

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

فریده باقری نسب

کارشناس ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی 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 سیاه‌وارسی طراحی شده توسط محقق براساس معیارهای سیلبرگ، اس. ام. آر. تی. و اکشن فور هلس است تا برترین وبسایت‌ها را برای استفاده علاقه‌مندان معرفی نماید.

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

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که میانگین کلی مطابقت این سایت‌ها با سیاه‌وارسی 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 سیاه‌وارسی را دارا بوده‌اند. از میان وبسایت‌ها، وبسایت تبیان با ۳۵ امتیاز و وبسایت غدیر و جلگه با ۱۱ امتیاز به ترتیب بهترین و ضعیف‌ترین 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، به بهبود کیفیت ارائه اطلاعات مذهبی و در نتیجه رضایت استفاده‌کنندگان یاری رساند.

کلیدواژه‌ها: وبسایت‌های شیعی، رتبه‌بندی وبسایت، ارزیابی وبسایت، سیلبرگ، اس. ام. آر. تی، اکشن 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 ساختاریافته، فرصت یک وبسایت را برای مقبولیت و موفقیت افزایش می‌دهد. جلب نظر استفاده‌کنندگان در زمان طراحی وبسایت مانع شکست می‌شود. افرادی که به‌عنوان استفاده‌کننده تعریف می‌شوند افرادی هستند که به‌نحوی در جست‌وجوی اطلاعات هستند و پیش‌زمینه‌های متنوع 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). بنا به اعلام وزارت مخابرات 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 آمارهایی وجود دارد که نشان می‌دهد میزان دین‌پژوهی 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). هوسگارد^۱ (۲۰۰۴)، نویسنده دانمارکی، که تحقیقات بسیاری در مورد ادیان اینترنتی داشته است، می‌گوید:

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

1. Murten Husguard

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 داراست، در حالی که جست‌وجوی کلمه «God»، ۳۹۶ میلیون بار رخ داده است.»

بررسی‌ها نشان می‌دهد که ۲۸ میلیون آمریکایی برای دریافت اطلاعات مذهبی از اینترنت استفاده می‌کنند. از جهت مقایسه جالب است بدانیم که تعداد افرادی 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^۱، 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^۲، 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 باشند وجود دارد. با توجه به آمار ارائه شده و با در نظر گرفتن اقبال روزافزون استفاده‌کنندگان به وبسایت‌های مذهبی و تقاضای روزافزون برای دریافت اطلاعات مذهبی از طریق وب، بررسی و ارزیابی 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 استفاده‌کنندگان 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 سیاه‌واری چگونه است؟
۲. درصد مطابقت وبسایت‌های مورد مطالعه با سیاه‌واری وبسایت‌های شیعی فارسی زبان در چه حدی است؟
۲. کدام گروه از محتوای اطلاعاتی ذکر شده در سیاه‌واری وبسایت‌های شیعی فارسی در طراحی وبسایت‌های مورد مطالعه بیشتر رعایت شده است؟
۳. برترین وبسایت‌های شیعی فارسی بر اساس سیاه‌واری ارزیابی کدامند؟

تعاریف

وبسایت شیعی فارسی: وبسایت‌هایی که از جست‌وجو در موتور جست‌وجوی شیعه سرچ^۱ و با انتخاب زبان فارسی و کشور ایران برای وبسایت انتخاب شده‌اند و حاوی مطالب و مقالاتی درباره مذهب شیعه، ائمه معصومین و به‌طور خاص، مهدویت باشند.

اکشن فور هلس^۲: ابزار بررسی محتوایی اطلاعات وبسایت‌های بهداشتی است که توسط تیرزا پچ^۳ (۲۰۰۴) با یک کوشش مشارکتی در پروژه اکشن فور هلس مربوط به شبکه سازمان‌های اطلاعاتی فن‌آوری ارتباطات عملی^۴ در دانشگاه مموریال نیوفاندلند^۵ کانادا ایجاد شد و هدف آن بررسی میزان اثربخشی حضور مؤسسات غیرانتفاعی بهداشتی نیوفاندلند در اینترنت است. این سیاه‌واری دارای ۴ بخش هدف، مخاطبان، میزان دستیابی و اعتبار است.

