجود رابطه بین ایجاد فناوری پورتال و اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی است و از اهمیت ایجاد و

کاربران با مهارت‌های وب و اینترنت می‌تواند نقش مؤثری در استفاده‌ی بهینه از پورتال داشته باشد. و به این ترتیب، روشن می‌شود که پورتال یک موضوع کاملاً تکنولوژی‌محور نیست، بلکه تا حدودی به عوامل انسانی -- یعنی کاربران -- بستگی دارد.

۴۳٫۴٪ از پاسخ‌گویان به این فناوری نگرش مثبت دارند و از استفاده‌ی آن اعلام رضایت کرده‌اند. ضمناً پیشنهادهایی که کاربران برای ارتقا و بهبود خدمات اطلاع‌رسانی اعلام کردند عبارت بود از: معرفی خدمات مرکز اطلاع‌رسانی از طریق بروشور، بولتن، آگهی‌های اینترنتی؛ گسترش امکان استفاده از اینترنت و پورتال در اماکن نظامی؛ به‌کارگیری نیروی انسانی متخصص به منظور پاسخ‌گویی به کاربران؛ ترویج فرهنگ اطلاع‌رسانی؛ آموزش استفاده از اینترنت و پورتال به کاربران؛ غنای منابع اطلاعاتی موجود در مراکز اطلاع‌رسانی؛ تسهیل ارتباط میان کاربران و مراکز اطلاع‌رسانی به طرق مختلف از جمله Alert؛ و بالاخره ایجاد پورتال دفاعی و تقویت محتوا و منابع آن. (جدول ۲)

۹. یافته‌های پژوهش

در فرضیه‌ی این پژوهش ادعا شده است که بین ایجاد فناوری پورتال با اثربخشی خدمات اطلاع‌رسانی رابطه‌ی معنی‌دار وجود دارد. این فرضیه در قالب چهار سؤال اصلی و کنترل‌کننده طراحی شده است. پاسخ‌گویان در پاسخ به این که آیا تاکنون از پورتال‌های اینترنتی استفاده کرده‌اند، مطابق جدول ۳ جواب داده‌اند:

اطلاعات ارائه شده در جدول ۳ حاکی از آن است که ۵۸ نفر از پاسخ‌گویان تجربه‌ی استفاده از پورتال‌های اینترنتی را داشته‌اند و میانگین رضایت آنان از خدمات دریافتی از پورتال‌های مورد مراجعه‌شان برابر $۱٫۹۳$ با پراکندگی $۰٫۹۶٪$ ذکر شده است. همچنین تعداد ۴۸ نفر از آنان درخصوص استفاده از پورتال نظر منفی داده‌اند و میانگین رضایت‌شان از پورتال‌های اینترنتی برابر $۲٫۵۷$ با پراکندگی $۰٫۹۴٪$ است.

از جمله توانمندی دفاعی. با استقرار تدابیر فنی و امنیتی مناسب و تعریف کاربران می‌توان تاحدودی از هراس ایجادشده در زمینه‌ی کاربرد اینترنت در مراکز نظامی کاست. تغییر این نگرش و ایجاد فرهنگ جدید در گرو عنایت واقع‌بینانه‌ی فرماندهان نظامی به این پدیده‌ی راهبردی است.

به مدیران ارشد مراکز اطلاع‌رسانی دفاعی توصیه می‌شود ضمن حفظ نظام اطلاع‌رسانی موجود، امکان به‌کارگیری نظام‌ها و فناوری‌های نوین را بررسی و برآورد کنند. هر قدر آگاهی مدیران اطلاع‌رسانی از مجموعه‌های تحت هدایت‌شان بیشتر شود، در درک نقاط قوت و ضعف توان‌مندتر می‌شوند. فناوری پورتال -- به‌ویژه پورتال سازمانی -- با گشودن پنجره‌ی مقابل چشمان مدیران آنان را از وضعیت جاری واحدهای تحت پوشش خود آگاه می‌کند. استفاده از این فناوری به‌عنوان یکی از ابزارهای کارآمد مدیریتی توصیه می‌شود.

