

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه شهید چمران اهواز

دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی
پایان نامه کارشناسی ارشد علم اطلاعات و دانش‌شناسی
گرایش اطلاع‌رسانی

عنوان:

ارزیابی کیفی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران با استفاده از
"وب.کیو.ای.ام"

استاد راهنما:

دکتر زاهد بیگدلی

استاد مشاور:

محمدحسن عظیمی

نگارنده:

نغمه دغاقله

خرداد ماه ۱۳۹۲

این پایان نامه را ضمن تشکر و سپاس بیکران و در کمال افتخار و امتنان تقدیم می نمایم به:

- محضر از زشمنذپر و مادر عزیزم به خاطر همه می تلاشهای محبت آمیزی که در دوران مختلف زندگی ام انجام داده اند و با مهربانی چگونه

زیستن را به من آموخته اند.

- به استادان فرزانه و فرهیخته ای که در راه کسب علم و معرفت مرا یاری نمودند.

- به همسرم که سایه مهربانش سایه ساز زندگی من می باشد او که اسوه صبر و تحمل بوده و مشکلات مسیر را برایم تسهیل نمود

و در ختم ترنم.

سپاسگزاری:

سکرسایان نثار ایزدمنان که توفیق رارفق را هم ساخت تا این پایان نامه را به پایان برسانم.

از استاد فاضل و اندیشمند جناب آقای دکتر سیکدی به عنوان استاد راهنما که همواره نگراننده را مورد لطف و محبت خود قرار

داده اند،

جناب آقای عظیمی استاد مشاور که با مشاوره های ارزنده باعث بهتر شدن این پژوهش شدند،

جناب آقای دکتر فرج پهلوی و سرکار خانم دکتر عصاره که داوری این پژوهش را به عهده داشتند،

سکسر و قدر دانی می کنم.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول: کلیات پژوهش
۲	۱-۱- مقدمه
۲	۱-۱-۱- تعریف و مفهوم پورتال
۵	۱-۱-۲- تفاوت وبسایت با پورتال و دلایل نیاز به پورتال
۸	۱-۲- بیان مسأله
۱۱	۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش
۱۲	۱-۴- اهداف پژوهش
۱۲	۱-۴-۱- هدف کلی
۱۲	۱-۴-۲- اهداف ویژه
۱۳	۱-۵- پرسشهای پژوهش
۱۳	۱-۶- تعاریف مفهومی
۱۶	۱-۷- تعاریف عملیاتی
۱۷	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه پژوهش
۱۸	۲-۱- مقدمه
۱۹	۲-۲- تعریف وب
۲۰	۲-۳- وبسنجی
۲۰	۲-۳-۱- تعاریف وبسنجی
۲۱	۲-۳-۲- ریشه های فلسفی وب سنجی
۲۲	۲-۳-۳- تاریخچه وبسنجی
۲۴	۲-۳-۴- ارتباط بین کتابسنجی، علم سنجی، اطلاع سنجی، وبسنجی و سایبرسنجی

۲۶ کاربرد های وبسنگی
۲۸ روش های جمع آوری داده ها در وب
۲۸ ارزیابی وبسایت و پورتال
۲۸ ارزیابی پورتال های شرکت های تابعه ی وزارت نفت
۳۲ انواع روش های ارزیابی وبسایتها و پورتالها
۳۲ تحلیل پیوندها
۳۳ ضریب تأثیر گذار وب
۳۳ چگونگی تعیین وبسایت های هسته
۳۴ تحلیل و خوشه بندی وبسایتها
۳۴ مدل ارزیابی کیفیت وبسایتها
۴۱ صنعت نفت
۴۱ نفت و اهمیت آن
۴۲ صنعت نفت و اهمیت آن در اقتصاد جهانی
۴۳ صنعت نفت در ایران و اهمیت پژوهش در این عرصه
۴۷ پیشینه پژوهش
۴۷ پیشینه در خارج از ایران
۵۰ پیشینه در ایران
۵۷ جمع بندی پیشینه ها
۵۸ فصل سوم: روش شناسی پژوهش
۵۹ ۱-۳ مقدمه
۵۹ ۲-۳ نوع پژوهش
۵۹ ۳-۳ جامعه پژوهش
۵۹ ۴-۳ محیط پژوهش

