

تحلیل پیوندهای وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری

اسلامی ایران با استفاده از روش وب‌سنجی

عاطفه زارعی^۱، سکینه علی‌کیا^۲

^۱دکترای علم اطلاعات و دانش‌شناسی و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان
atefehzare@gmail.com

^۲دانشجوی کارشناسی ارشد رشته علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد همدان
S1.alikia@gmail.com

چکیده

هدف: هدف این پژوهش، تحلیل پیوندهای وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران است که با استفاده از روش تحلیل پیوندها که یکی از روش‌های وب‌سنجی است انجام شد و تعداد ۵۸ وبسایت شبکه‌ی تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران را مورد تحلیل قرار داد. در این پژوهش، تعداد پیوندهای دریافتی، رتبه‌ی هر وبسایت در ahrefs.com و تعداد دامنه‌های پیونددهنده به هر وبسایت از موتور ahrefs.com استخراج و تعداد صفحات هر وبسایت از طریق موتور جستجوی گوگل محاسبه شد. سپس این وبسایت‌ها بر اساس میزان رؤیت، حجم صفحات، تعداد دامنه‌های پیونددهنده، رتبه‌ی آن‌ها در ahrefs.com و ضریب تأثیرگذار رتبه‌بندی شدند. بر اساس نتایج، وبسایت‌های شبکه‌های خبر، پرس-تی‌وی و چهار در رتبه‌های اول تا سوم میزان رؤیت بودند. همچنین وبسایت‌های شبکه‌ی ۱، شبکه‌ی مستند و شبکه‌ی پرس-تی‌وی به ترتیب دارای بالاترین ضریب تأثیرگذاری بودند. از نظر حجم صفحات، به ترتیب، وبسایت‌های شبکه‌ی خراسان، شبکه‌ی العالم و شبکه‌ی پرس-تی‌وی، دارای رتبه‌های برتر بودند. همچنین، وبسایت‌های شبکه‌ی پرس-تی‌وی، شبکه‌ی العالم و شبکه‌ی خبر، به ترتیب دارای بیشترین دامنه‌های پیونددهنده بودند. در رتبه‌بندی بر اساس رتبه‌ی هر وبسایت در موتور جستجوی ahrefs.com نیز وبسایت شبکه‌ی پرس-تی‌وی در رده‌ی نخست، وبسایت شبکه‌ی العالم در رتبه‌ی دوم و وبسایت شبکه‌ی خبر، در رتبه‌ی سوم قرار داشتند. به طور کلی نتایج نشان داد وبسایت‌های شبکه‌های خبری، میزان رؤیت بالاتری دارند و شبکه‌هایی که دارای سابقه‌ی بسیار کوتاهی هستند، وبسایت‌های آن‌ها نیز کمتر دیده می‌شوند. همچنین نتایج نشان داد وبسایت‌های شبکه‌های برون‌مرزی که از زبان‌های مختلف در وبسایت‌های خود استفاده می‌کنند می‌توانند کاربران بیشتری جذب کنند.

کلمات کلیدی

تحلیل پیوند، دامنه‌ی پیونددهنده، رؤیت‌پذیری، ضریب تأثیرگذار، موتور جستجوی بهینه‌ساز، وب‌سنجی، وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

۱- مقدمه

یازده کاربرد وب‌سنجی را بررسی کرده و نتایج هر کاربردی را به صورت مجزا ارائه کرده اند. بررسی‌ها نشان داده که متخصصان وب‌سنجی قادرند تا این محیط پیچیده را مطالعه و بررسی کنند. وب‌سنجی به ارزیابی عملکردها و ارتباطات علمی پژوهشگران و دیگر افراد، با به کارگیری روش‌های وب‌سنجی و فرمول‌های مربوطه و آموزش‌های ویژه کمک می‌کند. همچنین وب‌سنجی شباهت‌هایی با کتاب‌سنجی و علم‌سنجی دارد، اما سنجش محض این مطالعات نیست بلکه تفاوت‌های عمده‌ای با آنها دارد. پژوهش‌های وب‌سنجی به علت ماهیت پویای وب و عملکرد موتورهای کاوش، که ابزار اساسی برای جمع‌آوری داده‌های مطالعات وب‌سنجی هستند، همچنین وب‌نامرئی، ناپایداری منابع وبی و غیره، با علم‌سنجی و کتاب‌سنجی متفاوت است. پژوهش‌های وب‌سنجی با مشکلات بیشتری نسبت به پژوهش‌های کتاب‌سنجی و علم‌سنجی روبرو هستند [۲].