با توجه به این که اغلب کاربران و حتی شاغلان مراکز اطلاع‌رسانی از نحوه‌ی کار با اینترنت یا فناوری پورتال اطلاع کافی ندارند، پیشنهاد می‌شود دوره‌های آموزشی کوتاه‌مدت با هزینه‌های منطقی در این مراکز تشکیل شود تا از این طریق کمبودهای آموزشی جبران شود. همچنین شناخت موانع و مشکلات موجود در به‌کارگیری فناوری‌های نوین اطلاع‌رسانی، از جمله پورتال‌های سازمانی در محیط‌های نظامی ایران، می‌تواند یکی از موضوعات چالش‌آفرین برای پژوهش‌های آتی باشد.

به‌کارگیری این فناوری در مراکز اطلاع‌رسانی دفاعی به‌منظور افزایش اثربخشی آنها نشان دارد. نتایج به‌دست آمده از آزمون نشان می‌دهد که شاخص P-Value محاسبه شده با ضریب دقت ۲۵٪ و در سطح $\alpha = ۰.۰۸$ معنادار است.

۱۰. نتیجه‌گیری

نتایج یافته‌های این پژوهش راهکارهایی علمی و قابل قبول به پژوهش‌گران ارائه می‌دهد که به‌راحتی می‌توان از نتایج آنها در کاربردی کردن موضوعات اطلاع‌رسانی بهره جست. دریافت نظر و پیشنهاد شاغلان و کاربران مراکز اطلاع‌رسانی و تجزیه و تحلیل آنها نیز به‌نوبه‌ی خود راهی است برای شناخت موانع موجود و دست‌یابی به راهکار مناسب. امروزه دانش و اطلاعات برتر مقوله‌ی است که قدرت برتر را در پی دارد و از انبوه اطلاعات نمی‌توان به‌خوبی بهره جست مگر با نظام‌دادن به آن. بنابراین توصیه می‌شود که در راستای بهره‌گیری از اطلاعات موجود، زمینه‌های برخورداری از فناوری‌هایی که به تسهیل مدیریت دانش منجر می‌شوند، فراهم شود. اینترنت تهدید یا پدیده‌ی وحشتناک نیست، بلکه ابزاری است برای افزایش توانمندی‌های مختلف

پانویس

1. portal
2. effectiveness
3. information services
4. defense portal
5. retrieval
6. search filters
7. semantic web
8. metadata
9. click
10. link
11. customization
12. personalization
13. integration
14. online communities
15. content
16. aggregation
17. personalization
18. content metadata
19. access rights
20. recommendation
21. recommender
22. excerpt content
23. internet yellow pages
24. directory
25. chat
26. effectiveness
27. productivity
28. useful output
29. interchangeably
30. user-oriented

31. collection making
32. organizing
33. dissemination
34. preservation
35. indexing
36. cataloging
37. abstracting
38. bibliographic record
39. completed record
40. referral services
41. current awareness
42. selective dissemination of information (SDI)
43. retrospective searching
44. inter-library loan
45. online
46. offline
47. micro-recorded
48. copying
49. duplicating

منابع

1. Asefi Rad, Sasha. "The impact of using the internet on research process", *Electronics & Computer Science*, (Aug. 2002).
2. Depietro, Declan. "I keep reading about the Semantic Web", *What is that? Popular Science*, (August 17, 2003). Available at: <http://www.popsci.com/>
3. Online Portals, *Computer Highway*, (56), 6 p.129-132 (2003).

4. IBM Software Group. "Making portals fit for E-business", Special Supplement to KM World, (May 2002). Available at: <http://www.kmworld.com/>
5. Abtahi, H. and Kazemi, B., Productivity, Tehran, Commercial Studies & Research Institute, (2001).
6. Golabi, M. "The study of productivity synonym terms", Management Development, (57), p.26-29 (Spring 2004).
7. Karbon, P. Translator, Mehrad, J., "Libraries performance analysis", *IFLA Proceedings*, Turkey: 20-26 (Aug. 1999).
8. Hafezian Razavi, K. "Information centers structures and the role of university". The University of Revolution, Special issue on book readings, (Nov. 1991).
9. "Libraries", The New Encyclopedia Britanica: macrope-dia, 22, pp.957,960.
10. Subbah, R. Agricultural Library Users (An Analytical Study). New Delhy: Metropolitan, (1989).
11. Rahnama, M. "Librarianship serving the people", Iranian Librarians Forum Letter, 7 (2), p.162-163, (Summer 1974).
12. Camble, H.C. "Multimedia Serving the People", Translator: Asadollah Azad, Iranian Librarians Forum Letter, 7 (2) p. 177-196, (Summer 1974)
13. Cumar, Krishen, Library Structure, Translator: Maryam Amin Saadat, Tehran Islamic Revolution Cultural Documents Organization, (1994).
14. Bloomberg, M. Introduction to Public Services for Library Technicians. littleton: libraries unlimited, (1972).
15. Emadkhorasani, N. Public Services at Library and Its Methods, Tehran, Ketabdar Publication, (1999).

