

# بررسی تطبیقی وب سایت‌های برتر دانشگاه‌های جهان و ارائه الگویی مناسب برای دانشگاه‌های کشور

شمس السادات زاهدی\*

استاد گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

پذیرش: ۸۹/۵/۲۶

دریافت: ۸۹/۳/۳۰

## چکیده

وب سایت‌ها مجموعه ساختار یافته‌ای از داده‌ها هستند که در قالب متن‌ها، تصاویر گرافیکی، عکس‌ها، و فیلم‌ها نمایش داده می‌شوند و به صورت یک پایگاه داده‌ای چند رسانه‌ای، ابزار مناسبی را برای معرفی سازمان‌ها به مخاطبان و علاقه‌مندان آن‌ها تشکیل می‌دهند. دانشگاه‌ها نیز از این ابزار برای معرفی خود و تعامل با دانشجویان، استادان، پژوهشگران و سایر علاقه‌مندان استفاده می‌کنند و اطلاعات خود را از طریق وبسایت در اختیار کاربران قرار می‌دهند. صفحه اصلی هر وبسایت نقش مؤثری در ایجاد تصویری مثبت از دانشگاه ایفا می‌کند.

در این مقاله درباره ویژگی‌های یک وبسایت مناسب توضیح داده می‌شود. پس از اشاره به رتبه‌بندی دانشگاه‌های جهان براساس مراجع رتبه‌بندی معتبر جهانی، ویژگی‌های عمده وبسایت‌های برتر دانشگاه‌ها در سه قاره آمریکا، اروپا و آسیا معرفی می‌شوند و در پایان الگویی برای بهبود کیفیت وب سایت‌های دانشگاه‌های کشورمان پیشنهاد می‌شود.

کلید واژه‌ها: وب سایت، طراحی وب سایت، محتوای وب سایت، انجمن بازاریابی وب، وب متریکس

## ۱- مقدمه

امروزه وبسایت‌ها نقش بسیار مؤثری در بهبود شایستگی‌های آکادمیک، علمی و آموزشی دانشگاه‌ها دارند. دوره‌های آموزشی مجازی و الکترونیک باعث شده است تا دانش مؤسسات آموزشی فراتر از مرزهای فیزیکی آن‌ها گسترش پیدا کند. علاوه بر این وبسایت دانشگاه‌ها



راهی برای جذب دانشجویان، پژوهشگران و سرمایه‌گذاران و اشاعهٔ وجههٔ اجتماعی مؤسسات آموزشی در سراسر دنیا به شمار می‌آید. چنین مزایایی دانشگاه‌های سراسر دنیا را به رقابت برانگیخته است تا وبسایت‌هایی هرچه جذاب‌تر ایجاد کنند و موقعیت آنان را در موتورهای جستجو روز به روز بهبود بخشند [۱، صص ۲۷۲-۲۷۹].

با توجه به اهمیت وبسایت‌ها، مراجع متعددی سعی کرده‌اند استانداردهایی برای ارزیابی کیفیت وبسایت‌ها تهیه کنند. روز به روز هم بر تعداد این استانداردها افزوده می‌شود. یکی از مراجع معتبر رتبه‌بندی وبسایت‌های دانشگاه‌های جهان انجمن بازاریابی وب است که در این جا به‌طور اجمالی توصیف می‌شود.

## ۲- انجمن بازاریابی وب<sup>۱</sup>

انجمن بازاریابی وب، برگزارکنندهٔ مسابقهٔ جوایز وب<sup>۲</sup> است و گزارش استانداردهای ارزیابی اینترنت<sup>۳</sup> را منتشر کرده است تا به دانشگاه‌ها و کالج‌ها این امکان را بدهد که به رقابت بپردازند و سعی کنند وبسایت‌های خود را مفیدتر و خلاق‌تر سازند [۲]. در مسابقهٔ جوایز وب، وضعیت وبسایت‌های دانشگاه‌ها براساس هفت معیار مورد قضاوت قرار می‌گیرد و سپس نام برترین وبسایت‌های دانشگاه‌ها که شایسته دریافت جایزه هستند اعلام می‌شود، این معیارها عبارتند از:

۱- طراحی وبسایت

۲- نوآوری

۳- محتوای وبسایت

۴- فناوری

۵- تعاملی بودن

۶- متعهد بودن به قوانین حفظ حق چاپ و نشر

۷- آسان بودن استفاده از وبسایت

در سال ۲۰۰۷ این جایزه به وبسایت The Art Institute of Pittsburgh تعلق گرفته است [۳].

