

بررسی نقش سایت سازمان هواشناسی کشور در ارائه اطلاعات متناسب با نیاز کاربران (مطالعه موردی دانشجویان مراجعه کننده به سازمان هواشناسی کشور در نیمه دوم سال 90)

خیرالنساء کاظمی جلودار^۱، دکتر محمد دادگران^۲، دکتر محمد سلطانی فر^۳

چکیده

با توجه به رویکرد کنونی علم، جریان اطلاعات از طریق شبکه‌های عظیم اطلاع‌رسانی صورت می‌پذیرد و دولت جمهوری اسلامی ایران نیز فعالیت‌هایی برای رسیدن به دولت الکترونیکی انجام داده است. سازمان هواشناسی کشور از جمله سازمان‌های دولتی است که با طراحی وبسایت، در تلاش است اطلاعاتی اختصاصی را در اختیار کاربران قرار دهد. دانشجویان با توجه به نیازهای خاص، نیازمند اطلاعات ویژه‌ای در وبسایت‌های مخصوص به خود هستند؛ بنابراین تعیین ویژگی‌های محتوایی مهم برای قرارگیری در وبسایت‌های مخصوص آنها می‌تواند برطرف کننده نیازهایشان باشد و از ورود ایشان به وبسایت‌های غیرتخصصی جلوگیری نماید. مطالعه حاضر با توجه به اهمیت اطلاعات پیش‌بینی هواشناسی درصدد "بررسی نقش سایت سازمان هواشناسی کشور در ارائه اطلاعات متناسب با نیاز کاربران" است. در این بررسی مراجعه‌کنندگان (دانشجویان) به عنوان جامعه آماری تحقیق انتخاب شده‌اند. روش‌های پژوهشی در این تحقیق از گونه پیمایشی است که بر اساس آن برای جمع‌آوری داده‌ها از تکنیک پرسشنامه و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی استفاده شده است. نتایج پژوهش حاضر نشان داد رضایت زنان از وبسایت، بیشتر از مردان بوده است. رضایت از وبسایت از دو جنبه بررسی شده است: رضایت از محتوا و رضایت از شکل ظاهری وبسایت. دانشجویانی که از شکل ظاهری وبسایت راضی بودند و افرادی که معتقد بودند محتوای وبسایت خوب است، رضایت بیشتری از این وبسایت داشتند. بین مقطع تحصیلی دانشجویان و رضایت آنها از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. این مطالعه نشان داده است بیشتر دانشجویان از طریق اساتید و دیگر دانشجویان با سایت سازمان آشنا شده‌اند. همچنین میزان رضایت افرادی که آگاهی بیشتری از اطلاعات موجود در وبسایت داشتند بیشتر بوده است.

کلید واژگان: وبسایت سازمان هواشناسی کشور، اطلاعات، اشاعه اطلاعات، نیاز اطلاعاتی کاربران، مهارت اطلاع‌یابی کاربران، مفاهیم وبسایت در تحقیق.

مقدمه

¹ - دانشجوی کارشناسی ارشد ارتباطات دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی. تهران، کیلومتر 15 جاده تهران - کرج، بلوار پژوهش، پژوهشگاه هواشناسی، بلوک 3، واحد 5، شماره تلفکس: 66070014@yahoo.com_kazemi_kh

mohammad_dadgaran@yahoo.com

² - استادیار و هیأت علمی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی؛

msoltanifar@yahoo.com

³ - استادیار و هیأت علمی دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی؛

همگام با پیشرفت‌های فناوری، سازمان‌ها و مؤسسات دولتی و خصوصی با هدف خدمت‌رسانی به عموم مردم با استفاده هر چه بیشتر از فناوری‌های نوین، اقدام به طراحی وبسایت یا پایگاه اطلاعاتی تحت وب کرده‌اند. گرچه اقدامات انجام شده در این راستا بسیار ارزشمند و شایسته و حاکی از پی بردن به اهمیت جایگاه فناوری و فناوری‌های ارتباطی است، اما باید اذعان کرد که صرف طراحی وبسایت و پایگاه اطلاعاتی زمینه استفاده از این فناوری و در نتیجه دستیابی به اهداف موردنظر را فراهم نمی‌سازد. وبسایت‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی باید بر اساس اصول، قواعد و استانداردهای موجود، که معمولاً از تجربه‌های عملی و مطالعات موردی به دست آمده، طراحی شوند و از نظر کارایی و کیفیت، مورد ارزیابی و سنجش مداوم قرار گیرند. (عباس پور، 1388: 3)

از آنجا که سایت سازمان هواشناسی کشور به عنوان یک پایگاه اطلاع‌رسانی مهم و اصلی در بخش پیش‌بینی‌های هواشناسی به شمار می‌رود، کاربران وبسایت سازمان به دو دسته کاربران عمومی و تخصصی تقسیم می‌شوند. بیشترین مراجعه‌کنندگان به وبسایت سازمان را کاربران تخصصی تشکیل می‌دهند که علاوه بر کسب اطلاعات عمومی از وضعیت آب و هوای شهرها و جاده‌های کشور، به دنبال دریافت و مشاهده بولتن پیش‌بینی، پیش‌بینی تخصصی کاربردی، تصاویر ماهواره‌ای و تصاویر رادار جهت تحقیقات دانشگاهی خود هستند. هرچند ایجاد یک وبسایت آرمانی غیرممکن به نظر می‌رسد اما قطعاً تلاش در جهت پاسخگویی به نیازهای کاربران و جلب رضایت آنان عملی و دست‌یافتنی است. برای رسیدن به این هدف تلاش برای بررسی‌های بیشتر معنا پیدا می‌کند؛ لذا با توجه به موارد بیان شده محقق بر آن شد که نقش وبسایت سازمان را در ارائه اطلاعات مورد نیاز کاربران (دانشجویان مراجعه‌کننده به سازمان) و شناسایی نقاط قوت و ضعف وبسایت برآورد.

بیان و شرح مسئله

از ابتدای پیدایش محیط مجازی وب، دولتمردان تلاش دارند تا با استفاده از فناوری‌های نوین به ارائه خدمات الکترونیکی به مردم خود بپردازند. دولت‌ها نیز برای ارائه خدمات الکترونیکی به شهروندان از پرتال و یا وبسایت بهره می‌برند چرا که این نوع خدمات ضمن صرفه‌جویی در هزینه، نیروی انسانی، وقت و ... می‌توانند دانش را گردآوری، سازماندهی و اشاعه دهند. بنابراین آنها می‌توانند نقاط ثقل تبادل اطلاعات و دانش باشند. (دژپناه، 1384: 5) سازمان هواشناسی کشور نیز برای پیشبرد دولت الکترونیک با توجه به نقش آن در تامین سلامت پرواز در بخش هوانوردی، حفاظت از جان و مال مردم در مقابل بلایای طبیعی و... و خدمت‌رسانی به عامه مردم، تارنما(وبسایت) را سرابزار فعالیت‌های خود قرار داده است؛ لذا با در نظر گرفتن اهمیت اطلاع‌رسانی وضعیت آب و هوا و دسترسی اطلاعات علمی هواشناسی در زمینه‌های مختلف که همه اقشار جامعه را دربرمی‌گیرد، وبسایت از جایگاه خاصی برخوردار است. توجه به این نکته که وبسایت سازمان تا چه میزان توانسته است در ارائه اطلاعات متناسب با نیاز کاربران (دانشجویان مراجعه‌کننده به سازمان) موفق باشد مواردی است که در این پژوهش به آن پرداخته شده است.

