

تقييم جودة الموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة Evaluating Ouargla University Website Quality

أ.د/ ابراهيم بختي* & أ/ ربيعة بن زيد**
جامعة ورقلة - الجزائر، كلية العلوم الاقتصادية
والعلوم التجارية وعلوم التسيير، مخبر LUEDLD

ملخص: تعتبر عملية تقييم الموقع الإلكتروني صعبة، نظرا لكونه ليس هناك نظام متفق عليه دوليا، وإنما هي محاولات متعددة تسمح بإعطاء تقييم كمي ونوعي، لعملية التقييم؛ لذا سنحاول من خلال هذا المقال واعتمادا على مؤشرات تشخيص أداء الموقع، تحديد جودة الموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة؛ وقد بينت أهم النتائج المتوصل إليها بأن الموقع الإلكتروني للجامعة حصل على تقدير متوسط بالرغم من الجهود المبذولة من طرف القائمين عليه، ويعد هذا التقدير قفزة نوعية لما كان عليه سابقا، وهذا طبعا سوف يحفز القائمين عليه لبذل المزيد من التحسين والتطوير من أجل أداء وخدمات خطية أفضل.

الكلمات المفتاح: موقع إلكتروني، تقييم، جودة، تصنيف، جامعة ورقلة.
تصنيف JEL: L14, L15, L86, M15

Abstract: The process of evaluating website is a difficult task, because of the lack of an internationally agreed system. But there are many attempts which allow giving quantitative and qualitative evaluation. Thus, in this article and based on the diagnosis of the website performance indicators, we will attempt to determine the quality of Ouargla university website. The important results show that the website got on medium assessment, in spite of the great efforts from who are charged of it. This assessment is a quantum leap to what it was previously. This, of course, it will stimulate those responsible to make more improvement and development in order to perform better online services.

Key words: Website, Performance Evaluation, quality, rating, University of Ouargla.
Classification JEL : L14, L15, L86, M15

I. تمهيد: تُعدُّ المواقع الإلكترونية للجامعات إحدى معالم التنافس والتميز واستمرار تقدمها العلمي الذي يعزز مكانتها الأكاديمية بين مختلف الجامعات، لذلك تولي الجامعات أهمية بالغة لبناء وتصميم مواقعها من خلال وضع خطط إستراتيجية واضحة المعالم وفعالة على شبكة الانترنت، تهدف من خلالها إلى التعريف بالمؤسسة الجامعية وتحسين مستوى المخرجات، وتهدف أيضا إلى تزويد الطلبة، الباحثين، الأساتذة، الموظفين وغيرهم من المتصفحين بالمعلومات والخدمات المختلفة المتعلقة بالتعليم والبحث والتطوير؛ وفي هذا الإطار ارتبطت جودة مواقع المؤسسات الجامعية بتصنيفها على أساس أدائها من خلال شبكة الانترنت، وأصبحت الجامعات بحاجة إلى معرفة تصنيفها الشبكي بين بقية الجامعات الأخرى محليا ودوليا، ولن يتسنى هذا إلا عبر تقييم جودة الموقع الإلكتروني لها.

يعد التقييم في حد ذاته جزءاً لا يتجزأ من أي عمل يراد له الاستمرارية والتطور، فلم تعد الجامعة بمقدورها أن تنعزل عن التطور الحاصل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مختلف المجالات، بل أصبحت ضرورة ملحة للإيفاء باحتياجات المستفيدين المتزايدة، خاصة في ظل عملية التعليم المكمل عن بعد، التي غالباً لن يتوافر للمستفيد فرصة المقابلة، وأصبحت واجهة الجامعة الإلكترونية الفرصة الوحيدة لتقديم خدمات الجامعة على مدار الساعة، ومن ثم فإنه يجب أن تقوم صفحات مواقع الجامعات بمساعدة المستفيدين في الوصول إلى الخدمات والمعلومات المناسبة من خلال واجهة سهلة وواضحة وغير معقدة تتلاءم مع احتياجاتهم، ويعد موقع الجامعة مثله مثل أي خدمة تقدمها الجامعة له دور في تعزيز أو أضعاف موقعها¹، لذلك توجد عدة أسباب تدفع المسؤولين عن المواقع الإلكترونية للجامعات إلى تقييمها، لمعرفة مدى النجاح والتقدم في الموقع ومدى تحقيقه للأهداف التي أنشأ من أجلها، والتأكد من جودة المعلومات (دقتها وحداثتها ومصداقيتها)، التحقق من مدى قدرة المستفيدين على استخدام الموقع، ومدى ملاءمته لاحتياجاتهم وإمكانيتهم².

عرف المعهد الأمريكي للمعايير³ الجودة على أنها جملة السمات والخصائص للمنتج أو الخدمة التي تجعله قادرا على الوفاء باحتياجات معينة، ومن أهم المجالات التي ساهمت فيها المواقع الإلكترونية للجامعة في تحقيق جودة الخدمة الشبكية هي الإدارة الإلكترونية من جهة، والعلاقة الأكاديمية والبيداغوجية من جهة أخرى، فالإدارة الإلكترونية تتمثل في التنظيم الإلكتروني لشؤون الطلبة والباحثين والأساتذة والمستخدمين في مجالات عدة تتعلق بالتسجيلات الجامعية وإعادة التسجيل وعمليات التحويل واختيار التخصصات وطلب الشهادات وغيرها من الوثائق الأخرى المختلفة، وكل ما يتصل بالإدارة وتسيير قاعات الدراسة والمدرجات، هذا كله يسمح بتخفيف الضغط عن إدارات الأقسام في الكلية ويساهم في ربح الوقت بالنسبة للمستفيدين، ويسمح أيضا بتخفيف عناء التنقل، وريح الوقت خاصة لأولئك القاطنين في المناطق البعيدة، ويمكن أن تشمل الإدارة الإلكترونية حتى الخدمات الجامعية المتعلقة بالإقامة والإيواء الجامعي.

* bekhti.brahim@univ-ouargla.dz

** rbenzid83@gmail.com

أما بخصوص العلاقة الأكاديمية والبيداغوجية فهي تتعلق بالمحتوى المعلوماتي الموجه لإعلام الطلبة إلكترونياً بالتوزيع الزمني لجدول التوقيت والامتحانات والمناهج البيداغوجية ومضمونها ؛ وإبلاغ الأساتذة إلكترونياً بالاجتماعات البيداغوجية والندوات العلمية سواء على مستوى الأقسام أو الكليات أو على مستوى مديرية الجامعة، وأيضا تشمل الإتصال التفاعلي المتزامن أو غير المتزامن بين مختلف الفاعلين في المؤسسة الجامعية، بل يتعداه الأمر إلى نشر المحاضرات والدعائم المعرفية المتصلة بموضوع الدراسة عبر منصات التعليم الإلكتروني لموقع الجامعة، وإتاحة الأعمال العلمية من دراسات وأبحاث ومذكرات وأطروحات التخرج عبر المكتبة الرقمية لموقع الجامعة.

حققت المواقع الإلكترونية للجامعات عدة إيجابيات ومزايا⁴، أهمها المساهمة في ضمان جودة التعليم العالي بالمؤسسات الجامعية، والمساعدة على ربط مؤسسات التعليم العالي فيما بينها وبين بقية الجامعات العالمية، مما أتاح للأساتذة والباحثين والطلبة فرص تبادل المعلومات والبيانات إلكترونياً، وحقق تفاعلاً تعليمياً وتكاملاً إلكترونياً بين برامج التعليم والتدريب على المستوى العالمي. الأمر الذي أتاح فرص إجراء الأبحاث والدراسات المشتركة بالإعتماد على بيانات حديثة ؛ إضافة لذلك سمحت المواقع الإلكترونية للجامعات بتدنية تكاليف المواد المطبوعة ونشر التقنية في المجتمع وإعطاء مفهوم أوسع للتعليم المستمر فضلاً عن هذا كله أن مواقع الجامعات تقدم خدماتها لقاعدة عريضة من المستفيدين دون التقيد بمكان أو زمان.