1. Web Marketing Association  
2. Web awards  
3. Internet standards assessment report

سایر وبسایت‌های برنده این جایزه در سال‌های قبل عبارتند از:

- در سال ۲۰۰۶ وبسایت Xavier University
- در سال ۲۰۰۵ وبسایت Geary Interactive for San Diego State University Timeline
- در سال ۲۰۰۴ وبسایت School of Visual Arts
- در سال ۲۰۰۳ وبسایت Chestnut Hill College Admissions Site
- در سال ۲۰۰۲ وبسایت [۴] University of Houston for the Division of University Advancement

### ۳- ویژگی‌های یک وبسایت ایدئال

بسیاری از دانشگاه‌ها اطلاعات خود را با استفاده از وبسایت‌های خود در اختیار کاربران قرار می‌دهند. کلید اصلی موفقیت در کاربرد وبسایت دانشگاه جلب توجه کاربران و ایجاد تصویری مطلوب و مثبت از دانشگاه از طریق وبسایت در نظر آن‌هاست. صفحه اصلی هر وبسایت<sup>۱</sup> در جهت تحقق این هدف نقش بسیار مهمی ایفا می‌کند. در یک مقاله یو و جین<sup>۲</sup> (۲۰۰۴) صفحه اصلی ۱۰۰ دانشگاه برتر را که در مجله ورلد ریپورت<sup>۳</sup> رتبه‌بندی شده بودند، مورد بررسی و ارزیابی قرار داده‌اند [۳]. برای ارزیابی صفحات اصلی وبسایت دانشگاه‌های برتر، آن‌ها معیارهای مختلفی را از ادبیات موضوع استخراج کرده‌اند.

این پژوهشگران «۱۲ ویژگی یک وبسایت ایدئال» را به صورت زیر معرفی می‌کنند. از این میان هفت ویژگی به خصوصیات کلی وبسایت اشاره دارد و پنج ویژگی کیفیت محتوای وبسایت را ارزیابی می‌کند. این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱- متن با قابلیت بالا و پایین شدن<sup>۴</sup>: بیش‌تر کاربران تمایل دارند اطلاعات جامع و کاملی روی صفحه اصلی وبسایت پیدا کنند. این موضوع بر سطح کلی رضایت آن‌ها از وبسایت اثر می‌گذارد. اگر صفحه اصلی شامل تعداد زیادی صفحات پنهان باشد، توجه فرد را از موضوع اصلی منحرف می‌سازد و سرعت استفاده از وبسایت را کاهش می‌دهد.

۲- طول صفحه: کاربران تمایل دارند محتوای اصلی وبسایت را در همان مرحله اول

---

1. Home page  
2. Yoo and Jin  
3. World reports  
4. Scrolling text

روی صفحه اصلی پیدا کنند. وقتی صفحه اصلی وبسایت بیش از یک صفحه است، بیش‌تر کاربران زحمت پایین بردن صفحه و دیدن صفحاتی به غیر از همان صفحه اول را به خود نمی‌دهند. بنابراین بیش‌تر کاربران معتقدند هر چه طول صفحه اصلی وبسایت کوتاه‌تر باشد، استفاده از آن ساده‌تر است.

۳- قابلیت جستجو: وجود مکانی برای جستجو در صفحه اصلی وبسایت مهم‌ترین ویژگی آن به شمار می‌آید. بیش‌تر کاربران از طریق جستجو مطلب مورد نظر خود را در وبسایت پیدا می‌کنند و به این شکل در وقت صرفه‌جویی می‌کنند، زیرا مکانیزم جستجو به‌طور مستقیم اطلاعاتی را که آن‌ها در پی یافتن آن هستند، در اختیارشان می‌گذارد. به همین دلیل بهتر است امکان جستجو در صفحه اصلی وبسایت تعبیه شده باشد.

۴- ایمیل وبسایت: ایمیل وبسایت ایمیلی است که از طریق یک جستجوگر استاندارد وب قابل دسترسی است و یکی دیگر از ویژگی‌های مهمی است که باید در صفحه اصلی وبسایت دانشگاه‌ها لحاظ شود، زیرا این گزینه به کاربران این امکان را می‌دهد که از همان صفحه اصلی به ایمیل دانشگاهی خودشان دسترسی پیدا کنند و آن‌ها را تشویق می‌کند که زود به زود از وبسایت دانشگاه دیدن کنند.

۵- تعداد رنگ‌ها: به کار بردن بیش از چهار رنگ در هر صفحه به غیر از لوگوها و عکس‌ها حواس کاربران را پرت می‌کند. استفاده از تعداد محدودی رنگ به کاربر وبسایت تمرکز می‌دهد.