اهداف تحقیق:

هدف کلی: بررسی نقش وبسایت سازمان هواشناسی کشور در ارائه مطالب مورد نیاز کاربران؛

هدف جزئی:

1- بررسی انتظارات دانشجویان از اطلاعات مندرج در سایت سازمان هواشناسی کشور؛

2- بررسی محتوای سایت سازمان هواشناسی کشور؛

3- بررسی جنبه‌های ظاهری سایت سازمان هواشناسی کشور؛

4- شناسایی نیازهای علمی و اطلاعاتی کاربران؛

5- همچنین در این پژوهش با ارائه راهکار جهت بهبود کیفیت سایت تلاش خواهد شد تا نقاط قوت و ضعف وبسایت سازمان هواشناسی کشور مورد شناسایی قرار گرفته و پیشنهاداتی برای ارتقای سطح کیفی آن ارائه گردد.

سوالات تحقیق:

- 1- آیا محتوای وبسایت سازمان بر میزان رضایت دانشجویان موثر است؟
- 2- آیا شکل ظاهری وبسایت سازمان بر میزان رضایت دانشجویان موثر است؟
- 3- آیا معرفی وبسایت سازمان از طرف شخص و یا موسسات خاص بر میزان رضایت آنها از وبسایت تاثیرگذار است؟
- 4- آیا اطلاعات تخصصی و علمی موجود در سایت توانسته است در کسب اطلاعات مورد نیاز کاربران مفید باشد؟
- 5- آیا فاصله زمانی مراجعه به وبسایت بر رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور تاثیر می‌گذارد؟

فرضیه‌های تحقیق:

- 1- بین محتوای وبسایت سازمان هواشناسی کشور و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان همبستگی وجود دارد.
- 2- بین رضایت دانشجویان از شکل ظاهری وبسایت سازمان هواشناسی کشور و رضایت آنها از وبسایت، همبستگی وجود دارد.
- 3- بین مهارت‌های فناوری دانشجویان و رضایت آنها از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی وجود دارد.
- 4- بین چگونگی آشنایی با وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی وجود دارد.
- 5- بین فاصله زمانی مراجعه به وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی وجود دارد.

مفاهیم اساسی در تحقیق

صحت و دقت: درست بودن اطلاعات در یک وبسایت یکی از مفاهیم اساسی است چرا که ارائه اطلاعات درست به مخاطبان و اطمینان از درستی آنها از ضروریات است. (قندی و بدیعی، 1378: 17)

دامنه پوشش: برای بررسی نحوه پوشش مطالب در یک سایت باید به مطالب و عناوین منعکس شده توجه کرد چرا که به این ترتیب می‌توان اهداف سایت و توجه گردانندگان سایت را به نیازهای کاربران مورد بررسی قرار داد. پیوندها و عناوین صفحه می‌تواند یکی از معیارهای اصلی باشد.

به روز بودن: معیار به روز بودن اطلاعات اعم از پیش‌بینی هوا، بولتن، پیش‌بینی کشاورزی، پیش‌بینی فصلی، تحلیل پیش‌بینی فصلی استان، بیشترین بازه زمانی پیش‌بینی روزانه، نقشه پیش‌بینی بارندگی، نقشه پیش‌بینی باد، نقشه Wmo و نقشه پیش‌بینی از شاخص‌های اصلی محسوب می‌شود.

دوسویگی تعامل: نگاه سنتی به متن و به عبارتی یک‌سویه فرض کردن متن، مهمترین علت غیرتعاملی بودن فضای وبی است در حالی که وب موجود زنده‌ای فرض می‌شود و در صورت فقدان تعامل با کاربر خیلی سریع دچار مرگ می‌شود. (عاملی، 1385: 19)

سرعت: معیار سرعت در این تحلیل به معنای تاخیر زمانی برای پیدا کردن آدرس سایت و نمایش صفحات مختلف معنا پیدا می‌کند. براساس قانون، در عرض 8 ثانیه صفحات خانگی سایت‌های مختلف باید به نمایش درآیند. (شکرخواه، 1381: 71)

عینت: هدف از بررسی عینیت در سایت‌ها، تطابق اهدافی است که برای سایت ذکر شده و واقعیت موجود در همان فضا است.

چارچوب نظری و مفاهیم کلی

این پژوهش با توجه به پرسشی بنیادین به بررسی نقش سایت سازمان هواشناسی کشور در ارائه اطلاعات متناسب با نیاز کاربران (مطالعه موردی دانشجویان مراجعه‌کننده به سازمان هواشناسی کشور در نیمه دوم سال 90) انجام گرفته است. چهارچوب نظری در این پژوهش وسیع است؛ در این تحقیق به چند مورد از آنها اشاره می‌کنیم. "الوین تافلر اندیشمند برجسته معاصر، دوران زندگی بشر را از ابتدا تا کنون به امواجی تشبیه کرده است که با فروکش کردن هر یک، دیگری سربرآورده است: موج اول انقلاب کشاورزی، موج دوم انقلاب صنعتی و موج سوم انقلاب اطلاعاتی. برای موج سوم که با حضور و همه‌گیر شدن رایانه و به خصوص رایانه‌های شخصی مطرح شد، اهدافی همچون دسترسی به اطلاعات و دانش با استفاده از ابزار فناوری اطلاعات مانند رایانه، شبکه‌های متنوع محلی و جهانی و اینترنت متصور بود. همزمان با موج سوم که در نتیجه توسعه صنعت در موج دوم پدید آمد، این نیاز بیشتر احساس شد که اطلاعات بیشتر و بهتر از نقطه‌ای به نقطه دیگر منتقل شود بنابراین تولید، توزیع و استفاده از اطلاعات، محور این عصر قرار گرفت و اینترنت و رایانه برای این هدف به کار گرفته شد که توسعه آنها در دهه حاضر نیز ادامه دارد." (تافلر، 1371: 2) اگر چه نمی‌توان کسب اطلاعات را هدف تمام کاربران برای ورود به اینترنت عنوان کرد اما نیاز به دانستن در عصری که اطلاعات محور قدرتمند بودن در آن محسوب می‌شود می‌تواند توجیه مناسبی برای استفاده از اینترنت و دیگر رسانه‌ها به حساب آید.