وبالمقابل هناك تحديات وجب على القائمين على المؤسسات الجامعية الإهتمام بها، من أجل نجاح البوابة الإلكترونية للجامعة لأن جودة المواقع الإلكترونية مرتبطة مباشرة بهذه التحديات، المتمثلة في الآتي:

- تأهيل وتدريب الأساتذة والطلبة بشكل خاص لإستخدام منصات التعليم الإلكتروني.
- العمل على توعية موظفي الجامعة والطلبة على ضرورة التعامل الإلكتروني.
- كفاءة وتوفير الإتصال الشبكي الدائم.
- قدرة مهندسي وتقنيوا المعلوماتية على التصميم والتحسين والتطوير وإنتاج التطبيقات الخدمية.
- المتابعة والإستمرارية في تحديث محتوى الخدمة الإلكترونية دورياً.
- توفر إتمادات مالية كافية للحلول التقنية.

لكن السؤال المطروح، ينحصر في تحديد نوعية الأساليب المستخدمة في تقييم جودة الموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة ؟ ؛ والغرض من هذه الدراسة هو تحديد مواطن الضعف في موقع الجامعة وتفسيرها بهدف تطوير وتحسين الخدمات على الخط، هذا الأمر أدى بنا إلى الإستعانة بالقياس تارة، وتحليل محتوى الموقع تارة أخرى، فهناك عدة طرق تم اقتراحها لتقييم جودة وسهولة استخدام المواقع والتعرف على المشاكل التي يواجهها المستخدمون، ومن أشهر هذه الطرق هو التقييم باستخدام مجموعة من المعايير ومؤشرات أداء الموقع⁵، ومن ثم مقارنة وتحديد مدى تطبيق الموقع الإلكتروني المراد تقييمه لعناصر تلك المعايير، حيث طورت هذه الطريقة واقتُرحت من قبل الباحثين "نيلسون وموش"⁶.

بخصوص أهم الدراسات المتعلقة بموضوع تقييم جودة المواقع الإلكترونية للجامعات، نجد دراسة ليلي حسن وعماد أبو الرب⁷، حيث أقتُرِح فيها إطار نظري لتقويم جودة المواقع الأكاديمية، من خلال التصميم والإبحار، والمحتوى، وسهولة التفاعل، حيث إنبثق عن كل عنصر سابق مجموعة من المؤشرات توفر أسلوباً علمياً في تقويم جودة المواقع الأكاديمية، وذلك بهدف تحسين الخدمة المقدمة، إلا أن هذه الدراسة تبقى مقترحة نظرياً يحتاج إلى دراسة تطبيقية. وفي دراسة أخرى، أعدها عبد الهادي الشويرف⁸، إقتُرِح فيها قائمة مراجعة وصفية تضم خمسة معايير لتقويم جودة مواقع الجامعات على شبكة المعلومات العالمية، وهي : مجال التغطية، المسؤولية، المحتوى، البنية والتصميم والشكل والإخراج، ويضم كل معيار من تلك المعايير مجموعة من العناصر لمعرفة مدى تطبيق كل معيار، وقد صيغت العناصر بطريقة توضح توفر العنصر أو عدم توفره في الموقع بشكل لا يقبل وجهات النظر الشخصية، بحيث إذا تحقق العنصر توضع عبارة (نعم) وهذا يظهر الجانب الإيجابي، وإذا لم يتحقق العنصر توضع عبارة (لا) وهذا يظهر الجانب السلبي، وبذلك فإنه كلما كان عدد عناصر قائمة المراجعة المجاب عنها بـ(نعم) أكبر من (لا) كان ذلك دالاً على القيمة النسبية للموقع ؛ إلا أن هذه الدراسة تبقى كذلك نظرية تحتاج إلى التطبيق.

على الرغم من عدم وجود اتفاق حتى الآن حول معايير محددة لتقييم المواقع الإلكترونية بشكل عام والمواقع الإلكترونية للجامعات بشكل خاص، إلا أن هناك إجماع على ضرورة التقييم إدراكاً من المختصين لأهميته، ويلاحظ أن معظم الدراسات السابقة في مجال تقييم المواقع الإلكترونية قامت بوضع مجموعة من المعايير للتقييم، تعكس وجهات نظر مختلفة، إلا أنها تتمحور حول معايير رئيسية وجوهرية يتفق عليها معظم الباحثين، تم اعتمدها في هذا البحث، حيث أن هذه المعايير المعتمدة والمقترحة لتقييم الموقع الإلكتروني للجامعة في هذه الدراسة ناتجة عن تكامل بين الدراسات

السابقة والمختصة بجودة المواقع الإلكترونية بصفة عامة والمواقع الإلكترونية للجامعات على وجه الخصوص ؛ وسوف نورد في الجزء الموالي من المقال طريقة العمل المعتمدة من أجل الوصول إلى تقييم مقبول ومنطقي.

II. الطريقة : تقدم المواقع الإلكترونية للجامعات أنواعاً مختلفة من المحتوى الإلكتروني، مما يتطلب أساليب مختلفة من التقييم ومستويات مختلفة من تطبيق معايير الجودة ؛ إن التحسين في مواقع المؤسسات الجامعية لا ينتهي بمجرد نشر المواد على الشبكة بل أنه عمل متواصل يتطلب متابعة وتطوير وتقييم حتى يظل على جودته بما يتلاءم مع احتياجات المستفيدين منه لضمان ترددهم عليه (وعادة ما تسمى بالقيمة المضافة للموقع) ؛ وعليه تتخذ عمليات تقييم المواقع الإلكترونية أشكالاً متنوعة وأساليب مختلفة، منها ما هو كمي ومنها ما هو نوعي، ومنها ما هو يدوي ومنها ما هو آلي، ومن أهم الطرق الشائعة في التقييم نذكر تطبيقات الويب الآلية⁹ وهي التي توفر عدد من برمجيات الويب الآلية لتقييم المواقع الإلكترونية من ناحية التصميم ومدى ملائمتها لمقاييس البناء، منها ما يقيم أكثر من جانب في الموقع كالقدررة على إحصاء الروابط الداخلية والخارجية وعرض رسومات بيانية والكشف عن الأخطاء وإحصائها، ومنها ما تقتصر وظيفته على جوانب محددة، ومنها ما يحدد أوجه القصور دون تحديد العلاج، ومنها ما يقوم بتحديد المشكلة وكيفية التغلب عليها، ومن هذه البرمجيات من يقوم بتتبع المستفيد ليسجل كل تحركاته بالموقع والوقت المستغرق في تصفح كل صفحة، وتحديد العنوان الرقمي المستخدم في الوصول وكذلك تسجيل المتصفح ونظام التشغيل المستخدم، وبهذا يتم تسجيل نشاط الموقع من خلال ملفات التردد على الموقع.

