

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه

مسلم علی مهدی*، مهدی منتظر قائم**

چکیده

امروزه با فراگیری فناوری‌های نوین ارتباطی از جمله اینترنت، بسیاری از افراد پاسخ برخی از نیازهای خود مانند نیازهای مذهبی را با استفاده از این ابزار رسانه‌ای پی‌جویی می‌کنند. از مواردی که در این بستر ارتباطی توسط کاربران مسلمان و به‌خصوص شیعه دنبال می‌شود، زیارت است. ارائه این خدمات، نیاز به شکل‌گیری فضایی تخصصی در اینترنت دارد. بر این اساس هدف از نوشتار پیش‌رو، مطالعه سایت‌های زیارتی-مذهبی به‌منظور طراحی محتوایی و ساختاری پرتالی تخصصی با موضوع زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه است. برای این منظور ۲۳ سایت زیارتی-مذهبی به‌صورت گزینشی انتخاب و با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی مورد مطالعه قرار گرفتند، در نتیجه، ۱۹ مؤلفه محتوایی و ساختاری شناسایی شدند. این مؤلفه‌ها شامل ۲۱ مؤلفه ساختاری و ۶۹ مؤلفه محتوایی هستند که در ۱۲ طبقه کلی ۱. زیارت؛ ۲. تعامل با سایت؛ ۳. خدمت به حرم؛ ۴. آشنایی بیشتر؛ ۵. رسانه‌ها؛ ۶. اطلاع‌رسانی؛ ۷. گروه‌های زیارتی؛ ۸. مدیریت زمان و برنامه‌ها؛ ۹. آموزش و پژوهش؛ ۱۰. نرم‌افزارها؛ ۱۱. تجارت؛ ۱۲. شاخص‌های ساختاری دسته‌بندی شدند. با توجه به مؤلفه‌های شناسایی شده، دو الگوی محتوایی و ساختاری معرفی و پس از مرور مکرر ساختارها و جانمایی خدمات در سایت‌های مورد مطالعه، الگوهای ساختاری سه‌گانه‌ای شامل صفحه پیش‌درآمد، صفحه خانگی و نقشه سایت برای پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه پیشنهاد شده است.

واژه‌های کلیدی

زیارت، زیارت مجازی، تحلیل محتوای کیفی، پرتال، اماکن متبرکه

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۲/۰۳

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۳/۲۲

m.alimahdi@imamreza.ac.ir

mmontazer@ut.ac.ir

*. (نویسنده مسئول)، دانشجوی دکتری مدیریت رسانه‌های دانشگاه امام رضا^(ع)

** . استادیار گروه ارتباطات اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

❖ مقدمه

سال سوم، شماره نهم، بهار ۱۳۹۲

زیارت، از دیرباز به‌عنوان یکی از آیین‌های شناخته‌شده میان پیروان ادیان و مذاهب گوناگون در چین، هند، سیلان، ژاپن، آمریکا، اروپا و سایر نقاط جهان مطرح بود. در دین اسلام و به‌خصوص مذهب تشیع، این آیین توسط پیروان آن با علاقه قابل‌توجهی انجام می‌شود. اهمیت این آیین در تشیع را می‌توان از سفارش رهبران دینی این مذهب در مورد زیارت بازشناخت، طوری که برخی از روایت‌ها، انجام زیارت را برای شیعیان، واجب شمرده (ابن قولویه، ۱۳۸۹: ۴۲۹)^۱ و آنرا حداقل یک‌بار در سال برای فقرا و دو بار در سال برای اغنیا (همان: ۹۵۲)^۲ یا در غیر این صورت به‌صورت نیابتی یا حتی از راه دور یا زیارت قلبی (خانی، ۱۳۹۲: ۱۵۸-۱۵۷) تأکید می‌کنند.

گرچه در گذشته دشواری و مشکلات زیادی در راه‌ها و سفرهای زیارتی وجود داشت، اما با شتاب روند توسعه از جمله گسترش راه‌های ارتباطی و حمل و نقل جاده‌ای، ریلی و هوایی تا اندازه قابل تأملی از شدت این موانع کاسته شد طوری که امروزه شاهد رشد چشمگیر سفرهای زیارتی نسبت به گذشته هستیم.^۳ در ادامه این روند، در سال‌های نزدیک‌تر و با ظهور جلوه‌های فرانوگرایی، به‌نظر می‌رسد از جهاتی، امکان کاهش این موانع تا اندازه بیشتری فراهم شده است. بر این اساس انتظار می‌رود افراد با استفاده از بسترهای نوین ارتباطی مانند اینترنت، محدودیت‌های زمانی و مکانی را پشت سر گذاشته و فارغ از

۱. «قال الصادق^(ع): مَرُوا شِيعَتَنَا بِزِيَارَةِ قَبْرِ الْحُسَيْنِ^(ع) فَإِنَّ إِيَّتَاهُ مُفْتَرَضٌ عَلَى كُلِّ مُؤْمِنٍ - يُقْرَأُ لِلْحُسَيْنِ بِالْإِمَامَةِ مِنَ اللَّهِ عَزَّ وَ جَلَّ؛ امام صادق^(ع): به شیعیان ما امر کنید که به زیارت امام حسین^(ع) شرفیاب شوند، زیرا زیارت آن حضرت بر هر فرد باایمانی که به امامت آن بزرگوار اقرار دارد، فرض و لازم است.»

۲. «قال الصادق^(ع): حَقٌّ عَلَى الْغَنِيِّ أَنْ يَأْتِيَ قَبْرَ الْحُسَيْنِ^(ع) فِي السَّنَةِ مَرَّتَيْنِ، وَ حَقٌّ عَلَى الْفَقِيرِ أَنْ يَأْتِيَهُ فِي السَّنَةِ؛ امام صادق^(ع) فرمودند: شایسته است فرد متمکن و توانمند در سال دو مرتبه و شخص تهیدست یک مرتبه به زیارت امام حسین^(ع) مشرف شوند.»

۳. برای مثال براساس نتایج به‌دست آمده، تعداد زائران ورودی به کلان‌شهر مشهد در افق ۱۳۹۵ معادل ۲۷ هزار و ۶۵۴ هزار و ۶۸ نفر برآورد شده است (سقایی و جوانبخت قهرخی، ۱۳۹۲: ۷۱).

مخاطره‌های سفر واقعی، با بهره‌گیری از زیارت مجازی^۱ به سطوحی از اهداف زیارت دست یابند.

هرچند زیارت مجازی در مقایسه با زیارت حضوری با مسائلی همچون نبود حس حضور در فضای معنوی حرم، حضور قلب برای ارتباط و توسل به امام^(ع) که موجب شادابی روحی و روانی زائر می‌شود و نیز محرومیت از دیدار مؤمنان و زائران در فضایی آکنده از معنویت مواجه است، اما این نوع زیارت مهم محسوب می‌شود، چراکه می‌تواند زمینه ایجاد علاقه کاربر برای انجام زیارت حضوری را افزایش دهد (رک؛ جهانگیر، ۱۳۹۱: ۱۶۴)، تلنگری برای ارتباط قلبی با امام معصوم^(ع) باشد یا اطلاعاتی مفید برای افزایش رضایت قبل از انجام زیارت حضوری به کاربران منتقل کند (MacWilliams, 2002: 317). به همین دلیل، مراکز مختلف مذهبی از جمله تولیت حرم‌های مقدس ائمه شیعه^(ع) و نوادگان ایشان اقدام به راه‌اندازی بخش‌هایی در سایت‌های خود کردند و به‌نوعی سعی می‌کنند نیازهای زائران را از طریق فضای مجازی برطرف کنند.^۲

امکان درخواست برای انجام زیارت نیابتی، پخش مستقیم از حرم و روضه‌های منوره و ارائه تصاویر سراسرنما (۳۶۰ درجه) از مکان‌های مختلف حرم، سه‌الگوی متعارف زیارت

1. Virtual Pilgrimage

۲. آدرس سایت آستان‌های مقدس شیعه را در زیر ملاحظه می‌کنید:

http://www.imamali-a.com	(پایگاه رسمی آستان مقدس علویه)
http://www.imamhussain.org	(سایت رسمی آستان مقدس امام حسین ^(ع))
http://aljawadain.org	(سایت آستان مقدس کاظمین)
http://alkafeel.net/samarra/arabic/arabic.php	(آستان مقدس عسکریه)
http://alkafeel.net/persian	(پایگاه اطلاع‌رسانی حرم مطهر حضرت ابوالفضل العباس ^(ع))
http://www.aqr.ir/Portal/Home/Default.aspx	(پرتال جامع آستان مقدس رضوی)
http://www.masoumeh.com	(پایگاه اطلاع‌رسانی آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه ^(س))
http://www.abdolazim.com	(آستان مقدس حضرت عبدالعظیم ^(ع))
http://shahecheragh.ir/default.asp	(پایگاه اینترنتی حرم حضرت احمدین موسی ^(ع))
http://www.masjed-alkufa.net	(پایگاه رسمی آستانه مسجد معظم کوفه و مزارهای وابسته به آن)

مجازی بوده که در سایت آستان‌های مقدس شیعه در نظر گرفته شده است. گرچه روش‌های ارائه زیارت مجازی، با تحقق اهداف عالی زیارت، فاصله زیادی دارند که نیازمند مطالعه دیگری است، اما به نظر می‌رسد آنچه قبل از هر چیز کاربران را رنج می‌دهد کاستی در تنوع و جامع نبودن خدمات ارائه شده در این سایت‌ها و به‌طور کلی نبود پرتالی تخصصی برای ارائه زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه است. می‌توان گفت کاربر به‌عنوان زائر مجازی، نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی خود را با موضوع زیارت به‌صورت منسجم دریافت نمی‌کند، چراکه این سایت‌ها با هدف زیارت مجازی طراحی نشده و بیشتر، وظایف روابط عمومی آستان‌ها را منعکس کرده و محور اصلی آنها، ارائه اخبار و گزارش‌هاست. به همین دلیل، محققان، از خشک و بی‌روح بودن مناسک مجازی در سایت‌های شیعی خبر داده‌اند (جهانگیر، ۱۳۹۱: ۱۶۵).