نخستین گرایش‌ها به رویکرد استفاده و خشنودی⁴ توسط "الهی و کاتز" در دهه 70 میلادی و در توجیه اینکه مردم از رسانه‌ها برای منافع خودشان استفاده می‌کنند روی داد. بر این اساس استفاده از رسانه به خرسندی‌ها، آرزوها، نیازها و انگیزه‌های مخاطبان بستگی دارد و دل‌بستگی نسبی مخاطبان به رسانه‌های متعدد به تفاوت‌های موجود میان خواسته‌ها و خرسندی‌های مورد انتظار آنها مرتبط است. "مک کوئیل، 1382: 103) در نظریه استفاده و خشنودی، مخاطب فعال محسوب می‌شود، به این معنا که "بخش مهمی از استفاده‌اش معطوف به هدف است. همچنین در فرایند ارتباط جمعی، مخاطب در امر مرتبط ساختن ارضای نیاز و انتخاب رسانه‌ای ابتکار عمل زیادی دارد؛ ضمن اینکه رسانه‌ها با دیگر منابع ارضای نیاز رقابت می‌کنند، در این مدل رده‌های متعددی برای ارضای نیازها وجود دارد." (سورین و تانکار، 1381: 424) مک کوئیل نیز در کتاب خود الگوی کم و بیش مشابهی را ارائه می‌کند و "فعالیت مخاطب را در 5 حوزه تفکیک می‌کند. می‌توان موارد گزینشگری (تماشای هدفمند و ابزار گرایانه)، نفع‌گرایی، قصدمندی، مقاومت در برابر تاثیر و درگیری یا برانگیختگی عاطفی را نام برد." (مک کوئیل، 1382: 89) "مک کوئیل معتقد است: "اهمیت میراث-پژوهشی (استفاده و رضامندی) بر این واقعیت استوار است که پیروان آن مخالف نظریه مخاطب منفعل هستند و به همین جهت فرض‌هایی را مبنای کار خود قرار می‌دهند که مهمترین آنها عبارت است از این که مخاطب از میان مجاری ارتباطی و محتوایی که به او عرضه می‌شود دست به انتخابی آگاهانه و انگیزه‌دار می‌زند. مخاطبان آنچه را که برای حل مشکلات و رضامندی حداکثر خود لازم دارند، اگر که بدست نمی‌آورند حداقل جستجو می‌کنند." (مک کوئیل، 1988: 341) مخاطب علاوه بر این که از میان رسانه‌های مختلف دست به انتخاب می‌زند، مثلاً انتخاب اینترنت، در آن نیز گزینش می‌کند و خدمات را با هم می‌سنجد و سعی دارد بهترین را انتخاب کند. به طور کلی می‌توان "کارکردهای اجتماعی و روان‌شناختی رسانه‌های جمعی را به 4 دسته تقسیم نمود: نیازهای شناختی (کسب اطلاعات،

4- Use and Gratification

آگاهی و شناخت)، نیازهای عاطفی (تجارت عاطفی، لذت بخش یا زیبایی شناسه)، نیازهای انسجام‌بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایداری) و نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش).⁵ (سورین و تانکارد، 1381: 426)

یکی از مباحث مهم در بررسی اطلاعات ارائه شده در بین کاربران شناخت نیاز اطلاعاتی کاربران است. به گفته (آرتون) در بررسی نیازهای اطلاعاتی، برخی یافته‌ها نشان می‌دهند که شغل استفاده‌کننده اطلاعات و نوع سازمانی که در آن مشغول به کار است از عوامل تعیین‌کننده نیازهای اطلاعاتی او هستند. ویتس نیازهای اطلاعاتی را به سه دسته تقسیم می‌کند:

- نیاز به اطلاعات جدید؛

- نیاز به توضیح و شفافیت اطلاعات ضبط شده؛

- نیاز به تأیید اطلاعات جمع‌آوری شده. "ویلسون" برای تعریف مفهوم نیاز اطلاعاتی ابتدا به مفهوم اطلاعات در مطالعات تحقیقاتی کاربران اشاره می‌کند: اطلاعات به عنوان یک موجودیت فیزیکی یا پدیده، اطلاعات به عنوان مجرای ارتباطی که از طریق آن داده‌ها منتقل می‌شود، اطلاعات به عنوان داده موضوعی موجود در یک سند که یا از طریق شفاهی و به عنوان داده‌ای با هدف منتقل شده یا به عنوان توصیه یا عقیده، ارزش قضاوت دارد. اطلاعات در موقعیت‌های متفاوت به نیازهای انسانی وابسته است.

وبسایت سازمان هواشناسی کشور⁵

تارنمای سازمان هواشناسی کشور هم‌اکنون به آدرس www.irimo.ir به منظور ارائه نمایش داده و محصول نمایش داده و محصول با صحت بالا، بهنگام و معتبر مانند: پیش‌بینی و هشدارهای آب و هوایی، اقلیمی و فراسنج‌های محیطی مرتبط با هوا، حضور در زندگی مردم و گروه‌های کاربران از جمله دانشجویان، بهبود سامانه‌های توزیع داده‌ها و محصولات سازمان برای دسترسی آسان کاربران به آنها و فرهنگ‌سازی برای بکارگیری بهینه آنها در امور مربوط به خود، حضور در مدیریت کشور، تهیه توصیه‌های فنی و علمی در راستای تصمیم‌سازی برای پشتیبانی از دولتمردان و تصمیم‌گیران کشور در ارتباط با مدیریت کشور بویژه در موضوعات توسعه پایدار و اجرای توافق نامه‌های بین‌المللی می‌باشد.

۶

نیاز اطلاعاتی کاربران

واژه نیاز اطلاعاتی به نیازی اشاره می‌کند که باید از خدمات اطلاع‌رسانی یا از مواد و منابع اطلاعاتی تأمین شود. در اینجا فرض شده که استفاده از اطلاعات، نتیجه برآورده شدن نیاز اطلاعاتی کاربران و یا همان دانشجویان مراجعه‌کننده به سازمان هواشناسی کشور است.⁶ چون نیاز اطلاعاتی در ذهن کاربر است و مستقیماً مشاهده نخواهد شد و فقط با مشاهده ارقام اطلاعاتی مصرف شده یا پاسخ‌های سؤالات، قابل استنباط است، نیاز اطلاعاتی با خدمات اطلاع‌رسانی برآورده می‌شود.⁷ (عینی، 1383: 113)

اطلاعات^۷

⁵ Iran's Meteorological organization website

⁶ Information Needs

⁷ Information

اطلاعات به طور طبیعی برای برآوردن یک نیاز اطلاعاتی است. مارکوئین و آلن معتقدند که استفاده از اطلاعات یک رفتار است و داده‌ها براساس رفتارهایی مثل پرسش از افراد، مشاهده اتفاقات یا آزمایش مصنوعات جمع‌آوری می‌شوند. به عبارت دیگر استفاده از اطلاعات به معنای رفتار اطلاع‌یابی است که در ضمن استفاده از اطلاعات، نیازهای اطلاعاتی افراد نیز برآورده شود. (Bouazz1989,p93-94)

روش پژوهش

تحقیق حاضر به لحاظ هدف، نوعی مطالعه کاربردی به شمار می‌آید. برای جمع‌آوری اطلاعات که از جمله آن می‌توان به سوابق، پیشینه تحقیق و تدوین چارچوب نظری اشاره کرد، از مطالعات کتابخانه‌ای و پیمایشی استفاده شده است و برای جمع‌آوری اطلاعات مستند جهت تجزیه و تحلیل از تکنیک پرسشنامه بر اساس مقیاس لیکرت استفاده شده است. سوالات از نوع بسته و در سطوح چهارگانه اسمی، ترتیبی، فاصله‌ای و نسبی سنجیده شده است.

جامعه آماری:

منظور از جامعه آماری همان جامعه اصلی است که از آن نمونه‌ای نمایا یا معرف بدست آمده باشد. جامعه آماری شامل کلیه کاربران سایت (دانشجویان مراجعه کننده به سازمان هواشناسی کشور) نیمه دوم سال 90 می باشد.

روش نمونه گیری:

روش نمونه گیری به کار رفته در این تحقیق، تصادفی نظام مند است. به طوری که از ماه اول هفته اول و از ماه دوم هفته دوم و از ماه سوم هفته سوم به عنوان نمونه انتخاب شده است.

شیوه نمونه گیری و حجم نمونه:

تعداد کل عناصر موجود در نمونه حجم نمونه است. در مقابل حجم جامعه آماری شامل مجموعه عناصر موجود در جامعه آماری است که مبنای محاسبه در نمونه گیری محسوب می شود.

در این مطالعه جهت انتخاب نمونه، از فرمول کوکران استفاده شده است. با توجه به اینکه در این مطالعه به طور میانگین 60000 نفر از سایت دیدن نمودند فرمول کوکران همراه با حجم نمونه بدست آمده است که بر طبق آمار انجام شده تعداد نمونه آماری 384 نفر می باشد.