لكن هل هذا النوع من التقييم التقني كافٍ لتقييم مواقع المؤسسات الجامعية ؟ ؛ طبعاً هذا غير كافٍ، ولذلك هناك عدة تصنيفات دولية تعنى بدراسة ترتيب الجامعات ومراكز البحث العلمي، وأغلبها يعتمد في قياسه على الأداء الأكاديمي والبحثي للمؤسسات الجامعية، وعليه إقتصرت دراستنا فقط على تلك التصنيفات التي تعطي وزناً لتقييم الموقع الإلكتروني والتي تعتمد في القياس على عدد من المؤشرات التقنية و/أو العلمية، وقد أسفرت عملية المسح على وجود تصنيفين، هما :

1. تصنيف ويبوميتر كس العالمي للجامعات
2. التصنيف حسب شهرة الموقع

1- تصنيف ويبوميتر كس العالمي للجامعات¹⁰ : هو أكبر نظام لتقييم الجامعات العالمية على الإطلاق، وهو يشمل كل الدول بحيث يغطي أكثر من 20.000 مؤسسة جامعية وبحثية، ويصدر عن المجلس العالمي للبحث العلمي في مدريد بإسبانيا، ويهدف هذا التصنيف إلى تحسين وجود مؤسسات التعليم العالي والبحث العلمي على شبكة الإنترنت وتشجيع نشر المقالات العلمية المحكمة والمتاحة للدخول المفتوح. ويتم نشر التصنيف مرتين في السنة، الأول في بداية شهر جانفي والثاني في بداية شهر جويلية بمعدل ستة أشهر.

يعتمد التصنيف على مؤشرين رئيسيين للتقييم، الأول يسمى بمؤشر الوضوح (Visibilité) الذي يرتكز على عامل التأثير (Impact) المتعلق بالنشر على الخط بدلالة عدد الروابط الخارجية الواردة (فكثرة الإستشهاد والتهميش من معلومات الموقع يرفع من شعبية الموقع وأهميته وهو دليل على حسن أداء الجامعة الأكاديمي والعلمي) ؛ والمؤشر الثاني يسمى بمؤشر النشاط (Activité) الذي بدوره يرتكز على ثلاثة مؤشرات جزئية هي : مؤشر الحضور (Présence) الذي يحسب على أساس العدد الإجمالي لصفحات الموقع المفهرسة، مؤشر الإنفتاح (Ouverture) الذي يعكس مدى توفر المحتوى الأكاديمي والعلمي المفتوح، ومؤشر التميز (Excellence) الذي يشير إلى القيمة العلمية للمقالات المنشورات على أساس عامل التأثير، وجميعها مؤشرات تهتم بحجم محتوى موقع الويب (أي عدد صفحات الويب والملفات المرتبطة به، ونوعيتها) ويهتم أيضاً بقيمة معلومات الموقع و علميتها.

يحسب تصنيف الويبوميتر كس من خلال إعطاء وزن نسبي متساو 50% لكل مؤشر رئيسي، يُعطي "الوضوح" نسبة 50%، و"النشاط" 50% في المائة التي توزع هي الأخرى بمقدار الثلث لكل مؤشر جزئي.

2- التصنيف حسب شهرة الموقع¹¹ : هو عبارة عن تصنيف يعنى بدراسة المواقع الإلكترونية لمؤسسات التعليم العالي التي يقدرها عددها بأكثر من 11.160 مؤسسة موزعة في 200 دولة، ويشمل التصنيف فقط تلك المؤسسات التعليمية المعترف بها رسمياً والمعتمدة من قبل الدولة، ويجب أن تكون على الأقل مؤهلة لمنح درجة الليسانس، بالإضافة إلى تقديمها تعليماً تقليدياً حضورياً وجهاً لوجه.

هذا التصنيف لا يأخذ بعين الإعتبار جودة التعليم، ولا مستوى الخدمات، ولا المنتج العلمي، فهو يهتم فقط بتصنيف مواقع الويب الأكاديمية والبحثية على أساس مؤشر الأهمية (الشعبية) على الشبكة الدولية، باستخدام تصنيف ثلاث محركات (Google Page Rank، Alexa Traffic Rank، Majestic SEO)، فالهدف من التصنيف هو توفير ترتيب شعبية المواقع الإلكترونية على الشبكة، والمقصود من ذلك هو مساعدة الطلبة والأكاديميين على التعرف

على المؤسسات الجامعية في الدول الأخرى. وبالتالي لا يمكن الأخذ به لوحده كمعيار أساسي لتصنيف مؤسسات التعليم العالي.

ينشر التصنيف مرتين في السنة (شهر جانفي و شهر جويلية)، لأحسن 200 مؤسسة جامعية دوليا، أحسن 100 جامعة قاريا، وأيضا على أساس الترتيب الوطني داخل الدولة الواحدة.

إعتمدنا في جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة، على عدد من التطبيقات الآلية الشبكية المشار إليها في مصادر (الجدول رقم 1)، التي توفر مجموعة من مؤشرات أداء الموقع المدروس.

III. النتائج ومناقشتها : تمت دراسة جودة موقع جامعة ورقلة في بداية النصف الثاني من سنة 2013، من خلال مؤشرات أداء موقع جامعة ورقلة، التي وفرتها الدراسة التحليلية للمعطيات المستقاة من الجدول (رقم 1)، وقد أظهرت نتائج عديدة، نلخصها وفق الآتي :

1- إختبار سلامة المحتوى : يهدف هذا الإختبار إلى التحقق من عدم وجود محتوى غير مرغوب فيه، كالمواد الإباحية، وقضايا الكراهية، المخدرات والعنف ؛ وهذا الإختبار يساعد المتصفحات في غربلة المحتوى المعروض وفقا لرغبات الأفراد والأوصياء عليهم، لحمايتهم أثناء تصفح شبكة الإنترنت ؛ وقد بين الإختبار أن الموقع خالي تماما من المحتوى الممنوع، وقد حصل الموقع على علامة كاملة (10/10)، جيدة.

2- عناوين الصفحات : يتحقق هذا الإختبار من سلامة استخدام عناوين الصفحات على الموقع الإلكتروني بشكل صحيح، فعناوين الصفحات المناسبة لها أهمية خاصة لمحرك البحث ؛ ومن المستحسن أن لا يفوق عدد محارف العنوان الإسمي 80 محرفا كحد أقصى. وقد بين الإختبار أن جميع صفحات موقع جامعة ورقلة، تستخدم عناوين الصفحات بشكل مناسب، فعناوين الصفحات تظهر نتائج البحث في الجزء العلوي من نافذة المتصفح عند زيارة الموقع، وحصل الموقع العلامة الكاملة (10/10)، جيدة.


3- الروابط الواردة : الفائدة من هذا الإختبار هو معرفة عدد الروابط ذات الصلة بموقع الجامعة، وهذا مهم جدا لمحركات البحث فهي تعتبر هذه الروابط بمثابة تصويت لفائدة موقع الجامعة، مما يجعله يحتل مكانا متقدما ضمن نتائج البحث، وبالتالي الحيازة على وزن وترتيب أفضل لدى المحركات، كما أن الروابط الواردة هي وسيلة لقياس شعبية الموقع ورواجه إلكترونيا ؛ ولهذا فإنه من المستحسن التعريف بالموقع في الأدلة الإلكترونية (Annuaires) والمننديات والمواقع ذات الصلة، لكن دون إفراط فقد يستغل هذا من طرف المتطفلين (Spameurs)، مما قد يضر بالموقع في ظل غياب مساهمة مجدية ؛ يقدر عدد صفحات المواقع الأخرى التي تشير لموقع جامعة ورقلة عبر روابط خارجية إجمالا بأكثر من 1436 رابطا، منبثقة عن أكثر من 168 موقعا، بالرغم من أن 2.8% من هذه الصفحات مكرر بهذه المواقع. والعلامة الممنوحة كاملة هي (10/10)، جيدة.

