

## تحلیل فرهنگی راهبردی سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره

غلامرضا سلگی \*

دکتر مهدی ناظمی \*\*

تاریخ دریافت: ۹۱/۰۳/۲۰

تاریخ پذیرش: ۹۱/۰۸/۰۵

### چکیده

بسیاری از وزارتخانه‌ها، سازمانهای رسمی، سازمانهای مردم نهاد و دفترهای سیاحتی و زیارتی در داخل و خارج از کشور به راه‌اندازی پایگاه اطلاعاتی و سایتی به منظور انعکاس و ارائه فعالیتها و خدمات خود حول محور حج و عمره اقدام کرده‌اند؛ اما با نگاهی دقیق به این سایتها بخوبی می‌توان دریافت که حوزه فعالیت آنها در سطح ملی است و در سطح بین‌المللی وارد نشده‌اند، در واقع هر یک از آنان به وضع موجود مسئله حج بسنده نموده‌اند و پرداختن به مسائل راهبردی و عمیق را از دستور کار خود خارج کرده‌اند.

در این تحقیق جامعه آماری شامل تمام سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره در فضای اینترنت است که دست اندرکار امور حج و عمره هستند. برای نمونه آماری نیز پس از غربالگری، نمونه آماری با روش نمونه‌گیری وضعی شامل صفحه اول ۱۱۲ عنوان وب سایت سازمانها، مراکز اطلاع‌رسانی و مؤسسه‌های فعال و دست اول در حوزه حج و عمره در داخل و خارج کشور به زبانهای فارسی، عربی، انگلیسی و ترکی است که با روش تحقیق پیمایشی توصیفی/تحلیلی و از نوع کاربردی مورد بررسی قرار گرفته‌اند؛ هم‌چنین برای تحلیل وب سایتها و تحلیل محتوا از روش

\* - نویسنده مسئول: مدرس و پژوهشگر دانشگاه امام حسین(ع) grsolgi1256@gmail.com

\*\* - استادیار دانشگاه جامع امام حسین(ع)

تخصصی و مرسوم وب شناسی (Webology) استفاده شده است.

با بررسی نتایج از تجزیه و تحلیل داده‌ها با شیوه وب‌شناسی می‌توان نتیجه گرفت در حال حاضر سایتهای حج و عمره که در سطح ملی و بین‌المللی به فعالیت پرداخته‌اند، هیچ‌یک رسالت خود را به سطح راهبردی و بین‌المللی تعمیم نداده‌اند که این خود با موضوع مورد پژوهش - حج ابراهیمی - با آن ظرفیت، وسعت و عظمت جهانی که دارد به هیچ رو تناسب ندارد.

**کلیدواژه‌ها:** حج و عمره، سایتهای حج و عمره، راهبردهای حج عمره، غنی‌سازی پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره، پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره

## ۱. مقدمه

حج یکی از ارزشمندترین عبادات دین اسلام، نمایشی پرشکوه از اوج رهایی انسان از غیر خدا و جلوه بی‌ظنیری از عشق و احساس مسئولیت در گستره حیات فردی و اجتماعی است. از این رو، همه ساله میلیون‌ها تن از مسلمانان اقصی نقاط جهان در سرزمین وحی حضور می‌یابند و از فیوضات مادی و معنوی این کنگره عظیم بهره‌مند می‌شوند (دلپنیر، ۱۳۸۴). قرآن کریم به روشنی فلسفه و هدف ایجاد خانه کعبه و حضور در این میعادگاه عظیم و فواید آن را تبیین نموده است؛ در سوره بقره/ آیه ۱۲۵ در این باره می‌فرماید:

وَإِذْ جَعَلْنَا الْبَيْتَ مَثَابَةً لِّلنَّاسِ وَأَمْنًا

(و چون خانه [کعبه] را برای مردم محل اجتماع و [جای] امنی قرار دادیم...)

در این آیه خانه خدا به آشکارا پناهگاهی عمومی و مرکز امنیت مطلق برای همه مردم و نه فقط مؤمنان قلمداد شده است؛ لذا خداوند از همان ابتدا مقررات شدیدی را برای جلوگیری از هر نزاعی در این سرزمین مقدس وضع کرد تا حدی که حتی حیوانات هم در آنجا ایمن باشند؛ چه رسد به نژادهای مختلف انسانی. پیش‌بینی چنین محل امنی برای تمام گروه‌ها می‌تواند زمینه را برای گرد آمدن و گفتگو و رسیدن به وحدت و حل نزاعها آماده سازد بویژه برای طایفه‌های مختلف مسلمان که اینک در خفقان و بی‌خبری به سر می‌برند (پورسیف، ۱۳۸۶: ۵۰).

خداوند در سوره آل عمران / آیه ۹۶، بیان می‌کند:

إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا وَهُدًى لِّلْعَالَمِينَ

در حقیقت نخستین خانه‌ای که برای عبادت مردم نهاده شده همان است که در مکه است؛ آن خانه را خیر بسیار برای مردم و مایه هدایت جهانیان قرار داده است و هم‌چنین در سوره مائده / آیه ۹۷، می‌فرماید:

جَعَلَ اللَّهُ الْكَعْبَةَ الْكُبْرَىٰ أَيْتًا لِّلنَّاسِ

خداوند [زیارت] کعبه بیت الحرام را وسیله به پا داشتن [مصلح] مردم قرار داده است. در این آیه و آیات مشابه به اهمیت کعبه و اثر آن در ساماندهی به زندگانی اجتماعی مسلمین اشاره می‌شود: خانه کعبه مایه قوام است؛ چون قوام دنیا و آخرت شما به کعبه است. این خانه رمز وحدت و مرکزی برای اجتماع دلهاست؛ در پناه این خانه و عمل به احکام حج بسیاری از کارهای مسلمین سامان می‌یابد (پورسیف، ۱۳۸۶: ۳۲۶).

جالب است که «قِيَامًا لِّلنَّاسِ» در کعبه و حج، مطلق آمده و مقتضای آن این است که قیام و مقاومت انسانها در همه آنچه باید برای آن بپایزند و ایستادگی کنند در پرتو قیام کعبه و برپایی حج میسر است و بالاخره قیام تا برپایی «قیامت» استمرار دارد تا آن هنگام که همه خلایق از گورها به پا خیزند (رهبر، ۱۳۷۷: ۱۵).

مشاهده می‌شود که در این آیات، کعبه مایه قوام عالمیان نامیده شده است؛ پس می‌توان از مناسک حج در مقوله ارتباط انسانها که خانه متعلق به آنهاست، طلب هدایت کرد تا به نتیجه مطلوب یعنی به پا داشتن [مصلح] مردم و وحدت و تفاهم رسید.

