

■ ارزیابی وبگاه موزه‌های ایران با استفاده از میوزیم کوال

فاطمه زندیان | الهام السادات الوانکار

■ چکیده

هدف: هدف از این پژوهش حاضر، ارزیابی وبگاه موزه‌های ایران و شناسایی نقاط ضعف و قوت آنهاست.

روش/ رویکرد پژوهش: این مقاله با روش پژوهش تلفیقی (کمی و کیفی) تعداد ۲۷ وبگاه موزه ایرانی با استفاده از یک سیاهه ارزیابی به نام میوزیم کوال ارزیابی شده است.

میوزیم کوال، یک سیاهه ارزیابی است که در سال ۲۰۰۸ فوتاکیس و اکونومیدز با استفاده از آن به ارزیابی وبگاه موزه‌های انگلیسی زبان پرداخته‌اند. با استفاده از این سیاهه ارزیابی شش معیار محتوا، نمایش، قابلیت استفاده، تعامل و بازخورد، خدمات الکترونیکی و فنی مورد ارزیابی قرار گرفتند. همچنین در این پژوهش، نتایج ارزیابی و با کمک مصاحبه با متخصصان موزه، تجزیه و تحلیل شده است.

یافته‌ها و نتایج: نتایج ارزیابی نشان داده است وبگاه موزه‌های ایران در بعد محتوا با نمره میانگین ۲/۷۰ در سطح مناسب، در بعد نمایش با نمره میانگین ۳/۱۴ در سطح خوب، در بعد قابلیت استفاده در نمره ۲/۶ در سطح مناسب، در بعد تعامل و بازخورد با نمره ۰/۹۴ در سطح بسیار اندک، در بعد خدمات الکترونیکی با نمره ۲/۸ در سطح مناسب و در بعد فنی با نمره ۲/۶۹ در سطح مناسب قرار دارند. در نتایج مصاحبه‌ها مشکلات اصلی موجود در ایجاد وبگاه موزه‌های ایران، عدم تخصیص بودجه کافی، عدم توجه مسئولان به لزوم ایجاد وبگاه، تغییرات مداوم در تصمیم‌گیری‌های مدیریتی و در نتیجه، عدم اتخاذ سیاست واحد در برنامه‌ریزی‌ها، عدم درک ضرورت مسئله، تخصص‌های موضوعی غیر مرتبط مدیران موزه‌ها و متولیان برنامه‌ریزی، بیان شده است.

کلیدواژه‌ها

ارزیابی وبگاه/ موزه‌ها/ میوزیم کوال

مطالعات آرشیوی

فصلنامه گنجینه اسناد: سال بیستم و دوم، دفتر سوم، (پائیز ۱۳۹۱)، ۷۴-۸۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۱/۲/۱۵ ■ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۱/۶/۱۲



ارزیابی وبگاه موزه‌های ایران با استفاده از میوزیم کوال

فاطمه زندیان^۱ | الهام السادات الوانکار^۲

مقدمه

موزه‌ها، همانند کتابخانه‌ها مخازن دانش و اطلاعات هستند. منابع اطلاعاتی در کتابخانه‌ها، اغلب کتاب، نشریه و مواد چاپی هستند؛ در حالی که، منابع اطلاعاتی در موزه‌ها، اشیاء هستند. اشیای موزه‌ای همانند مواد کتابخانه‌ای، از لحاظ آموزشی و پژوهشی، حاوی اطلاعات ارزشمندی هستند که دسترسی و استفاده از آنها اهمیت بسزایی دارد. ویکتوریا کراوچینا^۳، در پایان‌نامه خود با عنوان «نیازهای اطلاعاتی بازدیدکنندگان موزه‌های هنر: واقعی و مجازی»، آورده است موزه‌ها و کتابخانه‌ها مخازن بزرگ دانش انسان و فرهنگ بشر محسوب می‌شوند. آنها، مأموریت و اهداف مشابهی در توزیع دانش متراکم به جامعه دارند (۲۰۰۴، ص ۳). اهمیت موزه‌ها، از لحاظ فرهنگی، آموزشی و پژوهشی قابل توجه است. ترکیب و ادغام اطلاعات و سرگرمی در موزه‌ها امر مهمی است، زیرا موزه‌ها برای جلب مراجعه‌کننده با دیگر برنامه‌های تفریحی و رسانه‌های همگانی در رقابت هستند (مکدونالد^۴، ۱۹۹۶). بنابراین، محتوای مجموعه موزه‌ها باید قابل دسترس و استفاده برای همه مردم باشد.

بیان مسئله

کشور ایران، حاوی فرهنگ و تمدن غنی و باشکوهی است. وجود تعداد زیاد اشیای موزه‌ای و منابع فرهنگی و تاریخی در موزه‌ها دلیلی بر این مدعا است. هر کشوری برای حفظ و بقای این آثار تلاش می‌کند و به دنبال راهکارهایی برای نمایش آن به جهانیان است. امروزه، پیشرفت

۱. استادیار کتابداری و اطلاع‌رسانی

دانشگاه تربیت مدرس

zandian@modares.ac.ir

۲. کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی

دانشگاه تربیت مدرس (نویسنده مسئول)

