

به نام خدا



وزارت علوم، تحقیقات، و فناوری

پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران

(ایرانداک)

خلاصه گزارش طرح پژوهشی سازمانی

عنوان طرح پژوهشی

مفهوم سازی، طراحی، و ساخت نظام رتبه بندی رؤیت پذیری مؤسسه های آموزش عالی

۱۴۰۳/۵/۲۳

تاریخ پایان طرح پژوهشی

۱۴۰۱/۱۱/۱۹

تاریخ شروع طرح پژوهشی

بهر روز رسولی

نام و نام خانوادگی مجری طرح پژوهشی

رضا رجبعلی بگلو، امیرحسین صدیقی، علی نعیمی صدیق، نصرالله پاک نیت، علی اصغر حجت پناه، لیلا دین محمدی، رضا دهخدايي، ستاره مدرسی، حدیث یاراحمدی، فرزانه کیانی، علی علی محمدی، فاطمه نبی، و فاطمه سیامک

نام و نام خانوادگی همکاران طرح پژوهشی

درباره طرح پژوهشی

بسترسازی برای حضور موفق مؤسسه ها در فضای علمی، صنعت، و جامعه مستلزم رؤیت پذیری آنها از سوی پژوهشگران، کارفرمایان، نهادها، سیاست گذاران، و عامه مردم است. از سوی دیگر، رؤیت پذیری به عنوان سرآغاز بازیگری فعال مؤسسه ها در عرصه های ملی و جهانی در نظر گرفته می شود و به عنوان یکی از ارکان اصلی مؤسسه های آموزش عالی، از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. یکی از راه های افزایش رؤیت پذیری مؤسسه های آموزش عالی فراهم کردن سازوکاری است که این مؤسسه ها بتوانند در زمینه رؤیت پذیری با یک دیگر رقابت کنند. ارزیابی، مقایسه، و رتبه بندی سازوکاری است که می تواند مؤسسه ها را به سوی به کار بستن ابزارها و راهکارهایی برای رؤیت پذیری بیشتر سوق دهد. هدف این پژوهش، شناسایی شاخص ها و سنجه های سنجش رؤیت پذیری در یک چارچوب فراگیر و ساخت یک نظام رتبه بندی در این حوزه است. پژوهش کنونی به دنبال دستیابی به چندین هدف کلیدی است:

□ شناسایی و اعتبارسنجی شاخص ها و سنجه های اندازه گیری میزان رؤیت پذیری دانشگاهی مؤسسه های آموزش

عالی ایران؛

- وزن‌دهی شاخص‌ها و سنجه‌های اندازه‌گیری میزان رؤیت‌پذیری دانشگاهی مؤسسه‌های آموزش عالی ایران؛
- تعریف شناسنامه و تعیین منابع گردآوری داده‌های شاخص‌ها و سنجه‌های اندازه‌گیری رؤیت‌پذیری دانشگاهی مؤسسه‌های آموزش عالی؛
- طراحی و پیاده‌سازی سامانه سنجش و پایش رؤیت‌پذیری دانشگاهی مؤسسه‌های آموزش عالی ایران؛
- شناسایی جایگاه (رتبه) ملی مؤسسه‌های آموزش عالی ایران بر پایه میزان رؤیت‌پذیری آنها.

