

Д.А. Шевченко, Ю.В. Локтюшина

РЕЙТИНГ WEBOMETRICS: ИНДИКАТОР КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Авторами проведен масштабный анализ исследовательской и академической активности ведущих российских вузов, отображаемой на сайтах. Ставится цель выявления проблем виртуального развития вуза и поиска путей их преодоления с целью повышения конкурентоспособности российских вузов в популярном и авторитетном в мире высшего образования рейтинге Webometrics. В статье предлагается несколько принципиальных направлений, которые позволят повысить качество и конкурентоспособность вузов на российском и мировом рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: сайт вуза, рейтинг Webometrics, контент, видимость, открытость, научная активность, качество вуза, конкурентоспособность университета, репозиторий, ссылочная масса, виртуальный университет, рынок образовательных услуг.

Рейтинг Webometrics – исследовательский проект, созданный учеными, являющимися экспертами в своих областях. Главной целью рейтинга является продвижение идеи открытого доступа к научным знаниям, произведенным в вузах¹.

Рейтинг Webometrics имеет в основе простую модель – отношение 1 к 1 между блоком «Активность» и блоком «Последствие», стоит также отметить, что данная модель неизменна из года в год, что позволяет вузам в режиме онлайн оценить свои усилия.

50% в настоящей модели отведено на «Активность». При ее оценке алгоритм Webometrics оценивает размер сайта (количество страниц на сайте), внимание уделяется таким материалам, как отчеты, официальные документы, информация для обучающихся и т. д. Но особую ценность при оценке несут материалы, ставшие результатами исследовательской деятельности Университета.

Другие 50% относят к блоку «Последствия». Здесь оценивается количество внешнего цитирования материалов Университета. Наличие внешних ссылок на сайт показывает, насколько контент сайта полезен, актуален и качественен с точки зрения людей. Здесь стоит отметить, что разработчики Webometrics сосредоточены не только на количестве ссылок на сайт вуза, но и на уникальности данных ссылок. Сейчас важно, чтобы Университет развивался не только локально, но и глобально, это означает, что материалы вуза должны быть цитируемы не только в Российской Федерации, но и за ее пределами.

Важно с самого начала подчеркнуть, что рейтинг Webometrics² оценивает конкурентоспособность университетов, а не их сайты. Однако при обсуждении актуальности рейтинга Webometrics подразумевают именно адаптацию сайтов вузов технологиям ранжирования. Возможно, и настоящую статью логично было бы назвать иначе, к примеру: «Повышение конкурентоспособности сайтов вузов». Кстати, так и названо одно из пособий, посвященных этой тематике³.

Рост и развитие академической активности, прежде всего, научного сообщества вуза и адекватное ее отражение, в соответствии с требованиями рейтинга Webometrics, позволяет вузу продемонстрировать свои конкурентные преимущества и сделать их доступными мировому научному сообществу.

Авторами статьи проведен масштабный контентный анализ исследовательской и академической активности вузов, отображаемой на сайтах. Мы ставили своей целью выявление проблем виртуального развития вуза и поиска путей их преодоления для повышения конкурентоспособности российских вузов в популярном и авторитетном в мире высшего образования рейтинге Webometrics. Мы проанализировали десятки сайтов вузов. В настоящей работе остановимся на некоторых доступных, как нам кажется, вариантах, способах увеличения «заметности» научной и академической деятельности вуза и нахождении его активной позиции в соответствии с требованиями рейтинга Webometrics.

Для увеличения цитируемости недостаточно работать только в направлении привлечения внешних ссылок, необходимо работать над сайтом комплексно, ведь выражение «Content is the King» никто опровергнуть не может.

На основании проведенного анализа соответствия сайтов вузов параметрам рейтинга Webometrics мы предлагаем сосредоточить внимание на нескольких направлениях, которые позволят повысить качество и конкурентоспособность вузов в России и мире на рынке образовательных услуг.

1. Создавать события (events), о которых захотят написать на сторонних ресурсах. Это могут быть уникальные семинары, конференции, круглые столы. Правильно, если такие event-мероприятия будут сопровождаться приглашением авторитетных специалистов, о которых знают в научной среде и не только. С большой степенью вероятности о подобных мероприятиях расскажут блогеры и профессиональные журналисты на своих тематических информационных сайтах и порталах. Дело в том, что сторонним тематическим порталам также необходимо обновлять новостной и событийный контент, поэтому они, скорее всего, напишут о таких мероприятиях.