۶- رنگ پس‌زمینه: رنگ‌های آبی روشن، سفید یا خاکستری برای استفاده در پس‌زمینه صفحه اصلی وبسایت مناسب هستند، زیرا این رنگ‌ها برخلاف رنگ‌های تیره، وبسایت را برجسته‌تر می‌کنند. بهتر است به جای استفاده از سه رنگ به‌طور هم‌زمان، تنها از یکی از این رنگ‌ها استفاده شود.

۷- تعداد عکس‌ها: صفحه اصلی وبسایت نباید دارای بیش از سه عکس در هر صفحه باشد. وجود عکس‌های متعدد زمان باز شدن وبسایت را طولانی می‌کند و بنابراین به جای جذب کردن کاربران آن‌ها را از جستجو منصرف می‌کند.

۸- ظاهر شدن عکس‌ها بعد از متن: صفحه اصلی وبسایت باید نخست متن و سپس عکس‌ها را نمایش دهد، زیرا عکس از پیکسل‌های بیش‌تری در مقایسه با متن تشکیل شده

- است. به این ترتیب کاربران زمانی که عکس‌ها باز می‌شوند می‌توانند متن را مطالعه کنند.
- ۹- استفاده از فونت‌های متفاوت: صفحه اصلی وبسایت نباید از بیش از یک نوع فونت یا سبک نوشتار استفاده کند؛ بجز در نوشتن عنوان‌ها به منظور تسهیل استفاده از سایت، استفاده از چندین نوع فونت توصیه نمی‌شود.
- ۱۰- استفاده از حروف بزرگ: نوشته‌های صفحه اصلی نباید در کل با حروف بزرگ نوشته شده باشد بجز در نوشتن عنوان صفحات، سرصفحه‌ها یا حروف اختصاری نباید از حروف بزرگ استفاده کرد.
- ۱۱- استفاده از فضای تنفس: بین قسمت‌های مختلف صفحه اصلی وبسایت باید فضاهای خالی‌ای با عنوان «فضای تنفس» تعبیه شود تا از شلوغ شدن بیش از حد صفحه جلوگیری شود.
- ۱۲- استفاده از سرصفحه‌های چندگانه: استفاده مناسب از سرصفحه‌های مختلف مانند عنوان و عنوان فرعی و عنوان فرعی‌تر ساختاری مفید است و باعث می‌شود استفاده از وبسایت آسان‌تر شود.
- نتایج ارزیابی صفحات اصلی وبسایت‌های ۱۰۰ دانشگاه برتر بر اساس این ۱۲ ویژگی نشان داد که:
- ۱- متن: تنها ۱۷ درصد از صفحات اصلی وبسایت‌های ۱۰۰ دانشگاه برتر از متن با قابلیت بالا و پایین شدن استفاده می‌کنند و ۸۳ درصد باقیمانده این نوع صفحات را به کار نمی‌برند.
- ۲- نمایش صفحه اصلی تنها در یک صفحه واحد: ۵۳ درصد از صفحات اصلی وبسایت‌های ۱۰۰ دانشگاه برتر از یک صفحه واحد برای نمایش اطلاعات کلی خود بر روی صفحه اصلی استفاده می‌کنند. این در حالی است که ۴۵ درصد از دو صفحه و ۲ درصد از سه صفحه استفاده می‌کنند.
- ۳- قابلیت جستجو: ۹۰ درصد از صفحات اصلی وبسایت‌های ۱۰۰ دانشگاه برتر دارای قابلیت جستجو هستند.
- ۴- تعداد رنگ‌ها: ۱۹ درصد از صفحات اصلی وبسایت‌های بررسی شده از دو رنگ، ۲۸ درصد از سه رنگ و ۲۵ درصد از چهار رنگ و ۱۶ درصد از پنج رنگ استفاده کرده بودند.
- ۵- تعداد عکس‌ها: ۲۰ درصد از وبسایت‌های نمونه‌گیری شده از یک عکس در صفحه

اصلی وبسایت خود، ۲۲ درصد از ۲ عکس، ۱۹ درصد از ۳ عکس و ۳۷ درصد از بیش از ۳ عکس استفاده کرده بودند.

۶- تعداد رنگ‌های پس‌زمینه: ۵۷ درصد صفحات اصلی بررسی شده وبسایت‌های ۱۰۰ دانشگاه برتر از یک رنگ برای پس‌زمینه، ۳۹ درصد از آن‌ها از ۲ رنگ و ۷ درصد از ۳ رنگ برای پس‌زمینه استفاده کرده بودند.