اس. ام. آر. تی^۶: 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/websiteevaluationtoolguidelines.stcroix.pdf>
3. Tereza Petch
4. Applied Communication Technology Information Organizations Network
5. Memorial University of Newfoundland
6. SMRT, www.amal.k12.nf.ca/smrt/documents/finalweb.pdf

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

سیلبرگ^۱: معیار اعتبار اطلاعات وبسایت است که توسط سیلبرگ در سال ۱۹۹۷ تدوین گردیده است و عبارت است از گزینه‌هایی در وبسایت از جمله نام نویسندگان، وابستگی مؤسساتی آنها، مدارک علمی و تخصص آنها، وجود افشاگر در وبسایت، پشتیبانی مالی وبسایت، منابع وبسایت، تاریخ ایجاد وبسایت و تاریخ آخرین روز آمدسازی. در مجموع ۹ امتیاز برای این معیارها در نظر گرفته می‌شود و در صورتی که این مشخصات در وبسایتی رعایت شده باشد، کاربر می‌تواند به‌طور نسبی به اطلاعات این وبسایت اعتماد کند. در غیر این صورت به او توصیه می‌شود حتی‌المقدور 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 جست‌وجو 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 هم‌موضوع، امکان ارتباط با مسئولان سایت، و غیره 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 کاربری، طراحی اجزای داخلی صفحه و فن‌آوری 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 زیباشناسی، صفحه‌بندی، طراحی حروف و هدایت چشم در صفحات وب، آگاهی داشتن نسبت به امکانات فیزیکی و فن‌آوری انتقال اطلاعات در صفحات وب، جدید کردن صفحات با استفاده از نظرسنجی، برقراری ارتباط با مخاطبان از عمده مواردی شمرده شدند که در طراحی صفحات وب دانشگاهی می‌توانند مؤثر باشند.

فردی (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 سیاه‌واری با ۲۵ مورد سوال صورت گرفت. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که در مجموع ۴۰/۸ درصد عوامل اطلاعاتی سیاه‌واری 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 اهمیت داده نمی‌شود. همچنین در این بررسی، عوامل مقابل به ترتیب بیشترین 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 سیاه‌واری 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 پایان‌نامه 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 پایان‌نامه خود با عنوان «ارزیابی وبسایت‌های پزشکی و بهداشتی فارسی با معیارهای دیسرن^۱، سیلبرگ و هون‌کد^۲» 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 به‌عنوان 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 هون‌کد را کسب نکردند. در کل، این بررسی از وضعیت نامطلوب کیفیت اطلاعات ارائه شده در وبسایت‌های 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 محقق ساخته وضعیت وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی برتر دنیا بررسی گردید در مرحله دوم با استفاده از سیاهه

1. Discern

2. Honcode

به‌دست 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 به‌طور میانگین ۴۴/۴۰ 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، ۲۵ درصد از عناصر مورد نیاز در وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی را به‌طور کلی تحت پوشش قرار نمی‌دهند. نتایج به‌دست آمده از مرحله سوم پژوهش نشان داد به‌طور میانگین تنها ۲۰ درصد از عناصر مورد بررسی در سیاهه شماره ۱ در وبسایت‌های کتابخانه‌های دانشگاهی ایران وجود داشت. مقایسه نتایج به‌دست آمده از مرحله سوم با نتایج به‌دست آمده از مرحله اول تحقیق نشان‌دهنده 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^۱ و تروور اسمیت^۲ (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 به‌دست 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 استفاده‌کنندگان 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. به‌طور 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^۱ (۲۰۰۰) در پژوهش خود راهنمایی برای وبسایت‌های اطلاعات بهداشتی در اینترنت توصیه کرده است. این راهنما در قالب ۴ قسمت اصلی محتوا (شامل معرفی محتوا، مالکیت، بازاریابی وبسایت، دسترسی استفاده‌کننده، حمایتگر مالی، چگونگی بازاریابی 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 محرمانگی وبسایت، و اصولی برای تجارت الکترونیکی آمده است.