۵۹ ۳-۵- ابزار گردآوری داده ها
۶۰ ۳-۵-۱- روایی و پایایی ابزار (سیاهه واری) (سیاهه واری)
۶۱ ۳-۶- روش انجام پژوهش
۶۲ ۳-۷- روش تحلیل داده ها
۶۴ فصل چهارم: یافته های پژوهش
۶۵ ۴-۱- مقدمه
۶۷ ۴-۲- یافته ها
۹۶ فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
۹۷ ۵-۱- مقدمه
۹۸ ۵-۲- نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل آماری پرسشهای اساسی پژوهش
۱۰۳ ۵-۳- بحث و نتیجه گیری
۱۰۶ ۵-۴- پیشنهادهایی برای پژوهشها و مطالعات آینده
۱۰۷ فهرست منابع
۱۱۶ پیوست ها

فهرست جداول

- جدول ۱-۲: مقایسه تطبیقی ضریب تأثیرگذاری مجلات و ضریب تأثیرگذاری وب..... ۳۳
- جدول ۱-۳: آزمون پایایی سیاهه‌ی واریسی..... ۶۱
- جدول ۱-۴: ارزیابی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران بر اساس شاخص‌های فرعی مرتبط با "قابلیت استفاده"..... ۶۷
- جدول ۲-۴: امتیاز و رتبه پورتال‌های مورد بررسی از نظر معیار اصلی "قابلیت استفاده"..... ۷۲
- جدول ۳-۴: ارزیابی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران بر حسب معیارهای مرتبط با "قابلیت عملکرد"..... ۷۴
- جدول ۴-۴: امتیاز و رتبه پورتال‌های مورد بررسی از نظر معیار اصلی "قابلیت عملکرد"..... ۷۹
- جدول ۵-۴: ارزیابی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران بر حسب معیارهای مرتبط با "قابلیت اطمینان"..... ۸۱
- جدول ۶-۴: امتیاز و رتبه پورتال‌های مورد بررسی از نظر معیار اصلی "قابلیت اطمینان"..... ۸۴
- جدول ۷-۴: ارزیابی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران بر حسب معیارهای مرتبط با "کارایی"..... ۸۶
- جدول ۸-۴: امتیاز و رتبه پورتال‌های مورد بررسی از نظر معیار اصلی "کارایی"..... ۸۹
- جدول ۹-۴: ارزیابی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران بر حسب معیارهای اصلی چهارگانه ارزیابی "روش وب کیو ای ام"..... ۹۱
- جدول ۱۰-۴: رتبه بندی نهایی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران بر حسب نتایج به دست آمده بر اساس روش ارزیابی "وب کیو. ای. ام"..... ۹۲
- جدول ۱۱-۴: آمار توصیفی گویه‌های مربوط به متغیر شاخص‌های چهارگانه ارزیابی روش "وب کیو ای ام"..... ۹۴
- جدول ۱۲-۴: نتایج آزمون فریدمن در خصوص سؤال پنجم تحقیق..... ۹۴

فهرست نمودارها

- نمودار ۱-۱: دید سطح بالا از فرایند وب کیو ای ام..... ۱۴
- نمودار ۲-۱: مدل کیفیت نرم افزار استاندارد ایزو
۹۱۲۶..... ۱۵
- نمودار ۱-۲: فرایند اندازه گیری و ارزیابی متضمن روش شناسی وب کیو. ای. ام..... ۳۷
- نمودار ۱-۳: نمودار عملیات محاسباتی برای تعیین امتیاز معیار اصلی..... ۶۳
- نمودار ۱-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "قابل فهم بودن کلی پورتال"..... ۶۸
- نمودار ۲-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "ویژگی های بازخورد و راهنما"..... ۶۹
- نمودار ۳-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "ویژگی های زیباشناختی و واسط"..... ۷۰
- نمودار ۴-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "ویژگی های متفرقه"..... ۷۱
- نمودار ۵-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "امکانات جستجو و بازیابی"..... ۷۶
- نمودار ۶-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "امکانات راهبری و تورق"..... ۷۷
- نمودار ۷-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "کاربر مدار بودن پورتال"..... ۷۸
- نمودار ۸-۴: مقایسه درصدی پورتال های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "عدم نقص (کفایت)"..... ۸۲

