



امام خمینی (ره) : دفتر تبلیغات اسلامی خدمات شایان تقدیری به اسلام و جمهوری اسلامی و حوزه های علمیه نموده است که باید از آن تشکر نمود..

قطب های فکری و فرهنگی



مرکز ملی پاسخگویی به سوالات دینی



صندوق قرض الحسنه



موسسات، شعب و نمایندگی ها



معاونت فرهنگی و تبلیغی



معاونت آموزش



معاونت پژوهش



معاونت فضای مجازی ، هنر و رسانه



تحلیل پیوندهای وبسایت های دفتر تبلیغات اسلامی



پرتال همایش ها

سمتا

سامانه اعزام مبلغان



کتابخوان همراه



پایگاه مدیریت اطلاعات علوم اسلامی



درس صوتی حوزه



سامانه آموزش مجازی

مقدمه

نخست به این نکته اشاره می شود، که هدف این نوشتار، تحلیل و ارزیابی وبسایت های دفتر تبلیغات اسلامی و استفاده از شیوه وبسنجی است.

روش پژوهش نیز تحلیل پیوندها و انواع خدمات آموزشی، پژوهشی، فرهنگی تبلیغی و خدمات فنی پشتیبانی است. جامعه پژوهش ۱۰۴ وبسایت از وبسایت های دفتر تبلیغات اسلامی می باشد.

ابزارهای ارتباطی بشر از قدیم‌الایام تا به حال، تحولات و دگرگونی‌های فراوانی داشته‌اند. پیشرفت‌هایی که در فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی به وجود آمده؛ به‌خصوص پیدایش وب جهان‌گستر، جهان را با پدیده‌هایی به نام وبسایت روبه‌رو کرده است. در آغاز ابداع اینترنت و پس از آن وب همه به دنبال استفاده از قابلیت‌های اعجاب‌انگیز آن بودند و با دیدهٔ تحسین به آن نگاه می‌کردند. پس از گذشت سال‌ها و نفوذ وب در سطوح گوناگون زندگی بشر، مزایا و معایب آن به تدریج بر همگان آشکار می‌شود. متخصصان وب، بر اساس دیدگاه تخصصی خود به فعالیت پرداختند، تا مزایای مترتب بر وب را افزایش دهند و معایب آن را رفع کنند؛ بنابراین برای تشخیص و تعیین کمی اشکالات و مزایای وب از جنبه‌های گوناگون به جست‌وجو پرداختند. یکی از شیوه‌هایی که پس از جست‌وجو و تلاش به دست آمد، شیوه وب‌سنجی بود. حوزه وب‌سنجی «مطالعهٔ کمی جنبه‌های تولید و استفاده از منابع اطلاعاتی، ساختارها و فناوری‌ها در محیط وب با استفاده از مبانی نظری کتاب‌سنجی و اطلاع‌سنجی» است. این روش نوین برای سنجش اهمیت یا نفوذ سایت‌های وب مطرح است، که کمتر از دو دهه از عمر تحقیقات نظری

و کاربردی مرتبط با آن می‌گذرد. در بسیاری از تحقیقات وب‌سنجی سایت‌های موضوعی گوناگون به منظور کشف ارتباط میان شاخص‌های تحقیق و پیوندهای وبی مورد مطالعه قرار گرفته است. از سال ۱۹۹۶ مقاله‌های متعددی در مورد پیوندهای وبی و ماهیت جالب توجه آن‌ها برای کشف ارتباط‌های علمی منتشر شده است. از آن‌جا که همه علوم بشری به هم وابسته‌اند و تأثیر و تأثرهای متقابل بر یکدیگر دارند، موج پیشرفت و گسترش به صورتی فراگیر همه رشته‌های دانش را در بر می‌گیرد. علوم اسلامی هم در این میان استثنا نیست. در سال‌های اخیر جامعه محققان علوم اسلامی به اهمیت نظام اطلاع‌رسانی جدید با تکیه بر فناوری نوین پی برده‌اند و رشد روزافزون وب‌سایت‌های علوم اسلامی نشانی بر این مدعاست. از آن‌جا که هر یک از این وب‌سایت‌ها معایب و مزایایی دارند، این پژوهش در پی آن است که با بررسی و تحلیل وب‌سایت‌های منتخب به معرفی شاخص‌های ارزیابی و داوری این وب‌سایت‌ها بپردازد تا از طریق بررسی نقاط قوت و ضعف آن‌ها بتواند مدیران و برنامه‌ریزان را در مدیریت سایت‌ها و افزایش میزان بهره‌وری آن‌ها یاری دهد.