رقیه تفرجی و دیگران (۲۰۱۴) در مقاله‌ای با عنوان تجزیه و تحلیل وب‌سنجی دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران از نظر قابل رؤیت‌بودن، اندازه و فایل‌های غنی، با هدف ارائه یافته‌های تجزیه و تحلیل وب‌سنجی از وب‌سایت‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی ایران، که در سپتامبر ۲۰۱۲ با استفاده از موتورهای جستجوی مجستیک سی، گوگل، یاهو و بینگ^۱ انجام داده اند. آنها تعداد صفحات وب، پیوندهای دریافتی خارجی، فایل‌های غنی و رتبه کل وب‌سایت ۴۲ دانشگاه را محاسبه کرده اند. نتایج نشان داده است که دانشگاه علوم پزشکی تهران با ۲۲۰۴۵۳ صفحه وب، ۸۸۷۵۴۵ پیوند دریافتی خارجی و ۱۴۴۹۵ فایل غنی، اولین رتبه و دانشگاه علوم پزشکی جیرفت دارای پایین‌ترین رتبه است. همچنین این پژوهش نشان داده است که بین رتبه وب‌سنجی و رتبه دانشگاه در وزارت بهداشت رابطه وجود دارد [۳].

تلوال^۲ (۲۰۱۰) در پژوهشی با عنوان «وب‌سنجی: ضروری است یا محکوم به فنا» با استفاده از تحلیل استنادی و بررسی روش‌های وب‌سنجی ارزیابی می‌کند که وب‌سنجی تا چه حدی در رشته‌های خارج از رشته والد خود نفوذ پیدا کرده است. نتایج نشان می‌دهد که وب‌سنجی به سمت قراردادهای مالی بیرون از رشته پیش می‌رود. علاوه بر این، مقدار قابل توجهی از استنادهای پژوهش وب‌سنجی در خارج از علم اطلاعات از جمله، ریاضیات، علوم ارتباطات و بهداشت وجود دارد. و پتانسیل کاری گسترده‌تر برای روش‌های وب‌سنجی وجود دارد. در حالی که وب‌سنجی در حال حاضر مفید می‌باشد ولی همچنان می‌تواند پیشرفت کند [۷].

تام و مایر^۳ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "مقایسه وب‌سنجی با رتبه‌بندی‌های مستقل وب: یک مطالعه موردی با دانشگاه‌های آلمان" بررسی کرده‌اند که آیا شاخص‌های مبتنی بر وب (وب‌سنجی) می‌توانند برای رتبه‌بندی وب‌سایت‌های دانشگاهی مورد استفاده قرار گیرند؟ بنابراین، ساختار پیوندهای درونی وب‌سایت‌های دانشگاهی آلمان را تجزیه و تحلیل کردند. سپس رتبه‌بندی مبتنی بر ابرپیوند ساده خود را با رتبه‌بندی‌های رسمی و مستقل از وب‌دانشگاه‌ها مقایسه کردند. آن‌ها دریافتند که اثرات پیوند نمی‌تواند به راحتی به عنوان یک عامل معتبر برای دانشگاه‌ها شناخته شود [۸].

گروسلیج^۴ (۲۰۱۴) پژوهشی تحت عنوان "تجزیه و تحلیل وب‌سنجی از اطلاعات آنلاین بهداشتی: حمایت، نوع بسترهای نرم‌افزاری و ساختار پیوند" با هدف ترسیم چشم‌انداز اطلاعاتی برای کاربران، هنگامی که در موتورهای جستجو در مورد موضوعات بهداشتی، شروع به جستجو می‌کنند، انجام داده است. در این پژوهش، پشتیبان سایت، نوع بستر نرم‌افزاری^۵ و الگوهای

در عصر حاضر، با توجه به گسترش روزافزون خدمات اینترنتی، تمام سازمان‌ها، شرکت‌ها و افراد برای اطلاع‌رسانی و پیشبرد اهداف خود از این خدمات استفاده می‌کنند. آن‌ها برای ارتباط با مشتریان خود از وب‌سایت‌ها بهره می‌برند چرا که دیگر فاصله‌های زمانی و مکانی با این خدمات معنایی ندارد و مشتریان آن‌ها نیز به راحتی و با صرف کمترین هزینه، از مسائل و مطالب مختلف باخبر می‌شوند و نیازهای اطلاعاتی خود را برطرف می‌کنند.

از طرفی، رسانه‌ها تأثیر زیادی بر روی فرهنگ مردم می‌گذارند؛ به ویژه تلویزیون که به راحتی و به صورت گسترده در دسترس تمام افراد قرار دارد. به همین دلیل تمام قدرت‌ها سعی می‌کنند نهایت استفاده را از این رسانه صوتی و تصویری ببرند. در این میان سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌تواند به عنوان بزرگ‌ترین و مؤثرترین رسانه با هدف فرهنگ‌سازی بر اساس موازین اسلامی و انسانی، با اطلاع‌رسانی بهتر و انتخاب بهترین ابزارها و شیوه‌ها از جمله حضور قدرتمند در فضای مجازی، در این رقابت بزرگ برای جلب مخاطب شرکت نماید تا بینندگان بیشتری را به سمت برنامه‌های خود هدایت کند و تا حدودی مانع تأثیر فرهنگ‌های بیگانه بر روی افراد جامعه باشد.