نمودار ۴-۹: مقایسه درصدی پورتال‌های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "اجرا".....۸۷

نمودار ۴-۱۰: مقایسه درصدی پورتال‌های بسیار مطلوب از نظر معیارهای فرعی مربوط به معیار "دسترس-پذیری"

.....۸۸

چکیده

نام خانوادگی: دغاقله	نام: نغمه	شماره دانشجویی: ۸۹۱۰۹۰۸
عنوان پایان نامه: ارزیابی کیفی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران با استفاده از "وب کیو ای ام"		
استاد راهنما: دکتر زاهد بیگدلی		
استاد مشاور: محمدحسن عظیمی		
درجه تحصیلی: کارشناسی ارشد	رشته: علم اطلاعات و دانش‌شناسی	گرایش: اطلاع‌رسانی
دانشگاه: شهید چمران اهواز	دانشکده: علوم تربیتی و روانشناسی	گروه: علم اطلاعات و دانش‌شناسی
تاریخ فارغ التحصیلی: ۱۳۹۲/۳/۲۸		تعداد صفحه: ۱۴۷
کلیدواژه‌ها: وب کیو.ای.ام، ارزیابی کیفی، پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران، وزارت نفت ایران		
<p>پژوهش حاضر به منظور ارزیابی کیفی پورتال‌های شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران با استفاده از «وب کیو. ای. ام.» انجام گرفته است. روش پژوهش مورد استفاده، پیمایشی توصیفی بوده است. جامعه پژوهش شامل ۱۳۰ پورتال شرکت‌های تابعه‌ی وزارت نفت ایران می‌باشد. داده‌های مورد نیاز برای انجام پژوهش با استفاده از سیاهه واریسی که بر مبنای روش ارزیابی کیفی وب کیو.ای.ام. طراحی شده، گردآوری شده است. این سیاهه شامل چهار متغیر اصلی «قابلیت استفاده»، «قابلیت اطمینان»، «قابلیت عملکرد» و «کارایی» است که در واقع معیارهای اصلی برای ارزیابی وب‌سایت تلقی می‌شوند. در این امتیازدهی، نمره یک بالاترین امتیازی است که به پورتال‌ها از نظر هر کدام از معیارهای اصلی، معیارها و معیارهای فرعی اختصاص می‌یابد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار اس. پی. اس. نسخه ۲۱ صورت گرفته است. یافته‌های ارزیابی پورتال‌های مورد مطالعه نشان می‌دهند که این پورتال‌ها از لحاظ معیارهای اصلی «قابلیت استفاده» با میانگین ۰/۵۴۲ در وضعیت متوسط رو به بالا و «قابلیت عملکرد» با میانگین ۰/۴۲۲ در وضعیت متوسط رو به پایین قرار دارند. هم‌چنین از لحاظ معیارهای «قابلیت اطمینان» و «کارایی» به ترتیب با میانگین‌های ۰/۷۱۹ و ۰/۷۵۸ در وضعیت مطلوب قرار دارند. نتایج نشان می‌دهند که پورتال‌های مورد</p>		

پژوهش از نظر معیارهای اصلی «قابلیت استفاده» و «قابلیت عملکرد» نسبت به معیارهای دیگر نقاط ضعف بیشتری دارند. طراحان این پورتال‌ها باید تمرکز خود را معطوف به این نقاط ضعف نموده و با توجه به نتایج و پیشنهادهای این بررسی سعی در برطرف کردن این نقاط ضعف نمایند. در مورد معیارهای اصلی «کارایی» و «قابلیت اطمینان» هر چند میانگین امتیازات وضعیت بهتری دارند، اما در هر حال برخی از پورتال‌های جامعه مورد پژوهش از نظر این دو معیار اصلی در وضعیت بسیار مطلوب قرار ندارند.