بر این اساس با تعمق در چشم انداز آرمانی حج ابراهیمی، که در آیات یادشده بخوبی بیان شده است، باید در این قضیه تفکر کرد که آیا برگزاری کنگره عظیم حج، که هر ساله با حضور میلیونها انسان مؤمن از سراسر دنیا در یک مکان مبارک از جهان برگزار می‌شود به زمینه‌سازیهایی قبل از برگزاری نیاز ندارد و آیا با وجود پراکندگی جغرافیایی مسلمانان در سطح دنیا چگونه می‌توان بین جمعیت میلیاردی آنان ارتباط برقرار، و آنان را بیش از پیش به آرمانها و اهداف حج ابراهیمی نزدیک کرد؛ آیا به مصداق این آیات، چگونه می‌توان این خانه را که به همه مردم متعلق

است به جهانیان معرفی، و از فیوضات این چشمه جوشان آنان را سیراب نمود. از سویی دیگر با توجه به تأثیر انقلاب انفورماتیکی بر جریان تبادل اطلاعات و به وجود آمدن جامعه شبکه‌ای و دهکده جهانی، مقوله اینترنت از اهمیت بسزایی برخوردار شده است. مهمترین و رایجترین وضعیت حضور در عرصه اینترنت، داشتن پایگاه اطلاعاتی<sup>۱</sup> در محیط<sup>۲</sup> است. امروزه وب سایتها<sup>۳</sup> نمایانگر هویت و میزان کارایی و کارآمدی سازمانها در سطح بین‌المللی است که در عین حال که اطلاعاتی را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد، این امکان را نیز به وجود می‌آورد که مخاطبان براحتی و بدون واسطه نظر خود را بیان کنند و حول محور خاصی به گفتگو و تبادل نظر دو یا چند جانبه و از راه دور بپردازند.

به نظر می‌رسد در وضعیت فعلی با توجه به جایگاه و آینده فناوری اطلاعات و ارتباطات<sup>۴</sup>، علاوه بر شیوه‌های مرسوم برگزاری حج، که هر ساله در سرزمین وحی انجام می‌پذیرد، قدم اول استفاده مؤثر و کارآمد بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات با استفاده بهینه از توان سامانه‌های نوین اطلاعاتی و تبدیل توانهای بالقوه به بالفعل ضرورتی اجتناب ناپذیر باشد.

هر چند گسترش وب سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و دیگر پدیده‌های فناورانه، دستیابی به اطلاعات حج را برای عموم آسانتر کرده است، توجه به مؤلفه‌های راهبردی و اساسی (بین‌المللی) که می‌توان از مجرای آن حج ابراهیمی را ترویج کرد در حال حاضر خلأ مؤلفه‌های راهبردی و اساسی (بین‌المللی) در بین وب سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج وجود دارد که با بررسی و تحلیل نیازها، می‌تواند به غنی‌سازی وب سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی موجود حج منجر شود و در نهایت می‌توان این پدیده عظیم و امر الهی را هرچه بهتر و بیشتر در دسترس عموم مردم جهان قرار داد که متعلق به آنهاست.

## ۲. بیان مسئله

در عصر حاضر، اطلاعات و ارتباطات در فعالیتهای گوناگون علمی، فرهنگی، تحقیق و توسعه و مانند آن جایگاه ویژه‌ای یافته و سازمانها با عنایت به این ویژگی و اهمیت آن، نیرو و

1- Database  
2- Web  
3- Site Web  
4- ICT

بودجه فراوانی را به اکتشاف (تولید) و کنترل (سازماندهی، نگهداری و بکارگیری) اطلاعات و ارتباطات درون و برون سازمانی اختصاص داده‌اند (سلگی، ۱۳۸۶).

بسیاری از وزارتخانه‌ها، سازمانهای رسمی، سازمانهای مردم‌نهاد<sup>۱</sup> و دفترهای سیاحتی و زیارتی در داخل و خارج از کشور به راه اندازی پایگاه اطلاعاتی و سایتی به منظور انعکاس و ارائه فعالیتها و خدمات خود حول محور حج و عمره اقدام کرده‌اند؛ اما با نگاهی دقیق به این سایتها بخوبی می‌توان دریافت که حوزه فعالیت آنها در سطح ملی است و در سطح بین‌المللی وارد نشده‌اند. در واقع هر یک از آنان به وضع موجود مسئله حج بسنده، و پرداختن به مسائل راهبردی و عمیق در این سطح را از دستور کار خود خارج نموده‌اند.

بر این اساس، تنوع و حجم زیاد سازمانهای فعال در حوزه حج و عمره و برقراری ارتباط وسیع و گسترده مجازی با این گونه سایتها به صورتی نظام مند و یکپارچه و مطرح نمودن مسائل کلیدی و راهبردی حج و عمره و به چالش کشیدن وضع موجود و نظایر آن از یک سو، و برقراری ارتباط با سازمانهای ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی از سوی دیگر، لزوم گردآوری، سازماندهی و مستندسازی اسناد، مدارک و مستندات در حوزه حج و عمره و فراهم‌آوری فضاهای مجازی ارتباطی نظیر تالارهای گفتگوی اینترنتی، پست الکترونیکی، کتابخانه دیجیتال، پیوند به وب سایتها و پایگاه‌های موضوعی و مرتبط با مقوله حج به صورتی نظام مند و سازمان یافته در قالب پورتال، توجهات ویژه مسئولین و دست‌اندرکاران و مسئولان حج را بر آن خواهد داشت تا با درکی صحیح از مقتضیات زمان و اهداف عالی فرهنگی حج در گسترش اندیشه، تفکرات، سیاست‌ها و برنامه‌های راهبردی مقوله عظیم حج ابراهیمی، مطالعات و تلاش گسترده آنان را در جهت تحقق اهداف آن در سطح بین‌المللی اجتناب ناپذیر کرده است.