4- تحليل الصفحات : الهدف من إختبار تحليل الصفحات هو التحقق عما إذا كان الموقع يستخدم أدوات تحليلية مثل Google Analytics التي تفيد القائمين عليه في الصيانة والحفاظ على جودة الموقع من خلال المعلومات والإحصائيات المقدمة عن الموقع المرتبطة به، وفي الغالب هذه الأدوات مجانية، ولا غنى عنها في الوصول إلى موقع جيد، فموقع جامعة ورقلة يستخدم الأداة التحليلية لموقع webstatsdomain.net ؛ وبين تحليلنا أن 80% من صفحات موقع جامعة ورقلة تحتوي على البيانات الوصفية/التعريفية (Métadonnées) التي تمكن محركات البحث من التعرف على طبيعة محتوى الصفحات بسهولة وإدراجها ضمن نتائج البحث المناسبة، وهناك قلة من الصفحات 20% لا تحتوي على بيانات تعريفية، ومن المهم أن تتضمن جميع الصفحات هذه البيانات ؛ يستخدم موقع الجامعة في صفحاته الترميز UTF-8 وهو الأكثر إستخداما، والعلامة الممنوحة لهذا الإختبار جيدة، وتقدر بـ (10/8).

5- تدفق معلومات تقنية ال-RSS¹² : يطلق عليها البعض اسم الخلاصة أو الخلاصات البسيطة الحقيقية لتدفق المعلومات وهي عبارة عن خدمة تسهيل متابعة أخبار الموقع وقد جاءت تقنية ال-RSS لتقدم حلو لا لاهم مشكلتين هما هدر الوقت ومحدودية الاطلاع، إن إختبار تدفق المعلومات يمكن الزائر لموقع الجامعة، وكذا محركات البحث من معرفة جديد الأخبار بالجامعة من خلال النافذة الوسطية بالصفحة الرئيسية أو من خلال الرابط : <http://www.univ-ouargla.dz/index.php?format=feed&type=rss> ؛ وقد حصل الموقع على علامة مرتفعة تقدر بـ (10/8).

6- المحتوى المكرر : يتحقق هذا الإختبار عما إذا تم تكرار عنوان حرفي مع/بدون الإضافة www.univ-ouargla.dz لموقع معين، بمعنى العنوان <http://univ-ouargla.dz> يستخدم إعادة توجيه مؤقت (HTTP 302) إلى العنوان <http://www.univ-ouargla.dz> ذو التوجيه الدائم (HTTP 301)، أي أن كلا العنوانين لهما نفس العنوان الرقمي (Adresse IP)، ويختبر أيضا حالة ما يكون لنفس الجامعة موقع آخر بعنوان مشابه كـ <http://www.univ-ouargla.net> بنفس

المحتوى أو مخالف أو بدون إستجابة ؛ فتكرار إستضافة الموقع يقلل من ترتيب موقع الجامعة في التصنيف لدى محركات البحث، وقد يترك إنبطاعا سيئا لدى الزوار في حالة وصولهم إلى الموقع الخاطئ، ولذلك فالحل الأمثل هو توجيه الزوار دوما نحو الموقع الصحيح باستخدام التوجيه الدائم (301). ولقد بين الإختبار أن هناك تكرار لبعض المحتوى بالموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة، كمحتوى مجلة الباحث موجود بموقع الجامعة في الصفحة : <http://www.univ-ouargla.dz/Pagesweb/PressUniversitaire/PGs/bahith.html> وأيضا موجود بالصفحة : <http://revues.univ-ouargla.dz/index.php/acceill/revue-el-bahith> ؛ ومع هذا حصل الموقع على تقدير جيد (10/8).

7- صفحة الفيسبوك : يهدف الإختبار إلى التحقق من وجود رابط بالموقع يؤدي إلى صفحة الفيسبوك، والفائدة منه هو معرفة الوزن الإعلامي للموقع فكما كانت شعبية الموقع في الشبكات الإجتماعية مرتفعة من خلال المناقشة وإبداء الرأي كلما كان الموقع أكثر فعالية وترويجا، فالقياس يعتمد على عدد صفحات الموقع المرتبطة بصفحة الفيسبوك التي نالت إعجاب المشتركين به والتي أيضا تشير إلى اسم الموقع، وقد لوحظ أن تحليل موقع الجامعة، حصل على إعجاب المشتركين بتقدير 866 معجب  ، بالرغم من أن مشاركة الزوار على صفحات الفيسبوك بخصوص روابط الجامعة تعد ضعيفة، وقد حصل موقع على تقدير فوق المتوسط بعلامة (10/7.2).

8- صفحة تويتر : يهدف هذا الإختبار إلى قياس عدد المرات التي ذكر فيها موقع جامعة ورقلة في الشبكة الإجتماعية لتويتر (عدد التغريدات التي وردت عن كل صفحة من صفحات الموقع)، وبطبيعة الحال فإن الأهمية المتزايدة للموقع على الشبكات الإجتماعية، تعد كمقياس للشعبية أيضا، ودليل على نجاح المشرفين عليه في الترويج له، فلزيادة عدد زوار الموقع وزيادة عدد التغريدات، لا بد من تضمين صفحات الموقع التي يراها مدير الموقع هامة (كصفحة جديد الموقع) رابط تويتر، حيث سوف تتم مناقشة ومشاركة وتبادل الرأي حول المحتوى الجديد من قبل الزوار ؛ وقد بين إختبار الموقع أن هناك مضامين جد هامة بالموقع، ولا يشملها التغريد بسبب عدم ربط المضمون بتويتر، ولهذا حصل موقع الجامعة على تقدير قريب من المتوسط بعلامة (10/4.5).

9- إختبار الشعبية : هذا الإختبار يعطي درجة التقييم على أساس شعبية (وأهمية) الموقع على شبكة الانترنت، بالإعتماد على ترتيب أليكسا Alexa للمواقع التي تراقب حركة الويب شبكيا، أي حسب عدد الزيارات التي تتم للموقع، حيث تنشر أليكسا معلومات حول :

1. ترتيب الشعبية المطلقة للموقع : ويقصد به شعبية الموقع نسبة إلى ترتيب بقية المواقع.
2. التغير النسبي للشعبية : الذي يعني تطور شعبية الموقع شبكيا خلال ثلاثة أشهر ماضية.

وفقا لهذا الإختبار فإن موقع جامعة ورقلة حصل على تقييم مقبول قدره (10/5.2) وقد احتل المرتبة 189 804[°] عالميا¹³، بعدما كان يحتل المرتبة 134 324 عالميا منذ ثلاثة أشهر، بانخفاض قدره 65 480 وحدة (الشكل رقم 1)، أي أن التغير النسبي للشعبية سجل انخفاضا ملحوظا في الربع الثالث من هذه السنة.

لوحظ هذا الانخفاض أيضا في حركة البحث عبر محركات البحث في الربع الثالث من هذه السنة (الشكل رقم 2)، بعدما سجل سابقا ارتفاعا ملحوظا في منتصف الربع الرابع من سنة 2012، ويعزى ذلك لكون أن الزيارات التي تمت لموقع الجامعة كان غرضها الإطلاع على نتائج مسابقات الماجستير والدكتوراه وغيرها من الإعلانات، ثم إنخفاض حاد وهذا أمر طبيعي خصوصا مع نهاية السنة الميلادية أو نهاية السنة الجامعية، حيث يقل نشاط المؤسسات الجامعية.

سجل الموقع حركة شبكية من داخل الوطن تقدر بنسبة 67.10% مقابل 32.90% من مختلف البلدان، بعد أن كانت تقارب نسبة 36.20% في الأشهر الثلاثة المنصرمة ؛ وبينت الدراسة أن المواقع التي سجلت حركة شبكية تخص الكلمة المفتاحية "جامعة ورقلة"، هي على التوالي موقع جامعة ورقلة بنسبة 69.24%، الفيسبوك بنسبة 14.77%، اليوتيوب بنسبة 5.35% ونسبة 10.64% لبقية المواقع.

تتبع حركة سير زوار موقع الجامعة، بين أن صفحة البداية حازت على نسبة 65.91% من مجموع صفحات الموقع، تليها صفحة البريد الإلكتروني بنسبة 17.07%، صفحة المكتبة بنسبة 16.92% وأخيرا نسبة 0.10% لبقية الصفحات الأخرى.