ealvankar@yahoo.com

3. Kravchyna

4. MacDonald



فناوری و امکان ارتباطات گسترده و جهانی و قابلیت دسترسی از راه دور، این امر را میسر و آسان کرده است. وب و اینترنت مصداق بارز آن است که کشورهای گوناگون به آن پی برده‌اند و بیش از پیش از آن بهره می‌جویند تا فرهنگ، تمدن، و هنر خود را به جهانیان عرضه کنند. برای اینکه موزه با پیشرفت‌های دائمی فناوری اطلاعات در وب همگام شود، ایجاد یک مجموعهٔ رقمی بسیار ضروری به نظر می‌رسد (فانگ^۱ و هانگ^۲، ۲۰۰۸، ص ۱۷۳). موانع ارتباط سنتی بین مردم، مثل زمان و مکان در اینترنت کمتر وجود دارد. قابلیت ارتباط وسیع و امکان دسترسی به اطلاعات، و ارائه و دریافت آن در قالب چندرسانه‌ای، اینترنت را برای ایجاد یک محیط آموزشی و نمایشی به گزینهٔ کاملی بدل کرده است. پروژه‌های رقمی سازی هم به موزه‌ها و هم به کتابخانه‌ها امکان می‌دهد که به طیف گسترده‌تری از مخاطبان دست یابند و منابع خود را در اختیار کاربران و علاقه‌مندان قرار دهند. مطالعات رفتار اطلاع‌یابی کاربران، نظام‌های بازیابی، و ابر داده در علوم کتابخانه قدمت طولانی دارد؛ در حالی که، چنین مطالعات پژوهشی در فضای موزه در مرحلهٔ آزمایشی قرار دارد (کراوچینا، ۲۰۰۴).

در ایران، یک بررسی اجمالی در موزه‌ها، مسائل زیر را نشان می‌دهد:

- تعداد ۵۴۲ موزه شناسایی شده است (مجیب، ۱۳۸۹، ص ۶۴۷) که از این بین فقط تعداد ۲۷ موزه وبگاه مستقل دارند و از طریق اینترنت قابل جست‌وجو، دسترسی، و مشاهده هستند.
- مقایسهٔ وبگاه‌های فعلی موزه‌ها با وبگاه‌های موزه‌های دیگر کشورها، تفاوت‌های چشمگیری را نشان می‌دهد. از جمله اینکه وبگاه موزه‌های ایران صرفاً اطلاعات مختصری از موزه، ساعات بازدید و بخش‌های مختلف موزه شامل تالارها و نمایشگاه‌ها ارائه کرده‌اند.
- در برخی وبگاه‌های موزه‌های ایران، امکان جست‌وجو در بین اشیاء و اطلاعات مختصری از خود شیء و تصویر آن نیز وجود دارد. در حالی که، وبگاه موزه باید علاوه بر موارد فوق «قابلیت بازیابی و جست‌وجو و مرور صفحهٔ خانگی را داشته باشد، به گونه‌ای که اطلاعات رقمی شده مجموعه‌های موزه همراه با ارزش افزودهٔ آن بین افراد تقسیم و استفاده شود» (فانگ و هانگ، ۲۰۰۸، ص ۱۷۳).

- بسیاری از وبگاه‌های موزه‌های ایران تنها به زبان فارسی در دسترس هستند و محتوای آنها زبان‌های دیگر را پشتیبانی نمی‌کند.

- وبگاه‌های موزه‌ها، از نظر زبان، بیان و حتی ظاهر ارائه، برای کودکان و نوجوانان قابل فهم نیستند و جذابیت کافی ندارند.

مسائلی که پیش‌تر درباره وبگاه‌های موزه‌ها بیان شد، مشکلات زیر را به دنبال خواهد داشت:

- در عصری که رفتارهای اطلاعاتی مردم تغییر کرده است و اینترنت منبع و مرجع یافتن اخبار، اطلاعات، دانش و حتی وسیله‌ای برای یافتن مکان‌های مختلف اعم از هتل و رستوران،

و کتابخانه شده است، موزه‌هایی که از طریق اینترنت در دسترس نیستند یا به درستی معرفی و عرضه نمی‌شوند، شناخته نمی‌شوند و عملاً از نظر بسیاری از مراجعان بالقوه خود دور می‌مانند.

- مردم در جریان وقایع و رویدادهای موزه و فعالیت‌های هنری و فرهنگی آن قرار نمی‌گیرند و موزه بسیاری از مراجعه‌کنندگان بالقوه خود را از دست می‌دهد.

- وقتی وبگاه موزه به زبان‌های مختلف زنده دنیا یا حداقل به زبان انگلیسی در دسترس نباشد، تمدن و پیشینه ایران از دید دیگران پوشیده می‌ماند و دیگران با فرهنگ، هنر و تمدن ایرانی آشنا نمی‌شوند. به این ترتیب، گردشگران نیز موزه‌ها را در فهرست بازدید خود قرار نمی‌دهند.

- خود موزه در نتیجه عدم برقراری ارتباط با بیرون رشد نمی‌کند، زیرا بسیاری از آثار هنری و اشیای موزه‌ای با اظهار نظرهای بازدیدکنندگان و در نتیجه تعامل بین اعضا و مراجعه‌کنندگان موزه، معنا و مفهوم می‌یابند و در صورت قطع شدن ارتباط با دنیای بیرون، موزه از رشد و پویایی باز می‌ماند.

اهداف پژوهش

هدف کلی این پژوهش، ارزیابی وبگاه موزه‌های ایران با استفاده از میوزیم کوال، شناسایی نقاط ضعف و قوت آنها، و ارائه راهکار جهت ارتقای کیفیت آنهاست.

سؤال‌های پژوهش

۱. کیفیت وبگاه موزه‌های ایران در هر یک از معیارهای شش‌گانه میوزیم کوال در چه سطحی است؟
۲. بر اساس یافته‌های تحقیق و نظر متخصصان چه راهکارهایی برای ارتقای کیفیت وبگاه موزه‌های ایرانی پیشنهاد می‌شود؟
۳. آیا بین برترین وبگاه موزه ایران و برترین وبگاه موزه ارائه شده توسط فوتاکیس و اکونومیدز تفاوتی وجود دارد؟

فرضیه‌های پژوهش

۱. بین وبگاه موزه‌های ایران، براساس کیفیت محتوا، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
۲. بین وبگاه موزه‌های ایران، براساس کیفیت ارائه، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
۳. بین وبگاه موزه‌های ایران، براساس کیفیت قابلیت استفاده، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.
۴. بین وبگاه موزه‌های ایران، براساس کیفیت تعامل با کاربر و بازخورد، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد.