یکی از دلایل آن می‌تواند نقص در پیش‌بینی خدمات مختلف در سایت آستان‌های مقدس برای کاربران زیارت مجازی باشد. تداوم این کاستی‌ها در کنار علاقه رو به رشد کاربران برای استفاده از خدمات زیارت مجازی ائمه شیعه^(ع) باعث عدم استمرار و کاهش علاقه برای مراجعه مکرر با انگیزه‌های زیارتی به سایت‌های آستان‌های قدس شیعی خواهد شد و در نتیجه، فرصت‌هایی که می‌توان از این بستر برای اشاعه فرهنگ اهل بیت^(ع) استفاده کرد، از دست می‌روند. همچنین، ارائه خدمات مختلف در یک پرتال تخصصی برای ارائه زیارت مجازی، می‌تواند سردرگمی کاربران را برای انجام زیارت مجازی تا اندازه زیادی کاهش دهد. در این راستا به نظر می‌رسد بهره‌گیری از الگوها و خدمات مختلف سایر سایت‌های زیارت مجازی در دنیا و جمع‌بندی میان ویژگی‌ها و خدمات گوناگون آنها با سایت‌های اماکن متبرکه شیعه برای طراحی پرتال تخصصی زیارت مجازی، امری ضروری باشد.

۱. برای مثال در سایت آستان قدس حسینی تعداد ۴۹۲ هزار و ۸۴۴ نفر تنها برای زیارت نیابتی ثبت نام کرده‌اند (۱۳۹۳/۷/۱۷). این آمار در مقایسه با سایت نسبتاً موفق لوردز برای زیارت مجازی که تنها عدد ۹۶ هزار و ۹۸۰ (۱۳۹۳/۸/۲۸) را نشان می‌دهد قابل توجه است.

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۹۱

بر این اساس، این مقاله سعی می‌کند با مطالعه سایت‌های مختلف مذهبی-زیارتی، به شناسایی محتوا و ساختار این سایت‌ها پرداخته، بر اساس آنها الگوهای محتوایی و ساختاری پرتال زیارت مجازی را معرفی کرده و زمینه ارائه زیارت مجازی با خدماتی جامع در یک پرتال تخصصی زیارت مجازی برای اماکن متبرکه را فراهم آورد.

مبانی نظری

۱. زیارت مجازی

ضروری است قبل از پرداختن به «طراحی پرتال زیارت مجازی»، نسبت به مفهوم «زیارت مجازی» شناختی نسبی پیدا کرد. برای این منظور در این مقاله، زیارت مجازی در سه حوزه اصلی تعریف زیارت مجازی، اهداف این نوع زیارت و کارکردهای اصلی آن به صورت مختصر معرفی و سعی می‌شود دیدگاه اسلام نسبت به زیارت مجازی، هر چند به صورت گذرا، معرفی شود.

تعریف

زیارت مجازی، به‌کارگیری قابلیت‌های فناوری‌های نوآورانه جدید است تا مکان‌های مقدس، دوباره تصویرسازی شوند. با تأکید بر واژه مجاز می‌توان گفت زیارت مجازی یعنی زیارتی که به‌واسطه فناوری‌های ارتباطی صورت می‌گیرد و به‌صورت بالقوه پدید می‌آید اما واقعی^۱، موثق^۲ یا مناسب^۳ نیست (MacWilliams, 2002: 315-317).

زیارت مجازی، واژه جدید^۴ اینترنتی برای یک وب‌سایت است که مردم در آن می‌توانند سفر زیارتی را شبیه‌سازی کنند (Dawson & Cowan, 2004: 223).

ویکتور ترنر^۵، به‌عنوان انسان‌شناس^۶ و محقق زیارت، زیارت را «سفر به یک مرکز از

-
1. Real
 2. Authentic
 3. Proper
 4. Neogolism
 5. Victor Turner
 6. Anthropologist

❖ سال سوم، شماره نهم، بهار ۱۳۹۳

خارج آن» تعبیر می‌کند. بنابراین برخی، زیارت را تنها حضور فیزیکی و واقعی در یک مکان مقدس می‌دانند که نوعی عرفان برون‌گرا^۱ است، زائر به‌طور فیزیکی از مسیری عرفانی عبور می‌کند (33: 1978) و از مکانی آشنا^۲ که معمولاً محیطی مادی،^۳ این‌جهانی،^۴ روزمره و معمولی بوده به مکانی دوردست^۵ که مقدس، کمیاب و اغلب معجزه‌گونه است، منتقل می‌شود (Ibid, 1974b: 305).

بر این اساس، انسان‌شناسان، بیشتر بر «رفتن به مکانی دوردست» به‌عنوان آیینی عملی و بر سفری مقدس به مکانی جغرافیایی توجه می‌کنند؛ در حالی که از نظر گروهی دیگر، تفاوت عمیقی میان زیارت تشبیهی/استعاره‌ای^۶ و این‌جهانی^۷ وجود دارد (Morinis, 1992: 4). در نگاه تشبیهی یا استعاره‌ای، زیارت، بیشتر فعالیتی ذهنی است تا فیزیکی. در این نگاه، زیارت، مفهومی معنوی، نیرومند و پرمعنا^۸ برای معتقدان به آن است (Dawson & Cowan, 2004: 224).

این نگاه، بیشتر می‌تواند مفهوم زیارت مجازی را توجیه کند، چراکه زیارت مجازی، غیرحضوری و تا اندازه‌ای ذهنی است.

در هر صورت باید پذیرفت که زیارت از طریق اینترنت مهم است، چراکه با این واسطه می‌توان راه‌های نوین به معنویت رسیدن در جهان فرانوگرا را فهمید. این نوع زیارت، خواه تنها برای اهداف اطلاعاتی باشد یا چیزی بیش از آن، باعث شکل‌گیری نوعی ارتباط نمادین^۹ برای ایجاد توازن بین سایت‌های فضای مجازی و زندگی واقعی از نوع مقدس آن می‌شود (Hill-Smith, 2009: 240).

-
1. Extroverted Mysticism
 2. Familiar Place
 3. Secular
 4. Mundance
 5. Far Place
 6. Metaphorical
 7. Terrestrial
 8. Meaningful
 9. Symbolic Relation

اهداف

یکی از مباحث مطرح در مورد زیارت مجازی، تعریف اهداف چنین زیارتی است. برخی پژوهشگران برای زیارت مجازی اهداف آموزشی، معنوی یا اقتصادی را تعریف می‌کنند (MacWilliams, 2002: 315).

زیارت مجازی می‌تواند با آموزش زائران قبل از انجام زیارت واقعی، سطح کیفی را افزایش دهد. برای مثال نتایج مطالعه محمد شفیع عبدالطیف و سیتاوان ویدارتو^۱ پژوهشگران دانشگاه مالزیایی سلانگور، در مورد زیارت مجازی «رمی جَمَرات» نشان داد که محیط مجازی ساخته شده می‌تواند از طریق آموزش و ایجاد آمادگی قبل از زیارت، خطرهای محیطی را برای شرکت‌کنندگان از بین ببرد (Widyarto & Abd Latiff, 2007: 271).

رسیدن به سطحی از معنویت یا کسب تجربه معنوی^۲ نیز می‌تواند هدفی دیگر برای ارائه زیارت مجازی باشد. اما باید یادآور شد که چنین تجربه‌ای ناگزیر در بافت اینترنت^۳ اتفاق می‌افتد و با مفاهیم و مضامین مختلف و مهمی همچون ویژگی‌های منحصربه‌فرد فضای مجازی، وب چندرسانه‌ای^۴ و جهت‌یابی‌های فرانوگرای آن، هویت مجازی و غیره مرتبط است و از سوی طرف‌داران فناوری^۵ و مخالفان آن^۶ در مورد آثار مثبت و منفی تجربه مجازی مباحث مختلفی ارائه شده است (Maxwell, 2002: 343).

همچنین زیارت مجازی ممکن است اهدافی اقتصادی را دنبال کند. برای مثال، سایت بلیفنت^۷ در ارائه زیارت مجازی حج ابراهیمی چنین رویکردی را دنبال می‌کند.

به نظر می‌رسد آنچه بیشتر در ارائه زیارت مجازی برای کاربران مسلمان و شیعه به‌عنوان هدف، قابل تعریف است شامل: ۱. کمک به افزایش میزان زیارت واقعی؛ ۲. ایجاد نوعی

1. Setyawan Widyarto
2. Spiritual Experienc
3. Internet Context
4. Multimedia Web
5. Technomystics
6. Technophobes
7. www.belifnet.com

ارتباط میان کاربر و زیارت‌شونده فراتر از باواسطگی رسانه^۱؛^۳. انتقال اطلاعات مفید به کاربر برای انجام بهتر زیارت واقعی باشد. چارچوب کلی این اهداف، بیان‌کننده این موضوع است که زیارت مجازی بیشتر نقش مکمل برای زیارت واقعی دارد، یعنی زیارتی که از فضای مجازی آغاز شده و به فضای واقعی ختم شود،^۲ هر چند خود نیز می‌تواند سطحی (هرچند متفاوت) از نیازهای زیارتی کاربران را پاسخ دهد.

کارکردها

برخی از پژوهشگران، کارکردهای مختلفی برای زیارت تعریف کرده‌اند. خانی، کارکردهای سیاسی، عمرانی، روانی و فردی را برای زیارت برشمرده است (۱۳۹۲):

۱۵۹-۱۶۴).

تربیت نیز کارکرد دیگری می‌تواند باشد که در برخی منابع با عنوان نقش تربیتی زیارت برای توجه و تقرب به خدا، تحول روحی، توبه و گناه‌زدایی عنوان شده است (محدثی، ۱۳۸۶: ۴۷-۶۰).

بدیهی است که زیارت مجازی به دلیل تفاوت‌هایش با زیارت واقعی، کارکردهای متفاوتی داشته باشد، هر چند بعید نیست برخی از کارکردهای فوق را در سطوحی پایین نیز به همراه داشته باشد. علاوه بر این، آنچه از کارکردهای زیارت مجازی به‌طور خاص می‌توان نام برد به دو دسته کلی کارکردهای مثبت و کژکارکردها قابل تقسیم‌اند. کارکردهای مثبت شامل: ایجاد انگیزه برای زیارت واقعی یا دیدن حرم، تلنگر برای ارتباط قلبی با امام معصوم^(ع)، یادآوری خاطره‌های خوش گذشته در مورد زیارت و ایجاد نوعی دلتنگی نسبت به زیارت می‌شود. کژکاردها نیز شامل: استفاده از زیارت مجازی برای سرگرمی یا حرم‌گردی است (علی‌مهدی و منتظر قائم، ۱۳۹۳).

1. Hypermediacy

۲. این تعبیر در مطالعه راودراد و حاجی‌محمدی برای مقایسه گردشگری واقعی با گردشگری مجازی نیز به‌کار رفته است (رک؛ راودراد و حاجی‌محمدی، ۱۳۸۹).