● اهداف پژوهش

هدف اصلی این پژوهش تحلیل

رابطه معناداری با میزان رؤیت آن‌ها دارد.
 ۳. حجم صفحات نمایه‌شده وبسایت‌ها
 رابطه معناداری با کل پیوندهای آن‌ها دارد.
 ۴. میزان رؤیت (پیوندهای دریافتی)
 وبسایت‌ها رابطه معناداری با چند
 زبانه‌بودن دارد.

۵. هرچه عرضه خدمات و دسترس‌پذیری
 بیشتر باشد، کاربران بیشتری سراغ درگاه‌های
 واجد شرایط خواهند آمد.

● **جامعه پژوهش**

جامعه پژوهش حاضر، همه وبسایت‌های
 دفتر تبلیغات اسلامی است. منبع اصلی
 پژوهشگر به منظور دسترسی به فهرست
 کاملی از مؤسسات پژوهشی مذکور، ویرایش
 جدید کتاب شناسه (۱۳۹۸) از انتشارات
 حوزه علمیه بود؛ پس از استخراج این مراکز،
 پژوهشگر به تطبیق این مراکز با مراکز موجود
 در سایت مرکزی دفتر تبلیغات اسلامی،
www.dte.ir پرداخت؛ بر این اساس، تعداد
 ۱۰۴ وبسایت شناسایی شد، که پس از
 حذف مراکزی که بدون وبسایت هستند،
 وبسایت‌های تکراری و غیرفعال و یا خارج
 از دامنه، تعداد ۷۴ وبسایت در سال ۱۳۹۸
 به عنوان جامعه پژوهش بازمی‌یابی شد.

● **ابزار گردآوری داده‌ها**

برای شمارش انواع پیوندها، تعداد
 کاربران و انواع خدمات از موتورهای کاوش
 گوگل، نیز راهنمای اینترنتی یاهو و برخی
 جست‌وجوگرهای دیگر استفاده شده بود، که
 افزون بر آن از انواع روش‌های شباهت‌یابی

وبسایت‌های دفتر تبلیغات اسلامی
 است، تا از طریق آن بتوان به رتبه‌بندی
 این وبسایت‌ها، بر اساس میزان
 رؤیت و میزان تأثیرگذاری آن‌ها پرداخت؛
 هم‌چنین وبسایت‌های پرسامد و
 هسته، شناسایی و معرفی شوند و
 شاخص‌های ارزیابی و مؤلفه‌های داوری
 به مدیران سایت‌های مورد نظر عرضه
 شود تا با دقت نظر و ارزیابی نسبت
 به ارتقای روزآمد و عرضه خدمات بیش
 از پیش اقدام کنند.

● **پرسش‌های پژوهش**

۱. رتبه‌بندی وبسایت‌های دفتر تبلیغات
 اسلامی، بر اساس میانگین پیوندهای دریافتی
 (میزان رؤیت) چگونه است؟
۲. وبسایت‌های هسته علوم اسلامی در
 وبسایت‌های دفتر تبلیغات اسلامی کدام‌اند؟
۳. رتبه تطبیقی وبسایت‌های دفتر
 تبلیغات اسلامی، بر اساس عامل تأثیرگذار
 وب (کلی و تجدیدنظرشده) چقدر است؟
۴. رتبه‌بندی وبسایت‌های دفتر تبلیغات
 اسلامی، بر اساس تعداد کل پیوندها چگونه
 است؟
۵. رتبه‌بندی وبسایت‌های دفتر تبلیغات
 اسلامی، بر اساس حجم صفحات چگونه است؟

● **فرضیه‌ها**

۱. میزان رؤیت (پیوندهای دریافتی)
 وبسایت‌ها رابطه معناداری با کل
 پیوندهای آن‌ها دارد.
۲. حجم صفحات نمایه‌شده وبسایت‌ها

و بررسی همپوشانی اطلاعات وبسایت‌های مورد نظر استفاده شد و در این ارتباط تعدادی از پژوهشگران با تحصیلات حوزوی دانشگاهی انتخاب شده و موضوعات مرتبط با فعالیت وبسایت‌های مورد نظر را جست‌وجو کرده و افزون بر آن فرم ارزیابی وبسایت‌ها و انواع خدمات آن‌ها را تکمیل کرده‌اند.