فصل اول

کلیات پژوهش

۱-۱- مقدمه

اینترنت یکی از فناوری‌هایی است که استفاده از آن به عنوان یکی از مهم‌ترین رسانه‌ها می‌تواند مزایای بسیاری برای اشاعه اطلاعات به همراه داشته باشد. در حال حاضر وب که بخشی از اینترنت است، اصلی‌ترین ابزار برای دسترسی به اطلاعات به شمار می‌رود. آنچه شبکه وب را از سایر بخش‌های اینترنت متمایز می‌سازد و باعث رشد روزافزون آن می‌شود سهولت اتصال، راحتی جست و جو و محیط فرامنتی و چندرسانه‌ای آن برای ارسال و دریافت اطلاعات است (ورع، ۱۳۸۸، ص ۱).

ظهور اینترنت و شبکه جهانی وب عرصه‌های مختلف زندگی بشر امروزی را متحول کرده است. یکی از پیامدهای این تحول، به وجود آمدن محیط‌های مجازی است که از آن‌ها در زبان انگلیسی به عنوان "سایبر اسپیس"^۱ نیز یاد می‌شود. "رسانه‌های اطلاعاتی" که انتقال اطلاعات مجازی را در بزرگراه‌های اطلاعاتی به عهده دارند، ساختار اصلی سایبر اسپیس را تشکیل می‌دهند. از جمله انواع رسانه‌های اطلاعاتی در محیط مجازی "وب‌سایت‌ها" و "پورتال‌ها" هستند که به عنوان "میانجی"، دسترسی کاربران به اطلاعات موجود در محیط‌های مجازی را امکان‌پذیر می‌سازند (فرج‌پهلوی و صابری، ۱۳۸۴، ص ۱ و ۲).

۱-۱-۱- تعریف و مفهوم پورتال

ارائه تعریف دقیق از پورتال، همواره موضوعی چالش برانگیز بوده است (سهیلی، ۱۳۸۵، ص ۱۰۵). پورتال عبارت مخصوص عصر رایانه‌ها و شبکه اطلاعاتی است و پیدایش آن به اواسط دهه ۱۹۹۰ برمی‌گردد. پورتال از واژه لاتین "partale" به معنای "دروازه شهر" اخذ شده است (زو^۲، ۲۰۰۳، ص ۱۱۹).

در Dictionary.com پورتال به معنی "در، دروازه، درگاه"، تعریف شده است. در American Heritage Dictionary تعاریفی چند از پورتال ارائه شده است:

۱. پورتال، دروازه، مدخل

۲. وب‌سایتی که همانند یک موتور جستجو نقطه شروع استفاده از وب‌سایت‌های دیگر است.

^۱Cyber space

^۲Zho

این اصطلاح با توجه به کاربرد آن در علوم می‌تواند معانی مختلفی پیدا کند، به عنوان مثال در علم معماری به معنی درگاه می‌باشد. پورتال در دنیای گسترده اینترنت نیز به همان معنی اما با کمی تفاوت به کار برده می‌شود. سایتی را پورتال می‌نامند که بتواند اطلاعات و امکانات زیادی را در اختیار کاربر بگذارد و نیازهای کاربر را برطرف کند. این اطلاعات ممکن است شامل هر چیزی شوند. به عنوان مثال خدمات کتابخانه‌ای، معرفی سایت‌های دیگر، اخبار، خدمات‌دهی از جمله پست الکترونیکی، اطلاعات تازه‌های نشر و غیره. قوانین اطلاع‌رسانی و حوزه عملکرد کاربران و مسئولین پورتال‌ها و همچنین ارتباطات میان آن‌ها از طریق پورتال مرکزی قابل تعریف و کنترل می‌باشد.