یکی از این ابزارها وب‌سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی است که می‌تواند با اطلاع‌رسانی خوب و امکان نمایش برنامه‌های تلویزیونی شبکه‌های مربوطه، راهی برای تحقق این امر باشند. لذا این پژوهش در نظر دارد با تحلیل پیوندهای وب‌سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش وب‌سنجی، میزان تأثیر این وب‌سایت‌ها را در فضای وب، برای پیشبرد اهداف سازمان بررسی کند. برای این کار ابتدا، داده‌های مربوط به پیوندها اعم از تعداد پیوندهای دریافتی^۶، تعداد دامنه‌های پیونددهنده^۷، رتبه‌ی این وب‌سایت‌ها در موتور جستجوی ahrefs.com از طریق ahrefs.com، استخراج و تعداد صفحات هر وب‌سایت از موتور جستجوی گوگل^۸ محاسبه می‌شود و رتبه‌بندی بر اساس میزان رؤیت^۹، حجم صفحات، تعداد دامنه‌های پیونددهنده، رتبه‌ی این وب‌سایت‌ها در موتور جستجوی ahrefs.com و ضریب تأثیرگذار^{۱۰}، انجام خواهد شد. پژوهش‌های مشابهی نیز در داخل و خارج از ایران انجام شده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

نوروزی (۱۳۸۴) با استفاده از موتور کاوش آلتاویستا، میزان پیوندها به ۱۵ وب‌سایت دانشگاه ایرانی و میزان ضریب تأثیرگذار وب را بررسی کرد. پژوهش وی نشان داد دانشگاه‌های شهید بهشتی و فردوسی به ترتیب بیش‌ترین و کمترین تأثیر را در محیط وب داشته اند. از نظر میزان حجم سایت، دانشگاه تهران بالاترین و دانشگاه ایلام، پایین‌ترین رتبه را در مقایسه با سایر دانشگاه‌های ایران دارا بودند. نتایج پژوهش نشان داد در مجموع، حجم سایت‌های دانشگاهی ایران بسیار پایین است، همچنین پیوندهای کمی به این وب‌سایت‌ها داده شده است. «نوروزی» معتقد است در طراحی وب‌سایت‌های دانشگاهی باید مسائلی همچون جذابیت، وجود اطلاعات مناسب و وجود نسخه انگلیسی زبان در نظر گرفته شود تا میزان پیوند به آن‌ها در سطح بالاتری قرار گیرد [۱].

سپهلی و دیگران (۱۳۹۱) با هدف بررسی نقش وب‌سنجی در بررسی جنبه‌های مختلف وب و کاربردهای عملی مختلف وب‌سنجی و با مرور منابع،

ارتباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. نتایج نشان داده است که اکثر سایتها دارای پشتیبان تجاری و سازمانی هستند. تجزیه و تحلیل نوع پلتفرم نشان داده است که بیشتر اطلاعات بهداشتی در صفحات خانگی، درگاه های اطلاع رسانی و سایت های خبری ارائه شده اند [9].

بررسی پیشینه نظری این حوزه نشان می دهد که در اکثر پژوهش های داخل ایران، وبسایت های دانشگاهی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند و در اغلب موارد نیز از روش تحلیل پیوندها برای تعیین میزان اثرگذاری وبسایت ها، تعیین وبسایت های هسته و ... استفاده شده است. در پژوهش های خارج از ایران نیز بیشتر موارد شبیه پژوهش های داخل هستند و در چند مورد هم کارایی روش های وبسنجی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

پژوهش بر روی پیوندها برای تعیین میزان تأثیرگذاری و رؤیت یک وب سایت، رتبه آن در موتورهای جستجو و رتبه بندی وبسایتها در یک حوزه خاص بر اساس فاکتورهای وبسنجی امری ضروری به نظر می رسد. تحلیل پیوندهای وب سایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران نیز برای تعیین مشخصه های مطرح شده، می تواند میزان سودمندی این وب سایتها را مشخص نماید و شاید گویای میزان استقبال از خود شبکهها نیز باشد. و مدیران این وبسایتها را برای ارتقاء آن ها یاری دهد. و همین امر گویای اهمیت پژوهش حاضر می باشد.

۲- مفاهیم اولیه

پیوند: پیوندها به عنوان پل های ارتباطی بین سایت های وبی، تعیین کننده ی وضعیت وبسایتها از نظر محتوا، ارتباطات موضوعی و اهمیت است [4].

پیوندهای دریافتی: پیوند دریافتی به پیوندی گفته می شود که یک صفحه ی وبی از سایر صفحات وب دریافت می کند.

