

# بررسی و رتبه‌بندی وبسایت‌های فارسی مذهب شیعه با استفاده از معیارهای سیلبرگ، اس.ام. آر. تی. و آکشن فور هلس

## فریده باقری نسب

کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع رسانی دانشگاه علوم پزشکی تهران

faridehbagheri@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۸۹/۱/۹؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۰/۳/۲۹

## چکیده

**هدف:** هدف پژوهش حاضر بررسی و ارزیابی وبسایت‌های شیعی فارسی بر اساس سیاهه‌وارسی طراحی شده توسط محقق براساس معیارهای سیلبرگ، اس.ام. آر. تی. و آکشن فور هلس است تا برترین وبسایت‌ها را برای استفاده علاقه‌مندان معرفی نماید.

**روش:** پژوهش از نوع ارزیابانه است به‌طوری که از طریق جستجو در محیط اینترنت، اطلاعات ۷۵ وبسایت فارسی زبان با موضوع تشیع استخراج شد سپس این اطلاعات این وبسایت‌ها در مقایسه با سیاهه‌وارسی طراحی شده، مورد ارزیابی قرار گرفت.

**یافته‌ها:** نتایج نشان می‌دهد که میانگین کلی مطابقت این سایت‌ها با سیاهه‌وارسی ۵۷/۱۷ درصد است که در این میان دسترسی به مطالب با ۱۰۰ درصد بیشترین، و روزآمدسازی با ۲۳/۶۸ درصد کمترین میزان مطابقت با سیاهه‌وارسی را دارا بوده‌اند. از میان وبسایت‌ها، وبسایت تیان با ۳۵ امتیاز و وبسایت غدیر و جلگه با ۱۱ امتیاز بهترین وضعیت ترین وبسایت‌ها بودند. در کل، میانگین نمرات ۷۶ سایت مورد مطالعه ۲۲/۱۸ از ۴۷ با انحراف معیار ۵/۳۲ بود که نشان‌دهنده عملکرد ضعیف وبسایت‌های مورد مطالعه است.

**اصالت/ارزش:** از آنجایی که به مقوله ارزیابی وبسایت‌های مذهبی در کشور پرداخته نشده است، این پژوهش می‌تواند نقطه شروعی برای انجام این کار بوده و ضمن آشناسازی طراحان این وبسایت‌ها با استانداردهای این حیطه، به نشان دادن نقاط قوت و ضعف موجود در آنها کمک کند. همچنین این تحقیق می‌تواند با نشان دادن فاصله بین وضع موجود تا وضع مطلوب، بهبود کیفیت ارائه اطلاعات مذهبی و در نتیجه رضایت استفاده کنندگان یاری رساند.

**کلیدواژه‌ها:** وبسایت‌های شیعی، رتبه‌بندی وبسایت، ارزیابی وبسایت، سیلبرگ، اس.ام. آر. تی، آکشن فور هلس.

## مقدمه

بحث ارزیابی وبسایت، یکی از بحث‌های مطرح در دنیای اینترنت است که از اوایل دهه ۹۰ میلادی هر روز بر اهمیت آن افزوده می‌شود. ارزیابی سایت به دارنده آن کمک می‌کند تا به نحو مؤثری با مخاطبان خود ارتباط برقرار نماید. همچنین باعث می‌شود تا دارنده آن برای بالا بردن محبوبیت و احتمالاً درآمد سایت خود راهکارهای جدیدی اتخاذ کند یا راهکارهای به کار رفته موجود را اصلاح نماید.

به هر حال استفاده از یک شیوه ساختاریافه، فرصت یک وبسایت را برای مقبولیت و موفقیت افزایش می‌دهد. جلب نظر استفاده کنندگان در زمان طراحی وبسایت مانع شکست می‌شود. افرادی که به عنوان استفاده کننده تعریف می‌شوند افرادی هستند که بهنحوی در جستجوی اطلاعات هستند و پیش‌زمینه‌های متعدد و دلایل مختلفی برای بازدید سایت دارند؛ بنابراین هدف این است که اطمینان حاصل شود که همه افراد دارای دانش فن‌آوری، سن، و سواد کامپیوتر و حتی ناتوانی‌های مختلف، یک تجربه نسبتاً خوب از بازدید وبسایت داشته باشند. در حال حاضر، آمار تعداد کاربران اینترنت در دنیا بیش از دو میلیارد نفر است که از این تعداد ۱/۲ میلیارد نفر از آنها در کشورهای در حال توسعه زندگی می‌کنند. همچنین تعداد مشترکان خانگی اینترنت از ۱/۴ میلیارد نفر در سال ۲۰۰۹ به بیش از ۱/۶ میلیارد نفر در سال ۲۰۱۰ رسیده است (عمیدی، ۱۳۸۹). بنابراین این تعداد کاربران اینترنت در سال ۱۳۸۹ در ایران ۳۰ میلیون نفر بوده است. همچنین طبق آمارها، از هر ۶ کاربر اینترنت در جهان، حداقل یک نفر به دنبال اطلاعات معنوی و مذهبی است (ضیائی‌پور، ۱۳۸۶). در این زمینه همچنین آمارهای وجود دارد که نشان می‌دهد میزان دین پژوهی در اینترنت بین ۲۵ تا ۳۰ درصد کل کاوش‌های اینترنتی را تشکیل می‌دهد که این امر نشانگر استقبال و گرایش نسل جدید به دین و معنویت می‌باشد (ضیائی‌پور، ۱۳۸۶). هوسکارд<sup>۱</sup> (۲۰۰۴)، نویسنده دانمارکی، که تحقیقات بسیاری در مورد ادیان اینترنتی داشته است، می‌گوید:

«نخستین موج مذهب اینترنتی در سال‌های دهه ۱۹۹۰ به وجود آمد و هم‌اکنون بازتابی واقعی از جامعه دارد... تعداد صفحات اینترنتی مربوط به الهیات، مذهب

1. Murten Husgaard

و کلیسا از چهارده میلیون در سال ۱۹۹۹ به دویست میلیون در سال ۲۰۰۴ افزایش یافته است. محبوبیت مذهب، هم‌اکنون از نظر موضوعی، تقریباً با سکس در اینترنت رقابت می‌کند. جست‌وجوی کلمه «سکس» در «گوگل»، حدود ۴۰۸ میلیون مرتبه را دارد، در حالی که جست‌وجوی کلمه «God»، ۳۹۶ میلیون بار رخداده است.<sup>۱</sup>

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۲۸ میلیون آمریکایی برای دریافت اطلاعات مذهبی از اینترنت استفاده می‌کنند. از جهت مقایسه جالب است بدانیم که از اینترنت برای دریافت اطلاعات مذهبی استفاده می‌کنند بیش از تعدادی است که به‌طور آنلاین قمار انجام می‌دهند، در حراج‌های اینترنتی شرکت می‌کنند و یا از خدمات بانکی آنلاین استفاده می‌کنند. در نظرسنجی سال ۲۰۰۰ موسسه گالوپ مشخص شد که ۷۴ درصد آمریکایی‌ها حداقل هفته‌ای یکبار از اینترنت برای دریافت اطلاعات مذهبی استفاده می‌کنند (کروچر<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸).

با وجود این مطلب، روند گسترش اینترنت در کشورهای اسلامی بسیار آرام است. بالاترین درصد جمعیت کاربر اینترنت، در امارات متحده عربی است که کمتر از ۱۰ درصد (۸/۸ درصد) است. میانگین افراد مرتبط با اینترنت در کشورهای اسلامی ۱/۵۸ درصد است. این عدد به‌وضوح در مقایسه با میانگین [مشابه] در کشورهای در حال توسعه (۱۹ درصد) و به نسبت سایر مناطق جهان پائین است (اشپیگلمن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۰).

ماهیت جهانی بودن اینترنت که وب نیز یکی از خدمات آن محسوب می‌شود و دسترس‌پذیری آن برای کلیه کاربران در کل دنیا خطر اشاعه اطلاعات نادرست، ناقص، گمراه‌کننده و مغرضانه را به‌طور تصاعدی افزایش می‌دهد و نیز از آنجایی که ممیزی اطلاعات همانند آن‌چه در دنیای چاپ و نشر جریان دارد میسر نیست، نیاز به ابزارها و معیارهایی برای ارزشیابی و تحلیل منابع اینترنتی که خاص این منابع بوده و از نظر جهانی نیز معتبر و پذیرفته باشد وجود دارد. با توجه به آمار ارائه شده و با در نظر گرفتن اقبال روزافزون استفاده کنندگان به وب‌سایت‌های مذهبی و تقاضای روزافزون برای دریافت اطلاعات مذهبی از طریق وب، بررسی و ارزشیابی این وب‌سایت‌ها و در نهایت نشان دادن نقاط قوت و ضعف موجود در آنها و نیز نشان دادن فاصله بین وضع موجود تا وضع مطلوب می‌تواند به بهبود کیفیت ارائه اطلاعات مذهبی و در

1. Rowland Croucher

2. Spigelman

نتیجه رضایت استفاده کنندگان بیانجامد. پژوهش حاضر به بررسی وضعیت حال حاضر وبسایت‌های شیعی فارسی می‌پردازد و در این راستا برترین وبسایت‌ها را برای استفاده علاقه‌مندان معرفی خواهد نمود.

### پرسش‌های اساسی

۱. وضعیت وبسایت‌های شیعی فارسی درباره ۱۲ ویژگی کلی سیاهه‌وارسی چگونه است؟
۲. درصد مطابقت وبسایت‌های مورد مطالعه با سیاهه‌وارسی وبسایت‌های شیعی فارسی زبان در چه حدی است؟
۳. کدام گروه از محتوای اطلاعاتی ذکر شده در سیاهه‌وارسی وبسایت‌های شیعی فارسی در طراحی وبسایت‌های مورد مطالعه بیشتر رعایت شده است؟
۴. برترین وبسایت‌های شیعی فارسی بر اساس سیاهه‌وارسی ارزیابی کدامند؟

### تعاریف

**وبسایت شیعی فارسی:** وبسایت‌هایی که از جست‌وجو در موتور جست‌وجو شیعه سرج<sup>۱</sup> و با انتخاب زبان فارسی و کشور ایران برای وبسایت انتخاب شده‌اند و حاوی مطالب و مقالاتی درباره مذهب شیعه، ائمه معصومین و به طور خاص، مهدویت باشند.