پورتال ابزاری اکتشافی است که کاربران را قادر می‌سازد تا در عرض وب‌سایت‌های متعدد و گوناگونی که به موضوع خاصی محدود شده‌اند، به جستجو و بازیابی یکپارچه‌سازی نتایج پردازند. در ساده‌ترین معنی، پورتال دروازه‌ای است به سوی وب و سکوی پرتابی است که هر کاربر قبل از رفتن به سراغ مقصدهای دیگر باید به صورت یک صفحه مبدأ از آن استفاده نماید.

تعریف اولیه پورتال بسیار ساده است: "مکانی^۱ که مبتدی‌ترین کاربران اینترنت با رجوع به آن بتوانند به راحتی از خدمات متداول در اینترنت بهره‌مند شوند و یا اطلاعات موردنیاز خود را به دست آورند". هر یک از این کلمات دقیقاً نشان‌دهنده ویژگی خاصی از پورتال هستند.

مکان: در اکثر موارد پورتال به عنوان یک وب‌سایت با ویژگی‌های خاص شناخته می‌شود. این وب‌سایت می‌تواند یک واسط^۲ بین کاربران و تعدادی وب‌سایت زیر مجموعه پورتال باشد و یا اینکه به عنوان وب-سایتی واسط، بین کاربران و اینترنت قرار گیرد. اما تعاریفی نیز وجود دارند که مستقیماً از لغت وب‌سایت استفاده نکرده در این مورد سکوت می‌کنند: "پورتال دروازه‌ای است به سایت‌های دیگر" و یا "پورتال نقطه ورود کاربران به اینترنت است".

مبتدی‌ترین کاربران: کاربرانی که به پورتال مراجعه می‌کنند، لزوماً کاربران حرفه‌ای اینترنت نیستند. پورتال این توانایی را به کاربران می‌دهد که حتی کم تجربه‌ترین آن‌ها بتواند از اطلاعات و خدمات ارائه

¹ Hub

² Interface

شده استفاده کند. بر حسب نوع پورتال، کاربران آن نیز متفاوتند و شامل کاربران معمولی، مشتریان، تولید کنندگان، کارمندان سازمان و ... می‌باشند.

خدمات متداول در اینترنت: هر وب‌سایتی بر حسب نوع فعالیت کاری خود ارائه دهنده خدمات خاصی است. اما یک پورتال باید توانایی ارائه خدمات عمومی را داشته باشد؛ نظیر خدمات پست الکترونیک رایگان، انجمن، تالار گفتگو، اخبار، نقشه‌های مرتبط با موضوع پورتال، جستجو در سایت‌های زیرمجموعه و اینترنت، شخصی‌سازی توسط کاربر و شخصی‌سازی توسط پورتال^۱. در پورتال‌های تجاری خدمات خرید و فروش آنلاین، ارائه کاتالوگ و نظام‌های پرداخت لحاظ می‌گردند.

اطلاعات موردنیاز: یکی از ویژگی‌های پورتال دریافت اطلاعات از سایت‌های دیگر^۲ است. پورتال تنها دریافت کننده اطلاعات است و آن‌ها را به اشتراک می‌گذارد. به عبارت بهتر پورتال اطلاعاتی که در سایت‌ها و پایگاه‌های مختلف وجود دارد را سازماندهی کرده و نمایش می‌دهد. در نظر داشته باشید که این اطلاعات باید استاندارد شده باشند.