۷- ایمیل وبسایت: تنها ۱۸ درصد از صفحات اصلی وبسایت‌های بررسی شده تسهیلات استفاده از ایمیل وبسایت را بر صفحه اصلی خود قرار داده بودند.

۸- محتوا: ۷ درصد از نمونه مورد بررسی نخست متن و سپس عکس‌ها را نمایش می‌دهند در حالی که ۹۳٪ از آن‌ها این طور نیستند. ۸۵ درصد از صفحات اصلی مورد بررسی از بیش از یک نوع فونت، اندازه و سبک نوشتار استفاده کرده‌اند. ۹۷ درصد از صفحات بررسی شده بجز در عنوان‌ها، سرصفحه‌ها و حروف اختصاری از حروف بزرگ استفاده نکرده‌اند. ۹۸ درصد از صفحات اصلی محتوای خود را به ترتیب به صورت عنوان اصلی و عنوان‌های فرعی‌تر و عمودی مرتب کرده بودند. هیچ یک از صفحات بررسی شده همه ۱۲ ویژگی را به طور هم‌زمان نداشتند [۵، صص ۵۷-۶۰].

#### ۴- رتبه‌بندی وبسایت دانشگاه‌های دنیا (وب متریکس)

لابراتوار سایبرمتریکس یک گروه پژوهشی در وزارت تحقیقات ملی اسپانیاست که برای نخستین بار رتبه‌بندی دانشگاه‌های دنیا را بر اساس وبسایت‌های آن‌ها انجام داده است. لابراتوار سایبرمتریکس محتوای وبسایت‌ها را براساس تبادل دانش علمی و فرایندهای مربوط به آن به صورت کمی تجزیه و تحلیل می‌کند. این روش رویکرد نوینی است که آن را سایبرمتریکس یا وبمتریکس نام‌گذاری کرده‌اند.

هدف از ارائه این رتبه‌بندی‌ها برانگیختن محققان برای در دسترس قرار دادن محتوای علمی‌تر بر روی وبسایت‌ها است. «رتبه‌بندی دانشگاه‌های دنیا براساس وبمتریکس» به صورت رسمی در سال ۲۰۰۴ آغاز به کار کرده است و هر شش ماه به روز می‌شود. داده‌ها در ماه‌های ژانویه و ژوئیه جمع‌آوری و یک ماه بعد منتشر می‌شوند [۶]. در این قسمت نخست معیارهایی که وبمتریکس برای یک نمونه موفق از وبسایت ارائه می‌دهد، نام برده

می‌شود و سپس جداول مربوط به رتبه‌بندی ۱۰ دانشگاه برتر در هر یک از سه منطقه آمریکا، اروپا و آسیا در سال ۲۰۰۸ ارائه می‌شود. از میان هر یک از این جدول‌ها ۵ دانشگاه اول برای بررسی بیشتر و الگوبرداری انتخاب شده‌اند [۷-۲۱].

جدول ۱ رتبه‌بندی دانشگاه‌های برتر آمریکایی براساس وب‌متریکس

رتبه وب‌سایت در آمریکا	نام دانشگاه	کشور	رتبه در میان دانشگاه‌های دنیا
۱	مؤسسه فنی ماساچوست (ام آی تی)	آمریکا	۱
۲	دانشگاه استنفورد	آمریکا	۲
۳	دانشگاه هاروارد	آمریکا	۳
۴	دانشگاه برکلی کالیفرنیا	آمریکا	۴
۵	دانشگاه کورنل	آمریکا	۵
۶	دانشگاه میشیگان	آمریکا	۶
۷	مؤسسه فنی کالیفرنیا	آمریکا	۷
۸	دانشگاه مینسوتا	آمریکا	۸
۹	دانشگاه ایلینوی	آمریکا	۹
۱۰	دانشگاه تگزاس آستین	آمریکا	۱۰

جدول ۲ رتبه‌بندی دانشگاه‌های برتر اروپایی براساس وب‌متریکس

رتبه وب‌سایت در اروپا	نام دانشگاه	کشور	رتبه در میان دانشگاه‌های دنیا
۱	دانشگاه کمبریج	انگلستان	۲۸
۲	مؤسسه فنی سوییس فدرال ای تی ایچ زوریخ	سوییس	۴۰
۳	دانشگاه آکسفورد	انگلستان	۴۲
۴	دانشگاه هلستیک	فنلاند	۵۸
۵	دانشگاه اوپلر	نروژ	۶۰
۶	دانشگاه ادینبرگ	انگلستان	۶۵
۷	دانشگاه لندن	انگلستان	۶۹
۸	دانشگاه آترچ	فرانسه	۷۱
۹	دانشگاه منچستر	انگلستان	۸۲
۱۰	مؤسسه فنی رویال	سوییس	۸۴