زیارت مجازی و نگاه دینی-اسلامی

برای تدقیق در مفهوم زیارت مجازی ابتدا باید یادآور شد زیارت مجازی در بستر فضای مجازی محقق می‌شود و بی‌شک از ویژگی‌های این فضا متأثر است. شاید بتوان گفت از مهم‌ترین این ویژگی‌ها، فارغ بودن عالم مجاز از محدودیت‌های زمانی و مکانی است، چراکه فضا، مفهومی فرامکانی و فرازمانی است (دوران، ۱۳۸۲: ۲۰).

با توجه به این نکته، برخی معتقدند در فضای مجازی به خصایص دینی نزدیک می‌شویم، زیرا عدم وجود فضا و مکان، بحث حاضر و غایب که غایب می‌تواند حاضر هم باشد، وجه اشتراک دین و فضای مجازی است (عاملی، ۱۳۸۵ به نقل از پارتازیان، ۱۳۸۸: ۱۲).

بنابراین می‌توان گفت زیارت مجازی نیز در بُعد مفهومی به لحاظ فرامکانی و فرازمانی بودن خود اشتراک‌های قابل تأملی با خصایص دینی دارد. این اشتراک‌ها زمانی قوی‌تر می‌شوند که برخی محققان زیارت را در دو بُعد عینی و ذهنی و برخی، از حیث بیرونی و درونی (یوسفی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۹۸-۱۸۰) تعریف می‌کنند.

در این تعاریف، مفاهیم ذهنی و درونی بودن زیارت می‌توانند با ابعادی از مفهوم زیارت مجازی، هم‌نشین شوند، چراکه زیارت مجازی، غیرمستقیم و بیشتر ذهنی است و بر جنبه‌های درونی زیارت تأکید دارد.

همچنین در تعریف زیارت^۱ باید به این نکته دقت کرد که معمولاً در ادبیات غربی، زیارت تکیه بر سفر کردن و مسافرت زائر دارد، چراکه بررسی ریشه‌شناختی واژه Pilgrim نشان می‌دهد این لغت به معنای کسی است که به سفر می‌رود و معنی خاص آن یعنی «کسی که برای مقاصد مذهبی به سفر می‌رود»، از سده ۱۳ م، کاملاً تثبیت شد (آیتو، ۱۳۸۶: ۸۸۲).

1. Pilgrimage

بر این اساس به نظر می‌رسد شکل‌گیری مفاهیمی مانند سفر مجازی^۱ در مورد دیدن اماکن مختلف در فضای مجازی از همین جهت بوده است، اما لزوماً این تأکید در نگاه اسلامی پررنگ نیست، چراکه تکیه اصلی زیارت در اسلام بر حضور قلب و موانست و دستیابی به حالتی از نشاط معنوی بوده و این حالت‌ها لزوماً در مراجعه حضوری اتفاق نمی‌افتد. بنابراین در مقایسه دو دیدگاه در ادبیات غربی و اسلامی می‌توان گفت زیارت مجازی در نگاه اسلام، بیشتر مورد فهم قرار می‌گیرد، چراکه زیارت در اسلام تکیه بر سفر ندارد و لزوماً حالت‌های اصیل زیارت در مراجعه حضوری محقق نمی‌شود؛ اگرچه حضور در مکان واقعی و نزدیکی به امام معصوم^(ع) در این خصوص از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

پرتال

اولین پرتال‌هایی که این نام یا عنوان را بر خود گرفتند یاهو^۲ و آگسایت^۳ بودند که هر دو در ابتدا موتورهای کاوش و محیط‌های فهرست شبکه قلمداد می‌شدند (حسنوی و همکاران، ۱۳۸۴: ۸۷).

پرتال را می‌توان مرکز ارائه خدمات و اطلاعات اینترنتی دانست که بر چهار پایه اصلی استوار است:

۱. انطباق‌پذیری؛^۴
۲. ویژه‌سازی؛^۵
۳. یکپارچگی؛^۶
۴. پشتیبانی انجمن‌های اینترنتی^۷

-
1. Virtual Trip
 2. Yahoo
 3. Excite
 4. Customization
 5. Personalization
 6. Integration
 7. Online Communication

در تعریف مذکور باید به این مطلب توجه کرد که پرتال، مرکز یا مکانی^۱ است که ساده‌ترین کاربران اینترنت با رفتن به آنجا بتوانند به سادگی از خدمات متداول در اینترنت بهره‌مند شوند یا اطلاعات مورد نیاز خود را به‌دست آورند. این تعریف بیانگر نکاتی است: ۱. پرتال، دروازه‌ای به سایت‌های دیگر یا نقطه ورود کاربران به اینترنت است؛ ۲. عموماً استفاده‌کنندگان از پرتال افراد حرفه‌ای نیستند. پرتال این توانایی را به افراد می‌دهد که حتی کم‌تجربه‌ترین آنها بتوانند از اطلاعات و خدمات ارائه‌شده استفاده کنند؛ ۳. پرتال‌ها باید توانایی ارائه خدمات عمومی مانند: پست الکترونیک رایگان، انجمن، تالار گفتگو، اخبار، نقشه‌های مرتبط با موضوع پرتال، جستجو در سایت‌های زیرمجموعه و اینترنت، شخصی‌سازی توسط کاربر و شخصی‌سازی توسط پرتال را داشته باشد. یکی دیگر از ویژگی‌های پرتال، دریافت اطلاعات از سایت‌های دیگر است^۲ (ارجمندی و کامیار ارباب، ۱۳۸۹: ۲۰).

از دیدگاه اشتراوس^۳، پرتال واقعی باید از چهار ویژگی اصلی به ترتیب زیر برخوردار باشد:

۱. قابلیت تنظیم^۴: یک پرتال واقعی عبارت است از: صفحه اینترنتی که ظاهر و محتوای اطلاعاتی آن بر اساس اطلاعاتی که درباره کاربر در پایگاه اطلاعات پرتال ذخیره شده، شکل گرفته است. وقتی کاربر برای ورود به پرتال مجاز شمرده می‌شود، اطلاعات تأیید^۵ او تعیین می‌کند که کاربر چه چیزهایی را در پرتال مشاهده خواهد کرد.

۲. قابلیت اختصاصی‌سازی^۶: بر اساس این قابلیت، کاربر می‌تواند مجموعه‌ای از ویژگی‌های ظاهری و محتوایی را برای یک پرتال واقعی مطابق میل خود انتخاب و ذخیره

-
1. Hub
 2. Content Aggregation
 3. Strauss
 4. Customization
 5. Authentication
 6. Personalization

کند. این ویژگی می‌تواند برای هر کاربر متفاوت باشد.

۳. قابلیت انطباق^۱: پرتال از طریق اطلاعاتی که کاربر فراهم می‌کند، برای او آشنا و شناخته می‌شود و از طریق همین اطلاعات، پرتال در ارتباط با کاربرانش برنامه‌ریزی می‌شود. وقتی نقش کاربر در سازمانی تغییر می‌کند، پرتال واقعی این تغییر را تشخیص می‌دهد و بدون مداخله انسانی خود را با آن منطبق می‌سازد.

۴. قابلیت ورود: هدف یک پرتال عبارت است از: کشیدن پوششی بر روی کارکردهای داخلی سامانه‌های اطلاعاتی سازمان و مخفی ساختن آنها از چشم کاربر. اتصال کاربر به پرتال، او را از اتصال‌های مکرر به سامانه‌های اطلاعاتی متعدد موجود در سازمان که محتوای اطلاعاتی درخواستی او را فراهم می‌کنند، بی‌نیاز می‌کند. پرتال نهایی می‌تواند به‌عنوان نقطه آغاز و ورود کاربر نه فقط به سازمان و اینترنت، بلکه به صفحه رومیزی رایانه^۲ خودش تلقی شود (حسنوی و همکاران، ۱۳۸۴: ۸۸ - ۸۹).

جنبه‌های اطلاعاتی و ارتباطی پرتال

در طراحی پرتال ضرورت دارد به این نکته دقت شود که پرتال چیزی فراتر از یک پیشرفت فنی بوده و الگو و شاخص جدیدی برای تعامل و همکاری فراسازمانی است. درواقع، محیط اطلاعاتی برتر در آینده است (همان: ۸۹).

پرتال‌ها با ویژگی‌هایی که دارند سبب می‌شوند کاربران آنها نوعی تعلق خاطر پیدا کنند و هر کاربر مرتباً به پرتال شخصی خود مراجعه کند (حجازی، ۱۳۸۴: ۵۶) و این چیزی غیر از نگاه فنی به پرتال است. در نوشتار پیش‌رو نیز رویکرد اصلی در طراحی پرتال زیارت مجازی، تکیه بر جنبه‌های ارتباطی و اطلاعاتی آن است و به مخاطب به‌عنوان زائر مجازی توجه ویژه دارد. بنابراین در این رویکرد، پرتال، ابزاری برای تبادل اطلاعات و برقراری ارتباط بین زائران و مشتاقان به زیارت و حرم‌های مقدس ائمه شیعه^(ع) و نوادگان ایشان است.

-
1. Adaptability
 2. Desktop

روش

در این بررسی، برای طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه، به شناسایی ابعاد ساختاری و محتوایی سایت‌های زیارتی- مذهبی که هر کدام به طریقی خدمات زیارتی ارائه می‌دهند، پرداخته شده است. بر این اساس سؤال‌ها به صورت زیر تعریف می‌شوند:

ساختار و محتوای پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه باید چگونه باشد؟ ساختار و محتوای ارائه شده در سایت‌های ارائه‌دهنده زیارت مجازی کدام است؟
برای پاسخ به این سؤال‌ها، راهبرد تحقیق کیفی و استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی برای مطالعه سایت‌های مذکور انتخاب شد، چراکه تحلیل محتوای کیفی، فرایند عقلانی طبقه‌بندی داده‌ها در قالب مجموعه‌ها یا مقوله‌های مفهومی مشابه و شیوه‌ای بسیار متداول در تحلیل مجموعه وسیعی از داده‌ها [ی متنی و غیرمتنی] و رسانه‌هایی چون نقاشی، عکس و ویدیوهاست (عاملی، ۱۳۹۲: ۱۵۵).

بنابراین، این روش کمک می‌کند تا طبقات^۱ ساختاری و محتوایی سایت‌های زیارتی- مذهبی شناسایی شوند.

به این ترتیب جامعه مورد مطالعه شامل سایت‌هایی هستند که هر کدام به روشی، خدمات زیارتی ارائه می‌دهند. روش نمونه‌گیری برای انتخاب سایت‌ها نیز نمونه‌گیری غیرتصادفی و گزینشی است (برای مشاهده سایت‌های انتخاب شده پیوست شماره یک را ملاحظه کنید).