میزان رؤیت: میزان پیوندهای دریافتی یک وب سایت، نشانگر وضعیت رؤیت آن است و زیادبودن تعداد آن ها، نشان دهنده ی علاقه، توجه و نیاز دیگران به اطلاعاتی است که در آن سایت وجود دارد [5].

دامنه های پیونددهنده: پیوندهایی که یک سایت از سایر دامنه ها دریافت می کند، دامنه های پیونددهنده نامیده می شود. در موتورهای جستجوی بهینه سازی (سئو)، این مؤلفه یکی از فاکتورهای ارزیابی سایت به شمار می رود.

SEO¹: برخی از موتورهای جستجو به SEO معروف هستند که در اصطلاح فارسی نیز سئو تلفظ می شوند. ترجمه این سرواژه، موتورهای بهینه سازی جستجو است. از جمله این موتورهای جستجو می توان به [ahrefs.com](http://www.ahrefs.com)، [amajesticseo.com](http://www.amajesticseo.com) و [MOZ.com](http://www.MOZ.com) اشاره کرد.

ضریب تأثیرگذار وب: ضریب تأثیرگذاری یک وب سایت، اعتبار، قابلیت رؤیت و شانس بازیابی وب سایت را در سطوح ملی و جهانی مشخص می کند. در واقع هرچه تعداد پیوندها افزایش یابد، میزان تأثیر گذاری وبسایت بیشتر می شود. برای محاسبه ی ضریب تأثیرگذار تجدیدنظر شده ی یک وب سایت، تعداد پیوندهای دریافتی آن وب سایت برحجم صفحات وب سایت یا تعداد صفحاتی که توسط راهنمای اینترنتی و یا موتور کاوش نمایه شده، تقسیم می گردند [6].

وبسنجی: وبسنجی و مطالعه پیوندهای ایجاد شده بین صفحات وب، برای تعیین یک مدل برای استفاده ی علمی از وب سایت به کار رفته و همچنین تعیین منابع اطلاعاتی با بیش ترین تأثیر بر روی وب را با استفاده از روش های محاسباتی جدید، با شمارش تعداد پیوندهای درونی صفحه وب، بررسی می کند [10].

۳- طرح مسأله

هدف اصلی این پژوهش، تحلیل پیوندهای وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران با استفاده از روش وبسنجی است تا بر اساس میزان رؤیت، حجم صفحات، تعداد دامنه های پیونددهنده، رتبه ی آن ها در ahrefs.com و ضریب تأثیرگذار رتبه بندی شوند.

برای رسیدن به اهداف تحقیق پرسش های زیر مطرح می شود.

- ۱- میزان رؤیت وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران چگونه است؟
- ۲- رتبه بندی وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس حجم صفحات چگونه است؟
- ۳- رتبه بندی وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس تعداد دامنه های پیونددهنده چگونه است؟

- ۴- رتبه بندی وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس رتبه ی آن ها در موتور جستجوی ahrefs.com چگونه است؟

- ۵- رتبه بندی وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از لحاظ ضریب تأثیرگذار چگونه است؟

۴- روش پژوهش

روش پژوهش حاضر تحلیل پیوندهاست که یکی از روش های وبسنجی است.

در این روش، که به صورت آمار توصیفی فراوانی انجام شد، تعداد کل پیوندهای دریافتی، تعداد دامنه های پیونددهنده و رتبه ی هر وبسایت در موتور ahrefs.com، با استفاده از موتور جستجوی ahrefs.com به دست آمد. تعداد صفحات هر وبسایت نیز از طریق موتور جستجوی گوگل، از طریق دستور `site:URL` (به طور مثال `site:hamedan.irib.ir`) تعیین شد تا برای رتبه بندی سایتها بر اساس ضریب تأثیرگذاری استفاده شود. برای هر کدام از مؤلفه های فوق (تعداد کل پیوندهای دریافتی، حجم صفحات، تعداد دامنه های پیونددهنده، رتبه ی هر وبسایت در موتور ahrefs.com، ضریب تأثیرگذار وبسایت) رتبه بندی صورت گرفت.

همچنین جامعه آماری مورد نظر، وبسایت های شبکه های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران به تعداد ۵۸ وبسایت بود. که شامل ۱۸ وبسایت شبکه ی تلویزیونی سراسری داخلی، ۷ وبسایت برای ۱۰ شبکه ی تلویزیونی برون مرزی (جام جم ۱، جام جم ۲ و جام جم ۳، همچنین سحر ۱ و سحر ۲، وبسایت مشترک دارند) و ۳۳ وبسایت شبکه ی تلویزیونی استانی است.

۵ گزارش یافته‌ها

۵ ۴ تعیین میزان رؤیت وب سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

از آنجایی که هر پیوند دریافتی نشان دهنده‌ی علاقه یا نیاز سایت پیونده - دهنده به سایت مورد نظر است می توان تعداد پیوندهای دریافتی هر سایت را به عنوان مشخصه‌ای برای میزان رؤیت آن سایت در نظر گرفت.