### ۳. ضرورت پژوهش

با عنایت به اهمیت موضوع حج و نقشی که این کنگره عظیم بین‌المللی می‌تواند در حل مسائل مبتلابه و وحدت مسلمین و و نیز همگرایی کشورهای اسلامی در سطح بین‌المللی ایفا کند از یک سو، و اینکه تا کنون هیچ وزارتخانه، سازمان رسمی یا مردم‌نهاد<sup>۲</sup> به این مسائل جدی

1- NGO  
2- NGO

نیرداخته است از سویی دیگر، ضرورت پرداختن به این مسائل حج در سطح بین‌المللی در دو حوزه شکلی و محتوایی آن برای مسئولان و سیاستگذاران حج و عمره بخوبی احساس می‌شود. بر این اساس، شناسایی، گردآوری، دسته‌بندی پایگاه‌ها و سایت‌های حج و عمره در سطح ملی و بین‌المللی و تحلیل اطلاعات این پایگاه‌ها و سایتها در موارد زیر کاربرد خواهد داشت:

- در برنامه‌ریزیهای کلان و راهبردی در امور حج و مسائل وابسته به آن
- رتبه‌بندی این گونه پایگاه‌ها و سایتها
- طراحی، معماری و راه‌اندازی وب‌سایت رتبه‌بندی پایگاه‌ها و سایت‌های حج و عمره در سطح ملی و بین‌المللی
- طراحی، معماری و راه‌اندازی پورتال بین‌المللی حج و عمره به منظور ساماندهی و افزایش بهره‌وری و کارایی پایگاه‌ها و سایت‌های حج و عمره.

#### ۴. هدف تحقیق

مقایسه و ارزیابی پایگاه‌ها و سایت‌های حج و عمره در سطح داخلی و بین‌المللی و تبیین میزان بهره‌برداری آنها از فرصت جهانی حج در اعتلای فرهنگ انقلاب اسلامی با معیارهای راهبردی به لحاظ کمی و کیفی به شیوه وب‌شناسی<sup>۱</sup>

#### ۵. سوالات تحقیق

۱. آیا وب‌سایت‌های و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره از فرصت جهانی حج در اعتلای فرهنگ انقلاب اسلامی در سطح راهبردی (بین‌المللی) بهره‌برداری می‌کنند؟
۲. اساساً وب‌سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره در سطح ملی و بین‌المللی، چه کمبودها و ضعفهایی دارد؟

#### ۶. روش تحقیق

این تحقیق، توصیفی-پیمایشی است؛ هم‌چنین برای تحلیل سایتها و تحلیل محتوا از روش

---

1- Webology

تخصصی و مرسوم وب شناسی<sup>۱</sup> استفاده شده است.

در شیوه وب شناسی ابتدا سیاهه واریسی براساس مؤلفه‌های ۱۵ گانه راهبردی و اساسی پایگاهها و سایتهای حج و عمره به صورت جدول ماتریسی تدوین شد و سپس صفحات اول وب سایت وزارتخانه‌ها، سازمانها، بنگاهها و دفترهای مسافرتی و سایر عواملی که به صورت مستقیم دست اندرکار امور حج و عمره بودند در داخل کشور و در سطح بین‌المللی بر اساس سیاهه واریسی و با استفاده از آمار توصیفی و نرم افزار اکسل و نرم افزار آماری Spss 15 مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفت.

## ۷. پیشینه پژوهش

با رصد موضوع مورد پژوهش یعنی بررسی وضعیت پایگاهها و سایتهای حج و عمره در داخل کشور تا کنون تحقیقی انجام نشده است و یا اگر هم انجام شده در جایی منعکس نشده و نگارنده به آن دسترسی نداشته است. در واقع این پژوهش اولین تحقیق در این زمینه است؛ اما در مورد ارزیابی پایگاهها و وب سایتها در سایر مؤسسات و سازمانها و توسط دیگران پژوهشهای نظری و کاربردی به روش وب شناسی انجام شده است که نگارنده در پژوهش خود از این یافته‌ها استفاده کرده است و در ادامه به برخی از آنان اشاره خواهد شد.

گرچه هیچ سایتی نمی‌تواند تمام نیازهای کاربران بالقوه خود را برآورده سازد، توجه به نیازهای اساسی کاربران ضرورت دارد. حسنی (۱۳۸۷: ۴۰) در پژوهش خود معتقد است عناصر تشکیل دهنده محتوای وب سایت سازمانها با توجه به نوع فعالیتهای سازمان، نیازهای متفاوت مخاطبان، خط مشی و اهدافی مشخص می‌شود که طی فرایند برنامه‌ریزی برای وب سایت در نظر گرفته شده است. به هر حال، عناصری که در اغلب وب سایت سازمانها قرار داده می‌شود از این قرار است:

اطلاعات کلی سازمان شامل عنوان و نشانی سازمان، تاریخچه و زمینه فعالیت سازمان و اهداف و برنامه‌های جاری و آینده سازمان، ساعاتی کار، شماره تلفنهای تماس با روابط عمومی، مدیران و کارشناسان بخشهای مختلف و نشانی پست الکترونیکی بخشهای مختلف است. سایر

1- Webology

اطلاعات نظیر اخبار، آموزش، تحقیق و توسعه، اتاقهای گفتگو، پرسش و پاسخهای رایج، پیوندها، سامانه اظهار نظرها، انجمنهای خبری، گزارشها، افکارسنجی و نظرسنجی (حسنی، ۱۳۸۷: ۲۰۵)، آیین نامه و مقررات (ورع، ۱۳۸۶)، موتورهای جستجو، چند زبانه بودن (ورع، ۱۳۸۶) و (حسنی، ۱۳۸۷: ۲۰۵)، رتبه بندی وب سایتها (اصنافی، ۱۳۸۶) و (ورع، ۱۳۸۶)، که در وب سایتهای مختلف تکرار شده است و سطحی از استانداردها را در صفحات هدف و محتوا نشان می دهد.

نوروزی (۲۰۰۵) در پژوهش خود با استفاده از موتور کاوش آلتاویستا، میزان پیوندها به وب سایتهای دانشگاه های ایران را مورد بررسی قرار داده است. پژوهش وی نشان داد که به وب سایتهای دانشگاه های ایران پیوندهای اندکی داده شده بود. وی معتقد است که در طراحی وب سایتهای دانشگاهی باید مسائلی همچون جذابیت، اطلاعات مناسب و نسخه زبان انگلیسی در نظر گرفته شود تا میزان پیوند به آنها در سطح بالاتری قرار گیرد.

حسنی (۱۳۸۷) در اثر خود مؤلفه هایی نظیر اخبار، آموزش، تحقیق و توسعه، اتاقهای گفتگو، پرسش و پاسخهای رایج، پیوندها، سامانه اظهار نظرها، انجمنهای خبری، گزارشها، افکارسنجی و نظرسنجی را به عنوان اجزا و عناصر استاندارد وب سایتها بر شمرده است.