روش تجزیه و تحلیل داده ها:

در این مطالعه از دو روش اسنادی و میدانی استفاده گردید که دستورالعمل کدگذاری تهیه و بر مبنای دوره مورد بررسی اطلاعات کدگذاری شد و پس از کدگذاری در نرم افزار SPSS پردازش و در جداول یک بعدی و دوبعدی از آن تهیه شده است.

در مجموع تجزیه و تحلیل داده ها از آمارهای توصیفی و استنباطی استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل توصیفی:

جدول شماره 1: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان مطابقت محتوای ارایه شده در سایت سازمان هواشناسی کشور با هدف واقعی مربوطه

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
13	13	50	خیلی زیاد
49/7	36/7	141	زیاد
92/7	43	165	تا حدودی
96/1	¾	13	کم
100	3/9	15	خیلی کم
	100	384	جمع

یافته ها در جدول شماره 1 نشان می دهد که 191 نفر معادل 49/7 درصد از پاسخگویان اظهار کرده اند که محتوای ارائه شده در سایت سازمان با هدف واقعی مربوطه به میزان زیاد و خیلی زیاد مطابقت دارد در صورتی که تعداد 165 نفر معادل 43 درصد گزینه تا حدودی، تعداد 28 نفر معادل 7/3 درصد گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کرده اند. می توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان معتقدند که محتوای ارائه شده در سایت سازمان با هدف واقعی مربوطه مطابقت دارد.

جدول شماره 2: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان رضایت از شکل ظاهری سایت

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
21/9	21/4	82	خیلی زیاد
54/5	31/8	122	زیاد
80/2	25	96	تا حدودی
94/4	13/8	53	کم
100	5/5	21	خیلی کم
	97/4	374	جمع
	2/6	10	بدون پاسخ
	100	384	جمع

با توجه به جدول شماره 2 می توان دریافت که 204 نفر معادل 53/2 درصد از پاسخگویان اظهار کرده اند که از شکل ظاهری سایت سازمان هواشناسی به میزان زیاد و خیلی زیاد رضایت دارند در صورتی که تعداد 96 نفر معادل 25 درصد گزینه تا حدودی، تعداد 74 نفر معادل 19/3 درصد گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کرده اند و 10 نفر نیز به این سوال پاسخ نداده اند. می توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان از شکل ظاهری سایت سازمان هواشناسی رضایت دارند.

جدول شماره 3: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از مهارت های فناوری شخصی خود

جهت دریافت اطلاعات از سایت سازمان هواشناسی کشور

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
14/1	14/1	54	خیلی زیاد
54/9	40/9	157	زیاد

91/9	37	142	تا حدودی
97/7	5/7	22	کم
100	2/3	9	خیلی کم
	100	384	جمع

با توجه به جدول بالا می توان دریافت که 211 نفر معادل 55 درصد از پاسخگویان از مهارت های فناوری شخصی خود جهت دریافت اطلاعات از سایت سازمان به میزان زیاد و خیلی زیاد استفاده می کنند در حالی که تعداد 142 نفر معادل 37 درصد گزینه تا حدودی، تعداد 31 نفر معادل 8 درصد گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کرده اند. این نشان می دهد که اکثریت پاسخگویان از مهارت های فناوری شخصی خود جهت دریافت اطلاعات از سایت سازمان استفاده می کنند.

جدول شماره 4: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب چگونگی مطلع شدن از وجود آدرس اینترنتی سازمان هواشناسی کشور

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
29/3	28/6	110	جستجو در اینترنت
64/8	34/6	133	اساتید و دانشجویان
85/3	20/1	77	پیش بینی هواشناسی در پایان اخبار سیما
86/7	1/3	5	رادیو
89/1	2/3	9	نمایشگاه
92/5	3/4	13	بازدید از سازمان
96/5	3/9	15	دوستان و آشنایان
99/2	2/6	10	لینک از سایت های دیگر
100	0/8	3	سایر
	97/7	375	جمع
	2/3	9	بدون پاسخ
	100	384	جمع

یافته ها در جدول شماره 4 نشان می دهد که 133 نفر معادل 34/6 درصد از پاسخگویان اظهار کرده اند که توسط اساتید و دانشجویان از وجود آدرس اینترنتی سازمان هواشناسی کشور مطلع شده اند در حالی که تعداد 110 نفر معادل 28/6 درصد جستجو در اینترنت، تعداد 77 نفر معادل 20/1 درصد پیش بینی هواشناسی در پایان اخبار سیما، تعداد 15 نفر معادل 3/9 درصد دوستان و آشنایان، تعداد 13 نفر معادل 3/4 درصد بازدید از سازمان، تعداد 10 نفر معادل 2/6 درصد لینک از سایت های دیگر، تعداد 9 نفر معادل 2/3 درصد نمایشگاه، تعداد 5 نفر معادل 1/3 درصد رادیو، تعداد 3 نفر معادل 0/8 درصد هم از طریق سایر منابع با این سایت آشنا شده اند و 9 نفر نیز به این سوال پاسخ نداده اند. می توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان توسط اساتید و دانشجویان از وجود آدرس اینترنتی سازمان هواشناسی کشور مطلع شده اند.

جدول شماره 5: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب فاصله زمانی مراجعه آنها به سایت سازمان هواشناسی کشور

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	فاصله زمانی
19/8	19/8	76	روزانه

53/6	33/9	130	هفتگی
80/2	26/6	102	ماهانه
82/3	2/1	8	سالانه
99/2	16/9	65	بر اساس تحقیقات دانشگاه تعیین می‌گردد
100	0/8	3	سایر
	100	384	جمع

از جدول شماره 5 چنین استنباط می‌شود که 130 نفر معادل 33/9 درصد از پاسخگویان به صورت هفتگی به سایت سازمان هواشناسی کشور مراجعه می‌کنند در صورتی که تعداد 102 نفر معادل 26/6 درصد ماهانه، تعداد 76 نفر معادل 19/8 درصد روزانه، تعداد 65 نفر معادل 16/9 درصد بر اساس تحقیقات دانشگاه، تعداد 8 نفر معادل 2/1 درصد سالانه، تعداد 3 نفر معادل 0/8 درصد در فاصله‌های زمانی دیگری به این سایت مراجعه می‌کنند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که بیشتر پاسخگویان به صورت هفتگی به سایت سازمان هواشناسی کشور مراجعه می‌کنند.

جدول شماره 6: توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان رضایت از اطلاعات تخصصی مندرج در سایت سازمان هواشناسی کشور

درصد تجمعی	درصد	فراوانی	
11/5	11/5	44	خیلی زیاد
52/9	41/4	159	زیاد
94/3	41/4	159	تا حدودی
97/1	2/9	11	کم
100	2/9	11	خیلی کم
	100	384	جمع

جدول شماره 6 بیانگر این مطلب است که 203 نفر معادل 52/9 درصد از پاسخگویان از اطلاعات مندرج در سایت سازمان به میزان زیاد و خیلی زیادی آگاهی دارند در حالی که تعداد 159 نفر معادل 41/4 درصد گزینه تا حدودی، تعداد 22 نفر معادل 5/8 درصد گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کرده‌اند. پس می‌توان گفت بیشتر

پاسخگویان از اطلاعات مندرج در سایت سازمان آگاهی دارند.

تجزیه و تحلیل استنباطی (جداول دو بعدی)

فرضیه اول:

بین خوب بودن محتوای وبسایت سازمان و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی معناداری وجود دارد.