جدول ۱- رتبه‌بندی وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس میزان رؤیت

رتبه	نام شبکه	نشانی اینترنتی	تعداد کل پیوندهای دریافتی
۱	شبکه خبر	http://www.irinn.ir/	۹۱۵۷۸۶
۲	پرس تی‌وی	http://www.presstv.ir/	۵۹۴۷۰۹
۳	شبکه ۴	http://ch4.iribtv.ir/	۱۰۰۱۹۳
۴	شبکه ۱	http://tv1.irib.ir/	۵۹۱۵۴
۵	شبکه ۳	http://www.tv3.ir/	۵۴۰۲۷
۶	شبکه قرآن	http://qurantv.ir/	۴۴۴۶۳
...
۵۵	شبکه سینا	http://hamedan.irib.ir/	۲۳۱
۵۶	شبکه تابان	http://yazd.irib.ir/	۲۰۸
۵۷	شبکه افق	http://ofogh.ir/	۳۴
۵۸	شبکه سلامت	http://salamattv.irib.ir/	۲

همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود، وبسایت شبکه‌ی خبر با تعداد ۹۱۵,۷۸۶ پیوند دریافتی دارای بالاترین میزان رؤیت و وبسایت‌های شبکه - های پرس تی‌وی با تعداد ۵۹۴,۷۰۹ پیوند دریافتی و شبکه‌ی چهار با تعداد ۱۰۰,۱۹۳ پیوند دریافتی دارای رتبه‌های دوم و سوم هستند . همچنین وب - سایت شبکه‌ی افق با تعداد ۳۴ پیوند دریافتی در رتبه ی ۵۷ و وبسایت شبکه‌ی سلامت با تعداد ۲ پیوند دریافتی در رتبه‌ی ۵۸ قرار دارند.

۵ ۴ رتبه‌بندی وب سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس حجم صفحات

حجم صفحات یک وبسایت نشان می‌دهد که چه میزان اطلاعات در آن وبسایت موجود است. همچنین تنوع اطلاعات یک سایت نیز دلیلی برای حجم بالای صفحات آن سایت است. وقتی که در یک سایت در زمان های کوتاه، به‌روزرسانی صورت می‌گیرد و اطلاعات جدید در آن درج می‌شود، تعداد صفحات آن نیز بالاتر می‌رود.

جدول ۲- رتبه‌بندی وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس حجم صفحات

رتبه	نام شبکه	نشانی اینترنتی	تعداد صفحات
۱	شبکه خراسان	http://mashhad.irib.ir/	۵۴۰۰۰۰
۲	شبکه العالم	http://www.alalam.ir/	۳۹۹۰۰۰
۳	پرس تی‌وی	http://www.presstv.ir/	۳۵۹۰۰۰
۴	شبکه کردستان	http://kordestan.irib.ir/	۲۲۳۰۰۰

۵	شبکه سحر	http://www.sahartv.ir	۱۹۵۰۰۰
....
۵۵	شبکه سلامت	http://salamattv.irib.ir/	۹۷۳
۵۶	شبکه مستند	http://mostanad.iribtv.ir/	۳۷۴
۵۷	شبکه ۱	http://tv1.irib.ir/	۶۴
۵۸	شبکه افق	http://ofogh.ir/	۳۳

بر اساس رتبه بندی جدول ۲ در بین ۵۸ وبسایت شبکه‌ی تلویزیونی، وبسایت شبکه‌ی تلویزیونی خراسان با تعداد ۵۴۰,۰۰۰ صفحه، دارای رتبه‌ی نخست و وبسایت شبکه‌ی تلویزیونی العالم با تعداد ۳۹۹,۰۰۰ صفحه، رتبه‌ی دوم و وبسایت شبکه‌ی تلویزیونی پرس تی‌وی با تعداد ۳۵۹,۰۰۰ صفحه، در رتبه‌ی سوم هستند . همچنین وبسایت شبکه‌ی تلویزیونی افق با تعداد ۳۳ صفحه، در رتبه‌ی ۵۸ و وبسایت شبکه‌ی ۱ در رتبه‌ی ۵۷ قرار دارد.

۵ ۳ رتبه‌بندی وب سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس تعداد دامنه‌های پیونددهنده

تعداد دامنه‌هایی که به یک وب سایت پیوند می‌دهند می‌تواند عامل مهمی برای دیده شدن آن سایت باشد. همچنین تعداد بالای دامنه‌های پیوند - دهنده می‌تواند نشان دهنده‌ی تنوع کاربران یک سایت باشد . در پیوندهای دریافتی ممکن است یک سایت از یک دامنه‌ی خاص تعداد پیوندهای دریافتی مختلفی دریافت کرده باشد.