پیوست - پرسشنامه

صاحب نظر گرامی

با عنایت به نقش تسهیل‌کننده‌ی پورتال‌های اینترنتی در زمینه‌ی کاوش و نیز تأمین و اشاعه‌ی اطلاعات علمی، طراحی و ایجاد یک پورتال فارسی با پوشش موضوعی علوم دفاعی متناسب با نیازهای مسئولان، اساتید، پژوهش‌گران و دانشجویان امری ضروری به نظر می‌رسد. بدیهی است اولین گام در این مسیر، نظرسنجی از کاربران و کارشناسان امر است تا کوشش‌های آتی مطابق با این دیدگاه‌ها تنظیم شود. به‌منظور آشنایی شما با فناوری پورتال، از جنابعالی تقاضا می‌شود در صورت امکان با پاسخ‌گویی دقیق و صحیح به سؤالات مطرح شده در چکیده‌ی که تهیه شده است، به سهم خود در انتخاب نوع خدمات و تعیین جهت حرکت این فعالیت علمی مشارکت فرمائید. قبلاً از توجه و صرف وقت ارزشمند شما سپاسگزارم.

سید علیرضا حجازی

دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مراکز اطلاع‌رسانی

به وب‌سایت‌های ویژه‌ی کاوش، نظیر! Yahoo یا Google، مراجعه می‌کنند و با انبوهی از موارد یافت شده مواجه می‌شوند که تعداد کمی از آنها به موضوع مورد نظر ارتباط دارد.

در صورتی که پورتال‌های اینترنتی به‌خاطر محدود کردن محتوای خود به یک موضوع خاص، بخش اعظم اطلاعات‌شان مرتبط با همان موضوع است و به‌سادگی پاسخ‌گویی نیاز تخصصی کاربران خود هستند. به‌عنوان مثال فردی که به‌دنبال اطلاعاتی در یک زمینه‌ی خاص علمی (مانند پزشکی) است، اگر به‌جای مراجعه به وب‌سایت‌های کاوش، به پورتال‌های پزشکی مانند WebMD مراجعه کند، مقصدهای اینترنتی بیشتر و مناسب‌تری را خواهد یافت. از این رو پورتال‌های اینترنتی اساساً با هدف صرفه‌جویی در وقت، هزینه و انرژی کاربران به میدان آمده‌اند. اگر هر فرد نشانی اینترنتی چند مورد از پورتال‌های اینترنتی مرتبط با حوزه‌ی کاری یا تحصیلی خود را به یاد داشته باشد، می‌تواند به‌جای ساعت‌ها سرگردانی در وب‌سایت‌های مختلف، در کوتاه‌ترین زمان به آنها مراجعه، و اطلاعات مورد نظر خود را در آنها پیدا کند.

۱. جنسیت: زن مرد

۲. سن جنابعالی در کدامیک از محدوده‌های زیر قرار می‌گیرد؟ الف) ۲۰ تا ۲۵ سال ب) ۲۶ تا ۳۰ سال ج) ۳۱ تا ۳۵ سال د) ۳۶ تا ۴۰ سال هـ) ۴۱ تا ۵۰ سال و) ۵۱ سال و بیشتر

۳. آخرین مدرک تحصیلی جنابعالی چیست؟ توضیح: چنانچه دانشجوی هستید اگر بیش از نیمی از دروس را طی کرده‌اید، مقطع بالاتر، و اگر کم‌تر از نیمی از دروس را طی کرده‌اید، مقطع پایین‌تر را علامت بزنید.