۵. بین وبگاه موزه‌های ایران، براساس کیفیت خدمات الکترونیکی، تفاوت معنی داری وجود ندارد.

۶. بین وبگاه موزه‌های ایران، براساس کیفیت فنی، تفاوت معنی داری وجود ندارد.

پیشینه پژوهش

نویدی (۱۳۸۶)، پایان‌نامه خود را با عنوان «ارزیابی دسترسی پذیری وبگاه وزارتخانه‌های دولت جمهوری اسلامی ایران» انجام داده است. هدف این پژوهش، کشف میزان دسترسی پذیری وبگاه وزارتخانه‌های دولت جمهوری اسلامی ایران بر اساس شاخص‌های استخراجی از کنسرسیوم وب جهان گستر و تجارب کاربران و شناخت موانع دسترسی پذیری وبگاه وزارتخانه‌های ایران و ارائه راهکارهایی برای افزایش دسترسی پذیری و قابلیت استفاده از این وبگاه‌هاست. این پژوهش، به روش ارزیابانه و با استفاده از ۱۲ شاخص استخراج شده از خط‌مشی دسترسی پذیری محتوای وب که توسط کنسرسیوم وب جهان گستر ارائه شده است، انجام شد و ارزیابی تجارب کاربران نیز از طریق روش پیمایش براساس گروه‌های کانونی و پاسخ به سؤال پرسشنامه صورت گرفت. فوتاکیس و اکونومیلز (۲۰۰۸)، در مقاله‌ای با عنوان «موزه‌های هنر، علم و فناوری و تاریخ در وب» یک چارچوب ارزیابی کیفی به نام «میوزیم کوال» ارائه داده‌اند که شامل معیارهایی است که در ۶ دسته محتوا، نمایش، قابلیت استفاده، تعامل و بازخورد، خدمات الکترونیکی، و فنی طبقه‌بندی شده است. به علاوه، پژوهشگران، از میوزیم کوال برای ارزیابی تعداد ۲۱۰ وبگاه موزه در سراسر جهان (۷۰ موزه هنر، ۷۰ موزه علم و فناوری و ۷۰ موزه تاریخ) استفاده کرده‌اند. نتایج ارزیابی نشان داده است وبگاه موزه‌های هر سه دسته در سطح مطلوب ولی نه آرمانی هستند. موزه‌های علوم در صدر هستند؛ بعد با اندکی تفاوت موزه‌های هنر و سپس موزه‌های تاریخ قرار می‌گیرند. تقریباً همه سایت‌ها با توجه به ویژگی‌های فنی ایجاد شده‌اند. ولی بسیاری از سایت‌ها در زمینه بازخورد و تعامل کمبودهایی دارند. در پایان پیشنهادهایی برای ارتقای آنها ارائه شده است.

سیمون گولدرگ (۲۰۰۵)، پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود را در رشته هنر با عنوان «طراحی و ارزیابی وبگاه‌های موزه‌ها برای بزرگسالان: یک رویکرد رشدی» تدوین کرده است. این پایان‌نامه، استفاده بزرگسالان از یک وبگاه آموزشی به نام رد استادیو که توسط موزه هنرهای جدید ایجاد شده است را بررسی می‌کند. هدف این پژوهش آوردن یک دورنمای رشدی است که مربوط به طراحی و ارزیابی وبگاه‌های آموزشی باشد. از آنجاکه تولیدکنندگان، وبگاه‌ها را برای مخاطبان خاص مثل کودکان و بزرگسالان ایجاد می‌کنند، مهم است که نیازهای رشدی مخاطبان خود را بشناسند. مطالعه حاضر، استفاده بزرگسالان از وبگاه رداستادیو را بررسی کرده است و نتایج آن در این باره است که چگونه جنبه‌های رشدی

بزرگسالان بر پاسخ کاربر تأثیر می‌گذارد.

جنکینز^۱ (۲۰۰۱)، رساله دکتری خود را با عنوان «ارزیابی یک وبگاه برای مجموعه و باغ‌های بایو بند، موزه هنرهای زیبای هاستن» تدوین کرده است. او در این ارزیابی، نقش آموزشی موزه از طریق وب را بررسی کرده است. تأکید او در استفاده از اینترنت برای آموزش در موزه‌هاست. هدف او این است که به سازندگان وبگاه کمک کند تا وبگاه خود را ارتقا دهند و برای ایجاد سایت‌های آینده، نقش راهنما و الگو را داشته باشند.

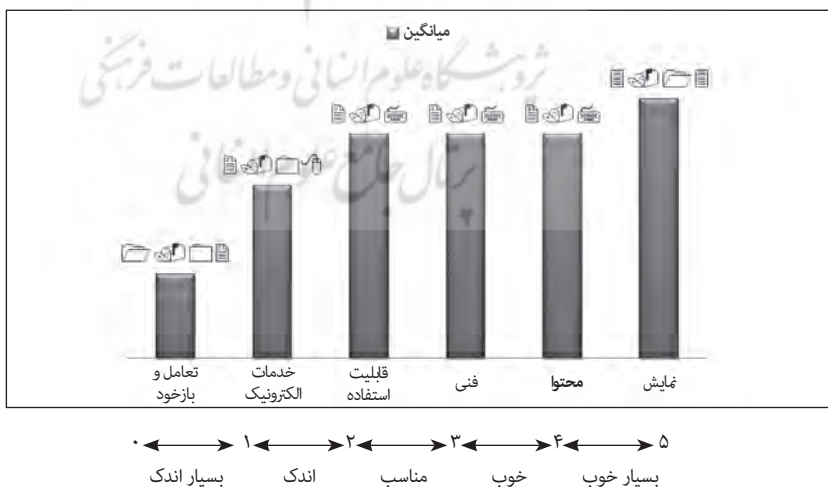
در کنفرانس موزه‌ها و وب در سال ۲۰۰۲، گزارش بولونیا، با عنوان «ارزیابی ویژگی‌های وبگاه موزه» ارائه شد. «ماژول مایل» روشی نوآورانه برای ارزیابی کیفیت و قابلیت استفاده برنامه‌های کاربردی ابرسازمانه‌ای است. این مقاله، بر برخی ویژگی‌های خاص ماژول مایل، که مرتبط با برنامه‌های کاربردی میراث فرهنگی است، تمرکز می‌کند. ترکیب نتایج پژوهش، به وسیله یک گروه ۷ نفره متشکل از کارشناسان موزه بلونیا (ایتالیا) انجام گرفته است. یک داور جهت بررسی، یک سیاهه و ارسای را تکمیل کرده است که شامل چهارمیزه‌های مختلف قابلیت استفاده/کیفیت (جامعیت، غنی بودن، و مانند آن) و به هر کدام نمره‌ای اختصاص داده است. بعد از اینکه نمره دادن پایان یافت، مجموعه نمره‌ها از طریق وزن دادن، تحلیل شده است تا میزان ربط هر ویژگی با توجه به هدف خاص معلوم شود.