هدف پورتال‌ها طبقه‌بندی کردن اطلاعات و نیز تعریف دسترسی آسان به آن‌هاست که برای جلوگیری از پراکندگی چگونگی یافتن، دسترسی و نگهداری اطلاعات توسط کاربر و به صورت خلاصه جلوگیری از سردرگمی ایشان، به صورت همزمان خدمات اصلی و جانبی را در اختیار کاربران قرار می‌دهند که مجموع این خدمات نیز در یک بستر اشتراکی^۳ نقطه مشترک دارند که اصلی‌ترین نقطه مشترک آنها ID و Profile است. اکثر پورتال‌ها در چند مورد نقاط مشترک و کلیشه‌ای دارند که به ترتیب عبارتند از:

-تنوع خدمات‌دهی؛

-چگونگی خدمات‌دهی؛

-نحوه دسترسی کاربر به خدمات؛

-درآمدزایی؛ و

¹ Tailoring

² Content aggregation

³ Account

-تأمین اطلاعات.

در واقع همین چند مورد کوتاه اما حساس هستند که سند تضمین رشد و حیات پورتال‌ها که در نهایت منجر به رقابت تنگاتنگ میان هم‌نوعان خود می‌شود را امضا کرده‌اند.

خدمات یک پورتال تنوع بیشتری نسبت به خدمات یک وب‌سایت دارد، چرا که فعالیت وب‌سایت‌ها اکثر به صورت تخصصی بوده و موضوعیت آن‌ها اغلب حول یک و یا چند مورد مشخص و محدود می‌گردد که همین امر سبب محدود بودن گروه‌های کاربر وب‌سایت‌ها می‌شود. اما یک پورتال با تنوعی که در خدمات آن ذکر شد می‌تواند میزبان اکثر اقدار جامعه با هر نوع طرز فکر، سلیقه و نهایتاً نیازی باشد. از مهم‌ترین خدمات اصلی یک پورتال می‌توان به موارد زیر اشاره برد:

-موتور جستجو؛

-ایمیل؛

-فضای رایگان و یا وبلاگ؛

-ارائه اطلاعات مختلف (مسافرت، پزشکی، و اخبار و غیره...)

-دانلود (فرمت‌های مختلف) (موسوی چلک و دیگران، ۱۳۸۸، ص ۷۱-۷۳).

۱-۲- تفاوت وب‌سایت با پورتال و دلایل نیاز به پورتال

اگرچه هر پورتال یک وب‌سایت است ولی هر وب‌سایتی یک پورتال نیست. گاهی چنین تصور می‌شود که پورتال چیزی بیش از یک وب‌سایت نیست در حالی که وب‌سایت فقط لایه بیرونی است که مردم از طریق آن ارتباط برقرار می‌کنند. عملیات یکپارچه و منسجمی که در زمینه و پشت صحنه انجام می‌گیرد عاملی است که امکان استفاده از پورتال را می‌دهد در واقع پورتال به عنوان واسطه‌ای بین کاربران و سایت‌های اینترنتی عمل می‌کند. اصلی‌ترین نقش پورتال به عنوان یک سایت دسترسی است. به عقیده مارشاک^۱ (۲۰۰۲) پورتال‌ها باعث کاهش میزان پرسه زدن افراد در وب می‌شوند.

¹ Marshak

پورتال و وبسایت چند تفاوت اساسی دارند که برخی از مهم‌ترین آن‌ها به شرح زیر بیان می‌شود:

پورتال عموماً حاوی اطلاعات عمومی است. داده‌هایی که از منابع الکترونیکی مختلف در یک پورتال گردآوری می‌شوند، معمولاً به لحاظ موضوعی پراکندگی زیادی دارند. به همین دلیل پورتال‌ها از ابزارهایی مانند راهنمای موضوعی استفاده می‌کنند تا امکان طبقه‌بندی منابع را برای کاربران فراهم آورند. در واقع درگاه‌ها دروازه ورود به بانک‌های اطلاعاتی هستند و همواره ما را به سایت‌های دیگر راهنمایی می‌کنند و ابزار دسترسی به منابع از نقطه‌ای واحد می‌باشند. به همین جهت در برخی موارد پورتال‌ها را راهنمای اینترنت نیز می‌نامند. در حالی که یک وبسایت می‌تواند حاوی مقدار زیادی اطلاعات باشد که فقط بر روی آن سایت قابل دسترسی است.