الف) فوق دیپلم ب) فوق دیپلم ج) لیسانس د) فوق لیسانس هـ) دکتری و بالاتر

۴. رشته‌ی تحصیلی: گرایش:

۵. در سه ماه گذشته جناب‌عالی چند بار برای تأمین نیازهای اطلاعاتی خود به مرکز اطلاع‌رسانی سازمان‌تان مراجعه کرده‌اید؟ الف) مراجعه نکرده‌ام ب) یک تا سه بار ج) چهار تا شش بار د) هفت تا نه بار هـ) ده بار و بیشتر

پورتال چیست؟

از زمانی که کاربرد واقعی اینترنت در زمینه‌ی بازیابی اطلاعات مطرح شد، راه حل‌های گوناگونی برای یافتن اطلاعات در این اقیانوس عظیم اطلاعاتی پیشنهاد شد که یکی از آنها پورتال بود. فناوری پورتال برای پاسخ به این پرسش اساسی مطرح شد که «چگونه دقیقاً اطلاعاتی را به کاربران بدهیم که آنها می‌خواهند؟» منظور از پورتال یک دروازه یا اصطلاحاً درگاه اینترنتی است که نشانی اینترنتی وب‌سایت‌های مختلف را به‌صورت موضوعی طبقه‌بندی، و در خود جای داده است تا در اختیار کاربران خود قرار دهد. به‌این ترتیب، وقتی فردی می‌خواهد از اینترنت استفاده کند، متناسب با موضوع مورد نظرش به وب‌سایت‌های مربوطه مراجعه می‌کند و از کاوش‌های بی‌نتیجه در اینترنت رهایی می‌یابد. هنوز بسیاری از افراد برای یافتن اطلاعات مورد نظر خود

شماره گویه	۵	۴	۳	۲	۱	۰
درصد	۱۰۰٪	۸۰٪	۶۰٪	۴۰٪	۲۰٪	صفر
میزان	خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	هیچ

- توضیح: در سؤالات زیر هر گویه نمایانگر درصدی از میزان پاسخ‌های یک تا پنج مطابق با جدول بالا است:
۶. آیا در سازمان شما امکان ارتباط با اینترنت وجود دارد؟ بلی خیر
۷. در صورت بلی، معمولاً چه میزان از نیازهای اطلاعاتی خود را از طریق اینترنت مرکز اطلاع‌رسانی سازمان خود دریافت می‌کنید؟
 ۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵
۸. اطلاعات اینترنتی دریافتی شما از مرکز اطلاع‌رسانی سازمان‌تان، تا چه حد با اطلاعات درخواستی شما مطابقت دارد؟
 ۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵
۹. در مجموع میزان رضایت شما از خدمات مبتنی بر شبکه‌ی مرکز اطلاع‌رسانی سازمان خودتان چقدر است؟
 ۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵
۱۰. آیا تاکنون از پورتال‌های اینترنتی استفاده کرده‌اید؟ بلی خیر

۱۱. در صورتی که در یک ماه اخیر از پورتال‌های اینترنتی استفاده کرده‌اید، تعداد مراجعه‌ی شما به آنها چند بار بوده است؟

الف) یک بار ب) دو بار ج) سه بار د) چهار بار و بیشتر

۱۲. میزان مطابقت اطلاعات دریافتی شما از پورتال‌ها با اطلاعات مورد نظران چقدر است؟

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵

۱۳. سهولت استفاده از یک پورتال تا چه حد برای شما مهم است؟

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵

۱۴. این که بتوانید بخشی از یک پورتال را به صورت اختصاصی و مطابق میل‌تان تنظیم کنید، چقدر برای شما اهمیت دارد؟

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵

۱۵. آشنایی با مهارت‌های شبکه و اینترنت تا چه حد می‌تواند در استفاده از یک پورتال مؤثر باشد؟

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵

۱۶. رضایت شما از پورتال‌هایی که معمولاً به آنها مراجعه می‌کنید، چقدر است؟

۰ ۱ ۲ ۳ ۴ ۵

۱۷. نظر یا پیشنهاد خود را برای ارتقاء سطح خدمات اطلاع‌رسانی سازمان‌تان مرقوم فرمایید.

Archive of SID