

به نام خدا

رهیافت - کلیات - جلسه اول - ۱۳۹۰/۶/۲

۱. خاستگاه اطلاعات

a. جزئی (تجربه)

b. کلی (علم)

۲. ظرف اطلاعات

a. شفاهی

b. کتبی

c. رقومی (دیجیتالی)

۳. دسترسی به اطلاعات

a. حافظه

b. فهرست

c. جستجو

۴. مقوله‌ها

a. اطلاعات

b. دسترسی به اطلاعات

۵. هدف: افزایش سرعت دسترسی به اطلاعات

۶. سرفصل‌های بحث

a. نیازسنجی طبقه‌بندی اطلاعات

b. شیوه‌های طبقه‌بندی اطلاعات و ارجاع به اطلاعات

c. تفاوت ارجاع در سند کتبی با سند رقومی

رهیافت - کلیات - جلسه دوم - ۱۳۹۰/۶/۳

۱. تأثیر نیاز در شیوه طبقه‌بندی

a. تفاوت دسترسی بر حسب نیاز

b. حضور ارزش‌ها در طبقه‌بندی

۲. نیاز به طبقه‌بندی اطلاعات

a. نیاز مصرف‌کننده اطلاعات

i. دسترسی به اطلاعات خاص در یک منبع

ii. دسترسی به اطلاعات مشترک میان منابع (مآخذشناسی)

b. نیاز تولیدکننده اطلاعات (پژوهش)

i. نیازسنجی مصرف‌کننده (مصرف‌سنجی)

ii. یافتن خلأها و ضرورت‌ها (پیشینه تحقیق)

iii. تدوین اطلاعاتی غنی‌تر (منبع‌یابی)

c. یکسان‌سازی فضای همکاری (نظام پژوهش)

i. ایجاد فضای گفتمانی مشترک

ii. ایجاد هم‌افزایی در تولید دانش

۳. بسترسازی برای:

a. پژوهش‌های گروهی

b. شبکه تحقیقات

۴. در راستای:

a. تولید دانش

b. ارزیابی دانش

c. جهت‌دهی دانش



رهیافت - کلیات - جلسه سوم - ۱۳۹۰/۶/۴

۱. آنچه از طبقه‌بندی توقع داریم:

- a. دسترسی به اطلاعات خاص در یک منبع
- b. دسترسی به اطلاعات مشترک میان منابع (مآخذشناسی)
- c. امکان نیازسنجی مصرف‌کننده (مصرف‌سنجی)
- d. یافتن خلأها و ضرورت‌های پژوهشی (پیشینه تحقیق)
- e. تحقق پژوهش‌های غنی‌تر (منبع‌یابی)
- f. ایجاد فضای گفتگویی مشترک (میان پژوهشگران)
- g. ایجاد هم‌افزایی در تولید دانش (اتکا بر گذشته)

۲. اهداف اصلی تولید نظام جامع موضوعات (نظام فکری)

- a. یکسان‌سازی طبقه‌بندی (نظام واحد)
 - i. دسترسی آسان به اطلاعات
 - ii. قدرت تفاهم برای همکاری و هم‌افزایی
- b. اولویت‌گذاری صحیح (پازل مطلوب)
 - i. تعیین اوزان موضوعات به صورت نسبی
 - ii. روشن شدن خلأهای پژوهشی

۳. مثال:

- a. زبان مشترک (یکسان)
- b. زبان متناسب (توانمند)
- c. نسبت: عام و خاص من وجه
- d. هدف: وجه مشترک (یکسان) توانمند



رهیافت - کلیات - جلسه چهارم - ۱۳۹۰/۶/۵

۱. تعریف نمایه

a. مثال:

- i. مالش = بن مضارع + ش = اسم مصدر
- ii. ماله = بن مضارع + ه = اسم ابزار
- b. نمایش = اسم مصدر = نشان دادن
- c. نمایه = اسم ابزار = نشان‌دهنده، دلیل، نمایانگر، اشاره‌گر

۲. سنخ نمایه

- a. موضوع - مانند: اندیشه سیاسی امام خمینی (ره)
- b. قالب - مانند: داستانی درباره حجاب
- c. وصف - مانند: حکایتی خواندنی از معراج پیامبر
- d. گوینده - مانند: حدیثی از امام رضا (ع)
- e. منبع - مانند: مصاحبه شبکه یک سیما با آقای ...
- f. و غیره

۳. انواع نمایه

- a. پیش هم‌آرا
- b. پس هم‌آرا
- c. مثال:

i. پیش هم‌آرا

- ۱. سیب قرمز درشت نرم
- ۲. سیب زرد درشت سفت
- ۳. تعداد نمایه‌ها پس از تجمیع = ۸ عدد

ii. پس هم‌آرا

- ۱. سیب - قرمز - درشت - نرم
- ۲. سیب - زرد - درشت - سفت
- ۳. تعداد نمایه‌ها پس از تجمیع = ۶ عدد

۴. ضرورت تبدیل نمایه‌ها به اصطلاح‌نامه

۵. چگونگی دستیابی به اصطلاح‌نامه

- a. حرکت از بالا به پایین (تقسیم منطقی)
- b. حرکت از پایین به بالا (استقرایی)



رهیافت - کلیات - جلسه پنجم - ۱۳۹۰/۶/۶

۱. روش‌های نظم دادن نمایه‌ها
 - a. روش‌های درختی
 - i. موضوعات اعم، عام، خاص، اخص
 - ii. اصطلاح‌سازی
 - b. روش‌های خطی
 - i. کلیدواژه‌گزینی
 - ii. مدخل‌یابی
 - iii. برچسب‌زنی (تگ، لیبل)
۲. تفاوت اصطلاحنامه با عنوان موضوعی
 - a. کوتاهی عبارت
 - b. تکراری نبودن
 - c. گویا بودن
 - d. طبقه‌بندی منطقی
 - e. مبتنی بر قواعد بودن (استاندارد)
 - f. واژگان کنترل‌شده
۳. تفاوت اصطلاحنامه علم با اصطلاحنامه محتوایی
 - a. اصطلاحنامه علم
 - i. تبیین ساختار علم
 - ii. انحصار اصطلاحات در یک دانش خاص
 - iii. تولید توسط دانشمندان آن علم خاص
 - iv. تلاش برای حرکت از بالا به پایین
 - b. اصطلاحنامه محتوایی
 - i. بیان ساختار محتوای مورد نظر
 - ii. گستره وسیع موضوعات و عدم انحصار در دانش خاص
 - iii. عدم امکان استفاده از اندیشمندان خاص به دلیل تنوع موضوعات
 - iv. ضرورت حرکت از پایین به بالا

