

## شیوه‌نامه کارگروه علمی وبومتریک

### مقدمه

وبومتریکس رتبه بندی وب سایت‌های دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی دنیا توسط آزمایشگاه سایبرمتریک (CINDOC) واحدی از انجمن ملی تحقیقات اسپانیا (CSIC) است. مأموریت رتبه بندی وبومتریکس، ارتقاء حضور وب سایت دانشگاهی و حمایت از ابتکارات دسترسی آزاد برای افزایش چشمگیر انتقال دانش علمی و فرهنگی تولید شده توسط دانشگاهها به کل جامعه است. که هم مؤسسات و هم دانشمندان را به داشتن یک وب سایت ترغیب کرده که فعالیت های آنها را به خوبی بازتاب دهد.

در دهه دوم قرن بیست و یکم، وب برای آینده کلیه مأموریت های دانشگاه مهم است، زیرا در حال حاضر مهمترین ابزار ارتباط علمی، کانال آینده برای یادگیری از راه دور از خارج از دانشگاه، تالار گفتگوی آزاد برای تعامل جامعه و ویتترین جهانی برای جذب استعداد، بودجه و منابع است. وبومتریک رتبه بندی ای از تمام دانشگاه های جهان است، نه تنها چند صد مؤسسه از جهان توسعه یافته. موضوع اصلی وبومتریک بازده تحقیقاتی است، و شامل نه تنها انتشارات رسمی (مجلات الکترونیکی، منابع) بلکه ارتباطات علمی غیررسمی نیز می شود.

این رتبه‌بندی بیش از ۲۴,۰۰۰ دانشگاه دنیا را بر اساس اطلاعات مبتنی بر وب آنها تحلیل می‌کند. وبومتریکس اولین بار در سال ۲۰۰۴ انجام شد و بر اساس شاخصی مرکب از چندین پارامتر تهیه شده است. شاخص‌های وبومتریکس به این دلیل بوجود آمده‌اند که میزان توجه مؤسسات را به نشر اینترنتی نشان دهد. این رتبه‌بندی هر ساله در دی و تیرماه (January & July) بروز می‌شود.

به منظور دستیابی به اهداف ذیل دستور تشکیل کارگروه وبومتریک با دستور ریاست محترم دانشگاه در اسفند ۹۸ صادر شده است:

- ارتقاء رتبه وب‌سایت دانشگاه یزد در رتبه‌بندی وبومتریک
- حمایت از طرح‌های دسترسی آزاد (Open Access initiatives) به منظور افزایش انتقال علم و دانش
- حضور فعال دانشگاه در فضای مجازی، آینه ای از دانشگاه در فضای واقعی

ماده ۲- اعضای کارگروه وبومتریک

- مدیر همکاری‌های علمی بین‌المللی
- مدیر و مشاور حوزه ریاست
- نماینده معاونت پژوهشی و فناوری
- نماینده معاون آموزشی و تحصیلات تکمیلی
- رئیس گروه رتبه‌بندی و برندسازی
- کارشناس گروه رتبه‌بندی و برندسازی
- رئیس روابط عمومی
- شخص حقیقی متخصص و مرتبط حسب موضوع

ماده ۳- معیارهای رتبه بندی Webometrics

در حال حاضر چهار فاکتور اصلی به عنوان شاخص های ارزیابی وبومتریک وجود دارد:

ضریب تأثیر	توضیحات	شاخص	ردیف
50%	تعداد لینکهای ورودی یا برگشتی (backlink) شناسایی شده توسط موتور های جستجوگر ahrefs و Majestic SEO	IMPACT	1
5%	تعداد صفحات ایندکس شده از وب سایت، توسط موتور جستجوگر Google	PRESENCE	2
10%	تعداد مقالات (pdf, doc, docx, ppt) شناسایی شده توسط Google Scholar در بین سالهای ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴	OPENNESS	3
35%	تعداد مقالات در ۱۰٪ مهمترین ارجاعات مقالات علمی در ۵ سال گذشته بر اساس وب سایت Scimago	EXCELLENCE	4

## ماده ۴ - استراتژی‌های ارتقاء رتبه وب

### ۴-۱- قابلیت مشاهده (۵۰٪)

بهینه سازی ساختار سایت برای موتورهای جستجو با هدف افزایش تعداد لینک ها و بک لینک به وب سایت دانشگاه. با استفاده از مهندسين سئو اكار می توان مشاهده پذیری سایت را افزایش داد. فرایند سئو SEO به بیان مهمترین عوامل مرتبط با صفحه وب سایت دانشگاه و افزایش اثرگذاری آن در نتایج جستجوهای اینترنت می پردازد که خروجی آن افزایش بازدید سایت است.