یافته‌های پژوهش

به منظور یافتن پاسخ پرسش‌های اساسی میانگین نمره کل وبگاه‌ها در هر معیار اندازه‌گیری و در نمودار ۱ ترسیم شده است.

نمودار ۱

وضعیت کلی وبگاه موزه‌های ایران در
معیارهای شش‌گانه



1. Ann G Jenkins

2. Evaluation of a Website for the
Bayou Bend Collection and Gardens,
Museum of Fin Arts, Houston

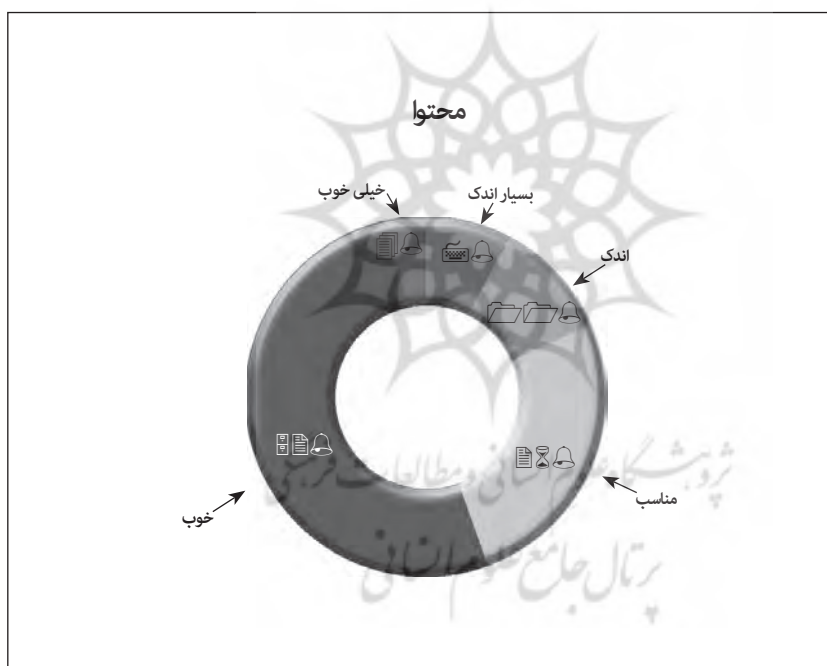
همانطور که نمودار ۱ نشان می‌دهد ویژگی‌های معیار نمایش بیش از بقیه معیارها در وبگاه موزه‌های ایران رعایت شده است و وبگاه موزه‌های ایران در بعد محتوا، قابلیت استفاده و فنی در یک ردیف قرار گرفته‌اند. کمترین معیاری که رعایت شده است، معیار تعامل و بازخورد است.

نمرات ارزیابی

به منظور ارزیابی دقیق وبگاه موزه‌های ایران، در هر یک از ابعاد ذکر شده در میوزیم کوال، نمرات ارزیابی هر معیار و زیر معیارهای آن به طور جداگانه بررسی شده است.

محتوا

همانطور که نمودار ۲ نشان می‌دهد، بیشترین تعداد وبگاه موزه‌های ایران از نظر محتوا در سطح خوب هستند و نمره بین ۳ تا ۴ کسب کرده‌اند.



نمودار ۲

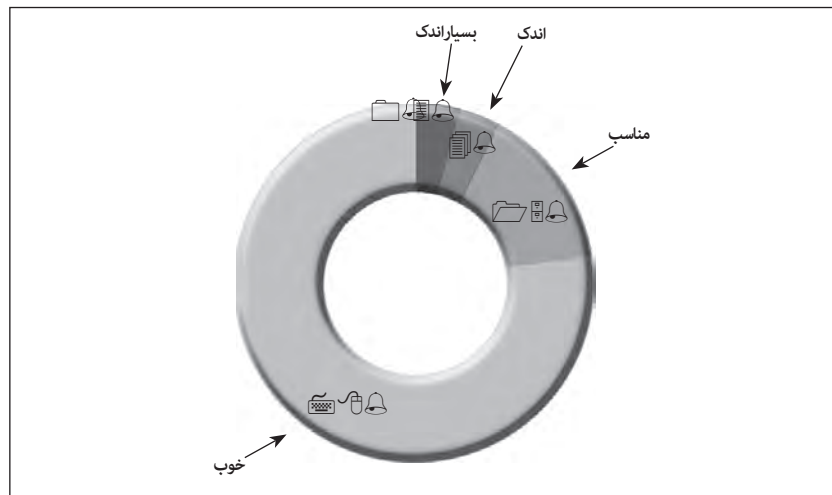
میزان رعایت معیار محتوا

نمایش

دومین معیار تأثیرگذار در ارزیابی وبگاه موزه‌ها نمایش است. همانطور که نمودار ۳ نشان می‌دهد ۷۸ درصد وبگاه موزه‌های ایران در بعد نمایش در سطح خوب هستند و نمره بین ۳ تا ۴ کسب کرده‌اند، اما هیچ‌کدام از آنها در سطح خیلی خوب قرار نگرفته‌اند.