پورتال یک سیستم کاربر محور است، به این معنی که تمامی امکانات درگاه به گونه‌ای پیش بینی شده است تا جوابگوی نیازهای کاربران با سلیقه‌ها، علاقه‌مندی‌ها، سنین و رده‌های کاری مختلف باشد. در حالی که وبسایت، یک سیستم موضوع محور است.

در درگاه، امکان نمایش هدف‌دار اطلاعات با استفاده از تجارب کاربر وجود دارد. با توجه به سرعت انتشارات منابع الکترونیکی در محیط وب، وجود پورتال ضروری به نظر می‌رسد و برخی از دلایل آن اشاره می‌شود:

الف) افزایش میزان استفاده از اینترنت؛

ب) نیاز مالکان پورتال‌ها به حفظ کاربران؛ و

ج) استفاده از نظرات کاربران (موسوی چلک و دیگران، ۱۳۸۸، ص ۷۴).

از آنجایی که در ده سال گذشته وب به عنوان وسیله‌ای جهت دسترس پذیر ساختن اطلاعات برای همگان شروع به کار کرده است، بسیاری از سازمان‌ها و مراکز پژوهشی تلاش نموده‌اند با ایجاد و توسعه صفحات الکترونیکی خود در امر دسترس پذیر نمودن اطلاعات پیشگام باشند. زمانی که حجم وسیعی از اطلاعات از طریق اینترنت قابل دسترسی باشد تمامی سازمان‌های پویا استفاده از اینترنت را به عنوان مناسب‌ترین وسیله‌ی تعاملی میان سازمان و جامعه‌ی کاربران برمی‌گزینند (محمداسماعیل، ۱۳۸۸، ص ۳).

هر سازمان و موسسه‌ای امروزه و در جهان فناوری اطلاعات و ارتباطات نیاز به وبسایت یا پورتال دارد. وبسایت و پورتال هر سازمانی راهنمای کاربران در اینترنت و اولین نقطه برخورد و ارتباط میان کاربران و مواد و خدمات آن سازمان است.

صفحات الکترونیکی مجموعه‌ای از صفحات موجود در شبکه جهانی وب هستند که ممکن است توسط افراد یا سازمان‌های مختلف تجاری، علمی، موضوعی، ملی و بین‌المللی ایجاد و پشتیبانی شوند و نقطه اتصال و ارتباط کاربران با اطلاعات الکترونیکی به حساب می‌آیند. هر شرکت، سازمان یا موسسه‌ای تلاش می‌کند تا با استفاده از این پدیده نوین در دنیای مجازی جایی را برای خود باز کند (رحیمی، ۱۳۸۹، ص ۱).

امروزه صفحات الکترونیکی به ابزاری مناسب برای اطلاع‌رسانی حرفه‌ای حوزه‌های مختلف تبدیل شده‌اند. هرچه کیفیت اطلاعاتی که این صفحات ارائه می‌دهند، بالاتر و شیوه‌های اطلاع‌رسانی آن‌ها آسان‌تر باشد، بهتر می‌توانند رسالت خود را که همانا اطلاع‌رسانی مناسب و ایفای نقش خدمات اطلاعاتی است به انجام رسانند. اصولاً انتظار می‌رود که جدیدترین اطلاعات هر حرفه یا سازمان در وبسایت و پورتال آن پدیدار شود (نوکاریزی، دانش و سهیلی، ۱۳۸۸، ص ۱۱۴).

با توجه به کثرت و نوع صفحات الکترونیکی، وبسایت‌ها و پورتال‌های موضوعی و تخصصی از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند و شناسایی، رتبه بندی و ارزیابی این نوع پورتال‌های تخصصی و موضوعی برای محققان آن حوزه‌ها اهمیت خاص خود را دارد (سهیلی و عصاره، ۱۳۸۷، ص ۹۰).

