



الاستشهادات المرجعية في البيئة الإلكترونية

الاستشهاد المرجعي البيئة التقليدية : هو إشارة الى مصدر استعان به المؤلف اثناء بحثه او دراسته واستفاد منه بصورة او بأخرى زهو بعبر عن التواصل غير المباشر للمؤلفين من خلال انتاجهم الفكري وهناك أماكن معينة يذكر فيها الاستشهاد وان منهج قياسات المعلومات يقوم في جزء أساسي منه على تحليل الاستشهادات المرجعية للخروج بعلاقات ومؤشرات تساعد على رسم الخريطة المعرفية لمجال ما

السؤال الذي يفرض نفسه الان هو ؟

هل الاستشهادات المرجعية توجد في المصادر او اوعية المعلومات المطبوعة فقط وهل يوجد في البيئة الإلكترونية استشهادات مرجعية ؟

الإجابة باختصار كلما ان الذي يتم نشره في الإلكترونية هو انتاج فكري في اسي مجال موضوعي يعتمد على جهود متتالية وبالتالي فان المؤلف لا بد ان يعتمد على مصادر اذا لابد من ذكر بيانات هذه المصادر اذا لا بد من وجود استشهادات مرجعية في البيئة الإلكترونية فهي لا تختلف عن الاستشهادات في البيئة التقليدية من حيث المنطق من وجود الاستشهاد نفسه فالاستشهاد مبدأ أخلاقي يهدف الى الحرص على الأمانة العلمية والحقوق الأدبية بنسبة الافكار والمعلومات الى أصحابها

البيئة الإلكترونية

هي تلك البيئة التي تعتمد على استخدام التكنولوجيات والتطورات في شبكات الاتصالات وتوظيفها في عمليات تداول المعلومات بين افراد المجتمع .

تميزت هذه البيئة بانها اشتملت على وسائل اتصال هجين يجمع بين المقروء والمسموع والمرئي فهي تجمع بين اشكال وسائل المعلومات وانواعها في وقت واحد وسارعت هذه البيئة على تغيير شكل الاتصال المعرفي والاتصال المعلوماتي بسرعة مذهلة فاصبح للمؤلفين والباحثين طرقا جديدة لبحث ونشر وبث انتاجهم الفكري متضمنا حاسبا الي وبيئة اتصالات ودوريات مفتوحة الوصول ودوريات الكترونية

ويعتبر النشر الإلكتروني هو الثورة التي حدثت في مجال النشر سواء في مرحلة المعالجة وتجهيز البيانات او تكنولوجيايات بث المعلومات باستخدام الكلمة والصورة والرسم والحركة وكافة اشكال التعبير بالإضافة الى نظم وتكنولوجيا الاتصال عن بعد والشبكات

ومع تطور النظم والبرمجيات التكنولوجية والتي تعمل على الخط المباشر ظهرت في السبعينات اول دورية إلكترونية على الخط المباشر أدى ذلك الى استمرار التطور خاصة مع ظهور برمجيات النشر المكتبي ومعالجة الكلمات والجداول الإحصائية ، وتطورت الحاسبات الشخصية وأخيرا استخدام اشعة الليزر في انتاج وسائط تخزين هي أقراص الليزرية حيث كان لها أثرا قويا على عمليات النشر الإلكتروني وتبعها تكنولوجيا الوسائط المتعددة والنص الفائق

هناك مبادئ عامة يجب اتباعها عند انشاء أي نص فائق هي :

- 1- تقديم استرجاع غير تتابعي لجسم ضخم من المعلومات
- 2- استخدام احالات (يطلق عليها وصلات او ورايط) للربط بين أجزاء المعلومات
- 3- سرعة تقديم المفردات او أجزاء المعلومات المتصلة ببعضها البعض للمستخدم
- 4- البناء باستخدام الحاسب :ودور المنشئ للنص الفائق هو بناء النص الذي تسلمه من المؤلف رقميا وذلك يجعل النص يتكون من مجموعة من العناصر او المكونات أهمها :
1/ الوحدات او الكتل : فيها يتم تقسيم النص الذي اخرجه المؤلف بما يشتمله من كلمات وصور ورسوم وجداول الى وحدات من المعلومات يطلق عليها في حالة الوثيقة الإلكترونية كتلة او عقدة ويختلف حجم الكتلة او محتواها وفقا للنص الأصلي الذي يرسله المؤلف للمنشئ .
- 2/ الروابط :** تعتبر من اساسيات بناء النصوص الإلكترونية فهي تربط بين الكتل او وحدات المعلومات داخل النص او تربط بين كتل ووحدات معلومات أخرى من خارج النص
- 3/ استخدام الازرار :** وهي الشكل الذي يتم به تمثيل او عرض الوصلات على الشاشة فهي إما أن تكون نصا مركزا عليه الضوء أو زرارا ما أو أيقونة أو أية رسومات أخرى ويشار إليها بأنها (مصدر