روش پژوهش

برای دستیابی به این هدف، نخست، برای شناسایی اولیه شاخص‌ها و سنجه‌های ارزیابی رؤیت‌پذیری مؤسسه‌ها، نوشته‌های دانشگاهی به شکل نظام‌مند مرور شدند. به این ترتیب، می‌توان مطمئن بود که شاخص‌ها و سنجه‌های ارزیابی بنیانی نظری خواهند داشت و نسبت به شاخص‌ها و سنجه‌هایی که داوری نشده باشند، توان بیشتری برای اندازه‌گیری دارند. برای انجام این مرور نظام‌مند، پایگاه‌های اطلاعاتی عمومی و تخصصی - هم در سطح ملی و هم در سطح جهانی - کاوش خواهند شد. پس از مرور نظام‌مند نوشته‌ها و مطالعه نوشته‌ها و ادبیات علمی در زمینه رؤیت‌پذیری؛ برای برای شناسایی ابعاد و سنجه‌های چارچوب سنجش رؤیت‌پذیری دو جلسه بارش فکری با حضور خبرگان، مدیران پژوهشی در مؤسسه‌های آموزش عالی، و اعضای هیئت علمی مؤسسه‌های آموزش عالی درباره سنجه‌های رؤیت‌پذیری در ایران برگزار شد. محتوای جلسه‌ها ضبط و پیاده‌سازی و با بهره‌گیری از روش‌های تحلیل داده‌های کیفی، کدگذاری و دسته‌بندی شدند. سپس، چارچوب سنجش رؤیت‌پذیری در پرسشنامه‌ای سازماندهی شد و به ۱۵ مدیر پژوهشی و متخصص سپرده شد تا ابعاد و سنجه‌ها را اولویت‌گذاری و وزن‌دهی کنند. پس از وزن‌دهی این چارچوب، سرانجام، سامانه‌ای برای پایش، سنجش، و گزارش رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی طراحی و پیاده‌سازی شد.

یافته‌های طرح پژوهشی

کاوش مفهوم رؤیت‌پذیری در پایگاه «اوپن الکس» نشان می‌دهد که از سال ۲۰۱۰ میلادی به این سو، شمار آثار درباره این موضوع رشدی نمایان داشته است. اگرچه توجه به موضوع رؤیت‌پذیری دانشگاهی تنها محدود به انتشارات پژوهشی نمی‌شود و حرفه‌مندان نیز به آن توجه داشته‌اند. روی هم، ۲۵ کلیدی برای ارزیابی میزان رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران، در نوشته‌های دانشگاهی و حرفه‌ای شناسایی شدند. تحلیل

گفت‌وگوها نیز نشان داد که افزون بر شاخص‌ها و سنجه‌های شناسایی شده در نوشته‌ها، سنجه‌های مهم دیگری نیز هستند که می‌توانند در زمینه اندازه‌گیری میزان رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی به کار آیند.

بر پایه داده‌های گردآوری شده چارچوب سنجش رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران دربردارنده پنج بُعد کلیدی، یعنی (۱) هویت دیجیتال، (۲) فضای وب، (۳) شبکه‌سازی، (۴) برون‌داد، و (۵) تأثیر است. هویت دیجیتال به مجموعه اطلاعات، محتوا، و اعضای برخط یک سازمان اشاره دارد. در مورد مؤسسه‌های آموزش عالی، هویت دیجیتال نشان‌دهنده حضور و فعالیت‌های آن در فضای برخط است. فضای وب ناظر بر این امر است که یک مؤسسه آموزش عالی تا چه اندازه توانسته است در فضای وب حضور داشته باشد و اطلاعات لازم را در دسترس کاربران گوناگونش بگذارد. بُعد فضای وب متمرکز بر وبسایت برخط مؤسسه و ویژگی‌هایی است که این وبسایت دارد. یکی از نشانه‌های رؤیت‌پذیر بودن یک مؤسسه، شبکه‌ای است که پیرامون مؤسسه ساخته می‌شود. همکاران، شرکاء، مشتریان، و تمام نهادها و افرادی که در شبکه یک مؤسسه جای گرفته‌اند می‌توانند به رؤیت‌پذیری مؤسسه کمک کنند. از این رو، یکی از بُعدهای مهم برای سنجش میزان رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی گسترده‌ی شبکه‌ای است که پیرامون مؤسسه شکل گرفته است. بُعدی دیگر در سنجش میزان رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران، برون‌داد است که ناظر بر کمیت و کیفیت دستاوردها و خروجی‌های کلیدی یک مؤسسه است. پیداست که هرچه شمار و کیفیت این دستاوردها بیشتر و بهتر باشند، مؤسسه آسان‌تر می‌تواند در میان جامعه مخاطبان خودش آوازه کسب کند. سرانجام، بُعد پایانی در سنجش میزان رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران، تأثیر است که ناظر بر میزان اثرگذاری و نقش پررنگ یک مؤسسه در عرصه‌های گوناگون است. هرچه تأثیر یک مؤسسه بر جامعه مخاطبان خود بیشتر باشد، بی‌تردید نام و نشان پررنگ‌تری در میان جامعه خواهد داشت.