جدول ۳- رتبه‌ی وب سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس تعداد دامنه‌های پیونددهنده

رتبه	نام شبکه	نشانی اینترنتی	تعداد دامنه‌های پیوند دهنده
۱	پرس تی‌وی	http://www.presstv.ir/	۳۰۱۲
۲	شبکه العالم	http://www.alalam.ir/	۱۲۴۲
۳	شبکه خبر	http://www.irinn.ir/	۱۰۸۷
۴	شبکه الکوثر	http://www.alkawthartv.ir	۴۷۰
۵	هیسپان تی‌وی	http://www.hispantv.com/	۴۶۰
۶	شبکه ۱	http://tv1.irib.ir/	۴۱۱
...
۵۵	شبکه کیش	http://kish.irib.ir/	۳۰
۵۶	شبکه افق	http://ofogh.ir/	۲۸
۵۷	شبکه آبادان	http://abadan.irib.ir/	۲۵
۵۸	شبکه سلامت	http://salamattv.irib.ir/	۲

داده‌های جدول ۳ نشان می‌دهد، وبسایت شبکه‌ی پرس تی‌وی با تعداد ۳,۰۱۲ دامنه‌ی پیونددهنده دارای بالاترین رتبه، وب سایت شبکه‌ی العالم با تعداد ۱,۲۴۲ دامنه‌ی پیونددهنده، رتبه‌ی دوم و وبسایت شبکه‌ی خبر با تعداد ۱,۰۸۷ دامنه‌ی پیونددهنده، رتبه ی سوم شدند . همچنین وبسایت شبکه آبادان با تعداد ۲۴ دامنه‌ی پیونددهنده، در رتبه ی ۵۷ قرار گرفت و وبسایت شبکه‌ی سلامت با تعداد ۲ دامنه‌ی پیونددهنده به آن دارای پایین ترین رتبه یعنی رتبه‌ی ۵۸ شد.

۳	پرس تی وی	۵۹۴۷۰۹ / ۳۵۹۰۰۰ = ۱۶.۵۶	۵۹۴۷۰۹	۳۵۹۰۰۰
۴	شبکه ۴	۱۰۰۱۹۳ / ۹۹۵۰ = ۱۰.۰۷	۱۰۰۱۹۳	۹۹۵۰
۵	شبکه خبر	۹۱۵۷۸۶ / ۱۱۹۰۰۰ = ۷.۷	۹۱۵۷۸۶	۱۱۹۰۰۰
...
۵۵	شبکه سحر	۱۴۳۴ / ۱۹۵۰۰۰ = ۰.۰۰۷	۱۴۳۴	۱۹۵۰۰۰
۵۶	شبکه سینا	۲۳۱ / ۳۷۳۰۰ = ۰.۰۰۶	۲۳۱	۳۷۳۰۰
۵۷	شبکه اشراق	۴۷۱ / ۹۹۴۰۰ = ۰.۰۰۵	۴۷۱	۹۹۴۰۰
۵۸	شبکه سلامت	۲ / ۹۷۳ = ۰.۰۰۲	۲	۹۷۳

جدول ۵ نشان می‌دهد که وبسایت شبکه‌ی ۱ با ضریب تأثیرگذاری ۹۲۴.۲۸ در رتبه‌ی نخست، وبسایت شبکه مستند با ضریب تأثیرگذاری ۲۹.۳۷ در رتبه‌ی دوم و وبسایت شبکه‌ی پرس تی وی با ضریب تأثیرگذاری ۱۶.۵۶ در رتبه‌ی سوم قرار دارند. همچنین وبسایت‌های شبکه‌ی اشراق (زنجان) با ضریب تأثیرگذاری ۰.۰۰۵ و شبکه‌ی سلامت با ضریب تأثیرگذاری ۰.۰۰۲ در رتبه‌های ۵۷ و ۵۸ قرار دارند.

۶ نتیجه

در این پژوهش تلاش شد تا پیوندهای وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران مورد تحلیل قرار گیرد و میزان ارتباط آن‌ها با یکدیگر بررسی و اثرگذارترین این وبسایت‌ها از جنبه‌های مختلف مشخص شود. پرسش‌های این تحقیق با توجه به مباحث نظری و پیشینه‌های مطرح شده، از معیارهای ارزیابی وبسایت‌ها به شمار می‌روند و نتایج این تحقیق، جایگاه هر کدام از وبسایت‌ها را در این رتبه‌بندی‌ها نشان می‌دهد.

