

Рейтинги Інтернет-присутності ВНЗ та шляхи зміцнення позицій у них на прикладі ДВНЗ «УжНУ»

О.В. Дубів

Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет»

Higher education rankings of Web presence and ways to improve current ranking position based on the example of Uzhhorod National University

O. V. Dubiv

The State higher educational institution “Uzhhorod National University”

Анотація. У даній статті розглядаються існуючі світові системи виміру рівня Інтернет-присутності вищих навчальних закладів. Окрему увагу приділено аналізу найбільш відомого рейтингу Інтернет-присутності – Webometrics. Ціллю роботи є проаналізувати та запропонувати конкретні шляхи покращення позицій ВНЗ у рейтингах Інтернет-присутності на прикладі ДВНЗ «УжНУ». У результаті визначено слабкі та сильні сторони у інформаційній політиці та діяльності університету, що впливають на рейтинг Інтернет-присутності, наведено приблизну оцінку потенціалу росту рейтингу за умов виконання наданих рекомендацій. Наголошено про важливість створення університетського репозитарію електронних документів як одного з ключових факторів зростання рівня Інтернет-присутності. Результати дослідження можуть бути використані академічними установами, що у тій чи іншій мірі не задоволені поточними позиціями у зазначених рейтингах та шукають шляхів покращення їх.

Ключові слова: Інтернет-присутність, рейтинг Інтернет-присутності, веб-сайт, ВНЗ, Webometrics, Aicv, Google Scholar, SCOPUS, репозитарій, DSpace, відкритий доступ, інформаційна політика.

Abstract. The article presents review of existing world-wide ranking systems of Web (Internet) presence of Higher Education Institutions. Special attention was devoted to the most authoritative and well-known ranking system – the Ranking Web or Webometrics. The aim of study is to analyze and propose specific solutions to improve the ranking position of universities based on the example of Uzhhorod national university. As the result – weak and strong sides in information policy and university’s activities were analyzed. Approximate ranking position’s improvement were evaluated in case of successful implementation of given recommendations. Special attention was paid to creation of unified and open access university’s repository of scientific publications which can

result in significant Web presence improvement. Results of this research can be used and implemented by academic institutions which suffer from low positions in Internet presence ranking systems.

Keywords: *Internet presence, Web presence, Web Ranking, Web-site, Higher Education Institutions, Webometrics, 4icu, Google Scholar, SCOPUS, repository, DSpace, Open Access, information policy.*

Для визначення успішності та популярності вищого навчального закладу (ВНЗ) використовуються різноманітні рейтинги які відображають його важливість або вплив у світовій спільноті. На рейтинги орієнтуються перш за все абітурієнти, роботодавці, адміністрація установ та організацій тощо. Рейтинги суттєво впливають на популярність університету та прямо чи опосередковано – на залучення фінансування ВНЗ. Наразі існує велика кількість міжнародних і регіональних рейтингів, що відрізняються за масштабами охоплення та за показниками або критеріями ранжування. Вочевидь, доцільно орієнтуватися на авторитетні світові рейтинги не тільки для того, щоб визначити місце конкретного ВНЗ у всесвітньому освітньому просторі, але і для того, щоб удосконалити і спрямувати його роботу у русло сучасних інноваційних освітніх тенденцій. Оскільки світова спільнота отримує інформацію щодо діяльності ВНЗ в основному через глобальну мережу Інтернет, одними з найбільш важливих рейтингів є рейтинги Інтернет-присутності.

Метою рейтингу Інтернет-присутності є стимулювання навчальних закладів, науково-педагогічних працівників та студентів широко висвітлювати та поширювати інформацію про всі аспекти діяльності університету і результати його науково-дослідної роботи для вільного, відкритого доступу до них в Глобальній мережі Інтернет. У разі, якщо веб-діяльність ВНЗ низька (низький рейтинг Інтернет-присутності) і не відповідає або занижує реальні досягнення і успіхи закладу, доцільно переглянути інформаційну політику і орієнтуватися на збільшення обсягу та якості веб-публікацій. Перш за все це стосується веб-ресурсів, зокрема, офіційного веб-сайту ВНЗ через який формується імідж закладу в світовому інформаційному просторі, доступ до якого має велика кількість потенційних відвідувачів. Наразі всі українські ВНЗ мають власні веб-сайти, але як показують світові рейтинги (див. нижче), актуальність створення нових, удосконалення і підвищення якості існуючих інтернет-ресурсів університетів зберігається. Тому аналіз показників які впливають на рейтинг Інтернет-присутності можна розглядати як механізм, що виявляє слабкі сторони і вказує шляхи вдосконалення інформаційної політики ВНЗ. Дотримання вимог рейтингу Інтернет-присутності веде до зростання числа індексованих пошуковими системами публікацій і орієнтує авторів на розміщення статей у найбільш впливових виданнях. Веб-технології

дають значно ширші можливості для представлення результатів освітньої та наукової діяльності у порівнянні з традиційними паперовими носіями, оскільки надають доступ до освітніх послуг ВНЗ де завгодно і коли завгодно, організують наукові комунікації вчених і студентів без кордонів тощо. Крім того, розміщення інформації на веб-ресурсі значно дешевше і оперативніше видання друкованих книг і журналів, а також на порядок збільшує чисельність потенційних читачів.