**آکشن فور هلس<sup>۲</sup>:** ابزار بررسی محتوای اطلاعات وبسایت‌های بهداشتی است که توسط ترزا پچ<sup>۳</sup> (۲۰۰۴) با یک کوشش مشارکتی در پروژه آکشن فور هلس مربوط به شبکه سازمان‌های اطلاعاتی فن‌آوری ارتباطات عملی<sup>۴</sup> در دانشگاه مموریال نیوفاوندلند<sup>۵</sup> کانادا ایجاد شد و هدف آن بررسی میزان اثربخشی حضور مؤسسات غیرانتفاعی بهداشتی نیوفاوندلند در اینترنت است. این سیاهه‌وارسی دارای ۴ بخش هدف، مخاطبان، میزان دستیابی و اعتبار است.

اس. ام. آر. تی<sup>۶</sup>: مدل ارزیابی وبسایت‌های منابع آموزشی است که با هدف بهبود کیفیت

1. www.ShiaSearch.com
2. Action for health, <http://ir.lib.sfu.ca/bitstream/1892/4049/1/websitemeasurementguidelines.stcroix.pdf>
3. Tereza Pech
4. Applied Communication Technology Information Organizations Network
5. Memorial University of Newfoundland
6. SMRT, [www.amal.k12.nf.ca/smrt/documents/finalweb.pdf](http://www.amal.k12.nf.ca/smrt/documents/finalweb.pdf)

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**کتابخانه‌های عمومی**  
بررسی و رتبه‌بندی وبسایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

ارزیابی‌های ایجاد شده روی منابع الکترونیکی و برای محیط‌های آموزشی می‌باشد که ابزاری برای سنجش اثربخشی این منابع به شمار می‌رود و شامل ۵ بخش کلی می‌باشد که عبارتند از اطلاعات کلی، آموزش و یادگیری، عملکرد، پشتیبانی و گواهینامه.

**سیلبرگ<sup>۱</sup>**: معیار اعتبار اطلاعات وبسایت است که توسط سیلبرگ در سال ۱۹۹۷ تدوین گردیده است و عبارت است از گزینه‌هایی در وبسایت از جمله نام نویسنده‌گان، وابستگی مؤسسه‌ای آنها، مدارک علمی و تخصص آنها، وجود افشاگر در وبسایت، پشتیبانی مالی وبسایت، منابع وبسایت، تاریخ ایجاد وبسایت و تاریخ آخرین روز‌آمدسازی. در مجموع ۹ امتیاز برای این معیارها در نظر گرفته می‌شود و در صورتی که این مشخصات در وبسایتی رعایت شده باشد، کاربر می‌تواند به طور نسبی به اطلاعات این وبسایت اعتماد کند. در غیر این صورت به او توصیه می‌شود حتی المقدور از وبسایت دیگری که این موارد را رعایت کرده باشد برای گرفتن اطلاعات استفاده کند.

#### پیشینه

در سال‌های اخیر مطالعات و پژوهش‌های فراوانی در زمینه بررسی وبسایت‌ها انجام شده است اما در زمینه بررسی وبسایت‌های مذهبی پژوهشی در ایران انجام نشده و تحقیقات صورت گرفته در خارج از کشور نیز از لحاظ هدف و روش تفاوت آشکاری با پژوهش حاضر داشت. موارد ذکر شده ذیل نمونه‌هایی از پژوهش‌های مرتبط با بررسی وبسایت می‌باشد که در سایر حوزه‌های موضوعی صورت گرفته است.

ایلخانی (۱۳۷۹) در پژوهشی با عنوان «کارایی اطلاعات منتشره در صفحات خانگی در مراکز تحقیقاتی و پژوهشی شهر تهران» تحقیقی بر روی صفحات خانگی ۱۰ مرکز تحقیقاتی و پژوهشی در شهر تهران انجام داد. نتایج تحقیق وی نشان داد که مراکز تحقیقاتی مورد پژوهش به امکانات جستجو شامل فهرست مندرجات، خدمات به مراجعان شامل ایجاد دسترسی به بانک‌های اطلاعاتی در سایت، رسیدن سریع به مکان‌های اطلاعاتی در مراکز، خدمات اختصاصی برای کاربران، رعایت حق مؤلف در متن، صوت، تصویر و گرافیک توجه چندانی ندارند. ولی معمولاً

1. Silberg

گزینه‌های عمومی همچون وجود آرم سازمان، اخبار جدید، تاریخچه، اهداف و نمودار سازمانی، ارتباط با دیگر مراکز وابسته هم موضوع، امکان ارتباط با مسئولان سایت، وغیره در آنها رعایت می‌شود.

بهزادی (۱۳۸۰) در تحقیقی با عنوان «طراحی صفحات وب دانشگاهی از دیدگاه گرافیکی» با استفاده از منابع موجود بر روی خود اینترنت قوانین راهبری کاربرها، طراحی واسط کاربر، طراحی اجزای داخلی صفحه و فن آوری اینترنت را تا حد امکان معرفی نموده است. این پژوهش نشان داد که شناخت مخاطبان، توجه به مسائل مربوط به رسانه‌های جدید علاوه بر اشراف کافی بر مسائل سنتی طراحی گرافیک، پیروی از قوانین سنتی طراحی اعم از اصول زیباشناصی، صفحه‌بندی، طراحی حروف و هدایت چشم در صفحات وب، آگاهی داشتن نسبت به امکانات فیزیکی و فن آوری انتقال اطلاعات در صفحات وب، جدید کردن صفحات با استفاده از نظرسنجی، برقراری ارتباط با مخاطبان از عده مواردی شمرده شدند که در طراحی صفحات وب دانشگاهی می‌توانند مؤثر باشند.

فروضی (۱۳۸۰) در پایان‌نامه خود با عنوان «ارزیابی صفحات وب کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و ارائه الگوی پیشنهادی» به بررسی ۱۳ کتابخانه دانشگاهی تحت وب در ایران بر اساس فهرست شبکه علمی کشور پرداخت. گردآوری اطلاعات با استفاده از روش مشاهده مستقیم و بر اساس یک سیاهه‌وارسی با ۲۵ مورد سوال صورت گرفت. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که در مجموع ۴۰/۸ درصد عوامل اطلاعاتی سیاهه‌وارسی وی، توسط جامعه پژوهش در ایران رعایت می‌شود و به نظر می‌رسد از این میان به عوامل خدمات بین کتابخانه‌ای، موتور جست‌وجوی داخلی و منابع مرتبط با آموزش داخلی دانشگاه در طراحی صفحات وب کتابخانه‌های دانشگاهی ایران اهمیتی داده نمی‌شود. همچنین در این بررسی، عوامل مقابله به ترتیب بشترین اهمیت را دارا بودند: مناسب و معنی‌دار بودن نشانی اینترنتی و دامنه سایت، عنوان کتابخانه، پیوند جهت بازگشت به صفحه اصلی دانشگاه، برقراری ارتباط با مسئولان توسط ایمیل یا از طریق تکمیل فرم، وجود فهرست پیوسته همگانی، ارتباط با سایر سایت‌های اینترنتی مرتبط و وجود پایگاه‌های اطلاعات کتابشناختی و یا متن کامل. از دیگر نتایج پژوهش می‌توان به وجود بیش از ۵۰ درصد فاکتورهای اطلاعاتی سیاهه‌وارسی در صفحه خانگی حدود ۳۰ درصد از جامعه پژوهش اشاره کرد که

به ترتیب به کتابخانه دانشگاه فردوسی، دانشگاه امیرکبیر، دانشگاه تبریز و دانشگاه شریف اختصاص داشت.

وکیلی (۱۳۸۳) در پایان نامه خود با عنوان «رتبه‌بندی وبسایت‌های عفونی ویروسی بر اساس معیار WHO و سیلبرگ» به رتبه‌بندی ۶۳ وبسایت عفونی ویروسی از لحاظ روزآمدی، نمره سیلبرگ، جامعیت و صحت اطلاعات پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که فقط حدود ۱۲/۶۹ درصد وبسایت‌ها بالاترین نمره سیلبرگ یعنی امتیاز کل ۹ را دریافت کردند. رتبه‌بندی انجام شده در پژوهش حاضر نشان می‌دهد که وضعیت اطلاعات عفونی ویروسی در وب از لحاظ روزآمدی و جامعیت و نیز از نظر رعایت معیارهای سیلبرگ ضعیف می‌باشد و به کاربران توصیه می‌شود با هوشیاری، احتیاط و آگاهی از اطلاعات بهداشتی و پزشکی اینترنتی و خصوصاً در حیطه عفونی ویروسی استفاده کنند.

فتحی‌فر (۱۳۸۶) در پایان نامه خود با عنوان «ارزیابی وبسایت‌های پزشکی و بهداشتی فارسی با معیارهای دیسرن<sup>۱</sup>، سیلبرگ و هون کد<sup>۲</sup> ۷۵ وبسایت ارائه‌دهنده اطلاعات پزشکی و بهداشتی فارسی را با معیارهای ذکر شده مورد بررسی قرار داد. تعیین انواع منابع تحت پوشش وبسایت‌ها و رابطه بین مالکیت وبسایت‌ها و نمره ارزیابی وبسایت‌ها و نیز رابطه بین نمره‌های ارزیابی وبسایت‌ها از ۳ معیار مربوطه به عنوان اهداف پژوهش مورد بررسی قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که بیشترین منابع، تحت پوشش مقالات و پرسش و پاسخ است. نمره‌های کسب شده از معیار سیلبرگ در محدوده ۰ تا ۸ از نمره کل ۹ بود و وبسایت‌ها از معیار دیسرن نمراتی در محدوده ۹ تا ۶۱ کسب کردند و هیچ یک از وبسایت‌ها نشان تأیید هون کد را کسب نکردند. در کل، این بررسی از وضعیت نامطلوب کیفیت اطلاعات ارائه شده در وب سایت‌های پزشکی و بهداشتی فارسی خبر داد.