2. Создавать собственные электронные справочники и базы данных, которыми будут пользоваться представители целевой аудитории, так называемые репозитории. На данные материалы охотно ставят ссылки, тем самым увеличивая PR вуза и вес сайта. Цель университетских репозиторий – обеспечение материалов для коллег для продвижения междисциплинарных исследований. Репозитории помогают решать задачи повышения эффективности управления и структурирования исследовательской и преподавательской деятельности, выполняют задачу поддержки студентов для написания курсовых, дипломных, диссертационных работ. Рейтинг Webometrics учитывает не только вес сайта, но и богатство академических файлов, и их доступность мировому сообществу. Сегодня все топовые университеты имеют свои репозитории и обновляют статистику по увеличению количества файлов, отражающих их интеллектуальную деятельность.

Основная проблема отечественных университетов – это низкие позиции в рейтинге Webometrics российских вузов с точки зрения демонстрации и открытости научных и академических файлов на своих сайтах. В рейтинге Webometrics отражается всего 21 российский вуз с открытыми репозиториями. В этом списке нет лидеров отечественного образования: МГУ, МГИМО, РУДН, РЭУ, СПбГУ, МВТУ, ВШЭ. Список лучших репозиторий российских университетов занимает Уральский федеральный университет⁴. Верхние позиции в рейтинге занимают ведущие университеты мира:

Гарвардский университет имеет открытый доступ к 4 841 531 файлам (занимает 1-е место в мире по рейтингу Webometrics)⁵;

Кембриджский Университет, Великобритания – доступ открыт к 195 086 файлам. Занимает 15-е место в мире по рейтингу Webometrics⁶;

Оксфордский Университет, Великобритания. Имеется доступ к 168 850 файлам – 6-е место в мире по рейтингу Webometrics⁷.

Ситуация в российских вузах меняется к лучшему, но все еще неудовлетворительная. В России в 2015 г. уже 22 вуза имеют

собственные репозитории, в Украине – более 30, в Белоруссии – 14, в Азербайджане – 2, в Кыргызстане – 2, в Армении – 1⁸. В соответствии с параметрами оценки сайтов вузов по рейтингу Webometrics университетам следует загружать в репозиторий не только книги, монографии и академические статьи (опубликованные и неопубликованные), но и административные документы, лекции и презентации, материалы конференций, технические доклады, курсовые и кандидатские работы студентов и аспирантов. Все те интеллектуальные труды, которые утрачиваются, если остаются на бумаге. Главная цель создания и управления репозиторием на сайте вуза – максимальное отображение в виртуальном пространстве интеллектуально-научной деятельности университета и предоставление своих ресурсов в открытом доступе для отечественной и мировой общественности, конечно, в случае их перевода на английский язык.

3. Создавать и развивать контент собственных электронных журналов с актуальной информацией. Если материалы изданий будут интересны и актуальны, на них будут ссылаться. Есть хорошие примеры такого подхода. Стоит отметить, что разработчики рейтинга Webometrics настоятельно рекомендуют переводить все материалы на английский язык.

4. Создать специальный раздел на собственном сайте, где можно размещать статьи, публикации преподавателей. Это могут быть микросайты, персональные страницы преподавателей, блоги. Если на сайте вуза таких блогов будет много, то и общий сайт вуза будет развиваться параллельно с микросайтами (блогами). Здесь начинает работать такая модель взаимодействия: вуз передает свой PR блогам, блоги передают свой PR вузу. У российских вузов есть проблемы в этой связи, часто микросайты преподавателей состоят только из 2–3 страниц, в то же время у профессоров зарубежных вузов до 2000–3000 страниц на личных блогах.

5. Есть интересные подходы по созданию вузовских видео-порталов. Здесь могут быть размещены короткие мастер-классы, интервью, доклады, воркшопы, дискуссии.