به طور کلی نتایج نشان داد وبسایت‌های شبکه‌های خبری میزان رؤیت بالاتری دارند و دلیل این امر می‌تواند محتوای متنی بودن این وبسایت‌ها باشد که دسترسی به آن‌ها از محتوای صوتی و تصویری راحت‌تر است. در عین حال مراجعه کاربران به وبسایت‌های شبکه‌های نمایشی غالباً برای دیدن فیلم‌هایی است که بیننده نتوانسته است در زمان پخش آن را مشاهده کند و به دلیل سرعت پایین اینترنت و همچنین هزینه‌ی بالای استفاده از اینترنت این کار برای افراد برای صرف زمان و هزینه معقول نیست. همچنین شبکه‌هایی که دارای سابقه بسیار کوتاهی هستند، وبسایت‌های آن‌ها نیز کمتر دیده می‌شوند. این نشان دهنده‌ی این است که هر چه یک وبسایت دارای عمر بیشتری باشد برای موتورهای جستجو شناخته شده‌تر بوده و دسترسی به آن‌ها آسان‌تر است.

از طرفی نتایج نشان دهنده‌ی این است که وبسایت‌های متعلق به شبکه‌های دارای محتوای خبری دارای بیشترین تعداد دامنه‌های پیونددهنده هستند و این نتیجه به نوعی با این واقعیت که اکثر مردم خواهان اطلاع از آخرین رویدادها هستند و شبکه‌های خبری بیشترین بیننده را دارند، هم خوانی دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد وبسایت‌های شبکه‌های برون مرزی که از زبان‌های مختلف در وبسایت‌ها استفاده می‌کنند می‌توانند کاربران مختلف از همه‌ی نقاط دنیا جذب کنند. به خصوص استفاده از زبان انگلیسی برای همه وبسایت‌ها، حتی ایجاد زیرنویس برای فیلم‌های موجود در وبسایت‌ها می‌تواند کاربران بسیاری را به سوی این سایت‌ها جذب کند.

در این پژوهش حجم صفحات اکثر وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی پایین بود دلیل این امر می‌تواند همان محتوای چندرسانه‌ای این وبسایت‌ها باشد

۵ رتبه‌بندی وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس رتبه‌ی آن‌ها در موتور جستجوی ahrefs.com

موتورهای سئو با توجه به یک سری قوانین به وبسایت‌ها رتبه می‌دهند. از جمله: دسترسی آسان به مطالب و همبستگی موضوعی آن‌ها در سایت، تولید محتوای مفید و متناسب با نیاز کاربران، افزایش سرعت سایت و کاهش زمان بارگذاری، اندازه سایت، سایت‌های مبتنی بر صفحات گرافیکی، صفحات وب پویا، استفاده صحیح از کدهای HTML، استفاده از نام دامنه مناسب، تعداد پیوندهای دریافتی.

جدول ۴- رتبه‌ی وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس رتبه آن‌ها در ahrefs.com

رتبه	نام شبکه	نشانی اینترنتی	رتبه‌ی ahrefs.com
۱	پرس تی وی	http://www.presstv.ir/	۸۲
۲	شبکه العالم	http://www.alalam.ir/	۵۶
۳	شبکه خبر	http://www.irinn.ir/	۵۲
۴	هیسپان تی وی	http://www.hispantv.com/	۴۸
۵	شبکه الکوثر	http://www.alkawthartv.ir	۴۵
۶	شبکه جام جم	http://www.jjtvn.ir/	۴۳
...
۵۵	شبکه مه‌باد	http://mahabad.irib.ir/	۲۴
۵۶	شبکه تماشا	http://atrotv.blogfa.com/	۱۹
۵۷	شبکه سلامت	http://salamattv.irib.ir/	۱۴
۵۸	شبکه افق	http://ofogh.ir/	۱۴

همان‌گونه که داده‌های جدول ۴ نشان می‌دهد وبسایت شبکه‌ی پرس تی وی با رتبه‌ی ۸۲ در موتور جستجوی بهینه‌سازی ahrefs.com، در رده‌ی نخست و وبسایت شبکه‌ی العالم با رتبه‌ی ۵۶ در ahrefs.com، در رده‌ی دوم و وبسایت شبکه‌ی خبر با رتبه‌ی ۵۲ در ahrefs.com، در رده‌ی سوم قرار دارند. وبسایت شبکه‌ی تماشا با رتبه ۱۹، وبسایت شبکه‌ی سلامت و وبسایت شبکه‌ی افق با رتبه ۱۴، در رده‌های ۵۷ و ۵۸ قرار دارند.