(حسنی، ۱۳۸۷)، نوروزی (۲۰۰۵)، (ورع، ۱۳۸۶)، (دانش) و سهیلی (۱۳۸۶) در پژوهشهایی جداگانه چند زبانه بودن بویژه زبان انگلیسی را که زبان علمی غالب در اینترنت است برای تبادل اطلاعات و استفاده زیاد از محتویات وب سایتها و نیز برقراری ارتباط در سطح بین المللی بسیار با اهمیت می دانند.

ورع (۱۳۸۶) در پژوهش خود، آیین نامه و مقررات را از جمله اجزا و عناصر ضروری در طراحی وب سایت می داند.

استور (۱۹۹۷) در پژوهش خود، که به ارزیابی وب سایتهای کتابخانه های دانشگاهی پرداخته است، پیوند به سایر سایتهای مرتبط در فضای اینترنت، پرسش و پاسخ و دسترسی به اطلاعات فراوان و متناسب با نیازهای کاربران را از جمله اجزا و عناصری می داند که لازم است در طراحی صفحات وب مورد توجه قرار گیرد.

اصنافی (۱۳۸۶) و ورع (۱۳۸۶) اهمیت رتبه بندی وب سایتها را بیان کرده اند و وجود آن را برای سایتهای مرجع بسیار ضروری می دانند.



مهربان (۱۳۸۷) در تحقیق خود ۷۱ مؤلفه برای طراحی وب سایت کتابخانه‌های سازمانها و وزارتخانه‌ها پیشنهاد کرده است.

## ۸. تعاریف مفاهیم و اصطلاحات

### ۸-۱. تعاریف نظری

#### پایگاه اطلاعاتی

پایگاه اطلاعاتی به سامانه [تولید] و نگهداری مجموعه‌ای از داده‌های به هم وابسته اطلاق می‌شود که هدف آن حفظ اطلاعات و اشاعه آن در صورت لزوم است (بابایی، ۱۳۷۵).  
در تعریفی دیگر، سایت کتابخانه «مک کونیل» پایگاه‌های اطلاعاتی را بدین شرح توصیف کرده است: «پایگاه اطلاعاتی مجموعه‌ای از اطلاعات رکوردهای مرتبط است و این اطلاعات طوری تنظیم شده که توانایی دستیابی به هر یک از قسمت‌های اطلاعات مورد نظر امکانپذیر است» (دانش، ش ۳).

#### وب‌شناسی<sup>۱</sup>

علم وب‌شناسی محدوده وسیعی از مطالعات پدیده‌های مربوط به وب را در بر می‌گیرد؛ به عبارت دیگر، وب‌شناسی یا علم وب<sup>۲</sup>، مطالعه وب از نظر ساختار، سازماندهی، توپولوژی، عملکرد، ویژگیها، میانکنش‌ها و توسعه است.

### ۸-۲. تعاریف عملیاتی

#### سایت‌های دست اول

در این تحقیق منظور از سایت‌های دست اول، سایت‌هایی است که مأموریت اصلی و تعریف شده آنان موضوع حج است.

#### سایت‌های دست دوم

در این تحقیق منظور از سایت‌های دست دوم، سایت‌هایی است که مأموریت اصلی و تعریف

1- Webology  
2- Web Science

شده آنان موضوعی غیر از حج، و ممکن است در بخشی از سایت خود مقاله یا کتابی قرار داده و یا مطلبی در مورد حج درج کرده باشد.

### پایگاه‌های اطلاعاتی و سایتهای حج و عمره

در این تحقیق منظور از پایگاه‌های اطلاعاتی و سایتهای حج و عمره، ۱۱۲ وب سایت وزارتخانه‌ها، سازمانها، بنگاه‌ها و دفترهای مسافرتی است که به صورت مستقیم دست اندرکار امور حج و عمره به زبانهای فارسی، عربی، ترکی و انگلیسی فعال هستند و صفحه اول آنان مورد بررسی قرار گرفته است.

### مؤلفه‌های راهبردی و اساسی (بین‌المللی بودن)

در این تحقیق منظور از مؤلفه‌های راهبردی و اساسی (بین‌المللی بودن) اجزا و محتوای وب سایتهای است که توسط آنها امکان ارائه ظرفیتهای عظیم نهفته حج در سطح بین‌المللی فراهم خواهد شد. عناصر اصلی تشکیل دهنده مؤلفه‌های راهبردی و اساسی (بین‌المللی بودن) هم به لحاظ اجزا و ساختار و هم از نظر محتوا عبارت است از:

۹- دستورالعملها	۱- چند زبانه بودن (بین‌المللی بودن)
۱۰- رعایت مسائل اخلاقی	۲- آموزش
۱۱- رتبه‌بندی سایت	۳- گزارش
۱۲- پیوندها	۴- پرسش و پاسخ
۱۳- تحقیقات و مطالعات	۵- مقررات
۱۴- جوایز بین‌المللی	۶- تالار گفتگو
۱۵- ایده پردازی	۷- اطلاعیه‌ها
	۸- مناسبت‌ها

### ۹. روش انجام کار

#### ۹-۱. چگونگی گزینش و اعتبارسنجی مؤلفه‌های ۱۵ گانه تحقیق

در این تحقیق، محقق از چند طریق مؤلفه‌های ۱۵ گانه راهبردی (بین‌المللی) را انتخاب کرده

- و مورد اعتبارسنجی، ارزیابی و تحلیل قرار داده که عبارت است از:
۱. بررسی مستندات مکتوب در حوزه طراحی و مدیریت وب سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی که در این تحقیق به پاره‌ای از آنها اشاره شده است.
  ۲. مشاهده مستقیم و دقیق ۲۰۲ سایت برگزیده شده در اولین تا چهارمین جشنواره ملی رسانه‌های دیجیتال که بیشترین فراوانی مؤلفه‌های ۱۵ گانه را دارا هستند.
  ۳. مشاهده مستقیم و دقیق صفحات اول سایت‌های حج و عمره
  ۴. بهره‌گیری از دانش، تجربه و مشاوره کارشناسان و صاحب‌نظران حوزه حج و عمره

## ۹-۲. شیوه‌شناسایی و گردآوری اطلاعات

با استفاده از موتور جستجوی گوگل<sup>۱</sup> که از جامعیت بیشتری برخوردار است و با استفاده از کلیدواژه‌های جداول (۱) و (۲)، اطلاعات وب سایت‌های حج و عمره در محیط اینترنت گردآوری شد.