این روش به پژوهشگران کمک می‌کند سایت‌هایی را برای اعضای نمونه انتخاب کنند که ابعاد ساختاری و محتوایی آنها برای طراحی زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه مناسب‌تر باشند. تعداد اعضای نمونه نیز بسته به کفایت موضوعی داده‌ها و حداقل برای بررسی ۲۰ سایت هدف‌گذاری شد. جدول (۱) عناصر روش شناختی را نشان می‌دهد.

1. Categories

جدول ۱. عناصر روش شناختی پژوهش

هدف	جامعه	تعداد نمونه	شیوه نمونه‌گیری	ابزار گردآوری اطلاعات	روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
شناسایی ویژگی‌های محتوایی و ساختاری پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه؛ مطالعه سایت‌های زیارت مجازی	سایت‌های ارائه‌دهنده زیارت مجازی	بسته به کفایت نظری حداقل ۲۰ سایت	غیر تصادفی - گزینشی	اینترنت	تحلیل محتوای کیفی

یافته‌ها

یادآوری این نکته ضروری است که تحلیل سایت‌های زیارتی- مذهبی می‌تواند چارچوبی کلی در طراحی ساختاری و محتوایی پرتال زیارت مجازی پیشنهاد دهد، چراکه هدف شکل‌گیری هر یک از این سایت‌ها هر چند در حوزه‌ای کلی با طراحی پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه مشابهت دارد، اما اهداف تخصصی، مخاطبان و بافت فرهنگی هر یک از آنها متفاوت است.

بنابراین در این بررسی، جهت‌گیری تحلیل با توجه به الزام‌ها و نیازهای زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه صورت گرفته و هر آنچه در ادامه به آن اشاره می‌شود با محوریت مقوله کلی زیارت برای پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه است.

بر این اساس، ۲۳ سایت از سایت‌های زیارتی- مذهبی که هر کدام به روشی سعی در ارائه زیارت مجازی داشتند، انتخاب شدند. این سایت‌ها با روش تحلیل محتوای کیفی مورد بررسی قرار گرفتند که در نتیجه، ۵۶۲ کد از ابعاد ساختاری و محتوایی سایت‌ها ثبت شد. این کدها با استفاده از نرم‌افزار مایکروسافت اکسل^۱ در دو مرحله با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی، طبقه‌بندی (پیوست شماره دو نمونه‌ای از جداول تحلیلی را نشان می‌دهد) و در نهایت ۱۲ طبقه همراه ۸۹ زیرطبقه به‌عنوان ویژگی‌های ساختاری و محتوایی سایت‌ها شناسایی شدند. جدول (۲) این ویژگی‌ها را نشان می‌دهد.

1. Microsoft Excel

جدول ۲. ویژگی‌های محتوایی و ساختاری

۱. تماس با ما ۲. اشتراک ۳. درباره ما ۴. پیام سایت ۵. سؤال‌های متداول	تعامل با سایت	۱
۶. آستان‌شناسی ۷. حرم‌شناسی ۸. سایر اماکن زیارتی منطقه ۹. سایر اماکن زیارتی حرم ۱۰. موزه‌ها ۱۱. شهرشناسی ۱۲. شخصیت‌ها ۱۳. مدفونان حرم ۱۴. پروژه‌های عمرانی ۱۵. تولیت حرم	آشنایی بیشتر	۲
۱۶. شبکه‌های اجتماعی مجازی ۱۷. تلویزیون حرم ۱۸. رادیو حرم ۱۹. فیلم ۲۰. تصاویر ۲۱. صوت‌ها	رسانه‌ها	۳
۲۲. معرفی حضرت ۲۳. زندگی‌نامه ۲۴. فضیلت زیارت ۲۵. آداب زیارت	زیارت	۴

۲۶. مقدمه زیارت		
۲۷. اذن دخول	زیارت	۴
۲۸. زیارت نامه		
۲۹. مناسک حرم		
۳۰. نائب الزیاره		
۳۱. سراسر نما		
۳۲. پخش زنده		
۳۳. کرامت‌ها		
۳۴. دلنوشته		
۳۵. خاطره‌نگاری		
۳۶. ختم قرآن		
۳۷. ادعیه	آموزش و پژوهش	۵
۳۸. راهنما		
۳۹. مقاله		
۴۰. کتابشناختی		
۴۱. انتشارات		
۴۲. کتابخانه		
۴۳. پرسش و پاسخ		
۴۴. تحقیق و پژوهش	اطلاع‌رسانی	۶
۴۵. خبر		
۴۶. گزارش‌ها		
۴۷. افراد گمشده		
۴۸. اشیای گمشده		
۴۹. خطبه‌ها		
۵۰. پیام نماز جمعه	خدمت به حرم	۷
۵۱. خادم افتخاری		

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۱۰۳

❖ سال سوم، شماره نهم، بهار ۱۳۹۴

۵۲. وقف		
۵۳. هدیه مالی		
۵۴. زائران ویژه	گروه‌ها	۸
۵۵. کودکانه		
۵۶. جوانان		
۵۷. انجمن‌های زیارتی		
۵۸. اوقات شرعی	مدیریت زمان و برنامه‌ها	۹
۵۹. گزارش آب و هوا		
۶۰. ساعت، تاریخ		
۶۱. برنامه حرم		
۶۲. مسابقه‌ها		
۶۳. نرم‌افزارها	نرم‌افزارها	۱۰
۶۴. اندروید		
۶۵. تبلیغات	تجارت	۱۱
۶۶. خرید		
۶۷. گروه‌بندی محصولات		
۶۸. جستجو	شاخص‌های ساختاری	۱۲
۶۹. خانه		
۷۰. خوشامدگویی		
۷۱. داشبورد خدمات		
۷۲. زیان		
۷۳. عضویت		
۷۴. گذر جمله		
۷۵. لینک‌های مفید		
۷۶. مالکیت معنوی		
۷۷. نقشه سایت		
۷۸. شمارشگر		

۷۹. آمار سایت		
۸۰. بایگانی		
۸۱. ورود کاربر		
۸۲. لوگو		
۸۳. لوگو - بسم الله	شاخص‌های ساختاری	۱۲
۸۴. لوگو - تصویر حرم		
۸۵. لوگو - جمله برگزیده		
۸۶. لوگو - حدیث معروف		
۸۷. لوگو - سلام به حضرت		
۸۸. لوگو - شعار پایگاه		
۸۹. لوگو - عنوان پایگاه		

۱. الگوی محتوایی

بر اساس نتایج تحلیل محتوای کیفی سایت‌های زیارتی- مذهبی و طبقات ۱۲ گانه به دست آمده از این تحلیل، بخش‌های محتوایی برای پرتال زیارت مجازی پیشنهاد می‌شود:

تعامل با سایت: این بخش به کاربر اجازه می‌دهد در صورت تمایل، اطلاعات لازم در مورد سایت را کسب کند، مسیرهای برقراری ارتباط با سایت را بداند، مشترک سایت شود تا از اخبار زیارت، اطلاع‌رسانی‌ها و غیره از طریق ارسال به پست الکترونیک آگاه شده و پاسخ سؤال‌های خود را دریافت کند.

آشنایی بیشتر: معمولاً زائران و کاربران، در کنار هدف اصلی خود یعنی زیارت/ زیارت مجازی، به دنبال کسب اطلاعاتی دیگر در مورد حوزه جغرافیایی مزارهای مورد نظر خود هستند. آشنایی بیشتر، ضمن تأمین این بخش از نیاز کاربران، سطح اطلاعات آنها را در مورد آن حوزه جغرافیایی افزایش می‌دهد. آشنایی با آستان مقدس، حرم مطهر (نقشه حرم، عمارت حرم و تاریخ حرم)، سایر اماکن زیارتی حرم^۱، دفن شدگان معروف در حرم (علما

۱. برای مثال در حرم مطهر حضرت رضا(ع) می‌توان به مزارهایی چون شیخ بهایی، شیخ طبرسی، پیرپالان دوز و حرعاملی اشاره کرد.

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۱۰۵

و شهدا)، موزه‌ها، سایر اماکن زیارتی که در آن شهر یا حوزه جغرافیایی وجود دارد، اطلاعات در مورد شهر زیارتی (نقشه شهر، تاریخ شهر) و شخصیت‌های برجسته آن می‌تواند شناخت مناسبی به کاربر بدهد. حجم اطلاعات و شیوه ارائه آنها در این بخش نباید به گونه‌ای باشد که هدف اصلی سایت یعنی زیارت مجازی را تحت تأثیر قرار دهد؛ این بخش برای تأمین بخشی از نیازهای فرعی کاربران در مورد زیارت طراحی شده است.

رسانه‌ها: کاربران نیاز دارند بخشی از اطلاعات مورد علاقه خود را از طریق ابزارهای رسانه‌ای مانند عکس، فیلم و صوت دریافت کنند. همچنین ارائه رادیویی و تلویزیونی حرم از طریق اینترنت می‌تواند برای کاربران جذاب باشد. همچنین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، در شکل‌گیری گروه‌ها و انجمن‌های زیارتی تأثیر زیادی دارد.

در همین راستا، مطالعه فری^۲ (۱۹۹۸) در مورد زائران سانتیاگو^۳ نشان داد ایجاد جامعه مجازی از زائرانی که از طریق وب به یکدیگر مرتبط می‌شوند، یکی از الگوهای جدید ایجادشده در زیارت است. پس از مطالعه وی، علاقه اینترنتی و رسانه‌ای در سانتیاگو رشد کرد و هم‌اکنون سایت‌های زیادی منحصرأ متعلق به زیارت و دوستداران زیارت است (Reader, 2007: 214).

زیارت: زیارت، مهم‌ترین بخش در پرتال زیارت مجازی محسوب می‌شود. به‌طور کلی این بخش را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: دسته اول، شامل محتوایی است که به‌نوعی زمینه زیارت محسوب می‌شود. معرفی و زندگی‌نامه حضرت، فضیلت زیارت، کرامت‌های حضرت، اذن دخول و آداب زیارت از این دسته محسوب می‌شوند؛ دسته دوم، زیارت مجازی است که شیوه ارائه آن می‌تواند ترکیبی از تصاویر سراسرنما و پخش زنده باشد،^۴

۱. برای مثال در مشهد مقدس، مزارهایی چون خواجه اباضلت، خواجه مراد، امامزادگان یاسر و ناصر، خواجه ربیع و غیره (برای اطلاعات بیشتر رک؛ زنگنه، ابراهیم، ۱۳۹۰. *مزارات مشهد بزرگ*، مشهد: طین قلم).