لكن تتبع ترتيب أليكسا لجامعة ورقلة ومقارنته بترتيب أليكسا لكل من جامعة باب الزوار وجامعة تلمسان وجامعة وهران للتكنولوجيا على مدى ستة أشهر بين أن الترتيب العالمي لجامعة ورقلة في تفهقر بالرغم من كل الجهود المبذولة من طرف الجامعة، علما أن جامعة ورقلة كانت في وضعية ترتيبية أحسن بكثير من بقية الجامعات المذكورة (الشكل 3)، ويظهر في الشكل تطور ترتيب جامعة باب الزوار نحو الأفضل ؛ وهذا يعني وضوحا أن

التحسينات التي مست موقع جامعة باب الزوار وكذا مواقع أخرى كان لها أثر بالغ في إظهار موقع جامعة ورقلة في تفهقر، بمعنى أن التحسين هو عملية مستمرة ومتكررة، ولا يمكن التغاضي عنها طوال السنة.

رتبت أيضا جامعة ورقلة حسب تصنيف محرك الكليات والجامعات الدولية¹⁴ على المستوى الوطني في المرتبة 18 وعلى المستوى العالمي حصلت على المرتبة 5988، أما حسب تصنيف webometrics.info فقد رتبت جامعة ورقلة في نهاية الربع الثاني من سنة 2013 في المرتبة 30 من أصل 71 مؤسسة جامعية في سلم ترتيب الجامعات الوطنية، بعد ما كانت تحتل المرتبة 23، سنة 2012؛ وحتى على المستوى الدولي فإن تصنيفها 9718 من أصل 21250 مؤسسة، سجل تراجعها في نهاية الربع الثاني من سنة 2013 (الشكل 4)، تجدر الإشارة إلى أن تغيير نطاق موقع جامعة ورقلة من العنوان (www.ouargla-univ.dz) إلى العنوان (www.univ-ouargla.dz) بتاريخ 22 أبريل 2012¹⁵، لم يؤثر في تصنيف webometrics على المستوى الوطني، ذلك أن هذا التصنيف يأخذ بعين الاعتبار هذا التغيير¹⁶.

يمكن من خلال التحليل المستعرض، التأكيد على أن التفهقر التصنيفي هو ليس نتيجة لتناقص الجهود المبذولة من طرف جامعة ورقلة، بل بالعكس لا زالت الجهود متواصلة في التحسين والتطوير، وإنما هو نتيجة لتقدم تصنيف جامعات أخرى، فتقييم مستوى شعبية الموقع وفعالية الجهود التسويقية تقدر بسنة 6 نقاط بملاحظة فوق المتوسط، إلا أن التقدم إلى المراتب الأولى يدفع بالجامعة إلى بدل المزيد من الإهتمام بالنشر الإلكتروني المفتوح والمتميز¹⁷ المتعلق بأبحاث الأساتذة الباحثين، ومؤلفاتهم البيداغوجية، وكذلك الأعمال العلمية للطلبة في جميع الأطوار، مع ضرورة الإلتزام بمواصفات تنمية الموقع الإلكتروني وترويجها، والعمل على التميز في النشر العلمي للأبحاث في مجلاتها العلمية المعتمدة.

10- إختبار الصور والرسومات : يهدف هذا الإختبار إلى التحقق من أن روابط رسومات موقع الجامعة بُنيت على أساس صحيح وفق المعايير التقنية المناسبة للويب، فعدم الإلتزام بها يتسبب في بطء تحميل الصفحة، ويجعل الوصول للموقع صعب، فالبرنامج المتصفح عندما يجد المواصفات الرسومية في الصفحة، سوف يحمل محتويات الصفحة كاملة في إنتظار تحميل ما بها من صور وبالطبع هذا يشغل الزائر في القراءة عوض الإنتظار الذي قد يدفعه إلى المغادرة، فعدم وجود المواصفات سوف لن يكون بمقدور البرنامج المتصفح تحديد مساحة الصورة التي ينبغي عليه تركها، وبالتالي سوف يضطر إلى تحميل الصور أول بأول وهذا ما يزيد من وقت تحميل الصفحة، كما تجدر الإشارة على أنه ينبغي إحترام الأبعاد الحقيقية للصورة التي يجب أن تكون من طبيعة JPEG، GIF أو PNG، ولا يكن تمديدها عن طريق المواصفات التقنية للصورة لأن ذلك يتسبب أيضا في بطء التحميل.

تبين أن هناك نسبة 14% من عينة الصفحات، صورها غير محددة :

http://www.univ-ouargla.dz/images/stories/IMG_0374.jpg

http://www.univ-ouargla.dz/images/stories/IMG_0195.jpg

أيضا 106 صورة ممددة (Images étirées)، الأمر الذي يتسبب في بطء تحميل الموقع :

<http://www.univ-ouargla.dz/images/stories/alea/FE19m.jpg>

http://www.univ-ouargla.dz/images/stories/IMG_0374.jpg

حصل موقع الجامعة على علامة (10/4.3)، بتقدير قريب من المتوسط.

11- صيغة عناوين الإنترنت URL : يتحقق هذا الاختبار من أن عناوين الإنترنت URL بموقع المؤسسة مناسبة، حيث يتم عرض عناوين الـ URL، في شريط العناوين في الجزء العلوي من نافذة المتصفح، فأفضل العناوين هي تلك التي تحقق عددا من المعايير منها الوضوح والبساطة (78 محرفا على الأكثر)، وتعكس هوية المؤسسة، وتصف بإيجاز محتوى الصفحة، ويسهل تذكرها ومشاركتها عبر البريد الإلكتروني أو من خلال وسائل الاعلام الاجتماعية، لأنه من الصعب على المستخدمين تبادل وتداول عناوين URL، متضمنة لمحارف شاذة (كالفاصلة وخط الوصل " " وغيرها) أو المكونة من سلسلة من الأعداد طويلة، أو مكونة من عبارة ذات مدلول معقد، أو عناوين منتهية بملف، فمثل هذه العناوين تكون عرضة لإستخدامها من قبل القرصنة، ليقوعوا بضاياعهم بسبب أن الضحايا يخطون بين الموقع الصحيح والموقع الطعم وخاصة بالنسبة للمستخدمين الأقل خبرة؛ ونفس الشيء بالنسبة لمحركات البحث فهي تسقط مثل هذه العناوين من فهرستها بقاعدة محركها، وبالتالي لا تصنفها؛ فالعناوين المدروسة تكون أعلى تصنيفا في محركات البحث.

بينت دراسة موقع جامعة ورقلة أن العنوان الحرفي URL الخاص بالصفحة الرئيسية للجامعة مكون من 19 محرفا، وهذا يعني أنه سهل الكتابة والتذكر، إلا أن غالبية عناوين الـ URL بمقدار 60% مبهمة وغير مناسبة، لا تتوفر فيها المعايير المثالية، ويصعب حفظها مما يجعل محركات البحث تتجاهلها، على النحو :

[http://www.univ-](http://www.univ-ouargla.dz/docs/annonce%20concours%20doctorat%20LMD%202013%20Ukmo%20VERSION%20FINALE%20juillet%202013.pdf)

[ouargla.dz/docs/annonce%20concours%20doctorat%20LMD%202013%20Ukmo%20VERSION%20FINALE%20juillet%202013.pdf](http://www.univ-ouargla.dz/docs/annonce%20concours%20doctorat%20LMD%202013%20Ukmo%20VERSION%20FINALE%20juillet%202013.pdf)

فهذا العنوان يحتوي على 121 محرفا، وهذا غير مقبول في صياغة عناوين الـ URL.