مقوله‌ی طراحی و ارزیابی وبسایت‌ها و پورتال‌ها در عرصه‌های سازمانی به دلیل نقش مهم آن‌ها در ارائه‌ی اطلاعات تخصصی و معرفی سازمان، اهمیتی دوچندان می‌یابد. سازمانی که صفحات وب آن در استفاده و تعامل با کاربر با مشکل روبه‌روست، طبیعی است که تصویر ضعیفی را از خود به نمایش می‌گذارد و جایگاه آن سازمان را نیز ضعیف می‌کند. بنابراین ضروری است که هر سازمانی قادر به ارزیابی کیفیت صفحات وب خود باشد. به این ترتیب سازمان مربوط می‌تواند صفحات وب خود را بهبود بخشد و در عرصه‌ی سازمانی در برابر رقبای خود به الگویی تبدیل شود (بارنز و ویگان^۱، ۲۰۰۲؛ نقل در محمداسماعیل و خانلرخانی، ۱۳۸۸)

¹Barnes and Vidgen

۱-۲- بیان مسأله

عصر کنونی، به عصر ارتباطات و اطلاعات موسوم شده است و فن آوری اطلاعات، زمینه‌ای مناسب و قوی را برای پیوند زدن تمام نقاط جغرافیایی جهان و از بین بردن فواصل مکانی و زمانی، فراهم آورده است. بنابراین فرآیند جهانی شدن بر فراز امواج الکترونیک و فناوری اینترنت، روز به روز مرزهای مصنوعی و قراردادی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را برمی دارد و زمینه را برای تماس بیشتر کشورها، شرکت‌ها و اقتصاد و فرهنگ‌ها و در نتیجه رقابت یا همکاری‌ها، شدیدتر و بیشتر می‌کند.

یکی از راه‌های بقا و موفقیت در این دنیای پرستیز، پرسرعت و فعال، ارایه‌ی موثرتر و فعال‌تر خود و از سوی دیگر مشارکت گسترده و پویاست. به این منظور، صفحه‌های الکترونیکی^۱ و پایگاه‌های اینترنتی شخصی و سازمانی (که روز به روز شمار آن‌ها بیشتر می‌شود)، رسانه‌ای جدید هستند تا افراد (و به ویژه شرکت‌ها)، به سرعت و با هزینه‌ی کم بتوانند فعالیت‌ها، محصولات و ایده‌های خود را به جهان بنمایانند و در برابر رقبا عرضه کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۸۹، ص ۲).

در حال حاضر میزان استفاده و ضریب نفوذ اینترنت، یکی از سنجه‌هایی است که از طریق آن وضعیت فرهنگی، علمی، اجتماعی و رفاهی کشورها را می‌سنجند. بنابراین، کشوری که میزان حضور بیشتری در این محیط داشته باشد، از توسعه و شکوفایی علم و فناوری بیشتری برخوردار است. از سوی دیگر، هرچه میزان حضور کشوری در محیط وب بیشتر باشد، یعنی وب‌سایت‌های علمی، تجاری و ارتباطی فعال و گسترده‌ای داشته باشد، این کشور امکانات ارتباطی بهتری با سایر کشورها خواهد داشت و کشورهای دیگر می‌توانند با این کشور تبادلات گوناگونی داشته باشند که همه به رشد بیشتر آن کشور کمک می‌کنند. در برخی موارد، حضور در محیط وب برای شماری از مؤسسات به یک اجبار تبدیل شده است (عصاره و همکاران، ۱۳۸۸، ص ۱۷۵).

یک وب‌سایت، مجموعه‌ای از صفحه‌های مرتبط با یکدیگر است که انبوهی از اطلاعات را در قالب متن، تصویر، صدا، و فیلم در اختیار بیننده قرار می‌دهد. با داشتن یک وب‌سایت، می‌توان تمامی اطلاعات مربوط به یک سازمان (مانند بیوگرافی، حوزه‌ی فعالیت و محصولات)، را در قالب یک کاتالوگ جامع ایجاد کرد، با این تفاوت که برخلاف کاتالوگ‌های عادی، نیازی به چاپ و توزیع این کاتالوگ نخواهد بود و به آسانی و در کمترین زمان

¹ Webpages