یوسفی و فدایی (۱۳۸۸) در پژوهشی دیگر به شناسایی عناصر و ویژگی‌های مناسب سیستم‌های مدیریت محتوا برای وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران پرداخته‌اند. این پژوهش در ۳ مرحله انجام شده که در مرحله اول با استفاده از سیاهه محقق‌ساخته وضعیت وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی برتر دنیا بررسی گردید در مرحله دوم با استفاده از سیاهه

1. Discern

2. Honcode

به دست آمده از نتایج مرحله اول تحقیق، میزان توانایی سیستم‌های مدیریت محتوای موجود در بازار بین‌المللی بررسی شد. در مرحله سوم، با استفاده از سیاهه مرحله اول وضعیت وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران مورد بررسی قرار گرفت. نتایج به دست آمده از مرحله اول پژوهش نشان داد به طور میانگین  $44/40$  درصد از عناصر مورد انتظار در وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی در تمام وبسایت‌های مورد بررسی وجود داشت. نتایج مرحله دوم نشان داد سیستم‌های مدیریت محتوای مورد بررسی،  $25$  درصد از عناصر مورد نیاز در وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی را به طور کلی تحت پوشش قرار نمی‌دهند. نتایج به دست آمده از مرحله سوم پژوهش نشان داد به طور میانگین تنها  $20$  درصد از عناصر مورد بررسی در سیاهه شماره ۱ در وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران وجود داشت. مقایسه نتایج به دست آمده از مرحله سوم با نتایج به دست آمده از مرحله اول تحقیق نشان دهنده آن است که تفاوت چشمگیری بین وضعیت فعلی وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران با وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی مورد بررسی در مرحله اول وجود دارد (یوسفی، فدایی، ۱۳۸۸).

سیر<sup>۱</sup> و تروور اسمیت<sup>۲</sup> (۲۰۰۰) برای فهم تفاوت‌های روش‌های تعامل با کاربر در وبسایت‌های آلمانی، ژاپنی و آمریکایی به مقایسه این وبسایت‌ها پرداختند. به این منظور به بررسی عناصر طراحی شامل استفاده از نشانه‌ها و گرافیک‌ها، رنگ‌ها، ویژگی‌های سایت (پیوندها، نقشه‌ها، عملکردهای جست‌وجو و طرح‌های صفحات) و زبان و محتوا اقدام کردند که در نتیجه تفاوت‌های آشکاری در هر یک از موارد فوق دیده شد. طبق نتایج به دست آمده، وبسایت‌های آلمانی و ژاپنی بیش از وبسایت‌های آمریکایی از قابلیت‌های ترجمه زبان استفاده می‌کردند. همچنین در قرار دادن منوها و بنرها، سلیقه متفاوتی بین وبسایت‌های سه کشور دیده شد. علاوه بر این‌ها، تفاوت آشکاری بین رسانه مرجع استفاده کنندگان برای برقراری ارتباط با سایت در سایت‌های سه کشور وجود داشت؛ به این صورت که آمریکایی‌ها به نسبت ژاپنی‌ها و آلمانی‌ها به نسبت بیشتری از پست الکترونیک استفاده کرده‌اند. قابلیت‌های جست‌وجو، راهنمایی و پیوندها نیز در سایت‌های مورد بررسی متفاوت بود و همچنین استفاده از صوت و ویدئو در سایت‌های سه کشور خیلی کم بود که ممکن است به دلیل سرعت پایین داونلود باشد. به طور کل در این پژوهش

1. Cyr

2. Trevor Smith

شواهد آماری آشکاری فراهم آمد تا نشان دهد که طراحی وب‌سایت در فرهنگ‌های مختلف تفاوت دارد.

وینکر<sup>۱</sup> (۲۰۰۰) در پژوهش خود راهنمایی برای وب‌سایت‌های اطلاعات بهداشتی در اینترنت توصیه کرده است. این راهنمایی در قالب ۴ قسمت اصلی محتوا (شامل معرفی محتوا، مالکیت، بازبینی وب‌سایت، دسترسی استفاده‌کننده، حمایتگر مالی، چگونگی بازبینی محتوا، لینک‌ها، امکان جست‌وجوی داخلی وب‌سایت، امکان دانلود کردن محتوا، و جست‌وجو و مشاهده محتوا) اصولی برای تبلیغات و آگهی‌ها و حمایتگران مالی، اصولی برای رعایت حریم خصوصی و محترمانگی وب‌سایت، و اصولی برای تجارت الکترونیکی آمده است.

آلبوکوئرکو<sup>۲</sup> (۲۰۰۲) برزیلی در پژوهشی با عنوان «ارزشیابی کیفی وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک» به توسعه مدلی برای ارزشیابی کیفیت وب‌سایت‌ها بر اساس استاندارد ایزو پرداخت و در این راستا، رضایت استفاده‌کننده و برگشت اقتصادی را نیز مد نظر قرار داد. برای انجام این پژوهش ۱۳۰ متخصص و ۳۰ استفاده‌کننده از ۴ ایالت بزرگ انتخاب شدند و پرسشنامه توسط آنها تکمیل شد. ویژگی‌های کیفی اصلی وب‌سایت‌های تجارت الکترونیک که مورد بررسی قرار گرفتند شامل کارآمدی<sup>۳</sup>، اعتبار مفهومی<sup>۴</sup> و اعتبار بازنمایی<sup>۵</sup> بود که هر یک از این عوامل به موارد جزئی‌تر تقسیم می‌شدند. در بخش نتایج، همه عوامل نمره نهایی خوبی را به دست آورده‌اند؛ اگرچه عوامل امنیت و یکپارچگی بهترین نمره را دارا بودند.

ساتکلیف<sup>۶</sup> (۲۰۰۲) در پژوهشی با نام «ارزیابی قابل اعتماد بودن ارزشیابی اکتشافی در جذابیت و کارآمدی وب‌سایت» یک مدل سه فازی برای ارزشیابی وب‌سایت بر اساس جذابیت اولیه، راهبرد و اکتشاف، و تعامل پیشنهاد می‌کند. قابلیت استفاده به عنوان یک وسیله سنجش بین افزایش انگیزه استفاده‌کننده برای جست‌وجو و اکتشاف، و خرید منابع الکترونیکی تجاری و هزینه خطاهای قابلیت استفاده تعریف شده است. برای دستیابی به جذابیت رابطه‌ای کاربر وب یک طراحی زیبا، انگیزش کلی که به وسیله محتوا ایجاد شده است، هویت شرکت و نشان تجاری آن و کارایی منطبق بر نیازهای کاربر پیشنهاد شد. برای انجام این ارزشیابی<sup>۹</sup> دانشجو انتخاب شدند که با این مدل سه فازی به ارزشیابی وب‌سایت‌ها پرداخته و به هر وب‌سایت نمره ۱ تا ۵ دادند. از

1. Winker  
4. Conceptual reliability

2. Albuquerque  
5. Representation reliability

3. Usability  
6. Satcliffe

دانشجویان خواسته شد تا برای منطق تصمیم‌شان و همچنین درباره آسانی ارزشیابی بر اساس این سه فاز توضیح دهن. در نهایت، مشخص شد که عوامل زیبایی و انگیزش می‌تواند در قضاوت درباره کیفیت وب‌سایت اثرگذار باشد.

وان و نور<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) در پژوهشی عنوان «مفهومی کردن سیستم‌های تعامل با کاربر در وب‌سایت‌های اسلامی» نگاهی به چشم‌انداز طراحی سیستم‌های تعامل با کاربر در فرهنگ اسلامی انداخته‌اند. این پژوهش یک بررسی ابتدایی در خصوص هویت و نشانه‌های ویژه و قابل استفاده در وب‌سایت‌های اسلامی است. در این پژوهش ۱۰۰ وب‌سایت اسلامی به عنوان نمونه این مطالعه انتخاب شدند و سپس از نظر وجود موارد زیر مورد بررسی قرار گرفتند: ۱. هویت اسلامی با تصویفگرها بی نظیر پیامبر، قبله، مکه، روزه، زیارت، قرآن، امام، و غیره. ۲. زبان. ۳. استفاده از تصاویر و اینیشن‌های واقعی. ۴. صدای اسلامی. ۵. ارکان اسلام شامل شهادت، نماز، اذان، روزه، زکات، حج و غیره. ۶. سایر موارد مانند تقویم اسلامی. ۷. کلمات ارتباطی اصلی اسلامی مانند...، بسم...، ماشا...، السلام علیکم، و... ۸. روش‌های معامله و تجارت اسلامی. ۹. امنیت و پشتیبانی و ۱۰. قابلیت استفاده مانند سرعت، لینک‌های میانبر و غیره. نتایج این مطالعه، استفاده پراکنده از نشانه‌های هویت اسلامی را نشان داد که ممکن است به ارائه‌های متفاوت و یا اشتباه اسلام منجر شود. علاوه بر این، حدود نزدیک به ۵۰ درصد از وب‌سایت‌های بررسی شده قابلیت استفاده سطح پائینی را نشان دادند. بنابراین علائمی برای وجود نیاز به مفهومی کردن سیستم‌های تعامل با کاربر وب‌سایت‌های فرهنگ اسلامی وجود دارد.