جدول 1: توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین خوب بودن محتوای وبسایت سازمان و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان

جمع	خوب بودن محتوای وب سایت			رضایت از مجموعه سایت سازمان هواشناسی کشور	
	کم	تاحدودی	زیاد		
221	0	16	205	تعداد	زیاد
100.0%	.0%	7.2%	92.8%	درصد	
80	0	45	35	تعداد	تاحدودی
100.0%	.0%	56.3%	43.8%	درصد	
31	6	22	3	تعداد	کم
100.0%	19.4%	71.0%	9.7%	درصد	
332	6	83	243	تعداد	جمع
100.0%	1.8%	25.0%	73.2%	درصد	

جدول 1-1: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین خوب بودن محتوای وبسایت سازمان و رضایت دانشجویان از وبسایت

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن
خی دو	181.715	4	.000	.656

میزان آماره خی دو برابر 181.715 و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری 0.000 است. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه دوم با 99% اطمینان و 1% خطا تأیید می‌شود؛ بنابراین بین خوب بودن محتوای وبسایت سازمان و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر 656- است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط قوی بین دو متغیر است. با توجه به جدول دو بعدی بالا افرادی که معتقد بودند محتوای وبسایت خوب است رضایت بیشتری نیز از این وبسایت داشتند.

فرضیه دوم:

بین رضایت دانشجویان از شکل ظاهری وبسایت سازمان هواشناسی کشور و رضایت آنها از وبسایت همبستگی معناداری وجود دارد.

جدول 2: توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین رضایت دانشجویان از شکل ظاهری وبسایت و رضایت آنها از وبسایت سازمان

جمع	رضایت از شکل ظاهری وبسایت			رضایت از مجموعه سایت سازمان هواشناسی کشور	
	کم	تاحدودی	زیاد	تعداد	زیاد
210	18	81	111	تعداد	زیاد
100.0%	8.6%	38.6%	52.9%	درصد	
80	13	41	26	تعداد	تاحدودی
100.0%	16.3%	51.3%	32.5%	درصد	
31	6	17	8	تعداد	کم
100.0%	19.4%	54.8%	25.8%	درصد	
321	37	139	145	تعداد	جمع
100.0%	11.5%	43.3%	45.2%	درصد	

جدول 1-2: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین رضایت دانشجویان از شکل ظاهری وبسایت و رضایت آنها از وبسایت

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معنی داری	ضریب همبستگی اسپیرمن
خی دو	16.156	4	.003	.224

میزان آماره خی دو برابر 16.156 و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری 0.003 است. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه سوم با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می‌شود. بنابراین بین رضایت دانشجویان از شکل ظاهری وبسایت سازمان هواشناسی کشور و رضایت آنها از وبسایت رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر 0.224 است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است. با توجه به جدول دو بعدی بالا افرادی که از شکل ظاهری وبسایت راضی بودند رضایت بیشتری نیز از این وبسایت داشتند.

فرضیه سوم:

بین مهارت‌های فناوری دانشجویان و رضایت آنها از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی معناداری وجود دارد.

جدول 3: توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین مهارت‌های فناوری دانشجویان و رضایت آنها از وبسایت سازمان هواشناسی کشور

جمع	مهارت‌های فناوری دانشجویان			رضایت از مجموعه سایت سازمان هواشناسی کشور	
	کم	تاحدودی	زیاد	تعداد	زیاد
235	13	83	139	تعداد	زیاد

100.0%	5.5%	35.3%	59.1%	درصد	
95	15	41	39	تعداد	تاحدودی
100.0%	15.8%	43.2%	41.1%	درصد	
42	3	11	28	تعداد	کم
100.0%	7.1%	26.2%	66.7%	درصد	
372	31	135	206	تعداد	جمع
100.0%	8.3%	36.3%	55.4%	درصد	

جدول 1-3: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین مهارت‌های فناوری دانشجویان و رضایت آنها از وبسایت سازمان

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی اسپیرمن
خی دو	16.189	4	.003	.087

میزان آماره خی دو برابر 16.189 و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری 0.003 است. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می‌شود. بنابراین بین مهارت‌های فناوری دانشجویان و رضایت آنها از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر 0.087 است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط بسیار ضعیف بین دو متغیر است. با توجه به جدول دو بعدی بالا افرادی که از مهارت‌های فناوری شخصی خود جهت دریافت اطلاعات از سایت سازمان استفاده می‌کردند رضایتشان نیز از این وبسایت بیشتر بود.

فرضیه چهارم:

بین چگونگی آشنایی با وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی معناداری وجود دارد.

جدول 3: توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین چگونگی آشنایی با وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان

رضایت از مجموعه	چگونگی آشنایی با وبسایت	جمع
-----------------	-------------------------	-----

سایت سازمان هواشناسی کشور	جستجو در اینترنت	اساتید و دانشجویان	پیش‌بینی هواشناسی در پایان اخبار سیما	رادیو	نمایشگاه	بازدید از سازمان	دوستان و آشنایان	لینک از سایت‌های دیگر	سایر			
										تعداد	درصد	
زیاد	52	97	51	0	4	6	12	10	0	232	22.4%	41.8%
	22.4%	41.8%	22.0%	.0%	1.7%	2.6%	5.2%	4.3%	.0%	100.0%		
تاحدودی	40	17	21	5	0	3	3	0	3	92	43.5%	18.5%
	43.5%	18.5%	22.8%	5.4%	.0%	3.3%	3.3%	.0%	3.3%	100.0%		
کم	13	19	5	0	5	0	0	0	0	42	31.0%	45.2%
	31.0%	45.2%	11.9%	.0%	11.9%	.0%	.0%	.0%	.0%	100.0%		
جمع	105	133	77	5	9	9	15	10	3	366	28.7%	36.3%
	28.7%	36.3%	21.0%	1.4%	2.5%	2.5%	4.1%	2.7%	.8%	100.0%		

جدول 1-3: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین چگونگی آشنایی با وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
خی دو	74.513	16	.000	.319

میزان آماره خی دو برابر 74.513 و درجه آزادی آن برابر 16 با سطح معناداری 0.000 است. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه سوم با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می‌شود. بنابراین بین چگونگی آشنایی با وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر 0.319 است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط متوسط بین دو متغیر است.

فرضیه پنجم:

بین فاصله زمانی مراجعه به وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور همبستگی معناداری وجود دارد.

جدول 5: توزیع فراوانی دو بعدی رابطه بین فاصله زمانی مراجعه به وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان

رضایت از مجموعه	فاصله زمانی مراجعه به وبسایت	جمع
-----------------	------------------------------	-----

سایت سازمان هواشناسی کشور		روزانه	هفتگی	ماهانه	سالانه	براساس تحقیقات دانشگاه تعیین می‌گردد	سایر		
زیاد	تعداد	44	99	51	0	41	0	235	
	درصد	18.7%	42.1%	21.7%	.0%	17.4%	.0%	100.0%	
تاحدودی	تعداد	26	14	34	3	18	0	95	
	درصد	27.4%	14.7%	35.8%	3.2%	18.9%	.0%	100.0%	
کم	تعداد	3	8	17	5	6	3	42	
	درصد	7.1%	19.0%	40.5%	11.9%	14.3%	7.1%	100.0%	
جمع	تعداد	73	121	102	8	65	3	372	
	درصد	19.6%	32.5%	27.4%	2.2%	17.5%	.8%	100.0%	

جدول 1-5: نتایج آزمون خی دو جهت بررسی رابطه بین فاصله زمانی مراجعه به وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت

آزمون	مقدار	درجه آزادی	سطح معناداری	ضریب همبستگی کرامر
خی دو	80.442	10	.000	.329

میزان آماره خی دو برابر 80.442 و درجه آزادی آن برابر 10 با سطح معناداری 0.000 است. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می‌شود. بنابراین بین فاصله زمانی مراجعه به وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر 0.329 است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط متوسط بین دو متغیر است. با توجه به جدول دو بعدی بالا افرادی که به صورت هفتگی به وبسایت مراجعه می‌کردند رضایتشان نیز از این وبسایت بیشتر بود.