آلبو کوئرکو^۲ (۲۰۰۲) 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 برزیل انتخاب شدند و پرسشنامه توسط آنها تکمیل شد. ویژگی‌های کیفی اصلی وبسایت‌های تجارت الکترونیک که مورد بررسی قرار گرفتند شامل کارآمدی^۳، اعتبار مفهومی^۴ و اعتبار بازنمایی^۵ بود که هر یک از این عوامل به موارد جزئی‌تر تقسیم می‌شدند. در بخش نتایج، همه عوامل نمره نهایی خوبی را به دست آوردند؛ اگرچه عوامل امنیت و یکپارچگی بهترین نمره را دارا بودند.

ساتکلیف^۶ (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 به‌عنوان 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 ۹ 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 دهند. در نهایت، مشخص شد که عوامل زیبایی و انگیزش می‌تواند در قضاوت درباره کیفیت وبسایت اثرگذار باشد.

وان و نور^۱ (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 به‌عنوان نمونه این مطالعه انتخاب شدند و سپس از نظر وجود موارد زیر مورد بررسی قرار گرفتند: ۱. هویت اسلامی با توصیف‌گرهایی نظیر پیامبر، قبله، مکه، روزه، زیارت، قرآن، امام، و غیره ۲. زبان ۳. استفاده از تصاویر و انیمیشن‌های واقعی ۴. صداهای اسلامی ۵. ارکان اساسی 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.

هارتشرن و فریدمن^۲ (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 سیاه‌واری 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. سیاه‌واری به کار گرفته شده حاوی بخش‌های طراحی، ساختار، محتوا و عناصر کلی بود. در نتایج به‌دست آمده، اکثریت وبسایت‌ها تقریباً اصول پایه طراحی را دارا بودند؛ اگرچه نمرات در طراحی، محتوا و ساختار به

1. Wan & Nor

2. Hartshorn & Fridman

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 پروسه‌های آموزشی نبودند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش ارزیابانه^۱ 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، درصدها، 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 سه سیاهه سیلبرگ، اس.ام. آر. تی و آکشن فور هلس نسبت به سایر سیاهه‌ها و با در نظر گرفتن ویژگی‌های مربوط به وبسایت‌های مذهبی و حذف موارد نامرتب و اضافه کردن موارد لازم مثل اوقات شرعی، احکام و پرسش و پاسخ، و ... با نظر مشورتی اساتید 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 لحاظ شود. همچنین، علاوه بر اضافه کردن موارد اختصاصی نظیر اوقات شرعی، احکام، پرسش و پاسخ و ... در بررسی صحت مطالب سایت، بررسی اعتبار نویسندگان و ویراستاران مطالب سایت‌ها، و بررسی انطباق 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 دربارهٔ بخش‌های اصلی و فرعی آن در زیر می‌آید:

۱. **نظام مالکیت وبسایت**^۱: نظامی که مالکیت حقوق مادی و معنوی وبسایت بر اساس آن مشخص می‌شود که شامل گزینه‌های 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**^۲: وجود هیأت ویراستاری، ذکر نام نویسندگان، و تخصص موضوعی نویسندگان که به ازای رعایت هر یک از سه مورد مذکور، ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.

۴. **وجود افشاگر در سایت**^۳: افشای مالکیت حق مؤلف وبسایت (۱ امتیاز)، اظهار عدم مسئولیت در قبال اطلاعاتی که نویسندگان متخلف ارائه کرده‌اند (۱ امتیاز) و نیز افشای 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، اتاق‌های 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).

1. Ownership

2. Authority

3. Disclaimer

۱۰. **سازماندهی و امکانات کمکی:** داشتن امکان جست‌وجو، آگاه‌گر^۱، راهنما، فهرست مندرجات یا نقشه سایت، شمارشگر، آمار استفاده، امکان استفاده از شکل‌های مختلف برون‌داد، 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. به‌ازای داشتن هر یک از موارد فوق ۱ امتیاز به سایت تعلق می‌گیرد.