● روش‌های گردآوری داده‌ها

هر وبسایت توسط سه پژوهشگر مورد ارزیابی قرار گرفته، شاخصه‌های ارزیابی از پیش تعیین شده مستخرج از منابع وب‌سنجی بوده که در یک کمیته فنی مهارتی در جلسات متعدد به آن رسیده بوده‌اند، میانگین امتیاز اخذ شده مورد استناد ارزیابی وبسایت‌ها قرار گرفته است.

● پیشینه پژوهش

تحلیل پیوندهای وبسایت‌های مراکز علوم اسلامی مستقر در شهر قم/ پروین گودرزی و دکتر اشرف‌السادات بزرگی. فصل‌نامه دانش‌شناسی (علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی و فناوری اطلاعات)، سال چهارم، شماره ۱۴، پاییز ۱۳۹۰.

نتیجه‌گیری و بحث این پژوهش عبارت است از نتایج حاصل از پیشینه‌ها که

نشان‌دهنده چند مطلب است: نخست، در مجموع دسترسی و جست‌وجوهای خارجی نسبت به جست‌وجوهای داخلی پیوندهای بیشتری دریافت کرده‌اند. سایت‌های داخلی دارای میزان رؤیت‌پذیری، تأثیرگذاری و حجم صفحات پایین‌ترین نسبت به سایت‌های خارجی هستند. دلایل این امر هم متفاوت است؛ ولی چند دلیل عمده

آن انگلیسی‌نبودن سایت، اطلاع‌رسانی نامناسب، قدمت کم، سطح محتوای پایین سایت‌ها و سطح سواد اطلاعاتی پایین کاربران ایرانی است. دوم، بین خودسایت‌های داخلی، آن‌هایی پیوندهای بیشتری دریافت نموده‌اند که چندزبانه باشند، محتوای بالایی داشته باشند و شناخته‌شده‌تر باشند.

به طور کلی با جمع‌بندی حاصل از نتایج پژوهش و مقایسه آن با پیشینه‌ها، می‌توان گفت تحلیل و بررسی وبسایت یکی از عوامل ارزیابی موفقیت آن‌ها محسوب می‌شود؛ چرا که از طریق تحلیل پیوند می‌توان میزان اطلاع‌رسانی خوب یا بد، محتوای یک وبسایت، روزآمدی و میزان اثرگذاری آن در میزان رؤیت، دسترس‌پذیری، تأثیر زبان و چندزبانه‌بودن در رؤیت و عوامل دیگری را بررسی کرد، که به وسیله تمام این

موفقیت مراکز پژوهشی را می‌توان به سه دسته؛ عوامل زیرساختی، کنشگران و منابع اطلاعاتی طبقه‌بندی کرد، تا بتوان خلق دانش را در محیط پژوهش تسهیل کرد. مدل محیط دانش‌آفرین یا ارزیابی محیط‌های خلق دانش که در جهت ارزیابی محیط خلق دانش مراکز پژوهشی اسلامی طراحی و آزمون شده است، بر اساس نظریه خلق دانش تریپل هلیکس و آی سیستم است.

پژوهشگران، از متغیرهای مشارکت و یکپارچه‌سازی برای ارزیابی استفاده شده است. این پژوهش با هدف ارزیابی محیط خلق دانش مراکز پژوهشی اسلامی، از دیدگاه پژوهشگران و اعضای هیئت علمی صورت گرفته است.

روش این پژوهش پیمایشی و از نوع توصیفی است. جامعه آماری پژوهش، پژوهشگران و اعضای هیئت علمی مراکز پژوهشی اسلامی به تعداد ۲۳۲۸ نفر است، که طبق فرمول کرجسی مورگان تعداد ۳۳۰ نفر از آن‌ها به عنوان نمونه انتخاب شد. ابزار پژوهش، پرسش‌نامه‌ای، بر اساس مدل محیط دانش آفرین توسط فرج‌پهللو، عصاره و کریمی تهیه شده بود.