هارتشورن و فریدمن<sup>۲</sup> (۲۰۰۸) در پژوهشی با عنوان «بررسی وب‌سایت‌های مدارس ابتدایی در کشور آمریکا» اهداف و عملکرد این وب‌سایت‌ها را بررسی کرده و از ساختمان طراحی وب‌سایت‌های کارآمد برای توسعه یک سیاهه‌وارسی برای ارزیابی وب‌سایت استفاده کردند. سپس این معیارها در یک تعداد تصادفی از وب‌سایت‌ها به کار برده شد تا معلوم شود که تا چه اندازه ویژگی‌های کلیدی در این وب‌سایت‌ها رعایت شده است. سیاهه‌وارسی به کار گرفته شده حاوی بخش‌های طراحی، ساختار، محتوا و عناصر کلی بود. در نتایج به دست آمده، اکثربیت وب‌سایت‌ها تقریباً اصول پایه طراحی را دارا بودند؛ اگرچه نمرات در طراحی، محتوا و ساختار به

1. Wan & Nor

2. Hartshorn & Friedman

اندازه کافی خوب نبود. نمرات به دست آمده به طور کلی نشان داد که وبسایت‌ها به طور مؤثری نمایاننده موارد مربوط به طراحی، محتوا و ساختار در پروژه‌های آموزشی نبودند.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش ارزیابانه<sup>۱</sup> است که از طریق مقایسه وبسایت‌های انتخابی با سیاهه‌وارسی انجام شده است؛ بدین صورت که ابتدا انتخاب سایت‌ها از طریق موتور جست‌وجوی شیعه سرچ (که یک موتور جست‌وجوی تخصصی و دارای جامعیت در حوزه معارف شیعی می‌باشد) صورت گرفت و سپس از طریق مطابقت دادن سیاهه‌وارسی با صفحات وبسایت‌ها، اطلاعات از سایت‌های منتخب به عنوان جامعه پژوهش گردآوری و استخراج شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش‌های آمار توصیفی شامل جداول توزیع فراوانی، درصد، میانگین و انحراف معیار استفاده شد.

### طراحی سیاهه‌وارسی

با بررسی و مروری که روی تحقیقات ارزیابی وبسایت صورت گرفت، سیاهه‌وارسی اختصاصی‌ای برای ارزیابی وبسایت‌های مذهبی دیده نشد. لذا با مطالعه و بررسی سیاهه‌وارسی‌های موجود در سایر تحقیقات و با توجه به جامعیت نسبی سیاهه سیلبرگ، اس. ام. آر. تی و اکشن فور هلس نسبت به سایر سیاهه‌ها و با در نظر گرفتن ویژگی‌های مربوط به وبسایت‌های مذهبی و حذف موارد نامرتبط و اضافه کردن موارد لازم مثل اوقات شرعی، احکام و پرسش و پاسخ، و ... با نظر مشورتی استاد کتابداری اقدام به طراحی سیاهه‌وارسی بررسی مشخصات وبسایت‌های شیعی فارسی گردید. لازم به ذکر است که موارد موجود در اکثر سیاهه‌وارسی‌ها تقریباً مشترک می‌باشد. در طراحی سیاهه‌وارسی وبسایت‌های مذهبی، نهایت کوشش صورت گرفت تا تمامی موارد ذکر شده در سایر سیاهه‌وارسی‌ها لحظه شود. همچنین، علاوه بر اضافه کردن موارد اختصاصی نظیر اوقات شرعی، احکام، پرسش و پاسخ و ... در بررسی صحت مطالب سایت، بررسی اعتبار نویسنده‌گان و ویراستاران مطالب سایت‌ها، و بررسی انتباط مطالب سایت با اهداف ذکر شده، از نظر مشورتی متخصص دینی بهره گرفته شد. در نهایت

1. evaluative research

الگویی برای سیاهه‌وارسی وب‌سایت‌های شیعی فارسی با ۱۲ بخش کلی طراحی شد که توضیح مختصری درباره بخش‌های اصلی و فرعی آن در زیر می‌آید:

**۱. نظام مالکیت وب‌سایت:** نظامی که مالکیت حقوق مادی و معنوی وب‌سایت بر اساس آن مشخص می‌شود که شامل گرینه‌های مالکیت فردی، سازمان دولتی، سازمان غیردولتی، و یا نامشخص می‌باشد. در صورت مشخص بودن نظام مالکیت، وب‌سایت در این شاخص ۱ امتیاز دریافت می‌کند.

**۲. هدف وب‌سایت:** ذکر هدفی که وب‌سایت از انتشار منابع برای کاربران دارد و مطابقت مطالب وب‌سایت با اهداف ذکر شده از موارد مورد ارزیابی است و به ازای هر یک از این دو مورد، ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.

**۳. وضعیت تالیف:** وجود هیأت ویراستاری، ذکر نام نویسنده‌گان، و تخصص موضوعی نویسنده‌گان که به ازای رعایت هر یک از سه مورد مذکور، ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.

**۴. وجود افشاگر در سایت:** افشاءی مالکیت حق مؤلف وب‌سایت (۱ امتیاز)، اظهار عدم مسئولیت در قبال اطلاعاتی که نویسنده‌گان متخلف ارائه کرده‌اند (۱ امتیاز) و نیز افشاءی تأمین‌کننده مالی وب‌سایت (۱ امتیاز).

**۵. صحت مطالب:** ذکر منابع مطالب وب‌سایت و موثق بودن منابع که به ازای رعایت هر یک از این دو مورد، ۱ امتیاز به سایت مزبور تعلق می‌گیرد.

**۶. زبان وب‌سایت:** زبان فارسی (۱ امتیاز)، فارسی با سایر زبان‌ها اعم از انگلیسی (۱ امتیاز)، عربی (۱ امتیاز) و یا سایر زبان‌ها (بدون در نظر گرفتن تعداد زبان‌ها ۱ امتیاز).

**۷. راههای تعامل با کاربران:** روندی که طی آن مسئولان وب‌سایت از کاربران نظرخواهی می‌کنند و یا با آنها تبادل نظر می‌کنند؛ اعم از ایمیل، اتفاق‌های گفت‌و‌گو (چت)، انجمن‌ها، پرسش و پاسخ در سایت، و یا فرم‌های نظرسنجی (هر روش ۱ امتیاز).

**۸. نحوه دسترسی به وب‌سایت:** اعم از رایگان، با عضویت، و یا عضویت با پرداخت حق عضویت. در صورت رایگان بودن دسترسی به سایت، ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.

**۹. وجود امکانات جانبی:** اعم از صوت، تصویر، و یا فیلم (هر کدام ۱ امتیاز).

۱۰. **سازماندهی و امکانات کمکی:** داشتن امکان جست‌وجو، آگاه‌گر<sup>۱</sup>، راهنمایی، فهرست مندرجات یا نقشه سایت، شمارشگر، آمار استفاده، امکان استفاده از شکل‌های مختلف بروونداد، پیوند به صفحه اصلی، عنوان در ابتدای هر صفحه، سرعت بارگزاری سریع، وجود موتور جست‌وجوی داخلی وب‌سایت، اخبار، احکام، اوقات شرعی، تازه‌های سایت، تبلیغات، و نوار ابزار. به ازای داشتن هر یک از موارد فوق ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.
۱۱. **وضعیت روزآمدسازی مطالب:** اطلاعات با بیشترین تأخیر زمانی در وب‌سایت که از روی تاریخ ذکر شده در وب‌سایت برای روزآمدسازی اطلاعات یا از روی تاریخ ایجاد و بسایت و بسامد روزآمدی آن حاصل می‌شود. ذکر تاریخ ایجاد سایت ۱ امتیاز، ذکر تاریخ آخرین روزآمدی ۱ امتیاز، و ذکر بسامد روزآمدی مطالب ۱ امتیاز اخذ خواهد کرد.
۱۲. **ویژگی‌های بصیری وب‌سایت:** وجود لینک، طراحی برای افراد با سطح توانایی متفاوت، اندازه قلم نوشته‌های وب‌سایت (حداقل فونت ۱۰)، و عدم وجود پس‌زمینه یکسان. به ازای رعایت هر یک از موارد فوق ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.

### معیارهای خروج از جامعه آماری

- در مرحله اول برای انتخاب وب‌سایت‌ها، جست‌وجو از طریق خاص کردن مکان وب‌سایت (یعنی کشور ایران) انجام شد. در مرحله بعد اقدام به تفکیک وب‌سایت‌هایی شد که دارای زبان فارسی بودند (خاص کردن زبان). سپس با بررسی تک‌تک وب‌سایت‌ها اقدام به انتخاب وب‌سایت‌ها با توجه به معیارهای خروج در جامعه آماری گردید که به شرح زیر بود:
۱. وب‌سایت‌های اشخاص که مربوط به فعالیت‌ها و افکار و عقاید فردی خاص باشد مگر اینکه حاوی مقالات و مطالب کلی مرتبط با فرهنگ و عقاید شیعه باشد (لازم به ذکر است که از آنچایی که تفکرات، نظرات و احکام بیان شده توسط علما و مراجع بزرگ تقلید اهمیت فقهی و تقلیدی دارد، جزو افکار و عقاید فردی محسوب نمی‌شوند و در نتیجه جزو جامعه پژوهشگران گرفتند);
  ۲. سایت هیأت‌ها، تشکل‌ها، سازمان‌ها، حوزه‌ها، مساجد، کتابخانه‌ها و دانشگاه‌های مجازی که در بردارنده فعالیت‌های آن سازمان است، مگر اینکه حاوی مطالب و مقالات مرتبط با فرهنگ و عقاید شیعه باشد؛
  ۳. نسخه الکترونیکی مجلات چاپی؛

۱. RSS : really simple syndication

۴. سایت‌های صرفاً تجاری (برای مثال سایت‌های فروش کتاب و لوح فشرده‌های مذهبی)؛
  ۵. سایت‌های عمومی درباره اسلام که صرفاً حاوی متن، ترجمه و تفسیر، و یا قرائت قرآن و  
یا متن کتاب‌های مذهبی مانند نهج البلاغه و یا مفاتیح باشد؛
  ۶. سایت کنگره‌ها، همایش‌ها و برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی.
- با اعمال موارد فوق تعداد ۹۵ وب‌سایت به دست آمد که ارزیابی از روی سیاهه‌وارسی بر  
روی آنها صورت گرفت. در این مرحله نیز تعدادی از وب‌سایت‌ها که تعداد آنها هم کم نبود، به  
دلایلی نظری باز نشدن صفحه سایت و مشکل در اتصال به سرور وب‌سایت، کامل نبودن بخش‌های  
سایت، سرعت فوق العاده پایین وب‌سایت که عملأً دسترسی به سایت را غیر ممکن می‌کرد، در  
حال بازسازی بودن سایت، و ... از جامعه آماری حذف شدند و در نهایت برای ۷۶ وب‌سایت مورد  
ارزیابی قرار گرفت.