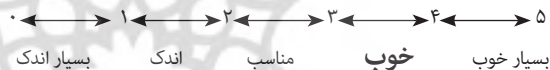
نمودار ۳

میزان رعایت معیار نمایش



با توجه به میانگین نمره کل وبگاه‌ها در بعد نمایش (۳/۱۴)، می‌توان گفت به‌طور کلی نمایش وبگاه‌های ایران در وضعیت خوب است.

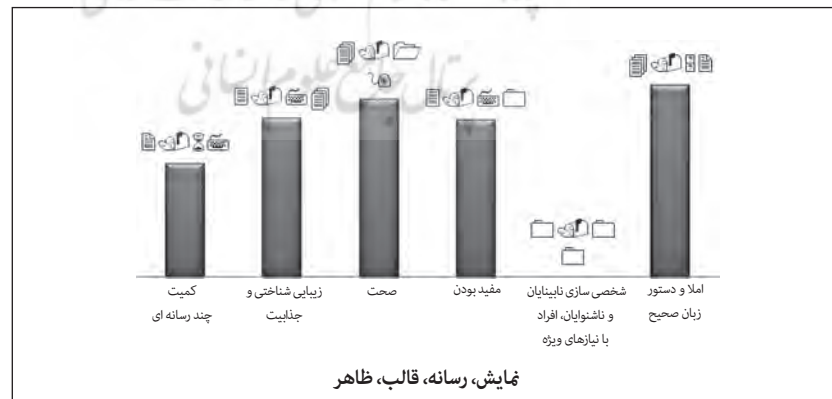
سطح کیفیت نمایش



در معیار نمایش، ویژگی‌های کمی و کیفیت چند رسانه‌ای، امکانات شخصی‌سازی برای افراد با نیازهای ویژه، املا و دستور زبان صحیح، ارزیابی شده‌اند. همانطور که نمودار ۴ نشان می‌دهد بیشترین معیار، املا و دستور زبان صحیح با نمره ۴/۴۲ و کمترین معیار، شخصی‌سازی با نمره ۰ است. ویژگی‌های زیبایی‌شناختی، جذابیت، و مفید بودن اطلاعات ارائه شده به‌طور کلی در وضعیت خوب (نمره بین ۳ تا ۴) قرار دارد. صحت اطلاعات ارائه شده بسیار خوب (۴/۱۹) و کمیت چند رسانه‌ای‌ها مناسب (۲/۲۷) است.

نمودار ۴

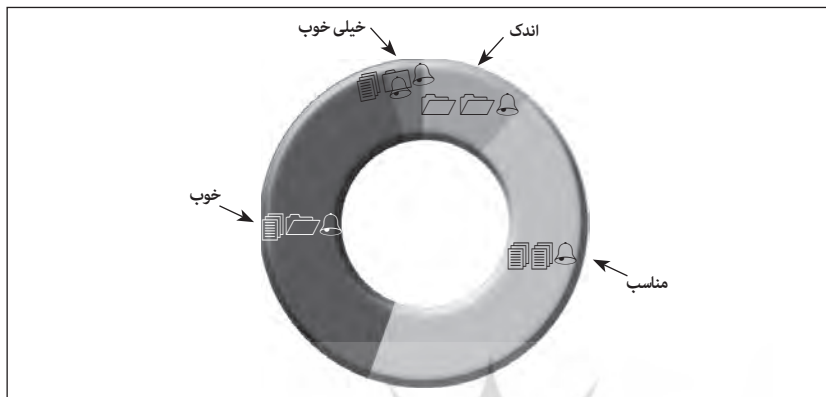
وضعیت وبگاه‌ها در زیرمعیارهای نمایش



نمایش، رسانه، قالب، ظاهر

قابلیت استفاده

همانطور که نمودار ۵ نشان می‌دهد ۴۴ درصد وبگاه موزه‌های ایران در بعد قابلیت استفاده نمره ۲ تا ۳ کسب کرده‌اند و در سطح کیفیت مناسب قرار دارند. قابلیت استفاده یک وبگاه در سطح خیلی خوب قرار دارد و هیچ کدام از وبگاه‌ها در این بعد در سطح بسیار اندک نیستند.



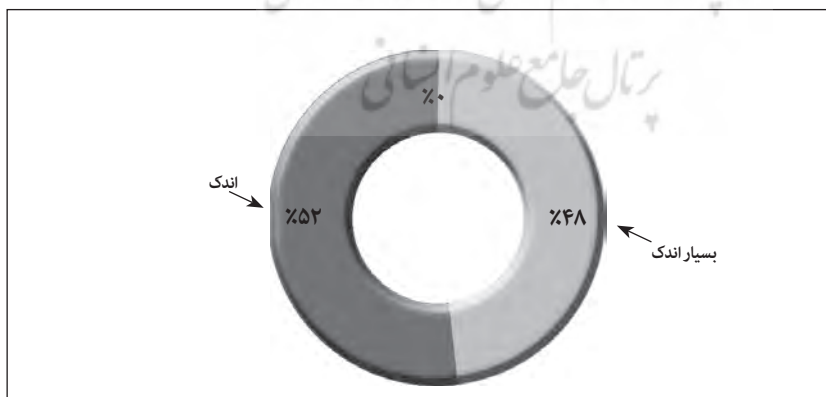
سطح کیفیت قابل استفاده



در بعد قابلیت استفاده زیر معیارهای رابط کاربری، ساختار و سازماندهی سایت، راهبری، جهت‌نمایی و جست‌وجو ارزیابی می‌شوند.