Світові рейтинги, що оцінюють Інтернет-присутність ВНЗ.

Такі рейтинги оцінюють діяльність університетів виходячи із того, наскільки вони представлені в Інтернет-просторі. При аналізі враховуються різні показники, які характеризують обсяг, помітність та вагомість Інтернет-ресурсів університетів, а саме: кількість сторінок на сайті ВНЗ, кількість завантажених на сайт електронних документів, кількість публікацій, що включені до наукометричних баз даних, кількість зовнішніх посилань на ресурс та ін. Ідея таких рейтингів проста: чим більше якісних публікацій розміщено на сайті університету, і чим частіше користувачі з усього світу звертаються до цієї інформації, тим, вочевидь, сильнішими є позиції університету у світі [1]. Головною відмінністю рейтингів Інтернет-присутності від решти рейтингів є спосіб збирання інформації та їх побудови, а саме – повна автоматизація їх визначення, що проходить, як правило, двічі на рік. Повна автоматизація збору та обробки даних щодо ВНЗ у Інтернет-мережі виключає суб'єктивну оцінку показників, що робить такий рейтинг неупередженим.

Як показує наш аналіз – більшість університетів України свою присутність в електронному інформаційному просторі обмежують створенням веб-сайтів, які здебільшого не орієнтовані на досягнення високого міжнародного рейтингу Інтернет-присутності. Часто це відбувається тому, що розробники сайтів ВНЗ не знають про такий рейтинг і не враховують важливі показники, які на нього мають суттєвий вплив. У результаті – ВНЗ отримує неадекватний низький рейтинг, що не означає відсутність вагомих результатів діяльності установи, але може свідчити про проблеми висвітлення та оприлюднення таких результатів у Глобальній мережі. Таким чином, позиція ВНЗ у рейтингах Інтернет-присутності суттєво залежить від усвідомлення проблеми. Для кожного ВНЗ доцільно розробити стратегію Інтернет-присутності з урахуванням найбільш вагомих рейтингових показників. Професійні веб-майстри мають дотримуватись цієї стратегії при створенні інформаційного середовища ВНЗ.

Наразі існує кілька всесвітньовідомих рейтингів Інтернет-присутності ВНЗ, з яких найбільш поширеним і авторитетним є рейтинг Webometrics. При розробці стратегії Інтернет-присутності ВНЗ варто орієнтуватися перш за все на цей рейтинг, але не слід відкидати й інші рейтинги, хоча б тому, що вони висвітлюють діяльність ВНЗ під різними кутами.

Вебометричний рейтинг університетів світу (англ. Webometrics ranking of world's universities, або Webometrics) — один з рейтингів університетів світу, за яким аналізують ступінь представлення діяльності університетів в Інтернет-просторі [2]. Система Webometrics працює з 2004 року. Рейтинги складає і публікує двічі на рік (у червні-липні та січні) Лабораторія кіберметрики (Cybermetrics Lab) Національної дослідницької ради Іспанії при Міністерстві науки та інновацій Іспанії.

Лабораторія кіберметрики, використовуючи обчислювальні методи, розробила та застосувала показники, що дозволяють виміряти наукову активність навчальних закладів та наукових установ у веб-просторі. Такі кіберметричні індикатори корисні для оцінки рівня науки та технологій установи, а також виступають чудовим доповненням до результатів, що отримуються бібліометричними методами науковометричної галузі [3].

Визначення рейтингу почалося у 2004 році з аналізу Інтернет-присутності 6000 університетів з різних країн світу. На сьогодні у визначенні рейтингу приймають участь понад 20000 ВНЗ з усього світу, що свідчить про його глобальність та загальне визнання. З 2008 року Webometrics визначає рейтинги у п'яти окремих категоріях: ВНЗ, електронні репозитарії наукових матеріалів, медичні установи, бізнес-школи та дослідницькі центри.