نتایج به دست آمده از این پژوهش نیز به گونه‌ای بود که در محیط‌های مراکز پژوهشی اسلامی برای تسهیل در خلق دانش به طور نسبی اقدامات مناسبی صورت گرفته است؛ ولی مسئولان و دست‌اندرکاران می‌توانند با استفاده از نتایج ارزیابی خلق دانش در محیط مراکز پژوهشی اسلامی در برطرف کردن نقاط ضعف و بهبود نقاط قوت بکوشند.

- تحلیل پیوند وب‌سایت‌های دانشگاه‌های تحت پوشش وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ایران با استفاده از روش‌های عامل تأثیرگذار وب، دسته‌بندی خوشه‌ای و ترسیم نقشه دوبعدی / (نرگس روایتی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع، ۱۳۸۸).

عوامل می‌توان گفت که یک وب‌سایت موفق است یا نه؟

درواقع عواملی که در بسیاری از پیشینه‌ها دلیل شکست یا موفقیت یک وب‌سایت در عرصه وب معرفی شده است، در این پژوهش نیز به آن اشاره شده است و می‌توان گفت این پژوهش نیز نتایج پژوهش‌های قبلی را تأیید می‌کند.

ارزیابی محیط دانش‌آفرینی در مراکز پژوهشی اسلامی / رضا کریمی (نویسنده مسئول)، عبدالحسین فرج‌پهللو و فریده عصاره.

پیش‌زمینه و اهداف این پژوهش عبارت است از این که محیط‌های پژوهش مراکز پژوهشی مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر توسعه پژوهش هستند؛ بنابراین موفقیت مراکز پژوهشی را می‌توان به سه دسته؛ عوامل زیرساختی، کنشگران و منابع اطلاعاتی طبقه‌بندی کرد، تا بتوان خلق دانش را در محیط پژوهش تسهیل کرد. مدل محیط دانش‌آفرین یا ارزیابی محیط‌های خلق دانش که در جهت ارزیابی محیط خلق دانش مراکز پژوهشی اسلامی طراحی و آزمون شده است، بر اساس نظریه خلق دانش تریپل هلیکس و آی سیستم است که پژوهشگران برای مراکز تحقیقاتی و دانشگاهی به کار می‌برند؛ از جمله متغیرهای آن برای ارزیابی محیط پژوهش می‌توان به هوش، مشارکت و خلاقیت اشاره کرد و برای توانمندی‌های

شاخصه‌های داوری و مؤلفه‌ای ارزیابی
درگاه‌های اینترنتی دفتر تبلیغات اسلامی

نام:	آدرس اینترنتی:	نوع:	سایت:	پرتال:	بانک اطلاعات:	سایر:
وابستگی:	تعداد نیرو:	مدیر:	تاریخ ایجاد:			
گرایش: آموزشی:	پژوهشی:	تبلیغی:	سایر:	عمومی: تخصصی:	مخاطبان:	
سیستم مدیریت محتوا: وردپرس:	دروپال:	جوملا:	سایر:	تولیدشده:	خریداری شده:	
شاخص‌های محوری:	خدمات پژوهشی	خدمات آموزشی	فنی	گرافیکی	ساختار ادبی	
رابط کاربری: سازمانی	اختصاصی	کاربرمحوری				

تاریخ ارزیابی:

ارزیاب:

شاخص / محور	سؤالات
● صحت اطلاعات	<ul style="list-style-type: none"> ○ آیا منابع اطلاعات ذکر شده است؟ ○ امکان بررسی صحت اطلاعات وجود دارد؟ ○ آیا نویسنده مطالب سایت مشخص کرده با چه روشی و چگونه اطلاعات موجود را جمع‌آوری کرده است؟ ○ درج جدول منابع و مأخذ در پایان هر مطلب ○ درج اسامی پدیدآورندگان در ذیل مطالب ○ معرفی پدیدآورندگان و ارائه ایمیل و مطالب دیگر پدیدآورندگان ○ انتخاب سردبیر یا ناظر برای هر بخش
● اعتبار	<ul style="list-style-type: none"> ○ سازمان و پشتیبان سایت ○ اعتبار مؤلفین و گردآورندگان سایت ○ رتبه و جایگاه سایت ○ تعداد ارجاعات به سایت ○ معرفی صاحبان سایت‌ها و ظرفیت‌های آنان ○ معرفی پدیدآورندگان و کارشناسان مرتبط ○ درج رتبه سایت در سطح بین‌الملل و داخلی در صفحه اول سایت ○ درج تعداد لینک‌های سایت (لینک‌شده و لینک‌داده‌شده)