نتیجه‌گیری و تحلیل

این تحقیق با هدف "بررسی نقش سایت سازمان هواشناسی کشور در ارائه اطلاعات متناسب با نیاز کاربران" انجام گرفته است. که نتایج حاصل از آن و پاسخ به سوالات مطرح شده به شرح زیر است:

✓ با توجه به سوال مطرح شده در مورد " آیا محتوای وبسایت سازمان بر میزان رضایت دانشجویان موثر است؟ "

می توان گفت که با توجه به میزان آماره خی دو که برابر 181.715 و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری 000. می باشد چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه دوم با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می شود؛ و فرضیه ما اثبات می شود بنابراین بین خوب بودن محتوای وبسایت سازمان و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد.

✓ با توجه به سوال مطرح شده در مورد " آیا شکل ظاهری وبسایت سازمان بر میزان رضایت دانشجویان موثر است؟ "

می توان گفت که با توجه به میزان آماره خی دو که برابر 16.156 و درجه آزادی آن برابر 4 با سطح معناداری 003. می باشد. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا این فرضیه با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می شود. بنابراین بین رضایت دانشجویان از شکل ظاهری وبسایت سازمان هواشناسی کشور و رضایت آنها از وبسایت رابطه معناداری وجود دارد
می توان این گونه پاسخ داد که افرادی که از شکل ظاهری وبسایت راضی بودند رضایت بیشتری نیز از این وبسایت داشتند.

✓ با توجه به سوال مطرح شده در مورد " آیا معرفی وبسایت سازمان از طرف شخص و یا موسسات خاص بر میزان رضایت آنها از وبسایت تاثیرگذار است؟ "

می توان گفت که با توجه به میزان آماره خی دو برابر 74.513 و درجه آزادی آن برابر 16 با سطح معناداری 000. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است فرضیه با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می شود. بنابراین بین چگونگی آشنایی با وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. همچنین میزان ضریب همبستگی کرامر این دو متغیر برابر 319. است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط متوسط بین دو متغیر است.
بنابراین می توان گفت کاربرانی که توسط اساتید و دانشجویان از وجود آدرس اینترنتی سازمان هواشناسی کشور مطلع شده اند رضایت بیشتری از دانشجویانی دارند که از طریق کانالهای دیگر از وب سایت مطلع شده اند.

✓ با توجه به سوال مطرح شده در مورد " آیا اطلاعات تخصصی و علمی موجود در سایت توانسته است در کسب اطلاعات مورد نیاز کاربران مفید باشد؟ "

می توان گفت که با توجه به پرسش های انجام شده از می توان گفت بیشتر پاسخگویان اعتقاد دارند که وجود مطالب مرتبط با موضوع هواشناسی در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است. و اطلاعات بیانگر این مطلب است که 222 نفر معادل 57/8 درصد از پاسخگویان معتقدند که وجود مطالب مرتبط با موضوع هواشناسی در سایت سازمان هواشناسی کشور به میزان زیاد و خیلی زیاد مناسب است در صورتی که تعداد 129 نفر معادل 33/6 درصد گزینه تا حدودی، 28 نفر معادل 7/3 درصد گزینه کم و خیلی کم را انتخاب کرده اند و 5 نفر نیز به این سوال پاسخ نداده اند. میزان آماره خی دو برابر 072. 1 و درجه آزادی آن برابر 8 با سطح معناداری 000. است. چون میزان

سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می‌شود؛ همچنین میزان ضریب همبستگی اسپیرمن این دو متغیر برابر 193 است. این میزان ضریب همبستگی بیان کننده ارتباط ضعیف بین دو متغیر است.

پس می‌توان گفت بیشتر پاسخگویان اعتقاد دارند که وجود مطالب مرتبط با موضوع هواشناسی در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است و اطلاعات تخصصی و علمی موجود در سایت توانسته است نیازهای آنها را برآورده کرده است.

✓ با توجه به سوال مطرح شده در مورد آیا فاصله زمانی مراجعه به وبسایت بر رضایت دانشجویان از وبسایت

سازمان هواشناسی کشور تاثیر می‌گذارد؟

با توجه به آمار 130 نفر معادل 33/9 درصد از پاسخگویان به صورت هفتگی به سایت سازمان هواشناسی کشور مراجعه می‌کنند در صورتی که تعداد 102 نفر معادل 26/6 درصد ماهانه، تعداد 76 نفر معادل 19/8 درصد روزانه، تعداد 65 نفر معادل 16/9 درصد بر اساس تحقیقات دانشگاه، تعداد 8 نفر معادل 2/1 درصد سالانه، تعداد 3 نفر معادل 0/8 درصد در فاصله‌های زمانی دیگری به این سایت مراجعه می‌کنند. می‌توان چنین نتیجه گرفت که بیشتر پاسخگویان به صورت هفتگی به سایت سازمان هواشناسی کشور مراجعه می‌کنند.

بنابراین با توجه به میزان آماره خی دو برابر 80.442 و درجه آزادی آن برابر 10 با سطح معناداری 0.000 است. چون میزان سطح معناداری از 0.01 کمتر است لذا فرضیه با 99٪ اطمینان و 1٪ خطا تأیید می‌شود. بنابراین بین فاصله زمانی مراجعه به وبسایت و رضایت دانشجویان از وبسایت سازمان هواشناسی کشور رابطه معناداری وجود دارد. با توجه به جدول دو بعدی افرادی که به صورت هفتگی به وبسایت مراجعه می‌کردند رضایتشان نیز از این وبسایت بیشتر بود.

✓ در نتیجه بر طبق بررسی‌ها می‌توان چنین نتیجه گرفت که اکثریت پاسخگویان توسط اساتید و دانشجویان از

وجود آدرس اینترنتی سازمان هواشناسی کشور مطلع شده‌اند و هدف آنها از مراجعه به سایت سازمان دریافت روزانه اطلاعات پیش‌بینی هواشناسی است. بیشتر پاسخگویان از اطلاعات مندرج در سایت سازمان آگاهی دارند و بیشتر افراد به صورت هفتگی به سایت سازمان هواشناسی کشور مراجعه می‌کنند. بیشتر آنها نرم‌افزار هواشناسی را از سایت دریافت کرده‌اند و اکثر آنها نرم‌افزار هواشناسی را در موبایل خود نصب کرده‌اند؛ آنها از مهارت‌های فناوری شخصی خود جهت دریافت اطلاعات از سایت سازمان استفاده می‌کنند. اکثریت افراد از جذابیت سایت، طراحی و جنبه‌های گرافیکی، طبقه‌بندی مناسب مطالب موجود در سایت، ترکیب رنگ‌های متناسب با موضوع و عنوان سایت، ترکیب‌های جداول متناسب با موضوع و عنوان، فونت مطالب، اشکال و متون متناسب با موضوع سایت، سهولت کاربرد سایت و نقشه وبسایت سازمان هواشناسی رضایت دارند در نتیجه می‌توان گفت بیشتر پاسخگویان از مجموعه سایت سازمان هواشناسی کشور رضایت دارند، اما از دستیابی اطلاعات با استفاده از سخت‌افزار و نرم‌افزارهای موجود در سایت و از نحوه استفاده از تصاویر و فایل‌های کم حجم در سایت سازمان هواشناسی تا حدودی رضایت دارند. همچنین آنها سرعت میان صفحات وبسایت سازمان هواشناسی کشور را نیز مناسب دانسته‌اند.