۱۱. **وضعیت روزآمدسازی مطالب:** اطلاعات با بیشترین تأخر زمانی در وبسایت که از روی تاریخ ذکر شده در وبسایت برای روزآمدسازی اطلاعات یا از روی تاریخ ایجاد وبسایت 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 بصری 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 آنجایی 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 پژوهش‌قرار 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؛

1. RSS : really simple syndication

۴. سایت‌های صرفاً تجاری (برای مثال سایت‌های فروش کتاب و لوح‌فشرده‌های مذهبی)؛
 ۵. سایت‌های عمومی دربارهٔ 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 به‌دست آمد که ارزیابی از روی سیاهه‌وارسی بر روی آنها صورت گرفت. در این مرحله نیز تعدادی از وب‌سایت‌ها که تعداد آنها کم نبود، به دلایلی نظیر باز نشدن صفحهٔ سایت و مشکل در اتصال به سرور وب‌سایت، کامل نبودن بخش‌های سایت، سرعت فوق العاده پایین وب‌سایت که عملاً 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 ارقام موجود در سیاهه واریسی خواهیم پرداخت. جدول ۱، نتایج تحلیل مربوط 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		۱۹	۲۵
جمع مالکیت مشخص و نامشخص		۷۶	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)

نقش پررنگ‌تری 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	مطالب سایت با اهداف تطابق دارد
۱/۳۱	۱	مطالب 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		بلی		خیر		جمع	
تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
۷۳	۹۶/۰۵	۳	۳/۹۴	۷۶	۱۰۰	۷۶	۱۰۰
۱۵	۱۹/۷۳	۶۱	۸۰/۲۶	۷۶	۱۰۰	۷۶	۱۰۰
۱۰	۱۳/۱۵	۶۶	۸۶/۸۴	۷۶	۱۰۰	۷۶	۱۰۰
۱۷	۲۲/۳۶	۵۹	۷۷/۶۳	۷۶	۱۰۰	۷۶	۱۰۰
۴۳	۵۶/۵۷	۳۳	۴۳/۴۲	۷۶	۱۰۰	۷۶	۱۰۰

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، اتاق گفت‌وگو (چت) با حدود ۱۹ درصد، و انجمن با حدود ۱۳ درصد در مراتب 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

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

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

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 تألیف آمده است:

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

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

در بررسی وضعیت تألیف وبسایت‌ها، مطابق جدول ۶، می‌بینیم که حدود ۷۱ درصد وبسایت‌ها اقدام به ذکر نام نویسندگان وبسایت کرده‌اند. حدود ۶۱ درصد وبسایت‌ها نام هیات ویراستاری را ذکر کرده‌اند و در حدود ۵۹ درصد وبسایت‌ها، تخصص موضوعی نویسندگان 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 وبسایت
۱۰۰	۷۶	۹۳/۴۲	۷۱	۶/۵۷	۵	ذکر منابع مالی وبسایت
۱۰۰	۷۶	۹۲/۱۰	۷۰	۷/۸۹	۶	وجود بیانه‌ای مبنی بر رد هرگونه ادعا در مورد درستی مطالب کاربران 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 بیانه‌ای 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		تعداد	درصد
نام منابع ذکر شده است	منابع موثق هستند	۶۰	۷۸/۵۳
	منابع موثق نیستند	۵	۶/۵۷
	جمع	۶۵	۸۵/۵۲
نام منابع ذکر نشده است	جمع	۱۱	۱۴/۴۷
	جمع	۷۶	۱۰۰

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

وجود دارد		سازماندهی	وجود دارد		سازماندهی
درصد	تعداد		درصد	تعداد	
۲۸/۹۴	۲۲	وجود تبلیغات در وبسایت	۳۰/۲۶	۲۳	فهرست مندرجات یا نقشه
۴۸/۶۸	۳۷	شکل‌های مختلف پرونداد	۸۴/۲۱	۶۴	عنوان در ابتدای هر صفحه
۵۹/۲۱	۴۵	تازه‌های سایت	۷۸/۹۴	۶۰	امکان جست‌وجو
۶۱/۸۴	۴۷	اخبار	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	راهنما	۳۸/۱۵	۲۹	وجود شمارش‌گر
--	--	--	۳۲/۸۹	۲۵	آمار استفاده