۵ رتبه‌بندی وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران از لحاظ ضریب تأثیرگذار

ضریب تأثیرگذار، نشان دهنده‌ی اعتبار و قابلیت بازایی یک سایت در سطح ملی و جهانی است و به تعداد پیوندهای دریافتی بستگی دارد. هرچه تعداد پیوندهای دریافتی یک سایت بالا باشد، ضریب تأثیرگذاری آن بالاتر می‌رود و از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

تعداد صفحات/تعداد پیوندهای دریافتی = ضریب تأثیرگذار

جدول ۵- رتبه وبسایت‌های شبکه‌های تلویزیونی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران بر اساس ضریب تأثیرگذار

رتبه	نام شبکه	ضریب تأثیرگذار	تعداد کل پیوندهای دریافتی	تعداد صفحات
۱	شبکه ۱	۵۹۱۵۴ / ۶۴ = ۹۲۴.۲۸	۵۹۱۵۴	۶۴
۲	شبکه مستند	۱۰۹۸۶ / ۳۷۴ = ۲۹.۳۷	۱۰۹۸۶	۳۷۴

زیر نویس ها

- ¹ link
- ² inlink
- ³ Referring Domains
- ⁴ www.google.com
- ⁵ visibility
- ⁶ impact factor
- ⁷ majesticseo.com
- ⁸ bing.com
- ⁹ thelwall
- ¹⁰ Tamm & mayr
- ¹¹ Groselj
- ¹² platform
- ¹³ Search Engine Optimization

که غالباً آرشیوی از برنامه های پخش شده ی شبکه هاست ولی طراحان و مسئولان این سایت ها باید تلاش کنند با توجه به رسالت فرهنگی این سازمان اطلاع رسانی های جانبی در مورد مسائل مختلف از جمله فرهنگی، تربیتی، بهداشتی، تاریخی، آموزشی و ... را در سایت های خود بگنجانند تا کاربران بیشتری را جذب نمایند و برای ارتقاء و بروزرسانی مطالب موجود در سایت ها تلاش کنند. نکته ی دیگر اینکه برای تعیین ضریب تأثیرگذاری با توجه نتایج وبسایت هایی که صفحات اندکی داشته اند در رتبه های اول و دوم قرار گرفته اند و این نمی تواند خیلی شاخص مطمئنی برای ارزیابی آن ها باشد. با توجه به اهمیت جایگاه وبسایت ها در محیط وب، مسئولین سازمان صدا و سیما باید توجه داشته باشند که از متخصصین حوزه علم اطلاعات و ارتباطات برای طراحی و نگهداری وبسایت های خود استفاده کنند تا اصول رقابت در دنیای اینترنت بیشتر مورد استفاده قرار گیرد و با به کارگیری اصول و فنون ارتقاء سطح وبسایت ها، رتبه آن ها در موتورهای کاوش بالاتر رود.

مراجع

- [1] نوروزی، علیرضا. (۱۳۸۴). **ضریب تأثیرگذاری وب و سنجش آن در برخی وبسایتهای دانشگاهی ایران**. مطالعات تربیتی و روانشناسی دانشگاه فردوسی مشهد، ویژه نامه کتابداری و اطلاع رسانی، دوره ۲، شماره ۲، صفحه ۱۰۵-۱۱۹.
- [2] سهیلی، فرامرز؛ دانش، فرشید؛ فتاحی، رحمت الله. (۱۳۹۱). **کاربردهای وبسنجی در سنجش ارتباطات علمی**. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات ملی کتابداری و سازماندهی اطلاعات. دوره ۲۳، شماره ۱. صفحه ۱۴۸-۱۶۳.
- [3] تفرجی، رقیه؛ تهمتن، ایمان؛ رودباری، منصور؛ صدقی، شهرام. (۲۰۱۴). **تجزیه و تحلیل وبسنجی دانشگاههای علوم پزشکی ایران از نظر قابل رؤیت بودن، اندازه و فایل های غنی**. وبولوژی. دوره ۱۱، شماره ۱.
- [4] عصاره، فریده؛ حیدری، غلامرضا؛ زارع فراشبندی، فیروزه؛ حاجی زین العابدینی، محسن. (۱۳۸۸). **از کتابسنجی تا وبسنجی: تحلیلی بر مبانی، دیدگاهها، قواعد و شاخصها**. تهران: کتابدار.
- [5] روایتی، نرگس؛ دانی، محمدحسین. (۱۳۸۸). **تحلیل پیوند وبسایت های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ایران با استفاده از روشهای عامل تأثیرگذار وب، دسته بندی خوشه ای و ترسیم نقشه دو بعدی**. فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی. شماره چهارم.
- [6] دانش، فرشید؛ سهیلی، فرامرز؛ نوکریزی، محسن. (۱۳۸۷). **تحلیل پیوندهای وبسایتهای دانشگاههای علوم پزشکی ایران با استفاده از روش وبسنجی**. فصلنامه کتابداری و اطلاع رسانی. ۴۲ - شماره دوم، جلد ۱۱.
- [7] Thelwall, M., *Webometrics: emergent or doomed?*, Information Research, 15(4) colis713. 2010.
- [8] Tamm, Mark & Mayr, philipp., *Comparing webometric with web-independendent rankings: a case study with German universities*, Dblp.uni.trier.de/pers/hd/t/thamm: mark.http, 2011.
- [9] Groselj, Darja., *A webometric analysis of online health information: sponsovship, platform type and link structures*, Online Information Review. Vol.38, ss:2, pp.209-231. 2014