بیشتر پاسخگویان معتقدند که:

- ✓ برای آنها فصلی که اطلاعات مندرج در سایت اهمیت خاصی داشته باشد وجود ندارد.
- ✓ محتوای ارایه شده در سایت سازمان با هدف واقعی مربوطه مطابقت دارد.
- ✓ درج آخرین اخبار پیش‌بینی سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ وجود مطالب مرتبط با موضوع هواشناسی در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ به روز رسانی مستمر اطلاعات با درج تاریخ به روز رسانی در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ میزان موفقیت در پاسخگویی به درخواست در سایت سازمان هواشناسی کشور خوب است.
- ✓ درج مطالب مفید و جدید در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ پیوندهای مفید جهت دریافت اطلاعات در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ قابلیت یادگیری برای کاربران در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ توانایی درک مطالب در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ تناسب مطالب موجود در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ امکان راهنمایی برای کاربران در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ سطح دستیابی به اهداف در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ امکان چک کردن لینک منابع ارایه شده در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ مشخص کردن منابع اطلاعات تخصصی در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ سازماندهی و دسته‌بندی منابع اطلاعاتی موجود در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.
- ✓ سهولت عضویت در سایت سازمان هواشناسی کشور مناسب است.

پیشنهادات

این تحقق بر اساس رویکرد استفاده و خشنودی، تاثیر نامحدود رسانه ها و... کار خود را آغاز کرد و مخاطب را به عنوان موجودی فعال و انتخاب گر نگاه می کند، در این نوشتار کاربر فردی در نظر گرفته شده که می تواند بر اساس جذابیت های سایت مورد نظر (ساختاری و محتوایی) آن را برای مراجعه دائمی برگزیند و یا اینکه پس از مراجعه اولیه، سایت های مشابه رقیب را انتخاب کند. بنابراین تکرر گرای در وب سایت های مرتبط با اطلاعات و اخبار پیش بینی هواشناسی در اینترنت که آزادی و انتخاب گری مخاطب را افزایش داده است می تواند به عنوان تیغی دولبه برای وب سایت عمل کند.

در تحقیق حاضر به پیشنهادات علمی و کاربردی در جهت تقویت سایت سازمان هواشناسی کشور در ارایه مطالب مورد نیاز کاربران پرداخته می شود که در این راستا به ذکر پیشنهاداتی می پردازیم.

مطالعه انجام شده نشان می دهد که مقطع تحصیلی کارشناسی و بعد از آن کارشناسی ارشد از خدمات سایت سازمان استفاده می کنند از یک طرف باید خدمات و اطلاعات تحت پوشش این سایت را ارائه داد (اطلاعات مربوط به آمار های اقلیمی، پیش بینی های هواشناسی، سمت و سرعت بادهای و...)، و از طرف دیگر جهت ترغیب سایر افراد با مقاطع تحصیلی بالاتر و یا پائین تر خدماتی متناسبی با تحصیلات و نیاز آنها ارائه گردد.

با توجه به اینکه اکثر پاسخگویان در رشته های فنی و مهندسی مشغول به تحصیل بودند پیشنهاد می گردد مسئولین مرتبط با وب سایت نسبت به در اختیار گذاشتن اطلاعات مربوط به رشته های مربوطه در وب سایت اقدام نمایند.

با توجه به آنچه بعنوان فلسفه وجودی وب سایت سازمان هواشناسی کشور مطرح شد، وب سایت سازمان بایستی دارای محتوایی غنی از داده ها و محصولات هواشناسی باشد که در قالبی مناسب با سلیقه و تمایلات کاربران آن در اختیار آنان گذارده شود.

صفحه جستجو، خود بتنهایی بر تعامل کاربر با سیستم اطلاعاتی تأثیر مهمی می گذارد. عاملها و قابلیت‌های صفحه جستجو، کاربران را قادر خواهد ساخت که براحتی به جستجوی اطلاعات بپردازند و اطلاعات مناسب خود را با روشها و فنون مناسب و راحت به دست آورند. بنابراین نتایج این تحقیق در حوزه صفحه جستجو می تواند به طراحان در این زمینه کمک کند.

صفحه نمایش نتایج جستجو، فرایندی است که کاربر بعد از انجام جستجو با آن رو به رو می شود. بسیاری از کاربران هنگام جستجو دچار نوعی سردرگمی می شوند و بسیاری از نتایج جستجو برای آنها رضایت بخش نیست. بنابراین عاملها و قابلیت‌ها و بازخوردهایی که کاربر از سیستم از طریق صفحه نمایش دریافت میکند، می تواند در اصلاح و پالایش راهبرد جستجوی کاربران کمک کند. نتایج این تحقیق می تواند به طراحان در این زمینه کمک کند.

نتیجه مهم دیگری که می تواند به عنوان پیشنهاد مطرح شود؛ تفاوت نگرش دانشجویان در ارتباط با ویژگی‌های صفحه مرور مدارک است که ناشی از تفاوت مهارت‌های فناوری اطلاعاتی بین دانشجویان است. بنابراین پیشنهاد می شود که تفاوت مهارت‌های فناوری اطلاعات در طراحی همه جنبه های وب سایت سازمان هواشناسی مد نظر قرار گیرد.

پیشنهاد می گردد، طراحان و برنامه‌ریزان وب سایت سازمان باید با استفاده از کاربرد مدل‌های مدیریت دانش را در پرتال‌های دولتی اقدام نمایند.

با توجه به ماهیت وجودی وب سایت سازمان هواشناسی کشور، انتظار می‌رود این سازمان در زمینه خدمات مرجع الکترونیکی، گام‌های مهمی را بردارد؛ البته وب سایت سازمان، برخی خدمات مرجع، همچون پیوند به پایگاه های اطلاعاتی، پست الکترونیکی و امکان جستجو را در وبسایت در قسمت کتابخانه قرار داده است، ولی باید این امکانات در این وبسایت به طور به روز شده ارائه شود.

به منظور تأمین داده های پایه و اطلاعات دقیق بر اساس استاندارد های بین المللی در زمینه جوی و اقلیمی به کاربران برنامه ریزان وب سایت باید تدابیری جهت هرچه بهتر ارائه مطالب به کاربران اتخاذ نمایند.