У якості цілей та мотивації, Webometrics створено для просування та розширення веб-присутності академічної спільноти, підтримки вільного доступу до матеріалів досліджень заради стрімкого зростання рівня передачі наукових та культурних знань, що генеруються університетами суспільству [4]. При цьому наголошується, що метою не є оцінка веб-сайтів академічних установ, їх якості, дизайну чи популярності виходячи з кількості їх візитів чи відвідувачів. Веб-показники повинні виступати у якості мірила глобального внеску університету у світовий освітній та науковий простір, що враховує оцінку різних аспектів їх діяльності, актуальність отримуваних результатів та їх впливу. Веб-присутність повинна бути надійним та адекватним інформаційним дзеркалом університету.

Методологія розрахунку рейтингу Webometrics ВНЗ включає наступні показники, що поділені на 2 основні групи [4]:

1. **Видимість (Visibility: 50% ваги):**

- **Вплив (IMPACT).** Комбінація кількості зовнішніх гіперпосилань на домен університету (external backlinks) та кількості доменів, з яких ці посилання надходять (referring domains) на основі баз даних сервісів Majestic SEO та ahrefs. Вага параметра - 50% від загальної ваги. Цей показник враховує кількість посилань з інших сайтів на сайт ВНЗ. Важливо щоб посилання надходили з різних сайтів. Тобто показник характеризує популярність, актуальність і цитованість розміщеної інформації.

2. **Діяльність (Activity: 50% ваги).** Складений показник, що базується на трьох критеріях:

- **Присутність (PRESENCE)**. Кількість розміщених на сайті університету документів та веб-сторінок усіх форматів (включно зі сторінками усіх піддоменів), проіндексованих пошуковою системою Google. Вага: 16,6%. Цей показник відображає різноманітність та масштаб представленої для відкритого доступу інформації, яка охоплює і характеризує всі сфери діяльності ВНЗ.
- **Відкритість (OPENNESS)**. Кількість розміщених на спеціалізованих академічних репозитаріях чи сайтах файлів (документів) у форматах .pdf, .doc, .docx, .ppt, .pptx, проіндексованих академічною пошуковою системою Google Scholar. До уваги беруться публікації за останні 5 років. Вага: 16,6%. Показник відображає загальну кількість розміщених на ресурсах ВНЗ матеріалів з відкритим доступом – тобто тих, що доступні для безкоштовного завантаження відвідувачами, переважно, наукового спрямування: статті, автореферати дисертацій, звіти, презентації та ін.
- **Якість (EXCELLENCE)**. Наукові статті, що опубліковані авторами університету в журналах, проіндексованих бібліометричною базою SCOPUS, та входять до складу 10% статей, найбільш цитованих у своїх наукових галузях за версією звіту Scimago Research Group. Вага: 16,6%. Показник характеризує вагомість, якість та цитованість результатів наукових досліджень ВНЗ.

Перевагою рейтингу Webometrics є зручний та прозорий спосіб відображення результатів ранжування – окрім безпосередньо очоленого у рейтингу місця, праворуч від назви університету можна ознайомитися зі значенням кожного з перелічених параметрів для конкретного ВНЗ. Такі значення – це займані місця у рейтингу за конкретним окремим параметром. Отже, чим менше число – тим кращий результат (вищий рейтинг за даним параметром).

Але слід визнати, що Webometrics має певні недоліки, які вимагають подальшого удосконалення алгоритму, який використовується для визначення місця ВНЗ у рейтингу. Зокрема, існують помилки, що характерні для автоматизованих алгоритмів веб-аналізу, а саме – помилки точного визначення кількості посилань на домени ВНЗ. Тим не менш, всі провідні ВНЗ світу займають вищі місця у рейтингу Webometrics, що свідчить про його адекватність та прийнятність. Так, першу десятку світового рейтингу Інтернет-присутності складають ВНЗ США: Гарвардський університет, Массачусетський технологічний інститут, Стенфордський університет, Корнельський університет, Колумбійський університет, Університет Каліфорнії (Берклі) та ін. Сильні позиції американських та британських ВНЗ у рейтингу частково пояснюються об'єктивним чинником – переважна кількість веб-ресурсів, що представлені у всесвітній Інтернет-мережі – англомовна.

Щодо наявності українських ВНЗ у світовому рейтингу Webometrics, то серед більш ніж 22 тисяч зареєстрованих у рейтингу ВНЗ, вітчизняних – 300. Розподіл першої десятки за місяцями у рейтингу представлено в табл. 1 [5].