تعامل و بازخورد

همانطور که نمودار ۶ نشان می‌دهد همه وبسایت موزه‌های ایران از نظر تعامل و بازخورد در سطح بسیار اندک و اندک قرار دارند و نمره ۰ بین ۰ تا ۲ کسب کرده‌اند.



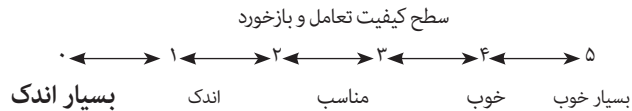
نمودار ۵

وضعیت کلی وبگاه موزه‌های ایران
در بعد قابلیت استفاده

نمودار ۶

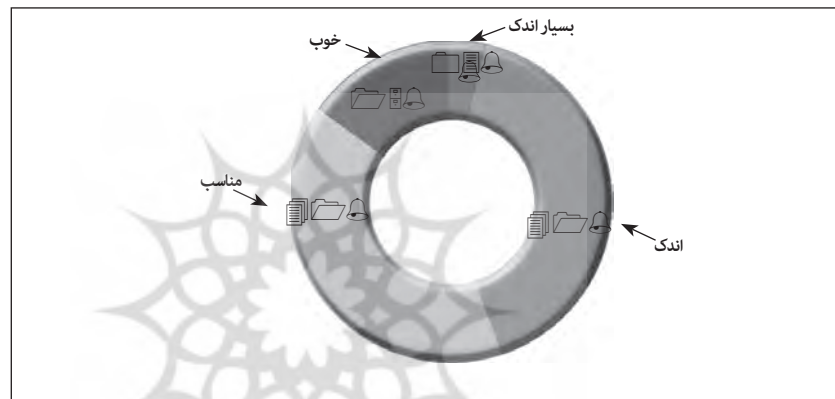
وضعیت وبگاه موزه‌های ایران
در بعد تعامل و بازخورد

میانگین کل نمره‌ها (۰/۹۴) نشان می‌دهد وبگاه موزه‌های ایران در دو بعد تعامل و بازخورد در سطح بسیار اندک قرار دارند. حداکثر امکانات مربوط به این بعد در اغلب وبگاه موزه‌های ایران یک یا چند شماره تماس و آدرس پیام‌نگار موزه است.



خدمات الکترونیک

همانطور که نمودار ۷ نشان می‌دهد بیشترین وبگاه موزه‌های ایران در بعد خدمات الکترونیکی در سطح اندک و مناسب قرار گرفته‌اند.

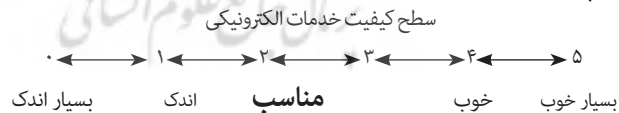


نمودار ۷

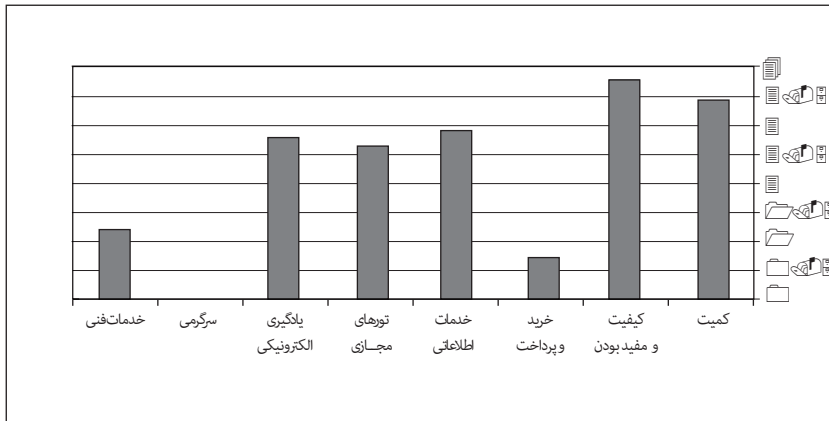
میزان رعایت معیار خدمات الکترونیکی

خدمات الکترونیکی در وبگاه موزه‌ها، با هشت معیار کمیت، کیفیت و مفید بودن، خرید و پرداخت الکترونیک، خدمات اطلاعاتی، تورهای مجازی، یادگیری الکترونیکی، و سرگرمی مشخص می‌شود.

بر اساس عددمیانگین (۲/۰۸)، وضعیت کلی وبگاه موزه‌های ایران در بعد خدمات الکترونیکی در سطح مناسب است.



به‌منظور بررسی دقیق معیار خدمات الکترونیکی، نتایج ارزیابی وضعیت وبگاه‌ها در هریک از این زیرمعیارها به‌صورت جداگانه ارائه شده است. همانطور که نمودار ۸ نشان می‌دهد در بین زیرمعیارهای خدمات الکترونیکی، بیشترین معیاری که رعایت شده، «کیفیت و مفید بودن» با میانگین نمره ۳,۷۸ و کمترین معیار، «سرگرمی» با نمره ۰ است.