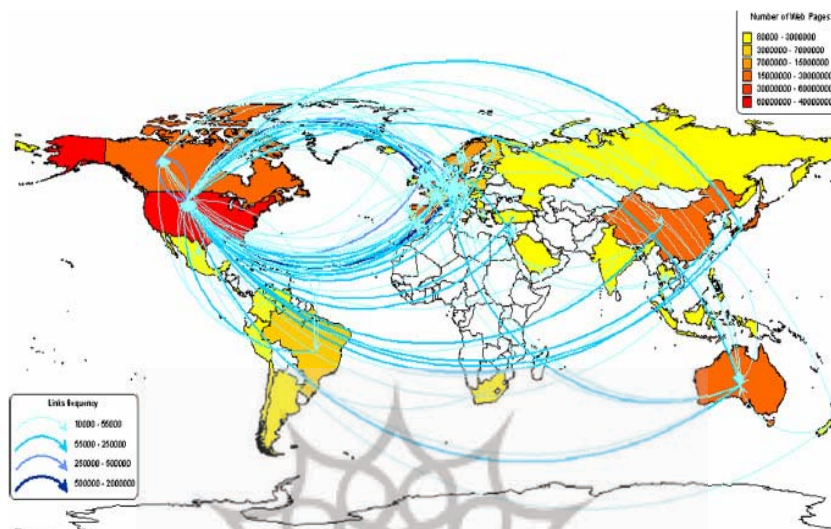
جدول ۳ رتبه‌بندی دانشگاه‌های برتر آسیایی براساس وبمتریکس

رتبه وپسایت در آسیا	نام دانشگاه	کشور	رتبه در میان دانشگاه‌های دنیا
۱	دانشگاه توکیو	ژاپن	۵۲
۲	دانشگاه ملی تایوان	تایوان	۵۵
۳	دانشگاه کیوتو	ژاپن	۷۸
۴	دانشگاه پکن	چین	۱۱۷
۵	دانشگاه هنگ‌کنگ	هنگ‌کنگ	۱۲۱
۶	دانشگاه ملی سنگاپور	سنگاپور	۱۳۵
۷	دانشگاه کیو	ژاپن	۱۵۲
۸	دانشگاه چینی هنگ‌کنگ	هنگ‌کنگ	۱۵۶
۹	دانشگاه اورشلیم هبرو	اسرائیل	۱۶۹
۱۰	دانشگاه ملی چیاو تانگ	تایوان	۱۹۷

اورتگا و آگیلو در سال ۲۰۰۹، هزار دانشگاه برتر دنیا را که بر اساس وبمتریکس رتبه‌بندی شده بودند، انتخاب کردند و با استفاده از تجزیه و تحلیل شبکه، نقشه مهم‌ترین دانشگاه‌های دنیا را ترسیم کردند [۱]. در مرحله بعد این دو محقق براساس داده‌های موتورهای جستجو نقشه شبکه بین این دانشگاه‌ها و نقشه جغرافیایی آن‌ها را ترسیم کردند. براساس یافته‌های آنان، دو منطقه نسبت به سایر مناطق از بیش‌ترین تعداد صفحه و لینک‌های درونی و بیرونی برخوردار بودند: منطقه آمریکای شمالی و کانادا و دوم اتحادیه اروپا. ایالات متحده کشوری است که بیش‌ترین وبسایت‌های دانشگاهی (۵۰/۵۷٪) را به خود اختصاص داده است.

به این ترتیب تقریباً نیمی از وبسایت‌های آکادمیک متعلق به دانشگاه‌های آمریکایی است. پس از آمریکا کشورهای آلمان (۷/۲۸٪) و انگلستان (۷/۱۴٪) در اروپا بیش‌ترین وبسایت‌های آکادمیک را داشته‌اند. علاوه بر این تعداد وبسایت‌های آکادمیک در کشورهای ژاپن (۲/۳۵٪)، استرالیا (۲/۳۵٪) و چین (۲/۳۳٪) در شرق و برزیل (۰/۹۴٪) در آمریکای جنوبی در حال رشد هستند (شکل ۱ و جدول ۴).