### یافته‌ها

در این بخش، برای پاسخگویی به پرسش اول، به بررسی و تحلیل ویژگی‌های وب‌سایت‌های  
شیعی فارسی بر اساس اقلام موجود در سیاهه‌وارسی خواهیم پرداخت. جدول ۱، نتایج تحلیل  
مریبوط به ویژگی مالکیت را نشان می‌دهد:

جدول ۱. توزیع فراوانی وضعیت نظام مالکیت وب‌سایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه

مالکیت	نوع	تعداد	درصد
مشخص	فردی	۸	۱۰/۵۲
	سازمان دولتی	۱۳	۱۷/۱۰
	سازمان غیردولتی	۲۸	۳۶/۸۴
	سازمان نامشخص	۸	۱۰/۵۲
	جمع مالکیت مشخص	۵۷	۷۵
نامشخص			۲۵
جمع مالکیت مشخص و نامشخص			۱۰۰

اطلاعات جدول ۱ نشان می‌دهد که وب‌سایت‌های سازمانی نسبت به افراد، سهم بیشتری را  
در انتشار وب‌سایت‌های شیعی در اختیار دارند که در این میان سازمان‌های غیردولتی (۳۶ درصد)

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**کتابخانه‌ای موسی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وبسایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

نقش پرنگتری را نسبت به سایت‌های دولتی (۱۷/۱۰ درصد) در انتشار وبسایت‌های شیعی دارند. همچنین ۸ وبسایت سازمانی (۱۰/۵۲ درصد) نیز در جامعه پژوهش وجود داشت که دولتی یا غیردولتی بودن آن ذکر نشده بود. تعداد ۱۹ سایت (۲۵ درصد) نیز مالکیت نامعلوم داشتند. در جدول ۲، نتایج تحلیل مربوط به ویژگی هدف آمده است:

جدول ۲. توزیع فراوانی وضعیت هدف وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه

درصد	تعداد	هدف وب سایت	
۷۶/۸۹	۶۳	مطلوب سایت با اهداف تطابق دارد	
۱/۳۱	۱	مطلوب سایت با اهداف تطابق ندارد	
۸۴/۲۱	۶۴	جمع	
۱۵/۷۵	۱۲	ذکر نشده	
۱۰۰	۷۶	جمع کل	

جدول ۲ نشان می‌دهد که ۸۴/۲۱ درصد وبسایت‌ها (۶۴ وبسایت) اهداف انتشار خود را ذکر کرده‌اند و در ۷۶ درصد وبسایت‌ها (۶۳ سایت)، مطالب و اهداف با هم سازگاری داشتند که به نظر می‌رسد که اکثر وبسایت‌ها در ارائه محتویات سایت، به اهداف ذکر شده پایبند بوده‌اند. شایان ذکر است که این قسمت با نظر مشورتی متخصص دینی تکمیل شده است. در جدول ۳، ویژگی وضعیت تعامل با کاربران مورد بررسی قرار گرفته است:

جدول ۳. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک وضعیت تعامل با کاربران

تعامل با کاربران	جمع			خیر			بلی		
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
پست الکترونیک	۱۰۰	۷۶	۳/۹۴	۳	۹۶/۰۵	۷۳			
اتاق گفت و گو	۱۰۰	۷۶	۸۰/۲۶	۶۱	۱۹/۷۳	۱۵			
انجمن	۱۰۰	۷۶	۸۶/۸۴	۶۶	۱۳/۱۵	۱۰			
فرم نظرسنجی و وبسایت	۱۰۰	۷۶	۷۷/۶۳	۵۹	۲۲/۳۶	۱۷			
پرسش و پاسخ	۱۰۰	۷۶	۴۳/۴۲	۳۳	۵۶/۵۷	۴۳			

جدول ۳ نشان می‌دهد که در خصوص تعامل با کاربران، بیش از ۹۰ درصد وبسایت‌ها از پست الکترونیک به عنوان ابزار تعامل استفاده می‌کنند. بعد از پست الکترونیکی، پرسش و پاسخ در سایت با حدود ۵۶ درصد، نظرسنجی با حدود ۲۲ درصد، اتفاق گفت و گو (چت) با حدود ۱۹ درصد، و انجمن با حدود ۱۳ درصد در مرتب بعدی قرار می‌گیرند. در جدول ۴ ویژگی زبان وبسایت مورد بررسی قرار گرفته است:

جدول ۴. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک زبان

درصد	تعداد	زبان
۵۶/۵۷	۴۳	فقط فارسی
۳۸/۱۵	۲۹	انگلیسی
۳۸/۱۵	۲۹	عربی
۳۶/۸۴	۲۸	انگلیسی- عربی
۱۵/۷۵	۱۲	بیش از ۳ زبان

طبق اطلاعات جدول ۴، حدود ۵۶ درصد وبسایت‌ها (۴۳ سایت) مطالب خود را فقط به زبان فارسی منتشر می‌کنند. علاوه بر زبان فارسی، ۲۹ سایت (۳۸/۱۵ درصد) دارای زبان انگلیسی، و ۲۹ سایت (۳۸/۱۵ درصد) نیز دارای زبان عربی بودند. تعداد وبسایت‌هایی که زبان انگلیسی و عربی را با هم دارا می‌باشند، ۲۸ سایت است که حدود ۳۶ درصد وبسایت‌ها را تشکیل می‌دهند. همچنین ۱۲ سایت (۱۵/۷۵ درصد) علاوه بر فارسی، انگلیسی و عربی، زبان‌های دیگری را نیز پوشش می‌دهند که تعداد این زبان‌ها در وبسایت‌های مختلف متفاوت است. در جدول ۵، اطلاعات مربوط به ویژگی دسترسی به مطالب آمده است:

جدول ۵. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک وضعیت دسترسی به مطالب

نحوه دسترسی به مطالب وبسایت	تعداد	درصد
(الف) رایگان	۷۶	۱۰۰
(۱) با عضویت	۳۶	۴۷/۳۶
(۲) بدون عضویت	۴۰	۵۲/۶۳
ب) با عضویت و پرداخت حق اشتراک	۰	۰
جمع الف و ب	۷۶	۱۰۰

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**کتابخانه‌ای مذهبی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وبسایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

جدول ۵ نشان می‌دهد که دسترسی به تمامی وبسایت‌ها (۱۰۰ درصد) رایگان بوده که از این میان حدود ۴۷ درصد وبسایت‌ها دارای سیستم عضویت می‌باشند. در جدول ۶، اطلاعات مربوط به ویژگی وضعیت تأثیر آمده است:

جدول ۶. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک وضعیت تأثیر

جمع		ذکر نشده		ذکر شده		وضعیت تأثیر
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۰۰	۷۶	۲۸/۹۴	۲۲	۷۱/۰۵	۵۴	ذکر نام نویسنده‌گان و وب‌سایت
۱۰۰	۷۶	۳۸/۱۵	۲۹	۶۱/۸۲	۴۷	ذکر نام هیات ویراستاری و وب‌سایت
۱۰۰	۷۶	۴۰/۷۸	۳۱	۵۹/۲۱	۴۵	تخصص موضوعی نویسنده‌گان

در بررسی وضعیت تأثیر وبسایت‌ها، مطابق جدول ۶، می‌بینیم که حدود ۷۱ درصد وبسایت‌ها اقدام به ذکر نام نویسنده‌گان و وب‌سایت کرده‌اند. حدود ۶۱ درصد وبسایت‌ها نام هیأت ویراستاری را ذکر کرده‌اند و در حدود ۵۹ درصد وب‌سایت‌ها، تخصص موضوعی نویسنده‌گان را نیز عنوان کرده‌اند. در جدول ۷، اطلاعات مربوط به ویژگی وجود افشاگر آمده است:

جدول ۷. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک وضعیت وجود افشاگر

جمع		خیر		بلی		وضعیت افشاگر
درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	
۱۰۰	۷۶	۳۵/۵۲	۲۷	۶۴/۴۷	۴۹	ذکر نام مالک حقوق مادی و معنوی و وب‌سایت
۱۰۰	۷۶	۹۳/۴۲	۷۱	۶/۵۷	۵	ذکر منابع مالی و وب‌سایت
۱۰۰	۷۶	۹۲/۱۰	۷۰	۷/۸۹	۶	وجود بیانیه‌ای مبنی بر رد هرگونه ادعا در مورد درستی مطالب کاربران و وب‌سایت

داده‌های جدول ۷ نشان می‌دهد که حدود ۶۴ درصد وبسایت‌ها، نام مالک حقوق مادی و معنوی سایت را ذکر کرده‌اند اما تنها حدود ۶ درصد وبسایت‌ها اطلاعات منابع مالی خود را عنوان کرده‌اند. همچنین تنها ۷/۸۹ درصد از وبسایت‌ها بیانیه‌ای مبنی بر رد هرگونه ادعا در مورد مسائل ذکر شده توسط کاربران در سایت را در طراحی خود مدنظر داشته‌اند که نشان می‌دهد در

این مورد وبسایت‌های شیعی توجه لازم را مبذول نداشته‌اند. در جدول ۸، اطلاعات مربوط به ویژگی صحت مطالب آمده است:

جدول ۸. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه از نظر صحت اطلاعات

صحت مطالب سایت		
درصد	تعداد	
۷۸/۵۳	۶۰	منابع موثق هستند
۶/۵۷	۵	منابع موثق نیستند
۸۵/۵۲	۶۵	جمع
۱۴/۴۷	۱۱	نام منابع ذکر نشده است
۱۰۰	۷۶	جمع