6. Можно добавить на Youtube собственный канал и размещать видео, тем самым включая в дискуссию не только специалистов и ученых, но и более широкую общественность, которая интересуется наукой и исследованиями. Подобные акции не только повышают рейтинг канала, но и увеличивают конверсию, стимулируя представителей целевой аудитории к переходу на сайт вуза, что принесет сайту дополнительный трафик. Есть иной вариант. Вузы ищут свои подходы к такому способу наращивания ссылочной массы и веса сайта. Например, размещают собственный плеер и код вставки

видео на сторонние ресурсы, естественно со ссылкой на вуз. Тогда заинтересованные пользователи продублируют это видео на своем сайте или поставят на него ссылку, ведущую на страницу сайта вуза⁹.

Команда Webometrics в будущем введет новые критерии оценки ссылочной массы и будет оценивать количество и качество ссылок из таких ресурсов, как Википедия, внешние репозитории, Google Scholar и т. д. Алгоритм также станет учитывать активность в социальных сетях и количество ссылок с подобных ресурсов.

Для вузовского сообщества пока в новинку размещать свои научные и методические материалы в открытом доступе на страницах сайта вуза. Но если на сайте вуза будет открыт доступ к научным трудам преподавателей и библиотеке, то общая цитируемость материалов даст большой прирост. Как следствие, позиции вуза в рейтинге Webometrics вырастут, что повлияет на PR вуза в целом и привлечет новых клиентов (абитуриентов, преподавателей, специалистов, в том числе иностранных) и внимание общественности, государства и мирового научного сообщества в целом.

Позиция в рейтинге связана с увеличением количества и качества внешних входящих ссылок на сайт и увеличением входящего трафика, данные показатели оцениваются инструментами аналитики MajesticSEO и Ahrefs и учитываются алгоритмами ранжирования Webometrics¹⁰.

Российским университетам необходимо провести ряд мероприятий для адекватного отражения их многообразной деятельности в рейтинге Webometrics. Веб-ресурс вуза должен быть проанализирован с точки зрения факторов, которые влияют на увеличение цитируемости, видимости материалов сайта вуза в рейтинге Webometrics.

Для этого менеджменту вуза целесообразно и необходимо нацеливаться на следующие направления:

- создание собственных электронных справочников, баз данных и сборников статистики, которые будут интересны целевой аудитории и на которые будут ставить ссылки на сторонних ресурсах;
- создание вокруг своего бренда событий, о которых захотят написать тематические порталы, блогеры и электронные СМИ. Это могут быть конференции, круглые столы, семинары, другие конгрессные научные формы;
- создание на сайте микросайтов, блогов преподавателей, разделов с публикациями, разбитых по темам. Лучше создать специальные научные разделы, где будут собраны статьи по тематике и направлениям;

- создание собственного видеопортала, где можно размещать материалы с мастер-классами, интервью и т. д.;
- создание собственного международного рейтинга вузов (гуманитарных либо региональных);
- создание положительной мотивации профессорско-преподавательского состава на создание научных публикаций и размещение их в Интернете посредством стимулирующих механизмов;
- необходимо переводить на английский язык больше материалов, размещенных на сайте. Возможно создание собственного агентства/бюро перевода в вузе;
- размещение материалов в формате pdf. Это могут быть лучшие курсовые, дипломные работы студентов, научные публикации профессорско-преподавательского состава;
- увеличить количество официальных документов в формате pdf;
- обратить внимание на развитие и отображение на сайте так называемых нецелевых департаментов: музей, поликлиника (госпиталь), службы социальной занятости (трудоустройство) и т. д.;
- развивать обучающие платформы на сайте (курсы дистанционного обучения);
- создавать и расширять научные библиотеки-репозитории на сайте вуза;
- увеличивать активность и наращивать контент вуза в социальных сетях, а также вовлекать пользователей в дискуссии.

Рейтинг Webometrics становится все более значимым индикатором для академического сообщества: он не только фокусирует внимание на результатах научной деятельности, но и показывает глобальные процессы развития научных школ, исследовательских институтов и университетов.

Рейтинг Webometrics является более масштабным по сравнению с ARWU и Times, в которых значения по некоторым показателям не меняются годами, в рейтинге Webometrics каждые полгода (рейтинг публикуется два раза в год!) происходят достаточно серьезные изменения, которые отражают результаты деятельности университета по продвижению вуза в виртуальном пространстве. Поэтому картина развития мировых университетов, основанная на веб-индикаторах, оказывается более адекватной действительности.

В рейтинг Webometrics (январь 2015 г.) вошли более 23 000 вузов всего мира, среди них российских – 1531. В предыдущих выпусках их было 1113¹¹.