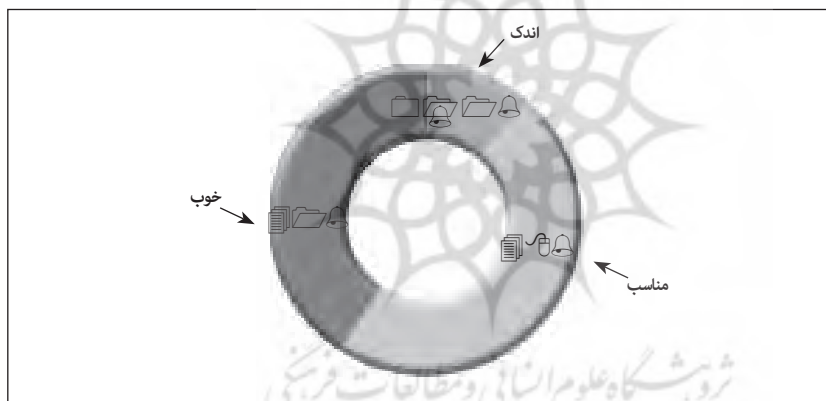


مُودار ۸

وضعیت وبگاه‌ها در زیر معیارهای خدمات الکترونیکی

خدمات فنی

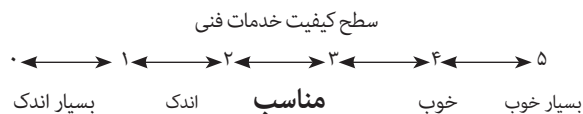
همانطور که نمودار ۹ نشان می‌دهد بیشترین وبگاه موزه‌های ایران در معیار خدمات فنی نمره‌های بین ۲ تا ۳ و ۳ تا ۴ کسب کرده‌اند و این نشان می‌دهد بیشتر آنها در بعد خدمات فنی در سطح مناسب و خوب هستند.



مُودار ۹

میزان رعایت معیار خدمات فنی

برای اندازه‌گیری میزان رعایت معیار خدمات فنی یک وبگاه، ویژگی‌های دسترس‌پذیری، عملکرد، سازگاری، و امنیت و حریم خصوصی وبگاه‌ها اندازه‌گیری شده است. میانگین این چهار ویژگی، در کل وبگاه‌های موزه‌های ایران (۲/۶۹) نشان می‌دهد، وبگاه موزه‌های ایران در بعد خدمات فنی در سطح مناسب قرار دارند.



به منظور پاسخ به سؤال دوم پژوهش، برترین وبگاه‌های ایرانی و غیر ایرانی و نمره‌های هریک مشخص شدند. برای نشان دادن معنی داری تفاوت بین نمره‌های وبگاه موزه‌های ایران و برترین وبسایت‌های حاصل از پژوهش فوتاکیس و اکونومیدز از آزمون «تی تک نمونه‌ای» استفاده شده است. نتایج نشان داد بین برترین وبسایت‌های موزه‌های ایران و برترین وبگاه حاصل از پژوهش فوتاکیس و اکونومیدز در بعد محتوا، نمایش، تعامل و بازخورد تفاوت معنی داری وجود دارد، ولی در بعد قابلیت استفاده، خدمات الکترونیکی و فنی تفاوت معنی داری وجود ندارد.

در پاسخ به پرسش سوم پژوهش، راهکارهای ارتقای کیفیت وبگاه موزه‌های ایرانی از نظر متخصصان را به طور خلاصه می‌توان چنین ارائه کرد: تهیه و ابلاغ برنامه‌های مدون برای وبگاه موزه‌ها از سوی سازمان‌های مادر مثل سازمان میراث فرهنگی، شهرداری، و مانند آن به موزه‌ها؛ راه‌اندازی نمایشگاه‌های دوره‌ای از اشیایی که امکان نمایش فیزیکی آنها وجود ندارد؛ تخصیص بودجه کافی به وبگاه موزه و نمایشگاه‌های مجازی و استخدام یک نیروی متخصص برای روزآمدسازی وبگاه؛ تجهیز محتوای وبگاه موزه به قابلیت‌های بارگذاری و چاپ؛ فراهم ساختن امکان رزرو تورهای گروهی به ویژه برای مدارس و همچنین، امکان خرید بلیت الکترونیکی؛ تجهیز وبگاه موزه به برنامه‌های چندرسانه‌ای که بازدید مجازی را به بازدید واقعی نزدیک‌تر و شبیه‌تر سازد؛ و در نهایت امکان پرسش و پاسخ در وبگاه موزه از ویژگی‌های مهمی است که با استخدام یک نیروی متخصص و تخصیص بودجه کافی امکان پذیر است.

بحث و نتیجه‌گیری

• به طور کلی معیار محتوا، مهم‌ترین معیار در ارزیابی وبگاه‌ها به شمار می‌رود. در پایان‌نامه جنکینز (۲۰۰۱) نیز، محتوا بیشترین درجه اهمیت را در ارزیابی از نظر کاربران کسب کرده است. در وبگاه موزه‌های ایران، میزان رعایت مؤلفه‌های محتوا در ۷ درصد سایت‌ها بسیار اندک، در ۱۱ درصد اندک، در ۲۶ درصد مناسب، در ۵۲ درصد خوب و در ۴ درصد سایت‌ها بسیار خوب ارزیابی شده است. همان‌طور که یافته‌های نمودار ۲ نشان می‌دهد بیش از نیمی از وبگاه موزه‌های ایران از نظر محتوا در سطح خوب (نمره بین ۳ تا ۴) قرار گرفته‌اند. اغلب آنها محتوای جامعی دارند و تقریباً در همه آنها اطلاعات کلی موزه شامل موقعیت مکانی و زمان بازدید و اطلاعاتی درباره اشیای موزه مشاهده می‌شود.

• از نمره میانگین (۳/۱۴) می‌توان نتیجه گرفت که به طور کلی، وبگاه موزه‌های ایران در بعد نمایش در وضعیت خوب هستند. در اغلب وبگاه‌ها، اندازه و نوع فونت به کاررفته مناسب

است و در طراحی به اندازه صفحه و حاشیه بندی توجه شده است. اما برخی وبگاه‌ها، در نحوه نمایش عکس و تصویر و در کمیت و کیفیت چندرسانه‌ای‌ها نقص دارند و همچنین، برخی نوار ابزارها و آیکون‌ها از زیبایی و جذابیت کافی برخوردار نیستند.