جدول ۱. کلیدواژه‌های حج و عمره به زبانهای فارسی و عربی

کلیدواژه‌های مورد جستجو	
الحج	حج
الحج و العمره	حج و عمره
العمره	عمره

جدول ۳. کلیدواژه‌های حج و عمره به زبانهای انگلیسی و ترکی

کلیدواژه‌های مورد جستجو	
Haj	Hac
Hajj	Umrah
Hadj	Haj & Umrah
Hadjj	Hajj & Umrah

1- Google

گردآوری داده‌ها با استفاده از روش مشاهده مستقیم و بر اساس سیاهه ارزیابی با ۱۵ مؤلفه صورت گرفت. در نهایت موارد سیاهه واری در قالب یک جدول با معیارهای ۱۵ گانه برای جامعه پژوهش، مورد بررسی و ارزیابی محتوایی قرار گرفت.

### ۱۰. جامعه و نمونه آماری

در این تحقیق جامعه آماری شامل تمام سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره در فضای اینترنت است که دست اندرکار امور حج و عمره هستند. برای نمونه آماری نیز پس از غربالگری با روش نمونه‌گیری وضعی<sup>۱</sup> (معیری، ۱۳۹۰: ۹۴)، صفحه اول ۱۱۲ عنوان وب سایت سازمانها، مرکز اطلاع‌رسانی و مؤسسه‌های فعال و دست اول حج و عمره در داخل و خارج کشور - به زبان‌های فارسی، عربی، ترکی و انگلیسی - و فعال در محیط اینترنت به عنوان نمونه آماری انتخاب و مورد پژوهش واقع شد (جدول ۳).

جدول ۳. مراحل غربالگری جامعه و نمونه آماری پژوهش

مراحل	وضعیت مراحل تحقیق	جامعه و نمونه آماری	عملیات انجام شده
مرحله اول	مرحله مقدماتی	کل اینترنت	شناسایی سایتهای حج و عمره از طریق کلیدواژه‌های فارسی، عربی، ترکی و انگلیسی گردآوری و ورود داده‌ها در فرمهای طراحی شده دسته‌بندی موضوعی داده‌های سایتها
مرحله دوم	مرحله اصلی	۱۱۲ سایت	غربالگری و حذف سایتهای بی‌اهمیت و غیر همسو با هدف پژوهش اجرای وب شناسی Webology به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش و نتیجه‌گیری

۱. نمونه‌گیری بر پایه تشابه متغیرهای اصلی تحقیق عبارت است از: ۱- صفحه اول سایت سازمانها، مرکز اطلاع‌رسانی و مؤسسه‌های حج و عمره ۲- فعال در محیط اینترنت ۳- دست اول (فعالیت مستقیم در حوزه حج و عمره) ۴- در داخل و خارج کشور. ۵- به زبان‌های فارسی، عربی، ترکی و انگلیسی ۶- دارای دامین مشخص ۷- حضور در صفحه وب یا بلاگ مشخص.

## ۱۱. یافته‌های پژوهش

### ۱۱-۱. یافته‌های توصیفی

#### بر اساس نوع سایتها

جدول ۴. توزیع فراوانی سایتها برحسب نوع سایت

نوع سایت	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
سازمان	۴۹	۴۳/۸	۴۳/۸	۴۳/۸
شخصی	۲۰	۱۷/۹	۱۷/۹	۶۱/۶
شرکت	۳۴	۳۰/۴	۳۰/۴	۹۲/۰
خبری	۸	۷/۱	۷/۱	۹۹/۱
مؤسسه	۱	۰/۹	۰/۹	۱۰۰/۰
جمع	۱۱۲	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	

۴۳,۸ درصد از سایت‌های مورد بررسی سازمانی، ۱۷,۹ درصد شخصی، ۳۰,۴ درصد شرکتی، ۷,۱ درصد خبری و ۰,۹ درصد سایتها مؤسسه بوده است.

#### بر اساس زبان اصلی سایتها

جدول ۵. توزیع فراوانی سایتها برحسب زبان اصلی

زبان اصلی	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
ترکی	۲۴	۲۱/۴	۲۱/۴	۲۱/۴
انگلیسی	۳۰	۲۶/۸	۲۶/۸	۴۸/۲
فارسی	۳۴	۳۰/۴	۳۰/۴	۷۸/۶
عربی	۲۴	۲۱/۴	۲۱/۴	۱۰۰/۰
جمع	۱۱۲	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	

ملاحظه می‌شود، زبان اصلی ۲۱,۴ درصد سایتها مورد بررسی، ترکی، ۲۶,۸ درصد، انگلیسی، ۳۰,۴ درصد فارسی، و ۲۱,۴ درصد عربی بوده است.

### چندزبانه بودن (بین‌المللی بودن) سایتها

جدول ۶. توزیع فراوانی سایتها برحسب تعدد زبان

تعدد زبان	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تراکمی
یک زبانه	۸۹	۷۹/۵	۷۹/۵	۷۹/۵
دو زبانه	۱۵	۱۳/۴	۱۳/۴	۹۲/۹
چند زبانه	۸	۷/۱	۷/۱	۱۰۰/۰
جمع	۱۱۲	۱۰۰/۰	۱۰۰/۰	

۷۹,۵ درصد سایتها، یک زبانه، ۱۳,۴ درصد، دوزبانه و ۷,۱ درصد، چند زبانه بوده است.

### آموزش

داده‌های جدول (ش ۷) نشان می‌دهد، ۵۸ درصد سایتها، مناسب حج را در سایت خود، ارائه داده و ۴۲ درصد آنها فاقد آموزش مناسب حج بوده‌اند.

### گزارش

در (جدول ۷)، ۴۶,۴ درصد سایتها دارای گزارش و ۵۳,۶ درصد فاقد گزارش بوده‌اند.

### پرسش و پاسخ

ملاحظه می‌شود ۲۶,۸ درصد سایتها دارای پرسش و پاسخ و ۷۳,۲ درصد فاقد پرسش و پاسخ بوده‌اند (جدول ۷).

### مقررات

۱۲,۵ درصد از سایتها دارای مقررات خاص خود، و ۸۷,۵ درصد از آنها، فاقد مقررات خاص بوده‌اند (جدول ۷).

### تالار گفتگو

تالار گفتگو فقط با ۷,۱ درصد بین سایتهای مورد مطالعه فعال است (جدول ۷).

### اطلاعیه

۳۸,۴ درصد از سایتها، اطلاعیه صادر کرده، و ۶۱,۶ درصد آنها، به صدور اطلاعیه اقدام نموده‌اند (جدول ۷).

### مناسبتها

۱۱,۶ درصد سایتها، دارای مناسبت و ۸۸,۴ درصد آنها فاقد مناسبت بوده‌اند (جدول ۷).

### دستورالعمل

۷,۱ درصد از سایتها، دارای دستورالعمل و ۹۲,۹ درصد، فاقد دستورالعمل بوده‌اند (جدول ۷).