شکل ۱ نقشه توزیع جغرافیایی وبسایت‌های دانشگاه‌های دنیا

جدول ۴ راهنمای نقشه

تعداد صفحات وبسایت	رنگ استفاده شده در نقشه
۸۰,۰۰۰ - ۳,۰۰۰,۰۰۰	رنگ زرد
۷,۰۰۰,۰۰۰ - ۳,۰۰۰,۰۰۰	رنگ نارنجی کم‌رنگ
۷,۰۰۰,۰۰۰ - ۱۵,۰۰۰,۰۰۰	رنگ نارنجی به نسبت پررنگ
۳۰,۰۰۰,۰۰۰ - ۶,۰۰۰,۰۰۰	رنگ نارنجی پررنگ
۳۰,۰۰۰,۰۰۰ - ۶,۰۰۰,۰۰۰	رنگ قرمز کم‌رنگ
۶,۰۰۰,۰۰۰ - ۴۰۰,۰۰۰,۰۰۰	رنگ پررنگ
فراوانی لینک‌های وبسایت‌ها	رنگ فلش‌های مورد استفاده در نقشه
۱۰,۰۰۰ - ۵۵,۰۰۰	آبی بسیار کم‌رنگ
۵۵,۰۰۰ - ۲۵۰,۰۰۰	آبی به نسبت کم‌رنگ
۲۵۰,۰۰۰ - ۵۰۰,۰۰۰	آبی کم‌رنگ
۵۰۰,۰۰۰ - ۲,۰۰۰,۰۰۰	آبی پررنگ

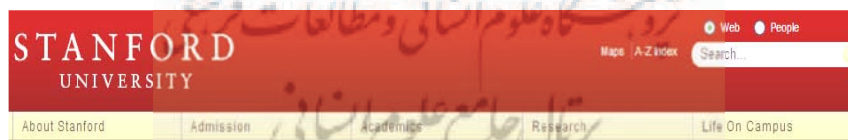
## ۵- خصوصیات وبسایت‌های برتر دانشگاهی جهان

بررسی صفحات اصلی وبسایت‌های دانشگاه‌های برتر دنیا نشان می‌دهد که صفحه اصلی وبسایت‌های آن‌ها برای انتقال تصویر مناسبی از دانشگاه طراحی شده‌اند. آنچه در صفحه نخست وبسایت یک دانشگاه قرار داده می‌شود باید مختصر و مفید، جامع و به راحتی قابل استفاده باشد. به عنوان مثال در برخی وبسایت‌های برتر دانشگاهی محتوای وبسایت طوری تنظیم شده‌است که تنها یک صفحه را اشغال کند و لازم نباشد کاربران برای پیدا کردن اطلاعات مورد نیاز خود صفحه را بالا و پایین ببرند.

در سرصفحه وبسایت‌های دانشگاه‌های برتر ترکیب مناسبی از این موارد دیده می‌شود: لوگوی دانشگاه، عکس روز، تاریخ، گزینه جستجو شامل جستجوی افراد/وبسایت/سایر موارد، نقشه و فهرست الف تا ی وبسایت.

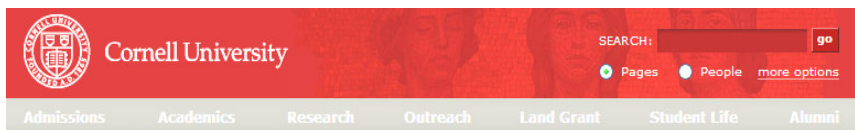
آنچه در مورد محتوا و لینک‌ها اهمیت زیادی دارد، تعیین عناوین کلی مناسبی است که به راحتی قابل استفاده باشد و محتوای وبسایت را به صورت منطقی و منظم دسته‌بندی کند. در قسمت بالایی وبسایت‌های برتر در زیر لوگوی دانشگاه معمولاً عنوان‌های اصلی‌ای قرار گرفته‌اند که لینک‌های مرتبط در آن‌ها دسته‌بندی شده‌اند.

به نمونه‌هایی از سرصفحه‌ها و قسمت‌های فوقانی وبسایت‌های برتر که در زیر آورده شده‌اند، دقت شود. همان‌طور که مشاهده می‌شود دانشگاه‌های مختلف از عناوین کلی مختلف برای دسته‌بندی محتوای وبسایت خود استفاده می‌کنند که معمولاً در بالای صفحه قرار دارند. برخی از این عناوین مشترک هستند و برخی نیز به تناسب دانشگاه با هم متفاوتند (شکل‌های ۱ - ۴).