براساس اطلاعات جدول ۸، مشاهده می‌شود که در ۶۵ وبسایت (۸۵/۵۲ درصد) نام منابع مطالب وبسایت ذکر شده است. از ۸۵ درصد مذکور، ۷۸ درصد وبسایت‌ها (۶۰ سایت) دارای منابع موثق و حدود ۶ درصد وبسایت‌ها دارای منابع ناموثق بودند. در جدول ۹، اطلاعات مربوط به ویژگی وضعیت سازماندهی آمده است:

جدول ۹. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک وضعیت سازماندهی

درصد	تعداد	سازماندهی	وجود دارد		سازماندهی
			درصد	تعداد	
۲۸/۹۴	۲۲	وجود تبلیغات در وب سایت	۳۰/۲۶	۲۳	فهرست مندرجات یا نقشه
۴۸/۶۸	۳۷	شکل‌های مختلف برونداد	۸۴/۲۱	۶۴	عنوان در ابتدای هر صفحه
۵۹/۲۱	۴۵	تازه‌های سایت	۷۸/۹۴	۶۰	امکان جست‌وجو
۶۱/۸۴	۴۷	خبر	۶/۵۷	۵	نوار ابزار
۲۳/۶۸	۱۸	احکام	۸۴/۲۱	۶۴	پیوند به صفحه اصلی
۱۰/۵۲	۸	اوقات شرعی	۵/۲۶	۴	موتور جست‌وجوی داخلی
۷۵	۵۷	سرعت بارگذاری سریع	۲۳/۶۸	۱۸	آگاه‌گر
۵/۲۶	۴	راهنمای	۳۸/۱۵	۲۹	وجود شمارش‌گر
--	--	--	۳۲/۸۹	۲۵	آمار استفاده

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**گایگانهای عوامی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وبسایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

براساس اطلاعات جدول ۹، نتایج به دست آمده از وضعیت سازماندهی سایت‌ها نشان می‌دهد که دو عامل پیوند به صفحه اصلی و وجود عنوان در ابتدای صفحه با حدود ۸۴ درصد بالاترین موارد رعایت شده در طراحی صفحات وب‌سایت هستند. وجود راهنمای و موتور جست‌وجوی داخلی وب‌سایت نیز تنها با حدود ۵ درصد، کمترین موارد رعایت شده در سازماندهی سایت‌های مورد بررسی بودند. همچنین، از بررسی سایت‌ها مشخص شد که ۴ وب‌سایت دارای موتور جست‌وجوی داخلی سایت بودند که هر چهار مورد، از موتور جست‌وجوی گوگل استفاده کرده بودند. در جدول ۱۰، اطلاعات مربوط به ویژگی روزآمدسازی آمده است:

جدول ۱۰. توزیع فراوانی وب‌سایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه به تفکیک وضعیت روزآمدسازی

درصد	تعداد	روزآمدی
۳۸/۱۵	۲۹	ذکر تاریخ ایجاد وب‌سایت
۹/۲۱	۷	ذکر تاریخ آخرین روزآمدسازی
.	.	ذکر بسامد روزآمدی

نتایج جدول شماره ۱۰ نشان می‌دهد که کمتر از نیمی از وب‌سایت‌ها (۳۸/۱۵ درصد) تاریخ ایجاد سایت را ذکر کرده‌اند و تاریخ آخرین روزآمدی نیز تنها در ۷ وب‌سایت (حدود ۹ درصد) ذکر شده است. بسامد روزآمدی در هیچ یک از سایت‌ها عنوان نشده است که این نتایج نشان‌دهنده عملکرد بسیار ضعیف وب‌سایت‌های شیعی فارسی در زمینه روزآمدسازی می‌باشد. در جدول ۱۱، اطلاعات مربوط به عامل ویژگی‌های بصری آمده است:

جدول ۱۱. توزیع فراوانی وب‌سایت‌های شیعی فارسی از لحاظ ویژگی‌های بصری

ویژگی‌های بصری	جمع		خیر		بلی	
	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد
وجود لینک‌های قابل تشخیص برای زیرگروه	۱۰۰	۷۶	۵/۲۶	۴	۹۴/۷۳	۷۲
طراحی برای افراد با سطح توانایی مختلف	۱۰۰	۷۶	۰	۰	۰	۰
سایز نوشه‌های وب‌سایت (حداقل ۱۰)	۱۰۰	۷۶	۳۱/۵۷	۲۴	۶۸/۴۲	۵۲
عدم وجود پس‌زمینه یکسان	۱۰۰	۷۶	۵/۲۶	۴	۹۴/۷۳	۷۲

همانطور که در جدول ۱۱ مشاهده می‌شود، یافته‌های تحقیق در خصوص ویژگی‌های بصری حاکی از آن است که حدود ۹۴ درصد وبسایت‌ها دارای لینک‌های قابل تشخیص و مناسب و همچنین عدم وجود پس‌زمینه یکسان هستند. حدود ۶۸ درصد وبسایت‌ها دارای اندازه قلم (فونت) مناسب هستند. اما هیچ یک از وبسایت‌ها برای افراد با سطح توانایی متفاوت، طراحی خاصی نداشتند. در جدول ۱۲، داده‌های مربوط به ویژگی امکانات جانبی آمده است:

جدول ۱۲. توزیع فراوانی وبسایت‌های شیعی فارسی مورد مطالعه از نظر وجود امکانات جانبی

درصد	تعداد	امکانات جانبی
۵۱/۳۱	۳۹	استفاده از صدا
۷۶/۳۱	۵۸	استفاده از تصویر و عکس
۴۲/۱۰	۳۲	استفاده از فیلم

جدول شماره ۱۲ نشان می‌دهد که بیش از نیمی از وبسایت‌ها (۷۶/۳۱ درصد) از تصویر و عکس استفاده کرده‌اند. ۳۹ وبسایت (حدود ۵۱ درصد) از امکانات صدا و ۳۲ وبسایت (۴۲/۱۰ درصد) نیز از قابلیت فیلم در ارائه بهتر اطلاعات در سایت استفاده کرده‌اند.

پرسش دوم پژوهش به این مسئله می‌پردازد که میزان مطابقت وبسایت‌های شیعی فارسی با ویژگی‌های ارائه شده در سیاهه‌وارسی در چه حدی است. پرسش سوم نیز به این امر می‌پردازد که کدام گروه از محتوای اطلاعاتی ذکر شده در سیاهه‌وارسی وبسایت‌های شیعی فارسی در طراحی وبسایت‌های مورد مطالعه بیشتر رعایت شده است. جدول ۱۳ اطلاعات مربوط به این پرسش‌ها را ارائه می‌دهد:

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**کتابخانه‌های مذهبی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وب‌سایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

جدول ۱۳. درصد مطابقت محتوای اطلاعاتی

وب‌سایت‌ها با سیاهه‌وارسی طراحی شده جهت بررسی وب‌سایت‌های شیعی فارسی

شاخص‌های سیاهه‌وارسی	میانگین به درصد
دسترسی به مطالب	۱۰۰
صحت مطالب	۸۲/۲۳
هدف	۸۰/۵۵
وضعیت مالکیت سایت	۷۵
ویژگی‌های بصری	۶۴/۴۷
وضعیت تالیف	۶۲/۰۴
امکانات جانبی	۵۶/۵۷
تعامل با کاربران	۴۱/۵۷
سازماندهی مطالب	۴۱/۰۱
زبان	۳۰/۶۹
افشانگر	۲۶/۳۱
روزآمدسازی	۲۳/۶۸
جمع	۵۷/۱۷

همانطور که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود، میانگین مطابقت این سایت‌ها با سیاهه‌وارسی مذکور ۵۷/۱۷ درصد می‌باشد که نشان می‌دهد وب‌سایت‌های مورد مطالعه بیش از ۵۰ درصد از معیارهای مربوطه را رعایت کرده‌اند. در پاسخ به پرسش سوم پژوهش و با توجه به جدول شماره ۱۳ مشخص می‌شود که ویژگی دسترسی به مطالب وب‌سایت با ۱۰۰ درصد و سپس ویژگی صحت مطالب با ۸۲/۲۳ درصد، بالاترین درصد مطابقت با سیاهه‌وارسی را دارا می‌باشند. شایان ذکر است که ویژگی روزآمدی با کسب میانگین ۲۳/۶۸ درصد، کمترین درصد مطابقت را در میان وب‌سایت‌ها دارا بود.

پرسش چهارم پژوهش حاضر به این مسئله می‌پردازد که برترین وب‌سایت‌های شیعی فارسی بر اساس سیاهه‌وارسی ارزیابی کدامند. جدول ۱۴ برای پاسخگویی به این پرسش در ذیل آمده

است. شایان ذکر است که از آنجا که در صورت کسب همه امتیازهای لازم توسط یک وب‌سایت، نمره ۴۷ کسب خواهد شد لذا نمره تراز محاسبه امتیازها ۴۷ می‌باشد.