2 . Nancy Frey

3 . Santiago

۴. برای آگاهی بیشتر از چگونگی ارائه مطلوب زیارت مجازی به مقاله «طراحی الگوی مفهومی زیارت مجازی اماکن متبرکه؛ مورد مطالعه زیارت امام علی بن موسی الرضا^(ع)»، در نشریه دین و ارتباطات، شماره ۴۵، علی‌مهدی و منتظر قائم، ۱۳۹۳ مراجعه کنید.

چراکه ۱. عکس‌ها در کنار یکدیگر می‌توانند مسیری برای زیارت برای کاربر ترتیب دهند. طی این مسیر، آمادگی کاربر برای زیارت امام^(ع) را افزایش داده و نوعی مقدمه برای زیارت بهتر است؛ ۲. تعاملی بودن این نوع تصاویر به حس حضور زائر کمک بیشتری می‌کند. بنابراین برای بهره بردن از ویژگی پخش زنده بهتر است در موقعیت‌های خاصی از مسیر زیارت، کاربر از پخش زنده بهره ببرد. به نظر می‌رسد بهترین موقعیت برای استفاده از پخش زنده زمانی باشد که کاربر بعد از طی مسیر زیارت به مضجع شریف می‌رسد و آنگاه با دیدن ضریح امام^(ع) به صورت زنده، زیارت خود را تکمیل می‌کند؛ دسته سوم، شیوه‌هایی است که کاربر با استفاده از آنها سعی می‌کند به طور فعال با امام خویش ارتباط برقرار کرده یا دیگران را در این ارتباط سهیم کند. درخواست برای انجام زیارت نیابتی، شرکت در ختم قرآن برای حضرت، دلوخته و خاطره‌نگاری، از مهم‌ترین این موارد محسوب می‌شوند. ارائه محتوایی از ادعیه مرتبط با زیارت^۱ و زیارت‌نامه مخصوص حضرت نیز می‌تواند از خدمات مفید این بخش باشد.

آموزش و پژوهش: برای برخی از کاربران که بیشتر به دنبال اطلاعات علمی در مورد زیارت هستند، ارائه این بخش می‌تواند مفید باشد. در این زمینه ارائه کتاب‌شناختی حضرت، کتابخانه الکترونیک، معرفی انتشارات وابسته به آستان آن حضرت و آشنایی با پژوهش‌های انجام‌شده یا فراخوان‌های پژوهشی، مقدمات انتقال اطلاعات مفیدی را به این دست از کاربران مهیا می‌کند. همچنین پیش‌بینی بخش پرسش و پاسخ فعال در پرتال، دوسویگی ارتباط میان پرتال و کاربران و کاربران با یکدیگر را تقویت کرده و به مشارکت فعال کاربر در استفاده از پرتال کمک می‌کند.

اطلاع‌رسانی: ارائه برخی اخبار مربوط به زیارت و گزارش اقدامی‌ها انجام‌شده در حرم‌های مطهر می‌تواند برای کاربران مفید باشد. از آنجایی که خطبه‌های نماز جمعه بسیاری از شهرهای مذهبی در حرم‌های مطهر برگزار می‌شود زائران می‌توانند از برنامه نماز جمعه و

۱. زیارت امین‌الله، زیارت جامعه کبیره، زیارت وارث و غیره.

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۱۰۷

گزارش مختصری از آن اطلاع یابند. همچنین یکی از نیازهای زائران که در سایت‌های زیارتی منعکس شده است، اطلاع‌رسانی در مورد گمشده‌هاست. به نظر می‌رسد از طریق اطلاع‌رسانی برای افراد یا اشیای گمشده یا پیدا شده در پرتال زیارت مجازی، می‌توان شرایط رفع این مشکل را بهبود بخشید.

خدمت به حرم: بسیاری از زائران، مشتاق خدمت به حرم‌های مطهر ائمه^(ع) هستند. این مطلوب ممکن است به وسیله کمک‌های مالی، وقف یا خدمات حضوری در محل اماکن متبرکه صورت پذیرد. ثبت‌نام از علاقه‌مندان در گروه‌های خدمتی مختلف و ارائه اطلاعات در این زمینه می‌تواند به کاربران برای انجام چنین خدماتی کمک کند.

گروه‌های زیارتی: زائران و کاربران زیارت را می‌توان در قالب گروه‌های مختلفی تعریف کرد. توجه به این گروه‌ها و پیش‌بینی خدماتی برای آنان در پرتال زیارت مجازی می‌تواند شکل‌گیری گروه‌های زیارتی را به همراه داشته باشد. همچنین از آنجا که نیازها و اهداف زیارتی این گروه‌ها تا اندازه زیادی مشترک است، تجربه زیارت و جستجو برای کسب اطلاعات مشترک و تعامل دوسویه میان آنها در پرتال زیارت مجازی، بهتر و جذاب‌تر خواهد بود.

به علاوه بر پایه این گروه‌ها تشکیل انجمن‌های زیارتی مختلف امکان‌پذیر خواهد بود. یکی از امواج اصلی ارتباطات دینی موج اجتماع‌محوری است که به خلق یک اجتماع مجازی اختصاص دارد که ارتباط دو سویه با افراد را در اولویت اهمیت قرار می‌دهد. موج اجتماعی در صدد است که در روح افراد، تعلق خاطری ایجاد کند تا رجوع به سایت خاص در فضای مجازی به عنوان نیاز روزانه آنان تلقی شود (آشنا، ۱۳۸۵ به نقل از پارتازیان، ۱۳۸۸: ۲۲).

برای تحقق چنین اجتماعی معمولاً محوریت با یک امر مشترک بین اجتماع‌کنندگان است که در اینجا می‌تواند امر زیارت باشد.

مدیریت زمان و برنامه‌ریزی: امروزه با افزایش سرعت در زندگی افراد و کوتاه بودن عمر سفرهای زیارتی در اکثر موارد، نیاز به برنامه‌ریزی و مدیریت زمان در انجام این سفرها افزایش پیدا کرده است. از طرف دیگر، ارائه برنامه‌های متنوع در شبانه‌روز و مناسبت‌های مختلف در طول سال از سوی آستان‌های مقدس، ضرورت چنین امری را افزایش داده است. اطلاع از اوقات شرعی و پیش‌بینی و گزارش آب و هوای مشاهد شریفه، ساعت و تاریخ برنامه‌های مختلف حرم از مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در برنامه‌ریزی و مدیریت زمان برای زائران است.

نرم‌افزارها: امکان دریافت نرم‌افزارهای مختلف به‌خصوص نرم‌افزارهای کاربردی برای استفاده در تلفن همراه با موضوع‌های مذهبی و زیارتی برای کاربران جذاب خواهد بود.

تجارت: هرچند برخی سایت‌های زیارتی امکان خرید و فروش محصولات مذهبی و تبلیغ آنها را در خدمات خود پیش‌بینی کرده‌اند، اما این بخش برای پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه پیشنهاد نمی‌شود، چراکه ۱. سایت‌های مستقلی برای این امور وجود دارد؛ ۲. ممکن است موضوع اصلی پرتال یعنی زیارت، تحت‌الشعاع این نوع خدمات قرار گیرد. به همین دلیل است که برخی سایت‌های زیارتی مانند سایت زیارتی لوردز^۱ اطلاعاتی که جنبه توریستی دارند، مانند: هتل‌ها، مکان‌های گردشگری، امکان پیش‌خرید و غیره را در سایتی متفاوت ارائه می‌کنند.^۲

۲. الگوی ساختاری

از آنجا که در این نوشتار، تحلیل سایت‌های زیارتی- مذهبی با هدف طراحی ساختار پرتال زیارت مجازی نیز انجام شد، پژوهشگران همگام با استخراج مؤلفه‌های ساختاری، جانمایی هر کدام از این مؤلفه‌ها را نیز در فرایند تحلیل با دو شاخص ردیف/ ستون

1. www.en.lourdes-france.org
2. www.lourdes-infotourisme.com

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۱۰۹

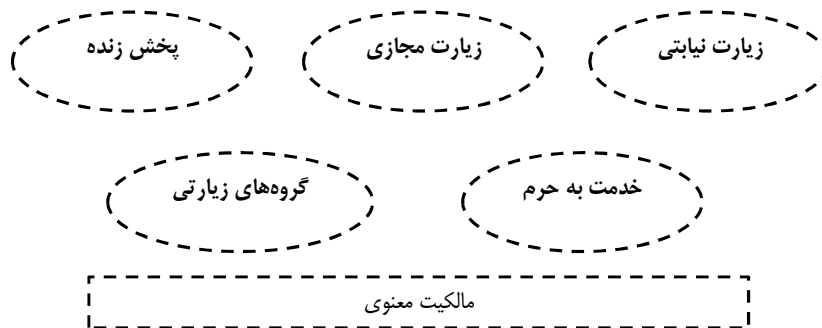
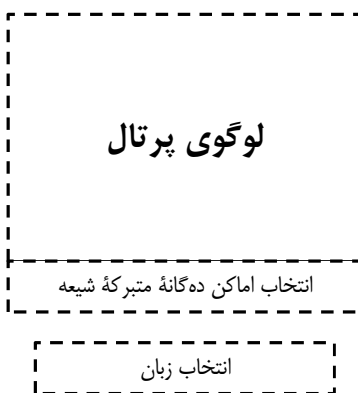
محتوایی و موقعیت آن در ردیف/ ستون ثبت کردند. بر این اساس، الگوی ساختاری پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه در سه بخش صفحه پیش درآمد، صفحه خانگی و نقشه سایت به صورت زیر پیشنهاد می شود:

صفحه پیش درآمد

مطالعه سایت های مذهبی - زیارتی این نکته کلی را بازگو می کند که ارائه مهم ترین خدمات سایت در اولین صفحه به عنوان صفحه پیش درآمد، احتمالاً از سردرگمی کاربر در استفاده از کاربردی ترین و مهم ترین خدمات سایت می کاهد. از این جهت در طراحی پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه نیز پیشنهاد می شود چنین صفحه ای پیش بینی و طراحی شود. پژوهشگران بر اساس موضوع اصلی سایت، یعنی زیارت مجازی، مؤلفه های محتوایی زیارت مجازی، زیارت نیابتی، بخش مستقیم، خدمت به حرم و گروه های زیارتی و مؤلفه های ساختاری انتخاب زبان، جستجو در پرتال، ارتباط با شبکه های اجتماعی مجازی، عضویت و ورود کاربر در پرتال، نقشه پرتال، لوگو و مالکیت معنوی را پیشنهاد می کنند. همچنین انتخاب یکی از اماکن ده گانه متبرکه شیعه (مسجد معظم کوفه، حرم های مطهر امام علی، امام حسین، حضرت عباس، امامین کاظمین، امامین عسکریین، امام رضا، حضرت معصومه، حضرت عبدالعظیم حسنی و حضرت احمد بن موسی^(ع)) که قابلیت ارائه خدمات زیارت مجازی را دارند پیش بینی شده است. بر این اساس و پس از مرور مکرر و مقایسه کلی جانمایی هر یک از این خدمات در سایت های زیارتی - مذهبی، ساختار صفحه مذکور به صورتی که در ادامه می آید، معرفی می شود:

ارتباط با شبکه‌های اجتماعی مجازی
نقشه پرتال

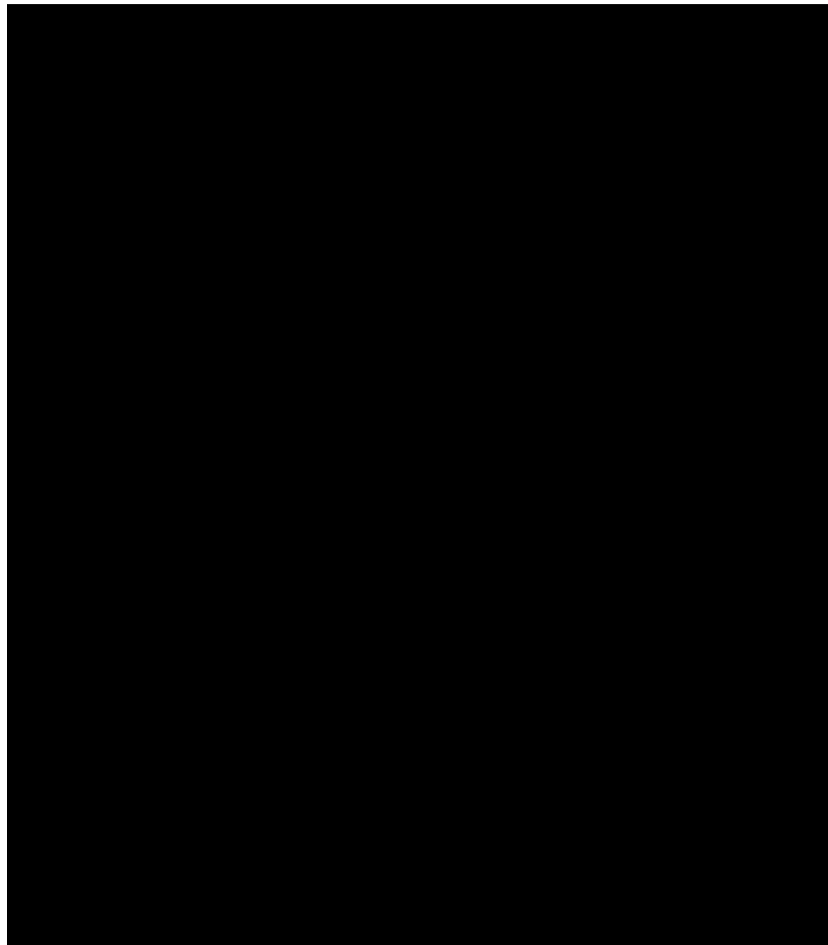
عضویت / ورود کاربر به پرتال
جستجو در پرتال



نمودار ۱. الگوی ساختاری و پیشنهادی برای صفحه پیش‌درآمد پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه؛ منبع: یافته‌های پژوهش

صفحه خانگی

با مرور مکرر طبقات محتوایی و ساختاری سایت‌های مذهبی-زیارتی و مقایسهٔ جانمایی خدمات هر کدام در صفحهٔ خانگی آنها، الگوی ساختاری که در ادامه قابل مشاهده است، برای صفحهٔ خانگی پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه پیشنهاد می‌شود:



نمودار ۲. الگوی ساختاری پیشنهادی

برای صفحه خانگی پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه؛ منبع: یافته‌های پژوهش
نقشه سایت

الگوی ساختاری نقشه پرتال، ضمن انعکاس خدمات مختلف در یک صفحه به کاربر، به ما اجازه می‌دهد لایه‌های مختلف صفحه‌های پرتال را قبل از طراحی شناسایی کنیم. برای این منظور، الگویی که در ادامه می‌بینید، پیشنهاد می‌شود:

<ul style="list-style-type: none"> ○ انتشارات ○ پرسش و پاسخ ○ تحقیق و پژوهش ● اطلاع‌رسانی ○ گمشده‌ها ■ افراد گمشده ■ اشیای گمشده ○ اخبار زیارت ○ گزارش‌ها ○ نماز جمعه ○ بایگانی ● خدمت به حرم ○ خادم افتخاری ○ درخواست برای وقف ○ هدیه مالی ● گروه‌های زیارتی ○ زائران ویژه ○ کودکان ○ جوانان ○ انجمن‌های زیارتی ● مدیریت زمان و برنامه‌ها ○ اوقات شرعی ○ برنامه‌های حرم ○ مسابقه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی ○ پیش‌بینی و گزارش آب و هوا ● نرم‌افزارها ○ معرفی نرم‌افزارهای مذهبی ○ نرم‌افزارهای کاربردی و اندروید ● نقشه پرتال ● پیوندهای مرتبط ○ پیوند به استان‌های مقدس ○ پیوند به مراکز مرتبط و وابسته 	<ul style="list-style-type: none"> ○ تصاویر ■ بیشترین بازدیدها ■ بیشترین دانلودها ■ جدیدترین‌ها ■ تصاویر منتخب ■ بایگانی ○ صوت‌ها ■ بیشترین بازدیدها ■ بیشترین دانلودها ■ جدیدترین‌ها ■ صوت‌های منتخب ■ بایگانی ● زیارت ○ مقدمات زیارت ■ معرفی حضرت ■ زندگی‌نامه ■ فضیلت زیارت ■ کرامت‌های حضرت ■ آداب زیارت ○ زیارت مجازی ■ راهنمای زیارت ■ زیارت مجازی ○ پخش زنده ○ زیارت به نیابت ○ دلنوشته ○ خاطره‌نگاری ○ ختم قرآن ○ مناسک حرم ○ زیارت‌نامه و ادعیه ● آموزش و پژوهش ○ مقاله‌ها ○ کتابخانه ■ کتاب‌شناختی ■ کتابخانه الکترونیک 	<ul style="list-style-type: none"> ● تعامل با سایت ○ تماس با ما ○ اشتراک ○ درباره ما ○ پیام سایت ○ سؤال‌های متداول ● آشنایی بیشتر ○ حرم‌شناسی ■ نقشه حرم ■ عمارت حرم ■ تاریخ حرم ■ اماکن زیارتی حرم ■ موزه‌ها ■ مدفونان حرم ■ پروژه‌های عمرانی ○ آستان قدس ■ تاریخ آستان ■ تولیت حرم ■ معاونت‌ها و مراکز وابسته ○ شهرشناسی ■ نقشه شهر ■ اماکن زیارتی شهر ■ شخصیت‌ها ● رسانه‌ها ○ شبکه‌های اجتماعی مجازی ○ تلویزیون حرم ○ رادیو حرم ○ فیلم ■ بیشترین بازدید ■ بیشترین دانلودها ■ جدیدترین‌ها ■ فیلم‌های منتخب ■ بایگانی
--	---	---

نمودار ۳. الگوی ساختاری پیشنهادی

برای نقشه پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه؛ منبع: یافته‌های پژوهش

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

به‌طور کلی دستاورد تحلیل محتوای کیفی سایت‌های اماکن متبرکه شیعه نشان می‌دهد هرچند این سایت‌ها بخشی از خدمات خود را به بحث زیارت اختصاص داده‌اند اما اهمیت محتوای ارائه‌شده در این سایت‌ها بیشتر مرتبط با موضوع «اطلاع‌رسانی» است. به همین جهت در صفحه نخست این سایت‌ها بخش «اخبار» اغلب در مهم‌ترین قسمت سایت به‌لحاظ ساختاری (یعنی ستون وسط) پیش‌بینی شده است. سایر خدمات این سایت‌ها نیز مانند گزارش‌ها و حتی بخشی از تصاویر ارائه‌شده نیز جنبه اطلاع‌رسانی دارند. به همین دلیل است که برخی از کاربران حتی در جستجوی خدمات زیارتی در این سایت‌ها دچار مشکل می‌شوند. بنابراین بهتر است یک پرتال تخصصی با موضوع زیارت به پاسخ نیازهای زیارتی کاربران بپردازد. پژوهشگران با استفاده از تحلیل محتوای کیفی سایت‌های زیارتی - مذهبی، الگوهایی را در دو بخش محتوایی و ساختاری برای طراحی چنین پرتالی شناسایی کردند. بر این اساس، الگوهای محتوایی، ارائه‌دهنده محتوای اصلی خدمات قابل ارائه در پرتال تخصصی زیارت مجازی بوده و الگوهای ساختاری، ساختار پیشنهادی برای طراحی صفحه‌های چنین پرتالی را ارائه می‌دهند.

بر پایه نتایج تحلیل محتوای کیفی سایت‌های مذهبی- زیارتی، پژوهشگران از میان محتوای شناسایی‌شده (جدول ۲) ۱. پخش زنده از حرم؛ ۲. درخواست برای زیارت نیابتی؛ ۳. زیارت مجازی مطلوب؛ ۴. دلنوشته؛ ۵. خاطره‌نگاری را به‌عنوان خدمات اصلی برای پوشش نیازهای زیارتی کاربران در پرتال تخصصی زیارت مجازی پیش‌بینی کردند، چراکه این خدمات، هر کدام به روشی، بیشتر باعث برقراری نوعی ارتباط قلبی کاربر با امام معصوم^(ع) و به‌طور کلی تحقق بخشی از اهداف زیارت می‌شوند. همچنین بر اساس الگوهای موجود در برخی سایت‌های مذهبی پیش‌بینی می‌شود ایجاد بستری مناسب برای تشکیل گروه‌های زیارتی و نیز امکان خدمت به حرم امامان معصوم^(ع) از طریق پرتال زیارت مجازی، بتواند به‌طور مؤثری به رشد کمی و کیفی زیارت حضوری کمک کند.

به علاوه، نتایج تحلیل این بررسی، الگوهای ساختاری را در سه بخش صفحه پیش‌درآمد، صفحه خانگی و نقشه سایت شناسایی کرده است.