• امکان جست‌وجو از زیر معیارهای مهم قابلیت استفاده است و در اغلب وبگاه موزه‌های ایران فراهم نیست. به منظور افزایش سطح کیفیت وبگاه موزه‌ها در بعد قابلیت استفاده، ضروری است خطاهای صفحه، صفحه‌های در دست ساخت، و پیوندهای کور و شکسته - که در اغلب وبگاه موزه‌ها مشاهده می‌شود - اصلاح شود. همچنین، برای بازیابی مجموعه موزه‌ها، موتور جست‌وجوی پیشرفته یا یک بانک اطلاعاتی از اشیای موزه‌ای یا یک اپک در وبگاه موزه طراحی شود.

• سطح کیفیت تعامل و بازخورد در وبگاه موزه‌های ایران بسیار اندک است. تعامل و بازخورد در وبگاه موزه‌ها شامل «ارتباط همزمان»، «غیرهمزمان»، «گروه‌های الکترونیک» و «برنامه‌های کاربردی چندرسانه‌ای» است. ارتباط همزمان از طریق تلفن، چت، و ویدئو کنفرانس فراهم می‌شود که در وبگاه موزه‌های ایران، فقط در برخی موارد شماره تلفن موزه مشاهده می‌شود. ارتباط غیرهمزمان نیز شامل پیام‌نگار، پیامک، هشدار، خبرنامه، پرسش‌های متداول و پیشنهادها می‌شود که از بین آنها، در وبگاه موزه‌های ایران فقط پیام‌نگار، خبرنامه، و پرسش‌های متداول مشاهده می‌شود. به منظور افزایش سطح کیفیت در بعد تعامل با کاربر و بازخورد ضروری است در وبگاه موزه‌های ایران، امکان ارسال اخبار از طریق پیام‌نگار و پیام کوتاه ایجاد شود. همچنین، می‌توان با ایجاد گروه‌های الکترونیک امکان ثبت نظرات و افکار را برای اعضا و مدیران و با پشتیبانی از برنامه‌های کاربردی تعاملی چندرسانه‌ای که مطابق با قوانین داخلی کشور باشند، امکان افزایش میزان ارتباط اعضا و دست‌اندرکاران موزه با یکدیگر و با مسئولان موزه‌ها را فراهم کرد.

• یکی از خدمات الکترونیکی که ضروری است در وبگاه موزه‌ها فراهم شود، امکان گردش مجازی است. بنا بر یافته‌های پایان‌نامه جنکینز (۲۰۰۱)، کاربران بسیار موافق هستند که گردش مجازی «به جذابیت سایت می‌افزاید»، «آمادگی خوبی برای بازدید واقعی ایجاد می‌کند» و «بازدیدکنندگان را به فضای واقعی جذب می‌کند».

• یکی از زیر معیارهای خدمات الکترونیکی، خدمات فنی است که امکان چاپ و بارگذاری را شامل می‌شود. براساس نمودار ۹، هیچ‌کدام از وبگاه‌ها در این زمینه در سطح خوب و خیلی خوب قرار نگرفته‌اند؛ در حالی که، براساس یافته‌های مصاحبه این امکان از ویژگی‌های ضروری وبگاه موزه و از نیازهای اساسی بازدیدکنندگان مجازی محسوب می‌شود و ضروری است وبگاه موزه‌ها در افزایش کیفیت آن بیشتر تلاش کنند.

• «سرگرمی» یکی دیگر از زیرمعیارهای خدمات الکترونیکی و از ویژگی‌های مهم وبگاه موزه است که از وظایف موزه ناشی می‌شود؛ در حالی که، در هیچ‌یک از وبگاه‌های موزه‌های ایران به موضوع سرگرمی بازدیدکنندگان توجهی نشده است.

• همان‌طور که یافته‌های پژوهش در آزمون فرضیه‌ها نشان داده است، همه فرضیه‌های پژوهش تأیید شده‌اند و علی‌رغم همه ویژگی‌ها و تفاوت‌های بهترین و ضعیف‌ترین وبگاه موزه‌ها در معیارهای گوناگون، بین وبگاه موزه‌های ایران در هیچ‌یک از معیارهای «محتوا»، «نمایش»، «قابلیت استفاده»، «تعامل و بازخورد»، «خدمات الکترونیکی» و «خدمات فنی» تفاوت معنی‌داری وجود ندارد. با مشاهده صفحات وب موزه‌های ایران پیشاپیش این گمان می‌رفت که از نظر کمی و کیفی بین آنها تفاوت چندانی وجود ندارد. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت، به دلیل اینکه عملکرد همه وبگاه موزه‌های ایران تقریباً به هم شبیه است، احتمالاً می‌توان مطابق پیشنهاد یکی از متخصصان، با تدوین یک سند راهبردی برای همه وبگاه موزه‌ها، تغییرات اساسی در آنها ایجاد کرد.

منابع

- نویسی، فاطمه (۱۳۸۶). *ارزیابی دسترس پذیری وب سایت وزارتخانه‌های دولت جمهوری اسلامی ایران*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تربیت مدرس، دانشکده علوم انسانی، تهران.
- مجیب، ژاله (۱۳۸۹). *شناسه‌های موزه‌های ایران*. تهران: موزه علوم و فناوری جمهوری اسلامی ایران.
- Fotakis, T., & Economides, A. A. (2008). Art, science/technology and history museums on the web. *International Journal of Digital Culture and Electronic Tourism*, 1(1), 37-63.
- Jenkins, Ann G. (2001). *Evaluation of a web Site for the Bayou Bend Collection and Gardens, Museum of Fine Arts, Houston*. Unpublished Doctor of Education Dissertation, University of Houston.
- Kravchyna, V. (2004). *Information needs of art museum visitors: Real and virtual*. Unpublished doctoral dissertation, University of North Texas.
- Fan, C. W., Huang, J. F., & Fang, R. J. (2008). Development of a learning system for a museum collection of print-related artifacts. *Electronic Library*, 26(2), 172.