الوصلة (Link Source) أما نقطة الغاية أو الوصول فيطلق عليها (غاية الرابطة / الوصلة Link Destination) ولا يتم تنشيط الوصلة إلا بعد اختيار الأزرار الخاصة بها .

الأدوات المستخدمة :

وهي تكون إما أدوات تحرير Editing Tools تساعد المنشئ على إنشاء الكتل والروابط والربط بينها ، وإما أدوات الملاحة Navigation Tools وهي التي تقيد مستخدم النص في التصفح الفعال في كافة أجزاء النص بسهولة ويسر ، فإن من أهم مزايا النشر الإلكتروني علي الإنترنت هو الاعتماد علي النص الفائق Hyper text والذي يتيح بدوره خاصية الربط الفائق Hyper ink سواء أكان داخلي بين أجزاء النص الواحد أو خارجي بين أجزاء من نصوص مختلفة متاحة في مواقع متعددة على الإنترنت

انواع الروابط الفائقة:

1/ External Links الروابط الخارجية : تستخدم أحيانا للدلالة على الرابط الذي يخرج من الموقع Pelating out ، وتستخدم أحيانا أخرى للدلالة على الرابط الذي يوجه بوجه إلى المواقع و Painting inte web site ، وبالتأكيد فإن هذا المعنى يختلف تماما بين العبارتين . واري كنا يمكن أن نسير على معظم الدراسات التي اتفقت على أن تعريفها يكون وفقا العبارة الأولى ، حيث أطلوا عليها مصطلح Outgoing أو Out Links واتفقوا على أنها تلك المراية التي توجه من الموقع الأصلي إلى المواقع الأخرى خارجه

2/ الروابط الداخلية External Links : وهي عكس الروابط الخارجية، وتسمى Coming in أو In links أو Back list وتعني الروابط الوالدة من المواقع الأخرى إلى الموقع الأصلي ، وكثرة هذه الروابط الدال على مدى انتشار الموقع في البيئة الإلكترونية ، ومدى تغطيته

3/ روابط داخل الموقع ذاته Internal Link : وهذا النوع هو النوع الثالث الذي لا خلاف عليه، حيث أنه ذلك الرابط الذي يكون طرفاه داخل الموقع الأصلي، لذا يسمى روابط ذاتية ويكون الربط في هذه الحالة هو الربط بين داخل صفحات الموقع الواحد أو أحيانا داخل عناصر الصفحة الواحدة، فهو يعمل على التنقل السريع بين صفحات الموقع ، أو سهولة الانتقال بين الصفحة الواحدة صعودا ونزولا، وتسمى أيضا Navigational Links لأن هدفها تيسير الملاحة داخل صفحات الموقع أدوات جمع البيانات :

لكل منهج أدواته في جمع البيانات التي تناسبه ، وإذا كانت الاستشهادات المرجعية تعتمد على العد المباشر والمعادلات الإحصائية والرياضية ، فالروابط الفائقة أيضا تعتمد على الأساليب نفسها إلا في بعض الاختلافات التي تناسب اختلاف طبيعة البيئة فيما بينهما. فيعتبر أسلوب العد المباشر هو أول أسلوب من أساليب جمع الروابط الفائقة تمهيد لتحليلها ، حيث يقوم القائم بعملية التحليل بحصر صفحات الموقع المراد تحليله وكذلك عد الروابط الموجودة في هذا الموقع، وتعتبر طريقة العد اليدوي المباشر هي أدق وسيلة الجمع بيانات الموقع المراد تحليلها ، ولكنها في الوقت نفسه هي أصعب وسيلة ولا تناسب تحليل عدد كبير من المواقع، فهي تناسب موقع واحد أو عدد قليل من المواقع صغيرة الحجم وبالتأكيد لم تنضج تقنيات استغلال الويب من إيجاد وسيلة أخرى تصلح للعد والحصر على عدد كثير من المواقع كبيرة الحجم، وجاءت هذه التقنيات في تطوير محركات البحث التجارية Commercial Search Engine وكذلك زاحف الويب Web Crawler للقيام بهذه الوظيفة التجميعية للبيانات المطلوب تحليلها وتعتبر محركات البحث التجارية Commercial Search Engine مثل Google و Yahoo و ... Altavista وغيرهم أدوات يمكن استخدامها في جمع البيانات الخاصة بالمواقع المطلوب تحليل روابطها بين صفحاتها