<ul style="list-style-type: none"> ○ آیا همه مطالب و عناوین سایت به صورت گسترده و عمیق مطرح شده است؟ ○ آیا همه پیوندهای موجود در سایت مرتبط، کاربردی و مناسب جامعه است؟ ○ تا چه مقدار مطالب سایت از نظر شما با عنوان و هویت سایت مرتبط است؟ ○ درج نقشه سایت در صفحه اول به صورت تفصیلی ○ ایجاد گزینه دیگر پایگاه‌ها به صورت تفصیلی و دسته‌بندی شده ○ ایجاد ساختار موضوعی، بر اساس سرفصل‌ها، رشته‌ها و آرایه مطلب ○ امکان لینک به کتابخانه دیجیتال با امکان دریافت خلاصه و متن کامل آثار مرتبط 	<p>● پوشش مطالب</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ آیا مطلب به صورت فشرده و فرا محلی نگارش شده است؟ ○ آیا مطالب از جامعیت کافی برخوردار است؟ ○ آیا لینک به دیگر درگاه‌های دفتر تبلیغات اسلامی دارد؟ ○ ایجاد بخش دریافت فایل‌های متنی، صوتی تصویری و نرم‌افزاری ○ ایجاد گزینه بانک مقالات، بانک نرم‌افزار، بانک پایان‌نامه و... ○ ایجاد لینک به دیگر وبگاه‌های دفتر تبلیغات اسلامی ○ تنوع فرمت‌های خروجی و قابلیت دسترسی به اطلاعات از طریق موبایل، رایانه، شبکه‌های اجتماعی و... (چند رسانه‌ای بودن) 	<p>● تراکم و جامعیت فرامحلی مطالب</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ روزآمد بودن سایت ○ به‌روزرسانی بخش‌های گوناگون سایت ○ تناسب موضوعات، مخاطبان و زمان عرضه ○ بازنگری روزانه یا هفتگی سایت و درج آن در صفحه اول ○ درج زمان به‌روزرسانی سایت و بخش‌های تابعه 	<p>● به‌روز بودن</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ وجود ابزار تعاملی ○ فعال بودن ابزار تعاملی ○ پاسخ‌گویی (اطلاع‌رسانی و ارتباطات، آموزشی و پژوهشی) ○ ارسال مستندات به شبکه‌های اجتماعی ○ بازخوردگیری ○ ایجاد گزینه ارتباط با ما/ امکان اظهارنظر در ذیل هر مطلب/ امکان ارسال مطالب به ایمیل شخصی یا دوستان یا شبکه‌های اجتماعی ○ ایجاد گزینه پرسش و پاسخ ○ ایجاد گزینه میز مرجع مجازی جهت پاسخ‌گویی روزآمد و ارتباط مخاطبان با کارشناسان و مدیران مرتبط ○ امکان درج وبگاه‌های مرتبط در سایت ○ درج امکان نظرسنجی در مورد سایت در صفحه اول ○ ایجاد امکان عضویت و ارسال خبرنامه ○ ایجاد قابلیت دریافت و درج مقاله از کاربران روی سایت 	<p>● تعاملی بودن</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ اهداف واقعی سایت چیست؟ ○ فلسفه وجودی سایت چه بوده است؟ ○ آیا به واقع بینی سایت به اندازه کافی اعتماد می شود؟ ○ سایت چه مقدار فاصله با اهداف واقعی خود دارد؟ روند حرکت سایت چگونه ارزیابی می شود؟ ○ درج اهداف، اصول، سیاست ها و آیین و مقررات سایت در صفحه اول ○ اگر فلسفه وجودی سایت آموزش و اطلاع رسانی است گزینه مهارت افزایی و گزینه دانش افزایی در سایت اضافه و مطالب مرتبط بارگذاری گردد 	<p>● واقع گرایی</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ آیا سایت انتظارات زمانی را تأمین می کند؟ ○ آیا آدرس سایت به سرعت ظاهر می شود؟ ○ آیا امکان تغییر سریع صفحات سایت فراهم می شود؟ ○ آیا در یک زمان منطقی و بدون تأخیر امکان دسترسی به همه صفحات سایت فراهم می گردد؟ ○ استفاده از طراحی ساده و سبک؛ ولی علمی، به منظور ارتباط و دسترسی سریع به مطالب مورد نیاز ○ ایجاد امکان درج خط سیر مسیر اطلاعات با قابلیت برگشت به صفحه اول از هر صفحه ای که هستیم/ اعمال استانداردهای seo 	<p>● سرعت دسترسی</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ چه مقدار از خدمات اجتماعی به فضای وبی منتقل شده است؟ چه مقدار می توانست به فضای وبی منتقل شود؟ ○ آیا این خدمات برای همگان قابل استفاده است؟ ○ آیا خدمات اعلام شده نیازمند پرداخت است یا برای همگان به صورت مجانی ارائه می شود؟ ○ آیا اعضا و مشترکین سایت از خدمات ویژه ای برخوردار هستند؟ ○ آیا خدمات سایت نیازهای مورد انتظار کاربران را تأمین می کند؟ ○ ایجاد امکان ارسال پیام اعضا برای یکدیگر ○ ایجاد فرم انجمن های مرتبط با رشته ها جهت ارتباط دوسویه ○ امکان ارسال و دریافت پیام کوتاه برای مدیران، کارشناسان و کاربران 	<p>● خدمات</p>
<ul style="list-style-type: none"> ○ در درجه اول در فضای وبی باید به صورت مشخص و صریح تضمین شود که حقوق خصوصی افراد رعایت خواهد شد ○ در مرحله بعد امکان کدی شدن اطلاعات افراد وجود دارد به گونه ای که فقط خود فرد از معنای کد مطلع شود و سیستم کد را شناسایی کند ○ تعریف عضویت برای واجدان شرایط و ایجاد ID مجازی با هر اسم که کاربر/کارفرما بخواهد 	<p>● حقوق خصوصی</p>