صفحه پیش‌درآمد، مهم‌ترین خدمات سایت را ارائه می‌دهد، درحالی‌که صفحه خانگی، دسترسی به خدمات مختلف سایت را امکان‌پذیر می‌کند. نقشه سایت نیز بخش‌های مختلف سایت را در یک نگاه با تقسیم‌بندی‌های مربوطه نشان می‌دهد.

با توجه به ویژگی‌های سایت‌های بررسی‌شده و برخی نقاط ضعف و قوت آنها، پیشنهادها کاربردی زیر برای طراحی پرتال زیارت مجازی اماکن متبرکه شیعه ارائه می‌شود:

۱. تأکید بر بُعد زیارتی در پخش زنده به جای پخش زنده تلویزیونی از حرم‌های مطهر

بررسی سایت‌های زیارتی حرم‌های مطهر حضرات معصومین^(ع) نشان می‌دهد که این سایت‌ها پخش زنده حرم را تنها به شیوه پخش تلویزیونی و بی‌توجه یا کم‌توجه به بُعد زیارتی آن انجام می‌دهند. از این رو انتخاب و ارائه زیارت‌نامه‌های کوتاه به صورت صوت، متن و با ترجمه مناسب هم‌زمان با پخش زنده از حرم‌های مطهر پیشنهاد می‌شود، چراکه ارائه زیارت‌نامه به‌خصوص همراه با صوت، جنبه زیارتی پخش زنده را برای کاربران تقویت می‌کند. نتایج پژوهش دیگر نیز نشان داد پخش صدا هم‌زمان با انجام زیارت مجازی بیشترین درخواستی بوده که توسط کاربران مطرح شده است (علی‌مهدی و منتظر قائم، ۱۳۹۳).

۲. امکان جستجو و ارائه گزارش به کاربر برای درخواست زیارت نیابتی

کاربران در استفاده از زیارت نیابتی علاقه دارند به راحتی در میان انبوهی از درخواست‌های ثبت‌شده، وضعیت درخواست خود را بدانند و در صورت انجام، به سرعت از آن مطلع شوند. امکان جستجو در فهرست ثبت درخواست‌ها برای زیارت نیابتی و ارسال گزارش به پست الکترونیک کاربر با جزئیاتی همچون تاریخ، ساعت و نام فرد زیارت‌کننده، انگیزه

بیشتری برای کاربران در استفاده از این بخش ایجاد می‌کند.^۱

۳. ایجاد امکان مدیریت شده برای شکل‌گیری ارتباطات افقی میان کاربران پرتال

خدمات پیش‌بینی شده در پرتال زیارت مجازی می‌توانند بهانه‌ای برای شکل‌گیری ارتباط میان کاربران باشند. این ارتباط به شکل‌گیری اجتماع‌های مذهبی و زیارتی کمک کرده و ظرفیت مهمی برای افزایش کمی و کیفی زیارت اماکن متبرکه محسوب می‌شود. از طرفی، این نوع ارتباط در پرتال ممکن است آسیب‌هایی همچون آسیب‌های شناخته شده در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را همراه داشته باشد و به این دلیل که پرتال زیارت مجازی، موضوعی مذهبی و مقدس دارد، ممکن است شکل‌گیری نادرست این ارتباطات و انعکاس آن در پرتال، مناسب نباشد. به همین جهت باید این نوع ارتباط میان کاربران را در موضوع‌های قابل مدیریت و کنترل پیش‌بینی کرد. پیشنهادهای زیر در این راستا ارائه شده است:

۱. ایجاد امکان انجام زیارت نیابتی توسط کاربرانی که به زیارت حضوری مشرف

شده‌اند:

هر کاربر در صورت تمایل می‌تواند تعدادی از درخواست‌های ثبت شده زیارت نیابتی را انتخاب و در تشریف حضوری خود به اماکن زیارتی، آنها را انجام و گزارش مربوط به آنرا (مانند تصاویر گرفته شده و غیره) در پرتال منعکس کند. انعکاس اطلاعات زیارت‌کننده، امکان شکل‌گیری ارتباط میان کاربران با موضوع زیارت را افزایش می‌دهد.

۲. اولویت‌بندی و سازمان‌دهی گروه‌های زیارتی

سازمان‌دهی گروه‌های زیارتی و ایجاد گروه‌های جدید می‌تواند نقش مهمی در شکل‌گیری

۱. هرچند برخی از سایت‌ها زیارتی مانند پایگاه اطلاع‌رسانی حرم مطهر حضرت ابوالفضل العباس^(ع) (www.alkafeel.net) این پیشنهاد را به‌طور کامل اجرا می‌کنند اما متأسفانه همگی آنها، مانند سایت آستان مقدس امام حسین^(ع) (www.imamhussain.org) در رعایت این نکات یکسان نیستند و این پیشنهاد برای تأکید بر این موضوع و انعکاس اهمیت آن بازگو شده است.

❖ سال سوم، شماره نهم، بهار ۱۳۹۳

زیارت‌های گروهی و اجتماع‌های مذهبی داشته باشد. برای این منظور، پیشنهاد می‌شود آستان‌های مقدس بر اساس اهداف و سیاست‌های کلی خود، گروه‌های زائران را برای برنامه‌ریزی و سازمان‌دهی از طریق پرتال زیارت مجازی، اولویت‌بندی کنند. برای مثال در یک نظرخواهی از مدیران آستان قدس رضوی، توجه به گروه‌های زیارتی بر اساس جدول زیر و با اولویت‌های تعیین‌شده، گزارش شده است:

جدول ۳. طبقات و اولویت‌های مخاطبان زیارت مجازی از نظر آستان قدس رضوی

اولویت					لایه	ردیف
۵	۴	۳	۲	۱		
			غیراسلام	اسلام	دین	۱
		سایر مذاهب	سنی	شیعه	مذهب	۲
	سایر کشورها	کشورهای آسیایی	کشورهای عربی	ایرانی	ملیت	۳
کودک	نوجوان	جوان	کهن سال	میان سال	گروه‌های سنی	۴
		سالم	معلولان	بیماران لاعلاج	سلامت جسمی	۵
	توریست‌های خارجی	توریست‌های ایرانی	مدارس	کاروان‌ها و هیئت‌های مذهبی و مؤسسه‌های خیریه	گروه‌ها و نهادهای اجتماعی	۶

۳. امکان مدیریت زمان توسط کاربر برای سفر زیارتی با ارائه هم‌زمان اوقات شرعی،

مناسبت‌های مذهبی، برنامه‌های حرم و پیش‌بینی وضعیت آب و هوا

انتخاب و مدیریت زمان سفر زیارتی توسط کاربران از اهمیت زیادی برخوردار بوده و با مؤلفه‌های مختلفی در ارتباط است. از آنجا که به‌نظر می‌رسد موارد مذکور، مهم‌ترین

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۱۱۷

عوامل مؤثر بر برنامه‌ریزی زیارت باشند، بهتر است این مؤلفه‌ها در یک امکان ترکیب شده به کاربر ارائه شوند. به‌عنوان مثال، کاربر پس از انتخاب یک روز یا بازه زمانی، از اوقات شرعی، مناسبت‌های مذهبی، برنامه‌های حرم و پیش‌بینی وضعیت آب و هوا در آن زمان آگاهی پیدا کند.

۴. توجه به محدودیت‌های خدمات قابل ارائه در بخش خادم افتخاری

خدمت در حرم، مشتاقان زیادی دارد، اما به دلیل متقاضیان زیاد و دشواری مدیریت و برنامه‌ریزی برای خدمات مختلف، پذیرفتن خادم افتخاری از سوی آستان‌های مقدس با محدودیت‌هایی همچون لزوم اسکان متقاضی در شهر زیارتی همراه است. از طرفی، برای اینکه چنین امکانی برای بیشتر علاقه‌مندان قابل استفاده باشد و از طرفی دیگر، اختلالی در نظام خدمت‌رسانی حرم، در صورت عدم حضور متقاضی، ایجاد نکند، می‌توان به پیش‌بینی و ثبت‌نام برای خدماتی همچون خدمات پزشکی، کمک به خادمان بخش انتقال زائران جانباز، معلول و ناتوان به وسیله صندلی‌های چرخ‌دار، کمک برای مفروش کردن صحن‌ها، راهنمایی زائران در خارج و اطراف حرم، استقبال و خوشامدگویی به زائران (ویژه طلاب) و غیره اشاره کرد.

۵. طبقه‌بندی موضوعی و امکان جستجو میان تصاویر و فیلم‌ها

معمولاً سایت‌های مذهبی حجم زیادی از تصاویر و فیلم‌ها را به کاربران ارائه می‌دهند که در برخی موارد پیدا کردن تصویر یا فیلم مورد نظر برای کاربر آسان نیست. به این دلیل پیشنهاد می‌شود تصاویر و فیلم‌ها به صورت موضوعی طبقه‌بندی شده و امکان جستجو میان آنها توسط کاربر وجود داشته باشد.

۶. ارائه نقشه‌های تعاملی و پویا از اماکن متبرکه

بررسی سایت‌های زیارتی شیعه نشان می‌دهد به‌طور معمول، اگر این سایت‌ها نقشه

حرم را ارائه دهند، تصویری از همان نقشه ارائه شده در بروشورهای اطلاع‌رسانی و راهنمایی زائران است. در صورتی که با توجه به قابلیت‌های فناوری‌های ارتباطی، بهتر است این نقشه به صورت تعاملی و پویا باشد. به عنوان مثال، کاربر با نگاه داشتن موش‌واره روی اماکن مختلف در نقشه، از اطلاعات مرتبط با آن آگاه شود.

در پایان یادآور می‌شود اگرچه مطالعه سایت‌های زیارتی-مذهبی می‌تواند بخشی از خدمات زیارتی به کاربران را در طراحی پرتال زیارت مجازی پیش‌بینی کند، اما مطمئناً همه آنها نیست. به همین دلیل به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود برای ارائه خدمات زیارتی در پرتال زیارت مجازی، نیازهای زیارتی زائران و کاربران را که در این نوع پرتال قابل ارائه باشد، مورد مطالعه و پژوهش قرار دهند، چراکه اگر قرار باشد پرتالی طراحی شود، باید به مطالعه و تعریف کاربردها و نیازهای کاربرانش پرداخت (حسنوی و همکاران، ۱۳۸۴: ۹۲-۹۱).