اما اهم مشاكل التعامل مع محركات البحث التجارية نستخدمها لهذا الغرض هي :

- ضعف الثقة في نتائج الحصر لهذه المحركات التجارية ، وذلك لتغطيتها الضعيفة المواقع الويب وحصرها غير المكتمل الصفحات الويب المكشوفة وغير المكشوفة ، وقد جاءت آخر نتائج تثبت ذلك عام ٢٠٠٣ حيث أثبتت أن أفضل محرك البحث يستطيع أن يغطي ما بين ٢٢ - ٢٥٪ من ما هو متوقع أو موجود في الفضاء الإلكتروني من نتائج تقوم بتجميع البيانات لعدد لانهائي من المواقع وبعدد صفحات ايضا لا نهائي

اما اهم مشاكل التعامل مع محركات البحث التجارية نستخدمها لهذا الغرض هي :

- ضعف الثقة في نتائج الحصر لهذه المحركات التجارية ، وذلك لتغطيتها الضعيفة المواقع الويب وحصرها غير المكتمل الصفحات الويب المكشوفة وغير المكشوفة ، وقد جاءت آخر نتائج تثبت ذلك عام ٢٠٠٣ حيث أثبتت أن أفضل محرك البحث يستطيع أن يغطي ما بين ٢٢ - ٢٥٪ من ما هو متوقع أو موجود في الفضاء الإلكتروني من نتائج

. ورغم ميزة استخدام البحث البوليني إلا أن محركات البحث التجارية دائما تتصف بالعمومية في نتائجها المسترجعة

معامل تأثير الويب :

طلق عليه Influence أو Impact أو Impact Factor أو Importance، وهو نزعة أحد المؤلفين ليستشهد به مؤلف آخر أو نزعة إحدى الوثائق أو الدوريات لتستشهد بها وثيقة أو دورية أخرى ، والمادة المستشهد بها Cited Item يقال أن لها تأثير على المادة التي استشهدت بها Receptivity يقال إنها لها تقبلية Citing Item والمادة المستشهد بها Citing Item

أن فكرة معامل تأثير الويب هي نفس الفكرة التي قام عليها معامل تأثير الدوريات Journal Impact Factor الذي يعتمد على قياس الاستشهادات المرجعية المقالات الدوريات خلال فترة زمنية محددة، فهو يقيس أهمية أو ثقل دورية ما بين مجموعة من الدوريات اعتمادا على عدد الاستشهادات المرجعية التي حصلت عليها هذه الدورية خلال فترة زمنية محددة ، وهكذا الفكرة في صفحات ومواقع الويب ، فهو يقيس أهمية أو ثقل الدورية ما بين موقع ما بين مجموعة من الدوريات اعتمادا على الاستشهادات المرجعية وهكذا صفحات المواقع اعتمادا على عدد الروابط الفائقة بالموقع

إذن WTF هو مؤشر كمي يستخدم كأداة لتقييم المواقع وقياس الدلالة على القيمة التي تحتلها هذه المواقع، ويقوم على حساب متوسط تردد الروابط الفائقة للموقع المراد تحليله، ورغم أن هذا المؤشر تم

تجريبه علي المواقع الأكاديمية والبحثية إلا أنه طبق بالفعل فيما بعد على كافة أنواع وفئات المواقع ،
التجارية وغير التجارية ، الشخصية والإخبارية المؤسسية والخاصة الخ

فهو إذن أحد أشكال القياس الكمي الذي يستخدم لتحديد القيمة النسبية الموقع ما بين مجموعة مواقع
لتخصص معين أو المؤسسة معينة أو الدولة معينة ... الخ