### رعایت مسایل اخلاقی

۹ درصد سایتهای مورد بررسی، مسایل غیراخلاقی را طرح نموده و در ۹۹,۱ درصد از این سایتها، هیچ‌گونه مسائل غیراخلاقی طرح نشده است. این اعداد خوشبختانه نشانگر رعایت مسائل اخلاقی از سوی متولیان حوزه حج می‌باشد و فقط یک سایت است که برنامه‌های خود را تحت وبلاگی قرار داده که به انتشار تبلیغات نامناسب می‌پردازد (جدول ۷).

### رتبه‌بندی سایتها

۹ درصد از سایتها، دارای رتبه بندی و ۹۹,۱ درصد آنها فاقد رتبه‌بندی بوده است. این عدد بخوبی نمایانگر خلئی است که در این حوزه احساس می‌شود (جدول شماره ۷).

### پیوندها

ارقام جدول نشان می‌دهد که ۴۰,۲ درصد از سایتها دارای پیوند و ۵۹,۸ درصد آنها فاقد پیوند بوده‌اند (جدول ۷).

### تحقیقات و مطالعات

۱۰,۷ درصد سایتها دارای تحقیقات و مطالعات و ۸۹,۳ درصد آنها فاقد مطالعات و تحقیقات بوده‌اند (جدول ۷).

## جوایز بین‌المللی

در مورد تعیین جوایز بین‌المللی ملاحظه شد هیچ‌یک از سایت‌ها، دارای جوایز بین‌المللی نبوده‌اند (جدول ۷).

## نظریه پردازی

در مورد نظریه پردازی ملاحظه شد هیچ‌یک از سایت‌ها، دارای نظریه پردازی نبوده‌اند (جدول ۷).

## ۱۱-۲. تحلیل یافته‌ها

در این تحقیق، سعی شده است نقاط ضعف و قوت سایتهای فعال در حوزه حج و عمره در داخل و خارج کشور هم از نظر اجزا و ساختار تشکیل دهنده این گونه سایتها و هم از لحاظ محتوا از طریق استانداردهای مرسوم و پذیرفته شده در سطح بین‌المللی و به شیوه‌های جدید وب‌شناسی به نتایجی دست یابد تا بتوان از یافته‌ها به غنی‌سازی پایگاه‌ها و وب‌سایتهای حج و عمره پرداخت. نتایج حاکی است که:

اولین و مهمترین مؤلفه شاخص و کلیدی بین‌المللی بودن سایتها، چندزبانه بودن آنهاست. اگر ساختار سایت به گونه‌ای طراحی شده باشد که بتوان با زبانهای غالب دنیا با مخاطبان ارتباط برقرار کرد، آن سایت می‌تواند ادعا نماید که رسالت خود را در سطح بین‌المللی ایفا می‌کند؛ اما اگر سایتی این مؤلفه را نداشته باشد، سایر مؤلفه‌ها نیز ویژگی بین‌المللی بودن خود را از دست خواهند داد؛ اگر چه آن سایت به لحاظ محتوا شامل اطلاعات راهبردی و کلان حوزه خاص خود باشد. با این توضیح و پس از بررسی سایتها، مشخص شد که فقط ۷,۱ درصد سایتهای فعال در حوزه حج در داخل و خارج کشور چندزبانه بوده‌اند و اگر با تسامح سایتهای دوزبانه را که ۱۳,۴ درصد است به آن اضافه کنیم، مشاهده می‌شود که فقط ۲۰,۵ درصد سایتها می‌توانند با مخاطبان خود در سطح بین‌المللی ارتباط برقرار کنند. نتیجه نشان‌دهنده شکاف عمیقی است در زمینه برقراری ارتباط به‌طور عام با مخاطبان از همه اقشار و به‌طور خاص با اندیشمندان و متفکران حوزه حج و عمره در سطح بین‌المللی که با توجه به رسالت عظیم حج، که منافع آن برای جهانیان است به هیچ عنوان همخوانی ندارد.



مؤلفه دیگر عنصر آموزش بین سایتهای فعال در حوزه حج و عمره در داخل و خارج کشور است. اعداد نشان می‌دهد، ۵۸ درصد سایت‌ها، مناسک حج را در سایت خود ارائه کرده، و ۴۲ درصد آنها فاقد آموزش مناسک حج بوده‌اند. در تفسیر عدد باید گفت که اولاً این درصد به نسبت اهمیت و بزرگی حج درصد کمی است و لازم است که مؤلفه آموزش به بیشترین اندازه برسد. دوم این درصد فقط نشانگر آموزش در جنبه‌های عملیاتی حج است و از آموزش موضوعات عمیق و راهبردی که می‌تواند معارف غنی حج را به همه مسلمانان به‌طور اخص و هم‌چنین به همه انسانها به‌طور اعم انتقال دهد و نیز گره از مشکلات مردم در سطح جهانی باز کند. مؤلفه بعدی عنصر گزارش بین سایتهای فعال در حوزه حج در داخل و خارج کشور است. نتایج نشان می‌دهد ۴۶٫۴ درصد سایت‌ها، گزارشهای حج را در سایت خود ارائه کرده، و ۵۳٫۶ درصد فاقد گزارش بوده‌اند. در تفسیر عدد باید گفت که اولاً این درصد به نسبت اهمیت و بزرگی حج درصد کمی است و لازم است که مؤلفه گزارش به بالاترین حد برسد. دوم این درصد فقط نشانگر وجود گزارش در جنبه‌های عملیاتی و معمولی حج است و از گزارشهای متنوع و راهبردی خبری نیست که می‌تواند زوایای پیدا و پنهان حج را برای همگان اعم از مخاطبان، اندیشمندان و متفکران منعکس کند تا امکان شناسایی هرچه بیشتر ظرفیتهای حج فراهم شود.

پرسش و پاسخهای متداول از بدیهی‌ترین مؤلفه‌های سایتها به شمار می‌رود. لازم است ساختار سایت به گونه‌ای طراحی شود که مخاطبان بتوانند در هر لحظه و هر مکانی پرسش‌های خود را در موضوعات گوناگون حج (موضوعات مطرح در فقه شیعه و یا بین سایر مسلمانان) مطرح، و در کمترین زمان ممکن پاسخ مناسب را روی سایت دریافت کنند. نتایج حاکی است که فقط ۲۶٫۸ درصد سایتها دارای پرسش و پاسخ، و ۷۳٫۲ درصد فاقد آن هستند.