پیوست‌ها

پیوست ۱. سایت‌های انتخاب شده برای اعضای نمونه بررسی

ردیف	مخاطبان اصلی	نام سایت	آدرس سایت	شیوه ارائه - معرفی مختصر
۱	شیعیان - مسلمان	پایگاه رسمی آستان مقدس علویه	www.imamali-a.com	زیارت نیابتی و پخش زنده از حرم
۲	شیعیان - مسلمان	سایت آستان مقدس امام حسین ^(ع)	www.imamhussain.org	زیارت نیابتی و پخش زنده از حرم
۳	شیعیان - مسلمان	سایت آستان قدس کاظمین	www.aljawadain.org	تصاویر سراسرنما - زیارت نیابتی و پخش زنده از حرم
۴	شیعیان - مسلمان	پرتال جامع آستان قدس رضوی	www.aqr.ir	تصاویر سراسرنما - زیارت نیابتی و پخش زنده از حرم
۵	شیعیان - مسلمان	پایگاه آستان مقدس عسکریه	www.alkafeel.net/ samarra/arabic/arabic.php	زیارت نیابتی و پخش زنده از حرم
۶	شیعیان - مسلمان	پایگاه اطلاع‌رسانی حرم مطهر حضرت ابوالفضل العباس ^(ع)	www.alkafeel.net	پخش زنده از حرم و زیارت نیابتی

ادامه پیوست ۱. سایت‌های انتخاب‌شده برای اعضای نمونه بررسی

ردیف	مخاطبان اصلی	نام سایت	آدرس سایت	شیوه ارائه - معرفی مختصر
۷	شیعیان - مسلمان	پایگاه اطلاع‌رسانی آستان مقدس حضرت فاطمه معصومه (س)	www.masoumeh.com	پخش زنده از حرم
۸	شیعیان - مسلمان	پایگاه رسمی آستانه مسجد معظم کوفه و مزارهای وابسته به آن	www.masjed-alkufa.net	پخش زنده از حرم
۹	شیعیان - مسلمان	پایگاه اطلاع‌رسانی آستان مقدس احمدی و محمدی (ع)	www.shahecheragh.ir/default.asp	تصاویر سراسرنما
۱۰	شیعیان - مسلمان	پایگاه اطلاع‌رسانی آستان مقدس حضرت عبدالعظیم (ع)	www.abdolazim.com/persiannet/	پخش زنده از حرم
۱۱	مسلمان	سایت ترکی پانوراما	www.360tr.com	ارائه تصاویر سراسرنما بیشتر برای اماکن مذهبی ترکیه
۱۲	مسلمان	سایت ریاست عمومی برای امور مسجد الحرام و مسجد نبوی	www.gph.gov.sa	ارائه تصاویر سراسرنما از موزه مکه مکرمه و مکان ساخت پرده کعبه
۱۳	مسلمان	پایگاه حرمین شریفین	www.alharamain.gov.sa	سراسرنما از مسجد نبوی و مکه و پخش مستقیم از حرم
۱۴	مسلمان	سفر زیارتی - جولة افتراضیة	www.3dmekanlar.com/ar.html	ارائه تصاویر سراسرنما و سه بُعدی از مکان‌های مذهبی جهان اسلام
۱۵	غیرمسلمان	سایت آموزشی تاریخ اروپایی	www.europeanhistoryboisestate.edu/vpilgrirr	با رویکردی تاریخی به نقل حوادث تاریخی در زیارت برخی اماکن مقدسه می‌پردازند.
۱۶	غیرمسلمان	سایت زیارت مجازی و یا دولوروسا - برای زیارت بیت المقدس (اورشلیم)	www.jerusalemviacrucis.org/via%20dolorosa.ht	تصاویر پی در پی از اماکن ۱۴گانه مقدس تا رسیدن با جایگاه زیارت - پخش موسیقی نیایشی - ارائه متن نیایش
۱۷	غیرمسلمان	سرزمین مقدس	www.holylandnetwork.com	بیشتر با رویکرد تجاری در حوزه زیارت اماکن مقدس فعالیت می‌کند.
۱۸	غیرمسلمان	زیارت مجازی سرزمین مقدس	www.wordbytes.org/holyland/pilgrim001.html	ارائه عکس‌هایی از اماکن تاریخی، مذهبی فلسطین اشغالی همراه توضیحاتی به عنوان زیارت مجازی
۱۹	غیرمسلمان	لوردز فرانسه	www.lourdes-france.com	معرفی لوردز و مراکز وابسته
۲۰	غیرمسلمان	لوردز فرانسه	http://en.lourdes-france.org	ارائه مراسم کلیسایی لوردز بیشتر برای زائران کلیسایی در غرب اروپا

ادامه پیوست ۱. سایت‌های انتخاب‌شده برای اعضای نمونه تحقیق

ردیف	مخاطبین اصلی	نام سایت	آدرس سایت	شیوه ارائه - معرفی مختصر
۲۱	غیرمسلمان	توقفگاه سایبری فرانسیسکن	http://198.62.75.1/www1/ofm/melita.html	مرور خاطره‌ها با آرشیو گسترده از عکس‌های سفر
۲۲	غیرمسلمان	سایت کوه‌های مقدس پاتریک	http://www.croagh-patrick.com	ارائه زیارت کوه‌های مقدس پاتریک در ایرلند
۲۳	غیرمسلمان	توریست مجازی	http://www.virtualtourist.com	ارائه خدمات و اطلاعات گردشگری

منابع و مأخذ

- آیتو، جان، (۱۳۸۶). *فرهنگ ریشه‌شناسی انگلیسی*. مترجم حمید کاشانیان، تهران: فرهنگ نشر نو، معین.
- ابن قولویه قمی، جعفر بن محمد، (۱۳۸۹). *کامل الزیارات*. مترجم سیدعلی حسینی، قم: دارالفکر.
- ارجمندی، دانیال، محمد کامیار ارباب، (۱۳۸۹). *آموزش ساخت وب سایت و پرتال با مایکروسافت شیرپوینت*. تهران: نص.
- پارتازیان، کامبیز، (۱۳۸۸). *نگاهی به تأثیرات اینترنت و فضای مجازی بر روند دین‌داری*. قم: دایرةالمعارف.
- جهانگیر، عیسی، (۱۳۹۱). *شیعه در فضای سایبر؛ رویکردی اجتماعی*. قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره).
- حجازی، سید علیرضا، (۱۳۸۴). «پرتال‌های سازمانی، رویکردی نوین در مدیریت شبکه محور». *توسعه مدیریت*، سال سیزدهم، شماره ۶۹: ۵۶-۷۶.
- حسنوی، رضا، میترا دیلمقانی، علیرضا حجازی، (۱۳۸۴). «طراحی و ایجاد پرتال». *مدیریت فردا*، سال سوم، شماره ۹ و ۱۰: ۸۷-۹۵.

طراحی محتوایی و ساختاری پرتال زیارت ... ❖ ۱۲۳

خانی، حامد (۱۳۹۲). «مفهوم زیارت و جایگاه آن در فرهنگ اسلامی». در جستاری در ادعیه رضویه با تکیه بر *الصحیفة الرضویه الجامعه*، جمعی از نویسندگان، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع): ۱۷۰-۱۲۵.
 دوران، بهزاد (۱۳۸۲). «هویت ملی و تعامل در فضای سایبرنتیک». *نامه پژوهش فرهنگی*، سال ششم: ۱۰۸-۵۳.

راودراد، اعظم، علی حاجی محمدی، (۱۳۸۹). «تفاوت شناخت حاصل از گردشگری واقعی و گردشگری مجازی بر پایه نظریه روایت». *تحقیقات فرهنگی*، دوره سوم، شماره ۲: ۶۱-۸۱.
 سقایی، مهدی، زهره جوانبخت قهفرخی، (۱۳۹۲). «تحلیلی بر آمار گردشگران و زائران داخلی ورودی به کلان‌شهر مشهد با استفاده از مدل‌های سری زمانی». *تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی*، سال سیزدهم، شماره ۲۸: ۷۱-۹۴.
 عاملی، سعیدرضا، (۱۳۹۲). *روش‌های تحقیق در مطالعات فرهنگی و رسانه*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

علی مهدی، مسلم، مهدی منتظر قائم، (۱۳۹۳). «طراحی الگوی مفهومی زیارت مجازی اماکن متبرکه؛ مورد مطالعه، زیارت امام علی بن موسی الرضا (ع)». *دین و ارتباطات*، سال بیست و یکم، شماره ۴۵: ۱۵۷-۱۱۹.

مجدثی، جواد، (۱۳۸۶). *فرهنگ زیارت: اهداف، آثار، تاریخچه، مشروعیت، سازندگی و آداب زیارت*. تهران: مشعر.

یوسفی، علی، غلامرضا صدیق اورعی، علیرضا کهن‌سال، فهیمه مکرری‌زاده، (۱۳۹۱). «پدیدارشناسی تجربی زیارت امام رضا (ع)». *مطالعات اجتماعی ایران*، سال ششم، شماره ۳ و ۴: ۱۹۸-۱۸۰.

Dawson, L.L. Cowan, D.E (2004). *Religion online, Finding Faith on the Internet*. New york & London: Routledge.

Frey, N., (1998). *Pilgrim stories on and off the Road to Santiago: Journeys Along an Ancient Way in Modern Spain*. University of California Press: Berkeley.

Hill-Smith, Connie, (2009). "Cyberpilgrimage: A Study of Authenticity, Presence and Meaning in Online Pilgrimage Experiences". *Journal of Religion and Popular Culture*, Vol. 21, No. 2: Available online: [http://www.usask.ca/relst/jrpc/art21\(2\)-Cyberpilgrimage.html](http://www.usask.ca/relst/jrpc/art21(2)-Cyberpilgrimage.html).

MacWilliams, Mark W, (2002). "Virtual Pilgrimages on the Internet", *Religion*, Vol.32, Issue4: 315-335.

Maxwell p, (2002). "Virtual Religion in Context". *Religion*, Vol. 32, Issue 4: 343-354.

Morinis, A., ed, (1992). *Sacred Journeys: The Anthropology of Pilgrimage*. New York: Greenwood Press. ❖

Reader Ian,(2007)."**Pilgrimage Growth in the Modern World: Meanings and Implications**". *Religion*, Vol.37, Issue 3: 210-229.

Turner, V., and E. Turner, (1974). "**Pilgrimage and Communitas**". *Studia Missionalia*.Vol 23: 305–327.

Turner, V., and E. Turner, (1978). *Image and Pilgrimage in Christian Culture: Anthropological Perspectives*. New York: Columbia University Press.

Widyarto, Setyawan, Muhammad Shafie Abd. Latiff, (2007). "**The Use of Virtual Tours for Cognitive Preparation of Visitors: a Case Study for VHE**", *Facilities*, Vol. 25, Issue 7/8: 271 – 285.