ووجد أن 60% من عناوين الـ URL تشتمل على ملفات :

<http://www.univ-ouargla.dz/docs/emt/FSEGSC/emt-eco1213.pdf>

لوحظ أيضا أن 120% من عناوين URL تتضمن وسيط بحث معرف (id) على النحو :

[http://www.univ-](http://www.univ-ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=103)

[ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=103](http://www.univ-ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=140&Itemid=103)

فمحرك البحث google لا يمكنه فهرسة أو تصنف مثل هذه العناوين ضمن قاعدته.

في هذا الإختبار حصل موقع الجامعة على علامة (10/4)، أي تحت المتوسط، ولذلك لا بد على القائمين على الموقع من إعادة كتابة العناوين المبهمة (غير اللاتقة) بشكل مثالي، كلما كان ذلك ممكنا.

12- إختبار العلامات الرأسية Balises heading : يضمن هذا الإختبار حسن عنوانة المستند (تسمية الوثيقة) بصفحة الويب من نوع html بالقدر الكافي الذي يضمن التعرف عليه في محركات البحث، كما أن العلامات الرأسية تسمح بملائمة محتوى الموقع مع متصفحات الزوار.

إذا دققنا أكثر في العلامات الرأسية للموقع، سنجد أن :

1. سمة الدلالة "Balisage sémantique" للصفحة الرئيسية، يبين أن هناك عنوانا ثانويا من الدرجة الثانية H2 يحمل العبارة "Le 18-03-2013"، فأى مدلول تشير إليه هذه التسمية.
2. سمة الوصف "Meta description" للصفحة الرئيسية، تتكون من 11 كلمة مشكلة من 139 محرفا، وهذا أقل من المعدل المحدد بـ 200 محرف.
3. سمة الكلمات المفتاحية "Meta keywords" للصفحة الرئيسية، تتكون من 19 كلمة مفتاحية، وهذا طبعا مقبول بالرغم من أن جل محركات البحث أصبحت لا تُعير لها إهتماما (عدا محرك بحث ياهو).
4. وهناك أيضا سمات أخرى حددت، وهي ليست بالهامة لأنها لا تؤثر في تعريف وتصنيف الموقع، مثل سمة التتبع "Meta robots"، للصفحة الرئيسية التي حددت بشكل صحيح، بالرغم أنه في حالة التغاضي عنها، فإنها تؤخذ بعين الإعتبار أو توماتيكيا.

بينت الإختبار أيضا أن 40% من صفحات العينة، تنفقر إلى العلامات الرأسية، مما يصعب على الزائرين وعلى محركات البحث التعرف على محتوى الصفحة أو المستند، وأن نسبة 2% من العلامات الرأسية في بعض الصفحات فارغة أو محددة بشكل غير مناسب، كما لوحظ بأن نص بعض السمات كتب بالأحرف الكبيرة، أو كتب بخط مائل، وأحيانا أخرى كتب دون أن تكون له أية دلالة، ولذلك لا بد من إعادة النظر في العلامات الرأسية لصفحات موقع الجامعة بشكل مناسب للمحتوى، ليظهر متوافق مع نتيجة البحث ولتفادي تصنيف محتوى بعض الصفحات ضمن الويب غير المنظور، وبهذا حصل الموقع على تقدير دون المتوسط بعلامة (10/3.9).

13- إختبار الروابط التشعبية : الفائدة من هذا الإختبار هو معرفة تلك الروابط الداخلية لصفحات الموقع نفسه أو الروابط الخارجية للموقع بصفحات لمواقع أخرى، فالإختبار يسعى لتحديد ما إذا تم استخدام نفس النص الوصفي في أكثر من رابط لصفحات أخرى، الأمر الذي يشوش على فهرسة المحتوى بمحركات البحث ؛ وعليه يجب التأكد من أن كل صفحة لها سمة نصية مميزة أو عنوان فريد ذو صلة مباشرة بالمحتوى.

بين إختبار روابط موقع الجامعة أن العديد من الروابط بالموقع يمكن أن تُعرف بطريقة أفضل، فقد وجد أن 134 رابطا يستخدم نفس السمة الوصفية لصفحات أخرى، بالرغم من أنه قد يرتبط بصفحات أخرى مختلفة تماما من ناحية المحتوى، أو قد يرتبط بصفحات متشابهة المحتوى، فالرابطيين الداخليين التاليين الموجودين بالصفحة الرئيسية لهما نفس السمة الوصفية "Productions Scientifiques"، ولهما نفس المحتوى :

<http://revues.univ-ouargla.dz>

<http://www.univ-ouargla.dz/Pagesweb/PressUniversitaire/index.html>

أما الروابط التالية فهي تتسم بنفس السمة الوصفية " Valorisation et Promotion des Ressources Sahariennes" لكن من ناحية المحتوى والروابط فهي مختلفة تماما :

http://www.univ-ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=160&Itemid=29
http://www.univ-ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=202&Itemid=29
http://www.univ-ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=200&Itemid=29
http://www.univ-ouargla.dz/index.php?option=com_content&view=article&id=201&Itemid=29

أي أن التوصيفات غير مناسبة للمحتوى، وهذا سوف يؤثر على التصنيف في محركات البحث، ويؤثر أيضا على حركة الزوار، وسوف لن يتفوقوا بنسبة كبيرة في المعلومات المقدمة لهم عبر هذه الروابط، نفس الأمر يتكرر بالنسبة للروابط المنتهية بملف، حيث أن جل هذه الملفات خالية من التوصيف أو مناشبهه، فحين أن 23 رابطة تشعبيا بدون توصيف أصلا : <http://labo.univ-ouargla.dz> ؛ ولذلك فقد حصل موقع الجامعة على علامة (10/1.3)، وهي ضعيفة جدا، ولذلك نوصي بإعادة توصيف صفحات الروابط بشكل ملائم للمحتوى، وملائم لسمة توصيف الرابطة، كي يسهل على محركات البحث فهرست هذه الروابط وصفحاتها، وبالتالي سهولة الوصول إليها عند البحث.

سُجل عدم وجود الملف Sitemap.xml بالجذر الرئيسي للموقع، الذي يسمح بمساعدة محركات البحث في استكشاف جميع صفحات الموقع بطريقة أكثر ذكاء، الأمر الذي يسهل على محرك البحث عملية الفهرسة أتوماتيكيا، إن الملف Sitemap يحصر جميع عناوين URL المتاحة بالموقع، ومعلومات أخرى تتعلق مثلا بأخر تحديث، دورية التحديث، الأهمية النسبية للرابطة مقارنة ببقية الروابط.

14- النص البديل : مهمة هذا الإختبار هو التحقق من أن كل صورة بالموقع لها نص إستبدال مسبق بالسمة الوصفية "ALT"، فالتصفح النصي، غير البصري سوف لن يُمكن الزوار من معرفة محتوى الصور المعروضة في الصفحة المستعرضة، ولذلك يعتبر النص البديل للصور هو التزام قانوني في العديد من البلدان المتقدمة (المملكة المتحدة، الولايات المتحدة، أستراليا، ... الخ)، فنص الإستبدال من خلاله يمكن فهرسة الصور في المحركات وعلى أساسه في المتصفحات يتم إختيار منع عرض الصور التي تعبر عن مدلول إرهابي أو غير أخلاقي أو يحرض على الكراهية، حفاظا على خصوصية الفرد.

وضحت الدراسة أن نسبة 86% من الصور بموقع الجامعة لا تتوفر على نص إستبدال، وأن هذا يشمل حتى تلك الصور الدالة على روابط داخلية، وكانت العلامة الصفرية هي التي حصل عليها هذا الإختبار، بمعنى إنعدام وجود النص البديل بالصور.

15- إختبار سهولة الطباعة : يحدد ما إذا كان الموقع مناسب للطباعة، ولوحظ أن جل صفحات الموقع لا توفر للزائرين قوالب للطباعة، وحصل الموقع على العلامة الصفرية.