Проведенное авторами исследование соответствия вузовской контентной практики требованиям параметров оценки сайтов

с позиций рейтинга Webometrics позволит вузам провести собственный анализ-аудит настоящего состояния веб-индикаторов.

Российским вузам необходимо уделить более серьезное внимание оценке собственных веб-ресурсов, разработать программу повышения заметности и доступности результатов своей интеллектуальной и академической деятельности для широкой мировой общественности, разработать ясную и доступную стратегию повышения своего вклада в развитие социального и научно-технического прогресса.

Примечания

- ¹ Государство финансирует проект поддержки ведущих вузов России с целью улучшения качества образования и его конкурентоспособности на мировом рынке услуг образования. Проект предусматривает, что пять вузов РФ в 2020 г. будут входить в 100 ведущих университетов мира. Успех проекта будут оценивать по трем самым авторитетным рейтингам университетов QS, Times Higher Education и ARWU. Объем финансирования этого проекта в 2016–2017 гг. увеличат до 14,5 млрд рублей. В списке номинантов (ноябрь 2015 г.), кроме уже находящихся в российском топе вузов, добавились Первый московский государственный медицинский университет им. И.М. Сеченова, Российский университет дружбы народов и Сибирский федеральный университет.
- ² Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика оценки // Социологические исследования. 2014. № 5 (361). С. 143–152.
- ³ Там же.
- ⁴ Repositories.webometrics // Ranking of repositories. [Электронный ресурс] URL: <http://repositories.webometrics.info/en/Europe/Russian%20Federation> (дата обращения: 28.10.2015).
- ⁵ Harvard Scholar Insurance // The free dictionary. [Электронный ресурс] URL: <http://acronyms.thefreedictionary.com/Digital+Access+to+Scholarship+at+Harvard> (дата обращения: 28.10.2015).
- ⁶ University Computing Service Training // University of Cambridge. [Электронный ресурс] URL: <http://www.training.cam.ac.uk/ucs/> (дата обращения: 28.10.2015).
- ⁷ Research publications from the University of Oxford // ORA. [Электронный ресурс] URL: <http://ora.ouls.ox.ac.uk/> (дата обращения: 28.10.2015).
- ⁸ Университетский репозиторий и его значение для рейтинга Webometrics // Центр международного развития высших учебных заведений. [Электронный ресурс] URL: <http://edu-council.ru/2015-06-01/universitetskij-repozitorij-i-ego-znachenie-dlya-rejtinga-webometrics/>
- ⁹ Дискуссия «Визионер в бизнесе: это Вы?» НИУ ВШЭ [М., 1993–2015]. [Электронный ресурс] URL: <http://www.hse.ru/video/164659785.html>
- ¹⁰ MajesticSEO и Ahrefs имеют свою собственную базу данных о сайтах и внешних ссылках. Каждый день в базы добавляются сотни миллионов новых страниц сайтов. Каждая содержит около 50 миллионов ключевых слов для 9 стран: США,

России, Великобритании, Франции, Германии, Италии, Испании, Австралии и Бразилии. С помощью этих инструментов можно результативно отследить успехи и недочеты вузов-конкурентов, их сайты.

¹¹ Лидирующие позиции в мировом рейтинге сайтов университетов заняли Гарвард, Массачусетский технологический институт, Стэнфорд, Калифорнийский университет в Беркли, Корнельский университет. Российские вузы входят в топ-500. Это: МГУ им. М.В. Ломоносова – 129-й (полгода назад был 122-м), Новосибирский государственный университет и Санкт-Петербургский государственный университет, занимавшие полгода соответственно 486-ю и 492-ю позиции, на этот раз оказались на 616-м и 539-м местах. Из вузов-участников программы 5/100/2020 (включая МГУ и СПбГУ) позиции в рейтинге удалось повысить семи университетам: УрФУ, ТПУ, КФУ, ЛЭТИ, МИСиС, СГАУ, ДВФУ. В топ-1500 рейтинга вошли Южный федеральный университет – 1027-я позиция (810-я полгода назад), Саратовский государственный университет – 1085-я позиция (985-я в прошлом выпуске), Сибирский федеральный университет – 1273-е место (1099-е в прошлом выпуске) и Московский государственный технический университет им. Н.Э. Баумана – 1340-я (1394-я) позиция.