<ul style="list-style-type: none"> ○ متن وبی از یک طبیعت چند متنی و چند رسانه‌ای برخوردار است؛ بنابراین از یک ظرفیت نوشتاری، صوتی، تصویری و معماری چند بُعدی برخوردار است و امکان پخش رادیویی، تلویزیونی و نمادهای متحرک با صدا و بدون صدا را دارد ○ استفاده آسان از فضای وبی ○ پیوندها ○ آسانی حرکت در صفحه ○ امکانات کنترلی ○ استفاده مناسب از آیکون‌ها و چیدمان مناسب صفحه ○ استفاده از ابزار راهنما 	<ul style="list-style-type: none"> ● تحلیل متنی و تصاویر
<ul style="list-style-type: none"> ○ عمومی یا تخصصی بودن سایت، ساختار محتوایی، جامعیت، تنظیم منطقی، روزآمدی اطلاعات و... ○ تناسب اهداف، سیاست‌ها و اصول در ارتباط با مخاطبان و رسالت آن‌ها ○ مراعات زبان و شیوه نگارش، ساختار ادبی و... ○ میزان دسترسی به محتواها از طریق موتورهای جست‌وجو ○ از یک ظرفیت نوشتاری، صوتی، تصویری و معماری چند بُعدی برخوردار است 	<ul style="list-style-type: none"> ● کلیات محتوایی
<ul style="list-style-type: none"> ○ ویژگی اختصاصی در درون دفتر تبلیغات اسلامی ○ ویژگی اختصاصی در بین نمونه‌های موجود بیرون دفتر تبلیغات اسلامی ○ نسبت اطلاعات تولیدی، بازنشری، اصلاحی و استناد به منابع اصلی و بی‌واسطه، میزان همپوشانی یا استفاده از تولیدات بخش‌های گوناگون دفتر ○ نسبت اطلاعات تولیدی بارگذاری شده به کل اطلاعات تولیدشده در دفتر تبلیغات اسلامی ○ نسبت اطلاعات تولیدی بارگذاری شده به کل اطلاعات تولیدشده در معاونت/ مرکز شرکت در جشنواره‌های گوناگون و کسب امتیاز کشوری یا استانی 	<ul style="list-style-type: none"> ● نقاط قوت
<ul style="list-style-type: none"> ○ روزآمد نبودن ○ جامعیت نداشتن مطالب ○ گرافیک نامناسب داشتن ○ بازدید کم داشتن ○ ... 	<ul style="list-style-type: none"> ● نقاط ضعف