مؤلفه بعدی عنصر رتبه‌بندی سایتهای حج و عمره در داخل و خارج کشور است که نتایج تحقیق مؤید این است که تنها ۹ درصد از سایتها، دارای رتبه‌بندی و ۹۹٫۱ درصد آنها فاقد رتبه‌بندی بوده است. این ۹ درصد نیز به سائیتی مربوط است که شخصی است و فقط سایت آژانسهای مسافرتی را رتبه‌بندی می‌کند. در این زمینه باید گفت که این درصد بسیار ناامیدکننده است و با توجه به ماهیت حج ابراهیمی و گستردگی موضوعات آن و نیز سازمانهای گوناگونی که وارد این عرصه شده‌اند، رصد و رتبه‌بندی این گونه سایتها از ضروریات است.

تالار گفتگو فقط با ۷,۱ درصد بین سایتهای مورد مطالعه فعال است. با بررسی دقیق سایتهای، این درصد فقط به وجود شکلی و ساختاری سایتهای مربوط است و در زمینه محتوایی، مسائل عمیق و راهبردی حج بین متفکران و اندیشمندان تبادل نمی‌شود. این نتیجه نشان‌دهنده شکاف عمیقی است در زمینه گفتگوهای مجازی میان اندیشمندان و متفکران در حوزه حج که در حال حاضر سایتهای مورد مطالعه در سطح بین‌المللی دچار آن هستند که لازم است مرکزی مستقل و قوی به این مسئله حیاتی پردازد.

تحقیقات و مطالعات از جمله مؤلفه‌های مهم و تأثیرگذار بر روند سیاستگذاریها و تصمیم‌گیریهای در سطح کلان و راهبردی سازمانها به شمار می‌رود. با بررسی دقیق سایتهای فقط ۱۰,۷ درصد سایت‌ها دارای مؤلفه تحقیقات و مطالعات و ۸۹,۳ درصد آنها فاقد آن بوده‌اند. در تفسیر این نتیجه ضعیف باید اظهار کرد که درصد به دست آمده به وجود شکلی و ساختاری این مؤلفه در بین سایتهای مورد تحقیق مربوط است و در زمینه محتوایی مسائل عمیق و راهبردی حج تحقیقات و مطالعات انجام نمی‌گیرد؛ به بیانی دیگر این عدد، بسیار کم است که لازم این معادله معکوس شود و مؤلفه تحقیقات و مطالعات در موضوعات گوناگون حج و عمره و مسائل وابسته به آن به بالاترین حد برسد.

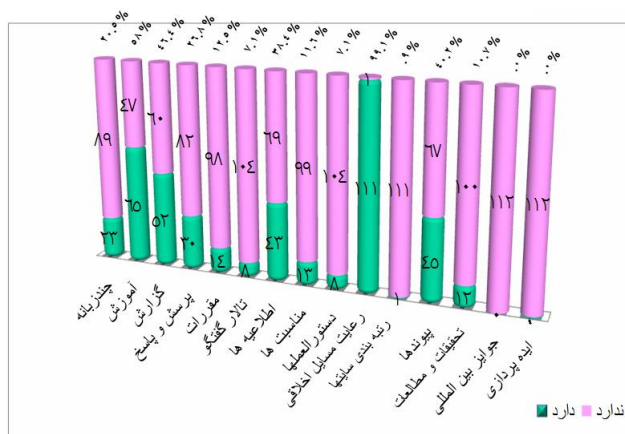
یکی از مهمترین مؤلفه‌های شاخص و کلیدی بین‌المللی بودن سایتهای (سازمانهای مادر در سطح بین‌المللی)، قرار دادن جوایز بین‌المللی از سوی آنهاست. اگر ساختار سایت به گونه‌ای طراحی شده باشد که بتوان با زبانهای غالب دنیا با مخاطبان ارتباط برقرار کرد، هم می‌توان زمینه رقابت سالم را بین ملل و متفکران آنان در حوزه‌های مختلف حج و عمره فراهم کرد، و هم می‌توان از این رهگذر سایتهای را نیز رتبه‌بندی نمود. براین اساس، می‌توان جوایزی در سطح بین‌المللی به برترینهای حج و عمره اختصاص داد و از این رهگذر توسعه همه‌جانبه حج ابراهیمی را فراهم کرد. بر اساس نتایج مشاهده می‌شود هیچ‌یک از سایتهای مورد بررسی دارای جوایز بین‌المللی نیستند.

در مجموع در نگاه کلان، توزیع فراوانی و درصدهای مؤلفه‌های ۱۵ گانه مورد بررسی پژوهش در دو بُعد شکلی و محتوایی صفحه اول ۱۱۲ وب سایت حج و عمره در جدول (۷) و نمودار (۱) نشان داده شده است.

تحلیل فرهنگی راهبردی سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره

جدول ۲. توزیع فراوانی مؤلفه‌های شکلی و محتوایی صفحه اول ۱۱۲ وب سایت حج و عمره

پاسخهای منفی		پاسخهای مثبت		مؤلفه‌های سایتها
درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۷۹,۵	۸۹	۲۰,۵	۲۳	چندزبانه ( بین‌المللی بودن)
۴۲	۴۷	۵۸	۶۵	آموزش
۵۳,۶	۶۰	۴۶,۴	۵۲	گزارش
۷۳,۲	۸۲	۲۶,۸	۳۰	پرسش و پاسخ
۸۷,۵	۹۸	۱۲,۵	۱۴	مقررات
۹۲,۹	۱۰۴	۷,۱	۸	تالار گفتگو
۶۱,۶	۶۹	۳۸,۴	۴۳	اطلاعیها
۸۸,۴	۹۹	۱۱,۶	۱۳	مناسبتها
۹۲,۹	۱۰۴	۷,۱	۸	دستورالعملها
.۹	۱	۹۹,۱	۹۹	رعایت مسائل اخلاقی
۹۹,۱	۹۹	.۹	۱	رتبه‌بندی سایتها
۵۹,۸	۶۷	۴۰,۲	۴۵	پیوندها
۸۹,۳	۱۰۰	۱۰,۷	۱۲	تحقیقات و مطالعات
۱۰۰	۱۱۲	۰	۰	جوایز بین‌المللی
۱۰۰	۱۱۲	۰	۰	نظریه پردازی



نمودار ۱. توزیع فراوانی مؤلفه‌های محتوایی صفحه اول ۱۱۲ وب سایت حج و عمره

## ۱۲. نتیجه گیری

با بررسی نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها با شیوه وب شناسی می‌توان نتیجه گرفت در حال حاضر سایتهای حج و عمره، که در سطح ملی و بین‌المللی به فعالیت پرداخته‌اند، هیچ‌یک رسالت خود را به سطح راهبردی و بین‌المللی تعمیم نداده‌اند.