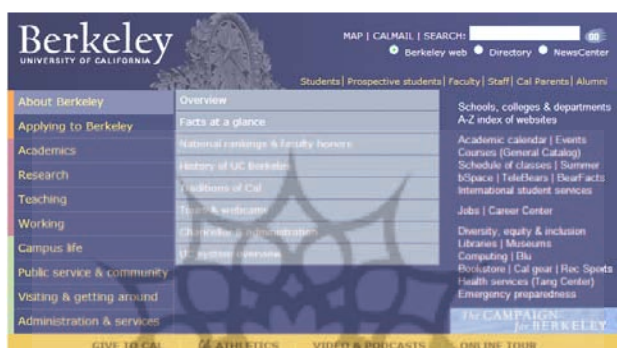


شکل ۲ سرصفحه و قسمت بالایی وبسایت دانشگاه استنفورد<sup>۱</sup>

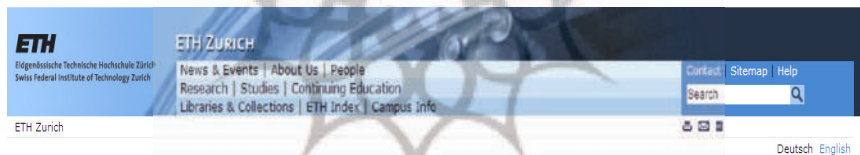
1. <http://www.stanford.edu/>



شکل ۳ سرصفحه و قسمت بالایی وبسایت دانشگاه کورنل<sup>۱</sup>



شکل ۴ سرصفحه و قسمت بالایی وبسایت دانشگاه برکلی کالیفرنیا<sup>۲</sup>



شکل ۵ سرصفحه و قسمت بالایی وبسایت دانشگاه ای تی ای، موسسه فنی فدرال زوریخ سوئیس<sup>۳</sup>

## ۶- الگوی پیشنهادی

با الگوبرداری از وبسایت‌های برتر دانشگاه‌های دنیا و استخراج نمونه‌هایی از عناوین اصلی در وبسایت آن دانشگاه‌ها و همچنین با در نظر گرفتن ساختار و محتوای غالب در بیش‌تر دانشگاه‌های کشور الگوی نهایی برای وبسایت‌های دانشگاه‌ها در ایران تنظیم و ارائه شده

1. <http://www.cornell.edu/>
2. <http://berkeley.edu/>
3. [http://www.ethz.ch/index\\_EN](http://www.ethz.ch/index_EN)

است. الگوی پیشنهادی نمونه‌ای از عناوین اصلی و لینک‌هایی است که می‌توانند تحت هر یک از عناوین دسته‌بندی شوند (شکل ۲). بدیهی است که در الگوی پیشنهادی بیشتر تر به عناوین مشترک در دانشگاه‌ها توجه شده است و دانشگاه‌های مختلف در سراسر کشور می‌توانند با توجه به ماهیت فعالیت‌ها و نوع وظایف خود بر عنوان‌ها و لینک‌های مرتبط بیفزایند.

خدمات اداری	الف نای دانشگاه	شخص	بخشهای خیری	حسبو	ارتباطات	سایر موارد
• رده تارکات • آموزش کارکنان • مراقبت و مزایاها	• انحصاری هیئت علمی • دانشکده‌ها و مراکز • مرتب‌ها • ساختار و بخش‌های • مختلف دانشگاه • گروه‌های آموزشی	• دانشجویان • کارکنان • اعضای هیئت علمی • اساتید • مراکز تحصیلات	• احزاب و جوامع • اطلاعیه‌ها	• حسبو در ترکیبی • حسبو پیشرفته • حسبو در نتیجه	• گزینش ارتباطات • مراکزهای نظارتی و • انحصاری • آدرس دانشگاه • آدرس وب سایت	• گزینش برگشت به • صفحه اول • مقصود • پیوند • طرح‌ساز در مورد • وب سایت • سبب سایت • معرفی وب سایت • آدرس تاریخ به روز • شدن • گزینش تغییر زبان • وب سایت • آشنایی با سایت