اهداف سئو را می توان بصورت زیر خلاصه نمود:

- بالا بردن میزان بازدید از وب سایت دانشگاه.
- باعث ایجاد برند و شناساندن برند دانشگاه به سایرین خواهد شد.
- باعث افزایش ترافیک سایت خواهد شد.
- سبب بهبود رتبه وب سایت در صفحه نتایج موتور جستجو خواهد شد.
- باعث افزایش فروش محصولات خواهد شد.
- بهترین ابزار برای تبلیغات است.

### ۴-۲- سرآمدی در پژوهش (۳۵٪)

با بکارگیری راه‌های افزایش سایتیشن یا ارجاعات به مقالات می توان امتیاز بیشتری در این شاخص کسب نمود. در واقع هرچه تعداد مقالات کیفی متعلق به ۱۰٪ مقالات پراستناد در زمینه های مربوط به آنها در وب سایت Scimago (<https://www.scimagojr.com/>) افزایش یابد، رتبه وب سایت دانشگاه در این شاخص بهبود می یابد. فراهم نمودن سازوکاری برای ثبت مقالات تولید شده در دانشگاه در سایت های مرجع مانند گوگل اسکولار، اسکوپوس و... منجر به افزایش آمار مقالات تولید شده و تعداد ارجاعات به این مقالات می گردد.

### ۴-۳- شفافیت/دسترسی آزاد به اطلاعات (۱۰٪)

رایگان بودن دسترسی الکترونیکی به انتشارات علمی و دیگر منابع دانشگاهی، منجر به خواندن بیشتر مقالات و افزایش استناددهی می شود. معرفی مجلات و تولیدات علمی دانشگاه و ارائه تسهیلات برای استفاده رایگان افراد از منابع علمی در اختیار دانشگاه است. که انجام این امور در نهایت منجر به افزایش امتیاز در رتبه بندی وب می گردد. با توجه به اینکه رویکرد نوآوری های جدید در دنیای امروزه، نوآوری باز است در همین راستا امروز دیگر حق مالکیت، معنای چندانی در دنیا ندارد. لذا بهتر است برای توسعه و تسهیم دانش و بهبود آن، هر کدام از فعالیت های

علمی در هر مرحله که قرار دارند به مرور در اختیار دیگران گذاشته شود تا بتوان آنها را با کمک دیگران به بهترین شکل تکمیل نمود.

#### ۴-۴- حضور/تسهیم دانش عمومی (۰.۵٪)

تشویق واحدهای ستادی و به ویژه صفی و اعضای هیأت علمی در پررنگ نمودن اطلاعات صفحه وب، افزودن فایل های غنی مانند تعداد کل فایل های پاورپوینت ، Word و PDF موجود در وب سایت دانشگاه و ارائه خدمات به صورت مستقیم از طریق وب منجر به افزایش امتیاز در این شاخص می گردد.

#### ماده ۵- نتایج ارزیابی وبومتریک

دانشگاه هایی که در نظام های رتبه بندی جهانی در جایگاه برتر قرار می گیرند، از اقبال و شهرت عمومی و علمی برخوردار خواهند بود. چنین عملکردی، توجه گسترده رسانه ها و جوامع علمی در سراسر جهان را به دنبال خواهد داشت. نتایج نظام های رتبه بندی باعث می شوند تا عملکرد دانشگاه ها به عموم جامعه نشان داده شود. این امر موجب افزایش شفافیت و پاسخ گویی دانشگاه ها در جوامع علمی خواهد بود. نظام های رتبه بندی به نهادهای آموزش عالی اجازه می دهند تا خود را بر اساس آنچه که هستند و آنچه که باید باشند، مورد ارزیابی قرار دهند. مؤسسه های آموزش عالی از این رتبه بندی ها به عنوان ابزار ارتقا خود استفاده می کنند تا برتری آموزشی، پژوهشی یا تجاری خود را نسبت به سایر دانشگاه های رقیب افزایش دهند. بسیاری از دانشجویان نیز از نتایج رتبه بندی به عنوان یک راهنما برای انتخاب دانشگاه ها جهت ادامه تحصیل استفاده می کنند. جنبه های تبلیغاتی نتایج نیز، پتانسیل دریافت بودجه ی آموزشی و استخدام اساتید قوی و جذب دانشجویان بین المللی را افزایش می دهد که موجب بهبود موقعیت دانشگاه در بازار آموزشی می شود. همچنین رتبه بندی دانشگاهی و کیفیت پژوهش، نقش مهمی در سیاست و تخصیص منابع ملی و منطقه ای دارد.

تهیه کننده: مژگان شریفیان/کارشناس گروه برنامه ریزی و برندسازی