در مجموع می‌توان وضعیت کلان سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره را در سطح ملی و بین‌المللی به صورت زیر ارائه کرد:

۱. وضعیت پایگاه‌های اطلاعاتی و وب سایتهای حج بسیار نابسامان است و مشخصاً هیچ سازمان و نهادی در دنیای اسلام خود را متعهد به سیاستگذاری و برنامه‌ریزی در سطح راهبردی نمی‌داند.

۲. به غیر از مؤلفه «رعایت مسایل اخلاقی»، که وضعیت بسیار خوبی بین پایگاه‌های اطلاعاتی و وب سایتهای حج در سطح بین‌المللی دارد، ۱۴ مؤلفه دیگر وضعیت خوبی ندارند تا جایی که حتی مؤلفه‌هایی نظیر «رتبه‌بندی سایتها»، «نظریه‌پردازی» و «جوایز بین‌المللی»، از وضعیت بسیار بدی دارد (جدول شماره ۷ و نمودار شماره ۱).

## پیشنهادها

بر اساس نتایج پژوهش درباره وضعیت پایگاه‌های اطلاعاتی و وب سایتهای حج و عمره به زبانهای فارسی، عربی، ترکی و انگلیسی و در راستای غنی‌سازی این گونه پایگاه‌های اطلاعاتی و وب سایتها، پیشنهادهایی به صورت ذیل ارائه می‌شود:

- طراحی، معماری و راه‌اندازی پورتال بین‌المللی حج و عمره در جهت ساماندهی وب‌سایتها و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره در سطح داخلی و بین‌المللی
- اجرای پژوهشهای گسترده و عمیقتر در ابعاد گوناگون حج ابراهیمی به منظور روزآمد نگاه داشتن دانش نظری و عملی این حوزه و انتشار آن از طریق پورتال بین‌المللی حج و عمره
- اختصاص جوایز بین‌المللی در سطح بین‌المللی به برترینهای حج می‌تواند توسعه همه جانبه پایگاه اطلاعاتی بین‌المللی حج ابراهیمی را در پی داشته باشد.

- با تلاش مجدانه و پیگیر می‌توان انجمن و تالار گفتگوی اینترنتی پایگاه اطلاعاتی بین‌المللی حج و عمره را به عنوان اتاق فکر مجازی در سطح بین‌المللی ارتقا داد و فراتر از چارچوب مرزهای مرسوم جغرافیایی عمل کرد.
- با اهمیت دادن و برجسته نمودن بخش وب سنجی پورتال بین‌المللی حج و عمره، رصد و سنجش فعالیت وب سایت و پایگاه‌های اطلاعاتی حج و عمره در سطح داخلی و بین‌المللی، می‌تواند گذرگاهی مناسب در جهت ساماندهی تمام سایتها و پایگاه‌های حج و عمره در سطح داخلی و بین‌المللی باشد.
- با توجه به نقش بی‌بدیل اطلاعات و آمار راهبردی در سیاستگذاریها و برنامه‌ریزی کلان حج و عمره، لازم است بانک اطلاعاتی اشخاص و صاحب‌نظران حج و عمره را در سطح بین‌المللی راه‌اندازی، به طور مستمر اطلاعات آن را روزآمد کرد.
- کلام آخر اینکه اگر به فلسفه حج ابراهیمی، که بروشنی در قرآن کریم تبیین شده است، دقت کنیم این پیام را درمی‌یابیم که کعبه ابعادی جهانی دارد و برای همه مردم قرار داده شده است و خانه‌ای با این ظرفیت شگرف و مأموریت عظیم به برنامه‌ریزیها، سیاستگذاریها و زیرساختهای عظیم نیاز دارد. براین اساس بر همه مسئولان و دست‌اندرکاران حج ابراهیمی لازم است که سطح برنامه‌ریزیها و سیاستگذاریهای خود را هم‌م‌ش‌آن این بیت قرار دهند و این موضوع بویژه در فضای مجازی و با پیشرفتهای اعجاز‌گونه آن، بیش از پیش پدیدار شود.

## فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. اصنافی، امیررضا و فریده عصاره (۱۳۸۶). «بررسی ارتباط میان خبرگزاری‌های ایرانی از طریق وب سایتهای آنان». فصلنامه کتاب. دوره هجدهم، ش. ۴: ۴۹-۶۰.
۳. بابایی، محمود (۱۳۷۵). «بررسی پایگاه‌های اطلاعاتی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران»، نشریه اطلاع‌رسانی، ش ۲.
۴. پورسیف، عباس (۱۳۸۶). خلاصه تفاسیر قرآن مجید (المیزان، نمونه). [ویرایش ۲]. تهران: نشر شاهد. ۱۵۸۰ص.
۵. حسنی، فرنود (۱۳۸۷). اصول مدیریت وب سایت. تهران: ایزیران.
۶. دانش، فرشید. «معیارهای انتخاب پایگاه‌های اطلاعاتی»، مجله الکترونیکی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران، دوره سوم، ش ۳.
۷. دلپذیر، زهرا (۱۳۸۴/۱۰/۱۳). «حج فرصتی برای مهندسی تمدن اسلامی». قدس.
۸. راهنمای ارزیابی زیربخش‌های وب (وب‌شناسی). تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران. قابل دسترسی به صورت پیوسته: <http://www.iust.ac.ir>.
۹. سلگی، غلامرضا (۱۳۸۶). «رویکردی جدید به جایگاه نظام اطلاع‌رسانی مدیریت منابع انسانی (نظاما HRMIS)»، مجله علوم انسانی، ویژه آموزش و منابع انسانی، سال ۱۶، ش. ۶۹ (خرداد و تیر): ۷۱ تا ۳۷.
۱۰. معیری، محمدحسین (۱۳۹۰). مدیریت رسانه‌ای. تهران: جامعه‌شناسان. ۲۳۴ ص.
۱۱. ورع، نرجس و زهیر حیاتی (۱۳۸۶). «بررسی وضعیت صفحات خانگی کتابخانه‌های دانشگاهی تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری». فصلنامه کتاب. دوره هجدهم، ش ۴: ۷۸ تا ۶۱.
12. Norozi, Ali Reza (2005). "Web Impact Factors for Iranian University". *Webology*, Vol.2, No.1. [online]. Available:<http://www.webology.ir/2005/v2n1/all.html>
13. Stover, Mark (1997). "The Costruction and Validation Library World Wide Web Sites". Ph.D thesis. U. S. A. School of Computer and Information Sciences, Nova Southeastern University.