شکل ۲ الگوی پیشنهادی برای دسته‌بندی محتوای وبسایت دانشگاه

آشنایی با دانشگاه	آموزش	پژوهش	دانشجویی	دانشکده ها و مراکز	خدمات الکترونیک
• معرفی دانشگاه • کتابخانه • پیام ریس دانشگاه • مسئولان • معرفی استادان • ساختار سازمانی • نقشه فضای دانشگاه • تور مجازی • گالری عکس‌ها	• مهارت آموزشی • تحصیلات تکمیلی • سیستم آموزشی • گزینش آموزش • آزمون دکتری • فرم‌ها، لینک‌ها و • مقررات	• مهارت پژوهشی • مراکز تحقیقاتی • نشریات • کنفرانس‌ها • منابع اطلاعات • پژوهش • نظم علمی • کتابخانه‌های ترویجی و • مرکز اسناد • فرم‌ها و قراردادهای • پژوهشی	• مهارت دانشجویی • امور فرهنگی • مرکز مشاوره • بهداشت روان • مرکز کارآفرینی • فعالیت‌های ترویجی	• عضویت دانشکده‌ها و • سبب واحدهای پژوهشی • و پژوهشی ایستگاه • دانشگاه	• مرکز نظارتی • اطلاعات • راهنمای تکنجاری • اطلاعات آنلاین • سرویس‌ها • الکترونیکی • خدمات ویژه اعضا • منابع اطلاعات علمی

ادامه شکل ۲ الگوی پیشنهادی برای دسته‌بندی محتوای وبسایت دانشگاه

## ۷- نتیجه‌گیری

وبسایت‌ها نقش مهمی در معرفی دانشگاه‌ها، پژوهشگاه‌ها و سایر مؤسسات آموزشی دارند و راه مؤثری برای جذب دانشجویان، استادان و پژوهشگران به شمار می‌روند. با توجه به اهمیت کیفیت وبسایت‌ها مؤسساتی در جهان اقدام به تدوین استانداردهایی برای ارزیابی کیفی وبسایت‌ها کرده‌اند و از این طریق موجب ایجاد رقابت و ارتقای کیفیت وبسایت‌ها شده‌اند. شیوه طراحی، نوآوری، محتوا، سهولت استفاده و تعاملی بودن، برخی از معیارهایی هستند که در کیفیت وبسایت‌ها مد نظر قرار می‌گیرند. رتبه‌بندی دانشگاه‌های جهان بر اساس ویژگی‌های وبسایت‌های آن‌ها اقدامی است که همه ساله انجام می‌شود و انگیزه ارتقای کیفیت وبسایت را تقویت می‌کند.

پژوهش حاضر نیز با هدف شناسایی وبسایت‌های برتر دانشگاهی در سراسر جهان انجام شده و با بهره‌گیری از الگوهای برتر جهانی پیشنهادهایی برای ارتقای وضعیت وبسایت دانشگاه‌های کشور ارائه شده است. امید است این تلاش پژوهشی مورد استفاده دانشگاهیان قرار گیرد.

## ۸- منابع

- [1] The web"; Information Processing and Management, Vol. 45, 2009.
- [2] Web Marketing Association; at: [www.webaward.org](http://www.webaward.org).
- [3] Website Standards Association, at: <http://websitestandards.org/>.
- [4] [www.webaward.org](http://www.webaward.org).
- [5] Yoo S., Jin J., ; "Evaluation of the home page of the top 100 university websites"; *Allied Academies International Conference. Academy of Information and Management Sciences Proceedings*, Vol. 8 , No. 2, 2004.
- [6] [www.webmetrics.com](http://www.webmetrics.com)
- [7] Massachusetts Institute of Technology: [web.mit.edu/](http://web.mit.edu/).
- [8] Stanford University: [www.stanford.edu/](http://www.stanford.edu/).
- [9] [[Harvard University: www.harvard.edu/](http://Harvard University: www.harvard.edu/)].



- [10] University of California Berkeley: [www.berkeley.edu/](http://www.berkeley.edu/).
- [11] Cornell University: [www.cornell.edu/](http://www.cornell.edu/).
- [12] University of Cambridge: [www.cam.ac.uk/](http://www.cam.ac.uk/)
- [13] Swiss Federal Institute of Technology ETH Zurich: [www.ethz.ch/index\\_EN](http://www.ethz.ch/index_EN).
- [14] University of Oxford: [www.ox.ac.uk/](http://www.ox.ac.uk/).
- [15] University of Helsinki: [www.helsinki.fi/university/](http://www.helsinki.fi/university/).
- [16] University of Oslo: [www.uio.no/english/](http://www.uio.no/english/).
- [17] University of Tokyo: [www.u-tokyo.ac.jp/index\\_e.html](http://www.u-tokyo.ac.jp/index_e.html).
- [18] National Taiwan University: [www.ntu.edu.tw/engv4/](http://www.ntu.edu.tw/engv4/).
- [19] Kyoto University: [www.kyoto-u.ac.jp/en](http://www.kyoto-u.ac.jp/en).
- [20] Peking University: [www.en.pku.edu.cn/](http://www.en.pku.edu.cn/) .
- [21] University of Hong Kong: [www.hku.hk/](http://www.hku.hk/).