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 راهنما 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

روزآمدی	تعداد	درصد
ذکر تاریخ ایجاد وبسایت	۲۹	۳۸/۱۵
ذکر تاریخ آخرین روزآمدسازی	۷	۹/۲۱
ذکر بسامد روزآمدی	۰	۰

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

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

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

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

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:

جدول ۱۳. درصد مطابقت محتوای اطلاعاتی

وب‌سایت‌ها با سیاه‌واری طراحی شده جهت بررسی وب‌سایت‌های شیعی فارسی

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

همانطور که در جدول ۱۳ مشاهده می‌شود، میانگین مطابقت این سایت‌ها با سیاه‌واری مزبور 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 سیاه‌واری 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 سیاه‌واری 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

رتبه	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:

جدول ۱۵. ۱۰ 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. اسامی بقیه سایت‌ها نیز به ترتیب امتیاز در جدول فوق آمده است.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارزیابی وبسایت‌های شیعی فارسی بر اساس سیاه‌وارسی 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 نویسندگان 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 نویسندگان با حدود ۶۲ درصد، به ترتیب بیشترین درصد مطابقت را دارا

می‌باشند 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 قابل 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، سلبرگ، 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>
- فرودی، 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
- وکیلی، روشنک (۱۳۸۳). *رتبه‌بندی وب‌سایت‌های عفونی و ویروسی براساس معیار WHO و سلبرگ*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی ایران، تهران.

- هوسگارد، مورتن (۲۰۰۴). *مؤمنان اینترنتی و زندگی آنلاین مذهبی در خانه*. بازیابی شده در تاریخ ۱۲ مردادماه ۱۳۸۵ از: www.jtr.sagepub.com/cgi/content/refs/46/1/46
- یوسفی فرد، 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.
- 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.
- 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.
- Satcliffe, A. (2002). Assessing the reliability of heuristic evaluation for website attractiveness and usability. *International conference on system sciences*, 35th, Hawaii, retrieved May 9, 2009, from: www.lsi.ugr.es/~fguti/doctorado/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/slide0001.ht>
- 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, 3rd, 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/CaringfortheUnderservedCurrReferences.pdf.

پیوست (۱) سیاهه واریسی وبسایت‌های شیعی فارسی

عنوان وبسایت
 آدرس الکترونیکی
 ارزشیاب
 تاریخ ارزشیابی

۱. نظام مالکیت وبسایت

خیر	بلی	نظام مالکیت وبسایت
		فردی
		سازمانی (دولتی)
		سازمانی (غیر دولتی)
		سازمان نامشخص
		مشخص نیست

۲. هدف وبسایت

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

۳. زبان وبسایت

خیر	بلی	زبان وبسایت
		فارسی
		انگلیسی
		عربی
		سایر زبان‌ها

۴. تعامل با کاربران

خبر	بلی	تعامل با کاربران
		پست الکترونیک
		اتاق گفت‌وگو (chat room)
		انجمن (forum)
		فرم نظرسنجی وبسایت
		پرسش و پاسخ

۵. نحوه دسترسی به وبسایت

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

۶. وضعیت تألیف

خبر	بلی	وضعیت تألیف سایت
		آیا نام نویسندگان وبسایت ذکر شده
		آیا هیأت ویراستاری وبسایت ذکر شده
		آیا نویسندگان وبسایت تخصص موضوعی دارند

۷. افشاگر

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

۸. صحت اطلاعات

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

۹. سازماندهی و امکانات کمکی وبسایت

سازماندهی	بلی	خیر
فهرت مندرجات یا نقشه سایت		
امکان جست‌وجو در مطالب وب سایت		
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 وب سایت		
سرعت بارگزاری سریع		
وجود تبلیغات در وبسایت		
تازه‌های سایت		
اوقات شرعی		
احکام		
اخبار		