16- إختبار الصلاحية W3C : يتحقق هذا الإختبار من أن الموقع يلتزم بمعايير الهيئة الدولية W3C¹⁸ لمواقع الويب، هذا التوافق من شأنه أن يرفع من فهرسة وتصنيف الموقع بمحركات البحث (SEO : Search Engine Optimisation)، مما يسهل عملية الوصول وتحميل صفحات الموقع، وأيضا يعني نجاح إختبار الصلاحية أن الموقع ملائم للعرض الصحيح مع جل المتصفحات بمختلف أنواعها ؛ ففي كثير من الدول على غرار المملكة المتحدة تولي أهمية كبيرة للامتثال لهذه المعايير (شرط قانوني)، ويتم تشغيل إختبار W3C بالتناوب من صفحة إلى أخرى، ويستند في النتيجة الإجمالية على نسبة الصفحات التي لا تحتوي على أخطاء (درجة الكمال هي 100%)، يعني أن كل الصفحات تمتثل لهذه المعايير).

بيّن فحص موقع الجامعة على وجود 536 خطأ و 104 تحذير، لا يتوافق مع معايير W3C، وبالطبع يعتبر هذا أمر غير مستحسن، يجب العمل على تحسين الموقع أكثر، ولمزيد من التوضيح يمكن الإطلاع على هذه الأخطاء من خلال الرابط : <http://validator.w3.org> ؛ ونفس الشيء حصل الموقع على علامة صفرية في إختبار الصلاحية.

17- إدماج إدارة المراجع : يشير هذا الإختبار إلى مدى إلتزام الموقع بشروط النشر العلمي للمراجع والوثائق والمجلات العلمية المنشورة على صفحاته، حيث أنه يتيح ويسهل على الباحثين والطلبة إستخدام برامج إدارة البيانات الببليوغرافية¹⁹ والمواد البحثية (الملفات المحمولة PDF أو DOC، وملفات الصور،... وغيرها).

بعد فحص صفحات موقع الجامعة تبين أن أغلبها خالية تماما من إدارة المراجع، وهذا طبعا سوف ينعكس سلبا على فهرسة المواد العلمية للجامعة بمحركات البحث العلمية وبالأخص محرك Google scholar، مما يقلل من تصنيف الجامعة في المحركات العلمية، وفي الترتيب بين المؤسسات الجامعية؛ وكانت العلامة صفر من نصيب موقع الجامعة.

18- التقييم العام للموقع: هذا الإختبار يفيد في معرفة مستوى الموقع ومدى قبول الموقع إجمالاً، فقد حاز الموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة على نقطة إجمالية تقدر بـ 5 من 10، وهي نتيجة متوسطة، ومن جانب آخر تقدر سهولة الوصول للموقع لمستخدمي الأجهزة المتحركة بـ 2.8 من 10، وهي أقل من المطلوب، إلا أن مستوى رضا المستخدمين عن الموقع المتوقعه قاربت المتوسط بـ 4.6 من 10، فحين أن الجانب الفني لهندسة وتصميم الموقع قيم بعلامة ضعيفة (10/2.3).

IV. الخلاصة: من خلال ما تم إستعراضه وتحليله، يمكن القول أن الموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة بصفة إجمالية، يتمتع بقدر من القبول في أوساط مستخدميه (المستفيدين)، نظرا لما يقدمه من خدمات إعلامية ومحتوى معرفي بالإضافة إلى كونه يساهم في الإتصال والتواصل بين المستفيدين، بالرغم من أنه لا زال يفتقر إلى مزيد من التحسين والتطوير من ناحية التصميم والبناء، وعلى القائمين عليه أن يولوا إهتماما أكبر للمحتوى المعرفي ومدى ملائمته لما هو متعارف عليه في خدمات الويب، وأن يعملوا على رفع كفاءة الإتصال الشبكي، لحل مشكل التوقف المتكرر، كما يجب عليهم إتاحة محتوى الموقع بأكثر من لغة واحدة دون إستخدام المحركات المترجمة التي هي في معظم الأحيان تخل بالمعنى المرغوب إبلاغه إلى المستفيدين.

يؤخذ أيضا على موقع الجامعة بط التحميل، فالوقت المستغرق للتحميل يفوق أحيانا الثلاثون 30 ثانية، وهو أعلى من المتوسط المقبول والمحدد بـ 3.95 ثانية، وذلك بسبب أن سعة الملفات المحملة في صفحة البداية تتعدى المعدل المسموح به والمقدر بـ 50 Ko؛ فبطء تحميل الموقع قد يكلف المؤسسة فقدان جزء من الزوار، ولتسريع عملية التحميل يجب:

1. العمل على ضغط ملفات الموارد بحاسوب خادم الويب، لتخفيض عدد وحدات الأوكتي المرسله عبر الشبكة بمقدار 85%، وسيعمل متصفح الزائر على فك الضغط عند إستقبالها.
2. إزالة بعض مقاطع جافا سكريبت وقوالب CSS، التي تحد من تسريع التحميل.
3. العمل على تخفيض سعة حمل الصور، عن طريق التحسين (Optimisation) الذي سيؤدي إلى خفض يقدر بـ 9%.
4. تحسين وقت استجابة خادم الويب.

إستنتجنا أيضا، أن الموقع الإلكتروني لجامعة ورقلة غير مصمم للتصفح عبر الأجهزة اللوحية والهواتف الذكية، التي يتزايد إستخدامها حاليا يوما بعد يوم، ولذلك لا بد من مراعاة ذلك وقت تصميم الموقع أو تطويره، ولذلك يفضل التقليل من تقنية الفلاش، الصور ومقاطع الفيديو إلى أدنى حد ممكن بصفحة البداية الرئيسية.

إن تأثير الشبكات الإجتماعية والأكاديمية (Facebook، Twitter، +Google، LinkedIn، ...) على مواقع الويب لها بالغ الأثر على زيادة شعبية الموقع، جراء الخدمات التي يستفيد منها الزوار، ولذلك نوصي بتفعيل هذه الشبكات عن طريق تخصيص مستخدم مؤهل يعمل على تغذية هذه الشبكات وربط بمختلف صفحات الموقع، لأن زيادة الشعبية تعني أن الموقع يجلب زواراً أكثر، مما يضيفي على الموقع تصنيفاً أفضل.

ملحق الجداول والأشكال البيانية :

الجدول 1 : مؤشرات أداء موقع جامعة ورقلة

مؤشرات A Indicateurs A	
10	إختبار سلامة المحتوى
10	عناوين الصفحات
10	الروابط الواردة
8	تحليل الصفحات
8	تدفق معلومات تقنية الـRSS
8	المحتوى المكرر
7,2	صفحة الفيسبوك
4,5	صفحة تويتر
6	إختبار الشعبية
4,3	إختبار الصور والرسومات
4	صيغة عناوين الإنترنت URL
3,9	إختبار العلامات الرأسية Balises heading
1,3	إختبار الروابط التشعبية
0	النص البديل
0	إختبار سهولة الطباعة
0	إختبار الصلاحية W3C
2,8	إختبار سهولة الوصول
4,6	إختبار القبول
3,2	هندسة وتصميم الموقع
5	التقييم العام للموقع
مؤشرات B Indicateurs B	
46,581	الوقت المستغرق في تحميل الموقع (ثانية)
179	العدد الكلي للملفات المحملة
7329	حجم الملفات المحملة (Ko)
مؤشرات C Indicateurs C	
19	عدد محارف العنوان URL
1436	الروابط الخارجية الواردة للموقع
168	المواقع الخارجية المرتبطة بالموقع
مؤشرات D Indicateurs D	
غير موجود	إدماج إدارة المراجع
موجود	منصة التعليم الافتراضي E-learning
موجود	المكتبة الرقمية E-bibliothèque
موجود	الموسوعة الحرة Wikipedia
موجود	موقع الوسائط Youtube
موجود	الشبكات الإجتماعية Facebook ، Twitter ، Google+
موجود	الشبكة الأكاديمية LinkedIn
موجود	تعدد لغة العرض Multilangue