فهرست منابع و مأخذ:

- 1- آرتون، پاولین (۱۳۶۳). "نظامها و خدمات اطلاعاتی: شیوه‌های کار و روشها"، ترجمه مهرانگیز حریری، تهران، مرکز اسناد و مدارک علمی ایران
- 2- ابراهیمی، بهمن (1382). پایان نامه کارشناسی ارشد "بررسی مقایسه ای اخبار سایت واحد مرکزی خبر با بخش فارسی سایت بی بی سی"
- 3- اسمیت، آنتونی (1369). "ژئوپولتیک اطلاعات"، ترجمه فریدون شیروانی، تهران، انتشارات سروش
- 4- افسر، سعید (1377). "روزنامه نگاری در دنیای بزرگراههای الکترونیکی"، روزنامه ایران، شماره 934.
- 5- باد، جان (1377). "ارتباط شناسی و کتابداری"، ترجمه محبوبه مهاجر ونورالله مرادی، تهران، انتشارات سروش
- 6- بابائی، محمود (1374). پایان نامه کارشناسی ارشد "بررسی ساختار و وضعیت ذخیره و بازیابی اطلاعات در پایگاه های اطلاعاتی مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران و سازمان پژوهشهای علمی- صنعتی"
- 7- بلیکی، نورمن (1384). "طراحی پژوهش های اجتماعی"، ترجمه حسن چاوشیان، انتشارات نی
- 8- پستمن، نیل (1381). "تکنولوژی، تسلیم فرهنگ با فناوری"، ترجمه صادق طباطبائی، تهران، انتشارات اطلاعات
- 9- دلاور، علی (1385). "روش تحقیق در روانشناسی و علوم تربیتی"، تهران، انتشارات سروش
- 10- دهش ور، نسرين (1388). پایان نامه کارشناسی ارشد "بررسی تطبیقی ساختار و محتوای سایت های واحد مرکزی خبر و شبکه خبر، نیمه بهمن تا نیمه اسفند 87"
- 11- رفیعی، عبدا... (1382). "دولتها و افکار عمومی (جنگ روانی)"، تهران، انتشارات دادار
- 12- سورین، ورنرو تانکار، جیمز (1381). "نظریه های ارتباطات"، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- 13- سورین ورنر و تانکار، جیمز (1382). "نظریه های ارتباطات"، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران
- 14- سمیعی، محمد (1376). پایان نامه کارشناسی ارشد "بررسی میزان رضایتمندی استفاده کنندگان پایگاه های اطلاعاتی علوم اسلامی شهر مقدس قم"
- 15- شکرخواه، سوسن (1381). "واژه نامه روزنامه نگاری". تهران، انتشارات سروش
- 16- ظهوری، علیرضا (1386). "مقاله دنیای مجازی، بازار اطلاعاتی دموکراتیک توانا ساز یا سراب محدود کننده"، شماره سوم، دانشگاه تهران
- 17- عصاره، فریده (1381). "معیارهای ارزیابی منابع اینترنتی"، فصلنامه کتاب شماره 13.
- 18- قندی، حسین و بدیعی، نعیم (1378). "روزنامه نگاری نوین". تهران، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی
- 19- کازنو، ژان (1377). "جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی". ترجمه دکتر باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران، انتشارات اطلاعات
- 20- کازنو، ژان (1364). "قدرت تلویزیون". ترجمه علی اسدس، تهران، انتشارات امیر کبیر
- 21- کازنو، ژان (1377). "جامعه شناسی وسایل ارتباط جمعی"، ترجمه دکتر باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران، انتشارات اطلاعات
- 22- کاستلز، مانوئل (1380). "عصر ارتباطات، اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ظهور جامعه شبکه ای"، ترجمه احد علم قلیان و دافشین خاکباز، جلد سوم، چاپ اول، تهران، انتشارات طرح نو
- 23- کوک، آلیسون (۱۳۸۲). "راهنمای یافتن اطلاعات با کیفیت در اینترنت"، راهبردهای گزینش و ارزیابی، ترجمه مهدی خادمیان، مشهد، انتشارات کتابخانه رایانه‌ای

- 24- کیوی، ریمون و کامپنهود (1370). "روش تحقیق در علوم اجتماعی"، ترجمه عبدالحسین نیک گهر، تهران، انتشارات فرهنگ معاصر
- 25- گیلوری، عباس (1378). "مفاهیم نوین اطلاع رسانی"، تهران، انتشارات چاپار
- 26- گولد، کولب (۱۳۸۴). "فرهنگ علوم اجتماعی"، ترجمه محمد جواد زاهدی، تهران، انتشارات مازیار
- 27- لرنر، ای (1366). "مبانی سایبرنتیک"، ترجمه کیومرث بریانی، تهران، انتشارات دانش پژوه
- 28- مجیدی، اکبر (1389). "بررسی انتظارات کاربران از صفحه رابط کاربر کتابخانه دیجیتال دانشگاهی" فصلنامه علمی پژوهشی (پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، شماره 4، ص 695-720)
- 29- محسنی، حمید و ابراهیمی، مهدی (1387)، "دستنامه پست الکترونیک و جنبه‌های کاربردی آن برای کتابخانه‌های تهران"، انتشارات کتابدار
- 30- معتمد نژاد، کاظم (1371). "وسایل ارتباط جمعی"، چاپ دوم، تهران: انتشارات علامه طباطبائی
- 31- مک کوئیل، دنیس، (1382). "مخاطب شناسی"، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- 32- مشتاقی، زهرا (83-1382). پایان نامه کارشناس ارشد "بررسی نقش سایت مرکز اطلاعات و مدارک علمی ایران در کسب اطلاعات علمی متناسب با نیاز کاربران"
- 33- مهدی زاده، سید محمد (1383). "مطالعه تطبیقی نظریه کاشت و برداشت"، انتشارات مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش صدا و سیما
- 34- معتمد نژاد، کاظم (1380). "مسائل ارتباطات الکترونیکی"، همشهری، شماره 2479.
- 35- نورانی، حسن (1379)، "دوره های آموزشی تازه برای رسانه های جدید"، رسانه شماره 4.
- 36- ویندال، سون و همکاران (1378)، "کاربرد نظریه های ارتباطات"، ترجمه علیرضا دهقان، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها
- 37- هنسون، جریس و نارولا، اوما (1384)، "تکنولوژی های جدید ارتباطی"، تهران، انتشارات مرکز مطالعات و تحقیق رسانه ها
- 38- یادگاری، محمد (1386). پایان نامه کارشناسی ارشد "مدیریت سنجش تفکار عمومی در محیط سایبر"

The survey of Irim's website role in giving relevant information to user's (a case study of students referring to IRIMO in the second half 1390)

Kheiro Nesa Kazemi Jelodar¹ – Dr. Mohamad Dadgaran² – Dr. Mihamad Saltanifar³

Abstract

In accordance with the current approach of science, the flow of information through a vast network of information occurs, and the Islamic Republic of Iran government has carried out activities to reach e-government.

IRIMO has provided the specific information for users by website design.

According to the specific needs of students, they need to procedure special information on their own websites to determine the important content of position to setting in their special web site can be relieved of their needs and it can prevent them from entering to non-specialist site.

This study is according to the significance of predict meteorological data sought "to evaluate to IRIMO site's role in giving suitable information in accordance with users needs" that the referrals (students) were selected as statistical society in this research.

The methods of search in this research were measurement and were used the questionnaire technique for collection data and descriptive statistics for analysis data.

This study results showed that the women satisfaction rate were more than men and the people who believed the website content is good had more satisfied in this website.

Students who were satisfied with the web morphology in this website had more satisfied and there is a significant correlation between the level of student and their satisfaction with Meteorological Organization's website.

This study showed that more students have been introduced the site by teachers and other students and those who had more knowledge of the information contained in the website were more satisfied.

Key words: Irim's website – Information - Dissemination of information - User's information needs - User's inf seeking skills – Website concepts in research.

¹ Kh.k student of Tehran-Markazi Islamic Azad University - kazemi_kh1359@yahoo.com

² Assistant professor of Tehran-Markazi Islamic Azad University - Mohammad_dadgaran@yahoo.com

³ Assistant professor of Tehran-Markazi Islamic Azad University- Msoltanifar@yahoo.com