۱۰. روزآمدسازی

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

۱۱. ویژگی‌های بصری

خبر	بلی	ویژگی‌های بصری
		آیا لینک‌های قابل تشخیص برای زیرگروه‌ها وجود دارد
		آیا برای افراد با سطح توانایی مختلف طراحی صورت گرفته است
		اندازه قلم نوشته‌های وبسایت (حداقل ۱۰)
		پس‌زمینه یکسان Plain back ground

۱۲. امکانات جانبی وبسایت

خبر	بلی	امکانات جانبی سایت
		صدا
		تصویر
		فیلم

پیوست (۲) لیست وبسایت های مورد بررسی

رتبه	نام سایت	امتیاز
۱	تبیان www.tebyan.net	۳۵
۲	آیت‌الله مکارم شیرازی 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 لنگرانی http://Lankarani.ir	۲۸
۸	حکومت جهانی امام مهدی (ع) www.emam12.com	۲۸
۹	حوزه www.hawzah.net	۲۸
۱۰	موعود www.mouood.org	۲۸
۱۱	آیت‌الله خامنه‌ای http://khamenei.ir	۲۷
۱۲	آیت‌الله مصباح یزدی www.mesbahyazdi.org	۲۷
۱۳	آیت‌الله نوری همدانی www.noorihamedani.com	۲۷
۱۴	اهل‌البیت www.ahl-ul-bait.org	۲۷
۱۵	مسجد مقدس جمکران www.jamkaran.info	۲۷
۱۶	خبرگزاری اهلبیت (ع) www.abna.ir	۲۷
۱۷	حضرت ولیعصر (عج) www.valiasr-aj.com	۲۷
۱۸	امام علی نت www.imamalin.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	امام‌زمان www.m-imamzaman.com	۲۵
۲۵	پاسخگو www.pasokhgoo.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

←



۲۴	www.Balagh.net بلاغ	۲۹
۲۴	http://islamquest.net جستجوی اسلام	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 بهار	۳۴
۲۳	www.e-resaneh.com بنیاد اندیشه اسلامی	۳۵
۲۳	www.porsemanequran.com پرسمان 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.pasokhgo.valiasr-aj.net پاسخگو ۲	۴۰
۲۲	www.pajooh.com پژوهشکده باقرالعلوم	۴۱
۲۲	www.bfnews.ir خبرگزاری آینده روشن	۴۲
۲۲	www.salimian.com سلیمیان	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 افلاکیان	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 ظهور	۵۱
۲۰	www.qaraati.net قرائتی	۵۲
۲۰	www.hedaiyat.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	www.ejasmahdi.com (ع) اجلاس حضرت مهدی	۵۸
۱۸	www.kindfather.ir پدر مهربان	۵۹
۱۸	www.shareh.com شارح	۶۰
۱۸	www.Shia-online.ir شیعه آنلاین	۶۱
۱۸	www.mahdiehtehran.ir مهدیه تهران	۶۲
۱۸	www.nasimerezvan.com نسیم رضوان	۶۳
۱۷	www.motahari.org مطهری	۶۴
۱۷	www.yazahra.net (س) یا زهرا	۶۵
۱۶	www.berkeh.ir برکه	۶۶
۱۶	http://rasoolnoor.com رسول نور	۶۷
۱۵	www.abalfazl.com (ع) ابا الفضل	۶۸
۱۵	www.khadija.ir حضرت خدیجه (س)	۶۹
۱۴	www.roshd.org پایگاه اسلامی شیعی رشد	۷۰
۱۴	www.shiayan.ir شیعیان	۷۱
۱۳	www.tarbiat.org تربیت	۷۲
۱۳	www.masoomin.com (ع) وبگاه ویژه معصومین	۷۳
۱۲	www.salam-shia.com سلام شیعه	۷۴
۱۱	www.neagolg.ir جلگه	۷۵
۱۱	www.qadir.info غدیر	۷۶

به این مقاله این گونه استناد کنید:

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