المصادر :

Indicateurs A : 21/05/2013,

http://www.bdc.ca/FR/solutions/carrefour techno/consultation_internet/evaluation_site_web/Pages/default.aspx?ref=hp-ftIndicateurs B : 21/05/2013, <http://www.monitoring-transactionnel.com>Indicateurs C : 23/05/2013, <http://grader.rezoactif.com>

Indicateurs D : 15/05/2013, <http://www.univ-ouargla.dz>

الجدول 2 – تصنيف جامعة ورقلة حسب الـ webometrics

جويلية 2013	جانفي 2013	جويلية 2012	جانفي 2012	
30	26	23	23	الرتبة الوطنية
9 718	8 183	7 734	10 041	الرتبة العالمية

المصدر : <http://www.webometrics.info/en/Africa/Algeria>

الشكل 2- حركة البحث لجامعة ورقلة عبر محركات البحث



المصدر :

<http://www.alexa.com/siteinfo/univ-ouargla.dz#trafficstats>

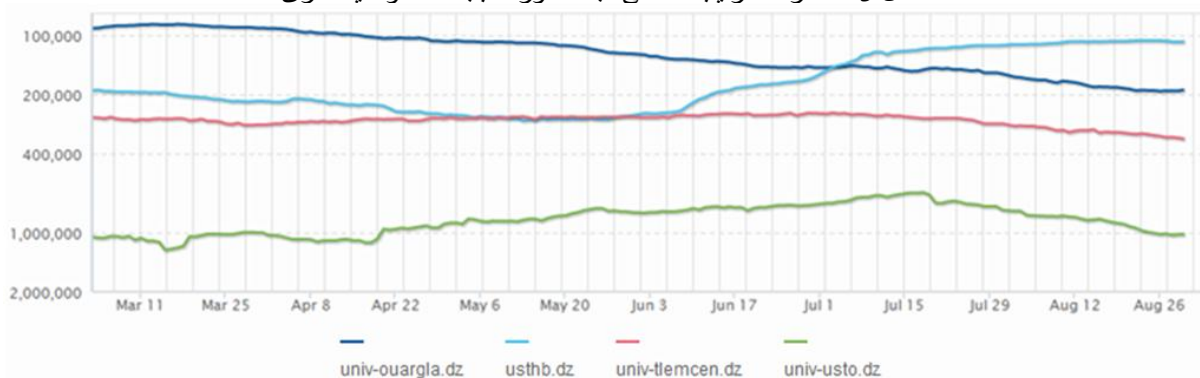
الشكل 1- الحركة الشبكية لموقع جامعة ورقلة على المستوى الدولي



المصدر :

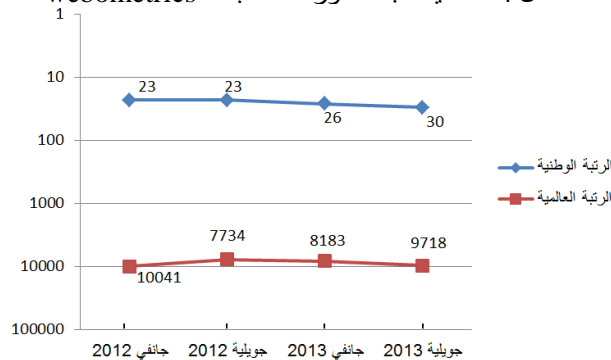
<http://www.alexa.com/siteinfo/univ-ouargla.dz#trafficstats>

الشكل 3 – مقارنة الترتيب العالمي لجامعة ورقلة بجامعات وطنية أخرى



المصدر : <http://www.alexa.com/pro/comparison/details?cid=9e7564f8-663a-42a3-a5c6-858e8d5eaf7c>

الشكل 4- تصنيف جامعة ورقلة حسب الـ webometrics



المصدر : بالإعتماد على معطيات الجدول 2

الإحالات والمراجع :

- ¹ عبد الهادي الشويرف، معايير تقييم جودة مواقع الجامعات على شبكة المعلومات العالمية، ورقة بحث مقدمة إلى "المؤتمر السنوي الرابع للمنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم - آليات التوافق والمعايير المشتركة لضمان الجودة والإعتماد الأكاديمي في التعليم، المنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم العالي"، القاهرة، مصر، 2-2012/09/3، ص239.
- ² محمد إبراهيم حسن محمد، نحو تقييم موضوعي لمواقع المكتبات على الشبكة العنكبوتية، مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية، مج1، العدد الثاني، جانفي 2007، ص211، نقلا عن: عبد الهادي الشويرف، مرجع سابق، ص239
- ³ American National Standards Institute, <http://www.ansi.org/>
- ⁴ غازي فاروق، دور التعليم الإلكتروني في تحقيق جودة التعليم العالي، ورقة بحث مقدمة إلى "الملتقى الدولي الثاني حول ضمان الجودة في التعليم العالي: تجارب ميدانية ومؤشرات حسن الأداء والاستشراف"، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة، الجزائر، بتاريخ 10-2012/11/11، ص88؛ خديجة منصور أبو زقية، ضمان جودة التعليم العالي في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، ورقة بحث مقدمة إلى "المؤتمر السنوي الرابع للمنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم - آليات التوافق والمعايير المشتركة لضمان الجودة والإعتماد الأكاديمي في التعليم، المنظمة العربية لضمان الجودة في التعليم العالي"، القاهرة، مصر، 2-2012/09/3، صص4-7، ص9 بتصريف.
- ⁵ لمزيد من المعلومات راجع كل من : عماد أبو الرب، ليلي حسن، إطار نظري لتقييم جودة المواقع الأكاديمية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية-بوابة العلوم الأمنية-، 2011، ورقة بحثية متاحة على الرابط التالي: http://www.nauss.edu.sa/Ar/CollegesAndCenters/InformationCenter/arabInformatics/Documents/em_ajji_4.pdf صص6-11؛ و عبد الهادي الشويرف، مرجع سابق، صص243-244.
- ⁶ عماد أبو الرب، ليلي حسن، مرجع سابق، ص2
- ⁷ نفسه.
- ⁸ عبد الهادي الشويرف، مرجع سبق ذكره.
- ⁹ عبد الهادي الشويرف، مرجع سابق، صص240-242
- ¹⁰ Webometrics Ranking of World Universities ; <http://www.webometrics.info/en/Methodology>
- ¹¹ Web Popularity Ranking, 4 International Colleges & Universities, <http://www.4icu.org>
- ¹² RSS هو اختصار لـ Really Simple Syndication
- ¹³ وطنيا يحتل المرتبة 1551° من بين مختلف المواقع الأخرى، التي تمت زيارتها من داخل القطر الجزائري.
- ¹⁴ 05/08/2013, <http://www.4icu.org/dz>
- ¹⁵ http://www.nic.dz/index.php?domain_name=univ-ouargla.dz&rechercher.x=73&rechercher.y=19&option=com_whois
- ¹⁶ As usual we are adding more institutions, correcting the names and web domains of universities and also taking note of your comments, suggestions and criticisms. 06/09/2013 ; <http://www.webometrics.info/en/node/52>
- ¹⁷ عامل "التميز" يؤدي إلى حصول المجلات العلمية للجامعة على عامل التأثير "Facteur d'Impacte"
- ¹⁸ تعني رابطة الشبكة العالمية World Wide Web Consortium، وهي أهم منظمة دولية لمعايير شبكة الويب العالمية، هدفها هو تحسين التفاعل بين مستخدمي الشبكة وتوفير نماذج موحدة للتعاون الشبكي.
- ¹⁹ مثل : Mendeley، EndNote، Zotero