بر پایه داده‌های گردآوری شده، بر پایه دیدگاه متخصصان و کنشگران گوناگون، وزن بُعد «هویت دیجیتال» نزدیک به ۲۲ درصد به دست آمده است و نشان می‌دهد که اهمیت این بُعد اندکی بیش از دیگر بُعدهای چارچوب سنجش رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران است. پس از این بُعد، بُعدهای «فضای وب» و «تأثیر» در جایگاه دوم هستند و هر یک پیرامون ۲۱ درصد از وزن چارچوب سنجش رؤیت‌پذیری را به خود اختصاص می‌دهد. بُعد «برون‌داد» نیز با وزن ۲۰ درصد در جایگاه چهارم و بُعد «شبکه‌سازی» با وزن ۱۶ درصد در جایگاه پنجم جای گرفته است. این پنج بُعد، روی هم، ۳۲ سنجه کلیدی برای ارزیابی میزان رؤیت‌پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران را پوشش می‌دهند. ارزیابی مؤسسه‌ها بر پایه این چارچوب نشان داد که «دانشگاه تهران» بیش از دیگر مؤسسه‌های ایرانی رؤیت‌پذیر است.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این پژوهش نخستین کوشش در این زمینه است که به هدف افزایش رؤیت پذیری مؤسسه‌های آموزش عالی ایران، ساخت چنین چارچوبی را در کانون توجه دارد. با آنکه سنجش رؤیت پذیری فرایندی دشوار، پیچیده، و چالش برانگیز است، چارچوب پیشنهادی در این پژوهش پنجره‌ای به سوی این مفهوم پیچیده گشوده است. این یافته‌ها حاکی از آن است که دانشگاه‌های ایرانی برای بهبود رؤیت پذیری خود در سطح ملی و بین‌المللی نیازمند اقداماتی در چند حوزه هستند. نخستین گام، تقویت هویت دیجیتال دانشگاه‌ها است. این امر مستلزم راه‌اندازی و به‌روزرسانی وب‌سایت‌های دانشگاهی با محتوا و اطلاعات باکیفیت و چندزبانه، ایجاد و مدیریت حساب‌های کاربری رسمی در شبکه‌های اجتماعی معتبر و تشویق اعضای هیأت علمی به ایجاد پروفایل‌های حرفه‌ای و انتشار دستاوردهای پژوهشی خود در این پلتفرم‌ها است. دومین اقدام ضروری، ارتقای کیفیت و کمیت برون‌دادهای پژوهشی دانشگاه‌ها است. این امر از طریق افزایش انتشار مقالات علمی در مجلات معتبر بین‌المللی، ثبت اختراعات و نوآوری‌ها و همچنین بارگذاری داده‌های پژوهشی در مخازن دسترسی باز امکان‌پذیر است. همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند با مشارکت فعال در کنفرانس‌های بین‌المللی و همکاری‌های مشترک پژوهشی با دانشگاه‌های معتبر خارجی، به افزایش استناد به آثار علمی خود و در نتیجه، ارتقای رؤیت پذیری در سطح بین‌المللی دست یابند. سومین حوزه اقدام، تقویت شبکه‌سازی با سایر دانشگاه‌ها و موسسات علمی معتبر است. این امر از طریق عضویت در نهادهای علمی بین‌المللی، برگزاری همایش‌ها و کنفرانس‌های مشترک و تبادل استاد و دانشجو امکان‌پذیر است. همچنین، دانشگاه‌ها می‌توانند با راه‌اندازی دفاتر ارتباط با صنعت و ایجاد ارتباط با بخش خصوصی، به توسعه شبکه‌های همکاری خود در سطح ملی و بین‌المللی بپردازند. در نهایت، دانشگاه‌ها می‌توانند با بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، به افزایش نفوذ و تاثیرگذاری خود در جامعه بپردازند. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی داخلی و تولید محتوای آموزشی و پژوهشی با زبان ساده و قابل فهم برای عموم مردم، می‌تواند به ارتقای جایگاه اجتماعی دانشگاه‌ها و افزایش سطح آگاهی و سواد جامعه کمک کند.