جدول ۱۴. ده وب‌سایت برتر براساس نمره کسب شده از معیارهای بررسی وب‌سایت‌های شیعی فارسی

ردیف	نام سایت	آدرس سایت	امتیاز از ۴۷
۱	تبیان	www.tebyan.net	۳۵
۲	وب‌سایت آیت الله مکارم شیرازی	www.makaremshirazi.oom	۳۱
۳	حج	www.hadj.com	۳۰
۴	مطالعات شیعه شناسی	www.shiastudies.com	۳۰
۵	الشیعه	www.al-shia.org	۲۹
۶	حوزه	www.hawzah.net	۲۸
۷	موعود	www.mouood.org	۲۸
۸	وب‌سایت آیت الله فاضل لنکرانی	http://Lankarani.ir	۲۸
۹	حکومت جهانی امام مهدی (عج)	www.emam12.com	۲۸
۱۰	آستان قدس رضوی	www.aqrazavi.org	۲۸

همان‌طور که در جدول ۱۴ ملاحظه می‌شود، هیچ‌یک از وب‌سایت‌ها امتیاز کامل ۴۷ را کسب نکرده‌اند و بالاترین امتیاز کسب شده مربوط به سایت تبیان با ۳۵ امتیاز و سپس سایت آیت‌الله مکارم شیرازی با ۳۱ امتیاز می‌باشد. اسامی سایر وب‌سایت‌ها به ترتیب بر اساس امتیاز در جدول فوق قابل ملاحظه است. در ادامه، سیاهه‌ای از ۱۰ سایتی که کمترین امتیاز را بر اساس سیاهه‌وارسی کسب کرده‌اند، طی جدول ۱۵ آمده است:

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**کتابخانه‌ای مذهبی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وبسایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

جدول ۱۵. سایت حائز کمترین امتیاز براساس نمره کسب شده از معیارهای بررسی وبسایت‌های شیعی فارسی

ردیف	نام سایت	آدرس سایت	امتیاز از ۴۷
۱	غدیر	www.qadir.info	۱۱
۲	جلگه	www.neagolg.ir	۱۱
۳	سلام شیعه	www.salam-shia.com	۱۲
۴	وبگاه ویژه معصومین	www.masoomin.com	۱۳
۵	تربیت	www.tarbiat.org	۱۳
۶	شبکه اسلامی رشد	www.roshd.org	۱۴
۷	شیعیان	www.shiayan.ir	۱۴
۸	ابالفضل	www.abalfazl.com	۱۵
۹	حضرت خدیجه (س)	www.khadija.ir	۱۵
۱۰	برکه - رسول نور محمد (ص)	http://rasoolnoor.com www.berkeh.ir	۱۶

همان‌طور که در جدول ۱۵ ملاحظه می‌شود، کمترین امتیاز کسب شده مربوط به سایت غدیر و جلگه با ۱۱ امتیاز از مجموع ۴۷ امتیاز می‌باشد. اسمای بقیه سایت‌ها نیز به ترتیب امتیاز در جدول فوق آمده است.

### نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وبسایت‌های شیعی فارسی بر اساس سیاهه‌وارسی محقق‌ساخته‌ای که بر اساس سه سیاهه سیلبرگ، اس. ام. آر. تی، و اکشن فور هلس ساخته شده است، انجام شده و این وبسایت‌ها را بر اساس ۱۲ ویژگی کلی مورد ارزیابی قرار داده است. یافته‌های پژوهش نشان داد که در کل، میانگین نمرات ۷۶ سایت مورد مطالعه، ۲۲/۱۸ از ۴۷ با انحراف معیار ۵/۳۲ بوده است که نشان‌دهنده عملکرد ضعیف وبسایت‌های مورد مطالعه است. با مقایسه ۳ ویژگی صحت مطالب، تطابق اطلاعات ارائه شده با اهداف ذکر شده در سایت، و اعتبار نویسنده‌گان که نشان‌دهنده وضعیت محتوایی و کیفیت ارائه اطلاعات در سایت‌ها هستند، مشاهده می‌شود که در درجه اول، صحت مطالب با ۸۲ درصد و سپس تطابق محتوا با اهداف با ۸۰ درصد و در آخر اعتبار نویسنده‌گان با حدود ۶۲ درصد، به ترتیب بیشترین درصد مطابقت را دارا

می‌باشد و بنابراین می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که این ویژگی‌ها در تولید و بازنمایی اطلاعات مذهبی ارائه شده در سایت‌های مورد مطالعه، در حد قابل قبولی رعایت شده‌اند. از سوی دیگر، یافته‌های پژوهش نشان داد که ویژگی‌های دیگر سیاهه‌وارسی نظیر ویژگی‌های بصری با ۶۴/۴۷ درصد و امکانات جانبی با ۵۶/۵۷ درصد، وضعیت قبل قبول‌تری را نسبت به ویژگی‌های تعامل با کاربران (۴۱/۵۷ درصد)، سازماندهی مطالب (۴۱/۰۱ درصد)، زبان (۳۰/۶۹ درصد)، افشاگر (۲۶/۳۱ درصد)، و روزآمدسازی (۲۳/۶۸ درصد) دارند. به‌طور کلی با مقایسه ویژگی‌های مربوط به تحلیل محتوایی سایت‌ها با ویژگی‌های مربوط به سازماندهی و طراحی صفحات و امکانات فنی و جانبی موجود در وی‌سایت‌ها، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که وضعیت تولید محتوایی سایت‌های شیعی فارسی در شرایط قابل قبول‌تری نسبت به ویژگی‌های طراحی ساختار هستند و برای رسیدن به یک وضعیت مطلوب، توجه بیشتر طراحان سایت به رعایت نکات اصولی و فنی در طراحی سایت ضروری به‌نظر می‌رسد.

## منابع

- ایلخانی، شیما (۱۳۷۹). کارایی اطلاعات منتشره در صفحات خانگی در مراکز تحقیقاتی و پژوهشی شهر تهران. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران.
- بهزادی، هیدا (۱۳۸۰). طراحی صفحات وب دانشگاهی از دیدگاه گرافیک. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه الزهراء، تهران.
- فتحی‌فر، زهرا (۱۳۸۶). ارزیابی وب‌سایت‌های پزشکی و بهداشتی فارسی با معیارهای دیسرن، سلیرگ، و هون‌کد. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، تهران.
- عمیدی، رضا (۱۳۸۹). خلاصه گزارش سالانه اتحادیه بین‌المللی مخابرات وابسته به سازمان ملل متحد در سال ۲۰۱۰. بازیابی شده در تاریخ ۲ آذرماه ۱۳۸۹ از:
- <http://www.newsiran.com/cat16/shownews-838662.aspx?key>
- فروdi، نوشین (۱۳۸۰). ارزیابی صفحات وب کتابخانه‌های دانشگاهی ایران و ارائه الگوی پیشنهادی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، تهران.
- ضیایی‌پور، حمید (۱۳۸۶). دنیای سایبر در خدمت دین. بازیابی شده در تاریخ ۲۶ آذرماه ۱۳۸۹ از:
- [www.reporter.ir/archives/86/10/005399.php](http://www.reporter.ir/archives/86/10/005399.php)
- وکیلی، روشنک (۱۳۸۳). رتبه‌بنایی وب‌سایت‌های عغونی ویروسی براساس معیار WHO و سلیرگ. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، تهران.

هوسگارد، مورتن (۲۰۰۴). مؤمنان اینترنتی و زنگنه‌گی آنلاین مذهبی در خانه. بازیابی شده در تاریخ ۱۲ مردادماه ۱۳۸۵ از: [www.jtr.sagepub.com/cgi/content/refs/46/1/46](http://www.jtr.sagepub.com/cgi/content/refs/46/1/46)

یوسفی‌فرد، مهرداد؛ فدائی، غلامرضا (۱۳۸۸). ارائه ویژگی‌های مناسب برای سیستم‌های مدیریت محتوای وب‌سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران بر اساس عناصر مطرح در وب‌سایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی دنیا. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*, ۱۵ (۱)، ۶۵-۹۳.

#### References

- Albuquerque, A. B. (2002). E-commerce websites : A qualitative evaluation. Retrieved May 17, 2009, from: [www.2002.org/CDROM/poster/155.pdf](http://www.2002.org/CDROM/poster/155.pdf).
- Croucher, R. (2008). *Recent report on U.S. use of internet for religion*. Retrieved May 10, 2009, from: [jnm.aaa.net.au/articles/9782.htm](http://jnm.aaa.net.au/articles/9782.htm).
- Cyr, D.; Trevor-Smith, H. (2000). Localization of web design: An empirical comparison of German, Japanese and U.S. web site characteristics. *Journal of American society for International science and technology*, 55 (13), 1-10.
- Hartshorn, R.; Friedman, A.; Algozzine, B.; Kaur, D. (2008). Analysis of elementary school websites. *Educational technology and society*, 11(1), 291-301.
- Sutcliffe, A. (2002). Assessing the reliability of heuristic evaluation for website attractiveness and usability. *International conference on system sciences*, 35<sup>th</sup>, Hawaii, retrieved May 9, 2009, from: [www.lsi.ugr.es/~fguti/doctordado/05/Alistair%20Sutcliffe.pdf](http://www.lsi.ugr.es/~fguti/doctordado/05/Alistair%20Sutcliffe.pdf).
- Spigelman, S. L. (2000). *Islam and Internet: The correlation between Islamic religion and Internet diffusion*. Harvard: John F. Kennedy School of government. Retrieved May 9, 2009, from: <http://www.ksg.harvard.edu/iip/step305/fall2000/spigelmanile/slides0001.htm>
- Wan, A.; Nor, L. Shafie, M. (2006). towards conceptualization of Islamic user interface for Islamic website: an initial investigation, *International conference on information & communication technology for the Muslim world (ICT4M)*, Kuala Lumpur, Malasia, 3<sup>rd</sup>, 15 Nowember.
- Winker M. A.; et al (2000). Guidelines for medical and health information sites on the Internet: principles governing AMA websites. *JAMA*, 283 (12), 1600-1606. Retrieved May 2, 2008, from: [www.aacp.org/resources/education/Documents/CaringfortheUnderservedCurrReferecncs.pdf](http://www.aacp.org/resources/education/Documents/CaringfortheUnderservedCurrReferecncs.pdf).

### پیوست ۱) سیاهه وارسی وب‌سایت‌های شیعی فارسی

عنوان وب‌سایت
آدرس الکترونیکی
ارزشیاب
تاریخ ارزشیابی

#### ۱. نظام مالکیت وب‌سایت

خبر	بلی	نظام مالکیت وب‌سایت
		فردي
		سازمانی (دولتی)
		سازمانی (غیر دولتی)
		سازمان نامشخص
		مشخص نیست

#### ۲. هدف وب‌سایت

خبر	بلی	هدف وب‌سایت
		آیا اهداف وب‌سایت ذکر شده
		آیا مطالب وب‌سایت با اهداف هم‌خوانی دارد

#### ۳. زبان وب‌سایت

خبر	بلی	زبان وب‌سایت
		فارسی
		انگلیسی
		عربی
		سایر زبان‌ها

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**کتابخانه‌های مجازی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وب‌سایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

#### ۴. تعامل با کاربران

تعامل با کاربران	بلی	خیر
پست الکترونیک		
(chat room)		
(forum)		
فرم نظرسنجی وب‌سایت		
پرسش و پاسخ		

#### ۵. نحوه دسترسی به وب سایت

دسترسی به سایت	بلی	خیر
رایگان		
عضویت		
عضویت و پرداخت حق اشتراک		

#### ۶. وضعیت تألیف

وضعیت تألیف سایت	بلی	خیر
آیا نام نویسنده‌گان و وب‌سایت ذکر شده		
آیا هیأت ویراستاری و وب‌سایت ذکر شده		
آیا نویسنده‌گان و وب‌سایت تخصص موضوعی دارند		

#### ۷. افشاگر

افشاگر	بلی	خیر
آیا نام مالک حقوق مادی و معنوی و وب‌سایت ذکر شده		
آیا منابع مالی و وب‌سایت ذکر شده		
آیا بیانیه‌ای مبنی بر رد هرگونه ادعا در مورد درستی اطلاعات وجود دارد		

#### ۸. صحت اطلاعات

خبر	بلی	صحت
		آیا منابع مطالب وب‌سایت ذکر شده اند
		آیا منابع موثق هستند

#### ۹. سازماندهی و امکانات کمکی وب‌سایت

خبر	بلی	سازماندهی
		فهرست مندرجات یا نقشه سایت
		امکان جست‌وجو در مطالب وب‌سایت
		شمارشگر Counter
		آمار استفاده Usage statistics
		آگاه‌گر RSS
		راهنما help
		نوار ابزار Toolbar
		امکان استفاده از شکل‌های مختلف برونداد
		پیوند به صفحه اصلی
		عنوان در ابتدای هر صفحه
		موتور جست‌وجوی داخلی وب‌سایت
		سرعت بارگذاری سریع
		وجود تبلیغات در وب‌سایت
		تازه‌های سایت
		اوقات شرعی
		احکام
		اخبار

تحقیقات اطلاع‌رسانی و  
**گابانه‌های مذهبی**  
 بررسی و رتبه‌بندی وب‌سایت‌های فارسی مذهب شیعه ...

#### ۱۰. روزآمدسازی

روزآمدی	بلی	خیر
ذکر تاریخ ایجاد وب‌سایت		
ذکر تاریخ آخرین روزآمدسازی		
روزآمدی روزانه		
روزآمدی هفتگی		
روزآمدی ماهانه		
بسامد روزآمدی		
غیره		

#### ۱۱. ویژگی‌های بصری

ویژگی‌های بصری	خیر	بلی
آیا لینک‌های قابل تشخیص برای زیر گروه‌ها وجود دارد		
آیا برای افراد با سطح توانایی مختلف طراحی صورت گرفته است		
اندازه قلم نوشته‌های وب‌سایت (حداقل ۱۰)		
پس زمینه یکسان Plain back ground		

#### ۱۲. امکانات جانبی وب‌سایت

امکانات جانبی سایت	بلی	خیر
صدا		
تصویر		
فیلم		

## پیوست ۲) لیست وبسایت‌های مورد بررسی

ردیف	نام سایت	امتیاز
۱	تیبیان www.tebyan.net	۳۵
۲	آیت‌الله مکارم‌شیرازی www.makaremshirazi.org	۳۱
۳	حج www.hadj.com	۳۰
۴	مطالعات شیعه‌شناسی www.shiastudies.com	۳۰
۵	الشیعه www.al-shia.org	۲۹
۶	آستان قدس رضوی www.aqrazavi.org	۲۸
۷	آیت‌الله لنکرانی http://Lankarani.ir	۲۸
۸	حکومت جهانی امام مهدی(ع) www.emam12.com	۲۸
۹	حوزه www.hawzah.net	۲۸
۱۰	موعد www.mouood.org	۲۸
۱۱	آیت‌الله خامنه‌ای http://khamenei.ir	۲۷
۱۲	آیت‌الله مصباح‌یزدی www.mesbahyazdi.org	۲۷
۱۳	آیت‌الله نوری همدانی www.noorihamedani.com	۲۷
۱۴	أهل‌البيت www.ahl-ul-bait.org	۲۷
۱۵	مسجد مقدس جمکران www.jamkaran.info	۲۷
۱۶	خبرگزاری اهلیت(ع) www.abna.ir	۲۷
۱۷	حضرت ولی‌عصر(عج) www.valiasr-aj.com	۲۷
۱۸	امام علی نت www.imamalinet.net	۲۶
۱۹	امام علی(ع) www.imamali.ir	۲۶
۲۰	طوبی www.tooba-ir.org	۲۶
۲۱	آیت‌الله سیستانی http://Sistani.org	۲۵
۲۲	آیت‌الله میرزا جواد تبریزی http://Farsi.tabrizi.org	۲۵
۲۳	امام‌المهدی www.imamalmahdi.com	۲۵
۲۴	امام زمان www.m-imamzaman.com	۲۵
۲۵	پاسخگو www.pasokhgo.ir	۲۵
۲۶	پرس و جو www.porsojoo.com	۲۵
۲۷	در راه حق www.darrahehaq.com	۲۵
۲۸	آیت‌الله جوادی آملی www.esra.ir	۲۴

←

تحقیقات اطلاع رسانی و  
**دانشنامه مذهب**  
 بررسی و رتبه بندی وب سایت های فارسی مذهب شیعه ...



۲۴	www.Balagh.net بلاغ	۲۹
۲۴	http://islamquest.net اسلام جستجوی	۳۰
۲۴	www.seraj.ir سراج	۳۱
۲۴	www.emamsajjad.com صحیفه سجادیه	۳۲
۲۴	www.yahova.com یا هوا	۳۳
۲۳	www.behar.ir بخار	۳۴
۲۳	www.e-resaneh.com بنیاد اندیشه اسلامی	۳۵
۲۳	www.porsemanequran.com پر سمان قرآنی	۳۶
۲۳	www.pajohe.ir پژوهه دین	۳۷
۲۳	www.adyan.org مرکز مطالعات ادیان و مذاهب	۳۸
۲۲	www.andisheqom.com اندیشه قم	۳۹
۲۲	www.pasokhgovaliasr-aj.net پاسخگو ۲	۴۰
۲۲	www.pajoohe.com پژوهش کده باقر العلوم	۴۱
۲۲	www.bfnews.ir خبرگزاری آینده روشن	۴۲
۲۲	www.salimian.com سلیمانیان	۴۳
۲۲	www.shabestannews.com خبرگزاری شبستان	۴۴
۲۲	www.masoumeh.com حضرت فاطمه معصومه(س)	۴۵
۲۲	www.mobalegh.org مبلغ	۴۶
۲۱	www.aflakian.ir افلکیان	۴۷
۲۰	www.eshia.ir ارتباط شیعی	۴۸
۲۰	www.mahdiforum.com باشگاه اندیشه مهدویت	۴۹
۲۰	www.shia-news.com شیعه نیوز	۵۰
۲۰	www.azmezohoor.ir عزم ظهرور	۵۱
۲۰	www.qaraati.net قرائتی	۵۲
۲۰	www.hedaiat.org هدایت	۵۳
۱۹	www.imam-khomeini.com امام خمینی (ره)	۵۴
۱۹	www.omidvaran.org امیدواران	۵۵
۱۹	www.shaaer.com شعائر	۵۶
۱۹	www.shamsevelayat.com شمس ولایت	۵۷



۱۸	اجلاس حضرت مهدی(ع) <a href="http://www.ejlasmahdi.com">www.ejlasmahdi.com</a>	۵۸
۱۸	پدر مهریان.ir <a href="http://www.kindfather.ir">www.kindfather.ir</a>	۵۹
۱۸	شارح <a href="http://www.shareh.com">www.shareh.com</a>	۶۰
۱۸	شیعه آتلاین <a href="http://www.Shia-online.ir">www.Shia-online.ir</a>	۶۱
۱۸	مهدیه تهران.ir <a href="http://www.mahdiehtehran.ir">www.mahdiehtehran.ir</a>	۶۲
۱۸	نسیم رضوان <a href="http://www.nasimerezvan.com">www.nasimerezvan.com</a>	۶۳
۱۷	مطهری <a href="http://www.motahari.org">www.motahari.org</a>	۶۴
۱۷	یازهرا (س) <a href="http://www.yazahra.net">www.yazahra.net</a>	۶۵
۱۶	برکه <a href="http://www.berkeh.ir">www.berkeh.ir</a>	۶۶
۱۶	رسول نور <a href="http://http://rasoolnoor.com">http://rasoolnoor.com</a>	۶۷
۱۵	ابا الفضل (ع) <a href="http://www.abalfazl.com">www.abalfazl.com</a>	۶۸
۱۵	حضرت خدیجه (س) <a href="http://www.khadija.ir">www.khadija.ir</a>	۶۹
۱۴	پایگاه اسلامی شیعی رشد <a href="http://www.roshd.org">www.roshd.org</a>	۷۰
۱۴	شیعیان <a href="http://www.shiayan.ir">www.shiayan.ir</a>	۷۱
۱۳	تریبیت <a href="http://www.tarbiat.org">www.tarbiat.org</a>	۷۲
۱۳	وبگاه ویژه معصومین (ع) <a href="http://www.masoomin.com">www.masoomin.com</a>	۷۳
۱۲	سلام شیعه <a href="http://www.salam-shia.com">www.salam-shia.com</a>	۷۴
۱۱	جلگه <a href="http://www.neagolg.ir">www.neagolg.ir</a>	۷۵
۱۱	غدیر <a href="http://www.qadir.info">www.qadir.info</a>	۷۶

به این مقاله این گونه استناد کنید:

باقری‌نسب، فریده (۱۳۹۰). بررسی و رتبه‌بندی وب‌سایت‌های فارسی مذهب شیعه با استفاده از معیارهای سیلبرگ، اس.ام. آر.تی. و آکشن فور هلس. *تحقیقات اطلاع‌رسانی و کتابخانه‌های عمومی*، ۱۷ (۲)، ۳۰۵-۳۳۶.