Таблиця 1. Рейтинг Webometrics українських ВНЗ

| Рейтинг (Україна) | Назва вищого навчального закладу | Рейтинг (світ) |
|-------------------|---|----------------|
| 1 | Київський національний університет імені Тараса Шевченка | 885 |
| 2 | Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» | 1271 |
| 3 | Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» | 1318 |
| 4 | Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського | 1371 |
| 5 | Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна | 1378 |
| 6 | Сумський державний університет | 1445 |
| 7 | Національний авіаційний університет | 1762 |
| 8 | Одеський національний університет імені І.І. Мечникова | 1870 |
| 9 | Національний університет «Львівська політехніка» | 1932 |
| 10 | Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова | 2422 |
| ... | ... | ... |
| 97 | ДВНЗ «Ужгородський національний університет» | 8296 |
| ... | ... | ... |

Як бачимо, у світовий TOP-1000 потрапив лише один український ВНЗ, але зважаючи на мовні бар'єри та відносно недавню орієнтацію українських ВНЗ на популяризацію своєї діяльності та власних наукових публікацій серед переважно англomовної аудиторії – це непоганий результат який з кожним роком буде покращуватися. Про це свідчить нещодавнє липневе оновлення рейтингу, яке показало позитивну тенденцію – більшість українських вишів покращили свої місця у загальному світовому рейтингу у середньому на 200-300 позицій.

Щодо УжНУ, то його 97 місце (8296 у світовому рейтингу) серед 300 зареєстрованих у Webometrics вітчизняних ВНЗ – це радше результат відсутності політики та комплексної стратегії щодо всебічного представлення результатів діяльності вишу у глобальній мережі Інтернет, ніж реальний стан власних здобутків у науковій та інших сферах діяльності. Але і в УжНУ є значні позитивні зрушення у рейтингу. Так, до липневого оновлення ми займали лише 145 місце в Україні та 11825 у світі. Низький попередній рейтинг, або його «просідання», між іншим, пояснюється насамперед зміною доменного імені офіційного веб-сайту УжНУ з univ.uzhgorod.ua на uzhnu.edu.ua, що мав місце у 2013-му році. У результаті виконаної нами роботи з пошуку та надсилання запитів до авторитетних ресурсів у Інтернет-мережі щодо оновлення посилань на сайт з новою адресою вдалося суттєво покращити

поточний рейтинг. Це надихає нас на подальшу роботу та заходи у напрямку зміцнення наших позицій у світовому рейтингу ВНЗ Webometrics.

Наступним є Міжнародний рейтинг коледжів та університетів - International Colleges & Universities (4ісу). Цей рейтинг, хоча і не настільки популярний у світі як Webometrics, але використовуючи дещо іншу методологію ранжування дає альтернативний погляд на місце ВНЗ у світовому рейтингу за критерієм Інтернет-присутності.

4ісу - це пошукова система і каталог установ, які надають вищу освіту та яка включає лише акредитовані університети і коледжі світу. Рейтинг 4ісу діє з 2005 року, оновлюється двічі на рік та включає понад 11000 коледжів і університетів з понад 200 країн світу, упорядкованих за веб-популярністю [6]. Реєстрація у каталозі є безкоштовною, але установі необхідно відповідати наступним критеріям: бути визнаною, ліцензованою та акредитованою національними органами освіти, вести підготовку бакалаврів або магістрів та надавати послуги навчання у традиційній очній формі.

Щодо методології визначення місць у рейтингу, то 4ісу не розкриває процентного співвідношення вагових коефіцієнтів фінальної формули, але заявляє що обробка даних ведеться на основі баз даних сервісів Google Page Rank, Alexa Traffic Rank, Majestic Seo (критерії: посилання, цитування та рівень довіри). Метою рейтингу є надати приблизне уявлення про популярність ВНЗ та визначення його рейтингової позиції серед інших освітніх установ світу спираючись на популярність їх власних веб-сайтів. На думку засновників, такий альтернативний рейтинг допоможе іноземним студентам та викладачам зрозуміти наскільки популярний той чи інший ВНЗ у певній країні. Таким чином, на відміну від Webometrics, такий рейтинг не можна вважати рейтингом академічних здобутків ВНЗ та рівнем їх представлення у мережі Інтернет, а скоріш рейтингом популярності (кількість посилань, цитувань, візитів) офіційних веб-сайтів ВНЗ.

На даний час у рейтингу 4ісу беруть участь 133 офіційні веб-сайти вітчизняних ВНЗ. Результати наведено в табл. 2 [7].

Таблиця 2. Рейтинг 4ісу ВНЗ України

| Рейтинг (Україна) | Назва вищого навчального закладу |
|-------------------|---|
| 1 | Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут» |
| 2 | Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова |
| 3 | Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського |
| 4 | Одеський національний університет імені І.І. Мечникова |
| 5 | Львівський національний університет імені Івана Франка |
| 6 | Київський національний університет імені Тараса Шевченка |
| 7 | Національний університет біоресурсів і природокористування України |
| 8 | Донецький національний технічний університет |
| 9 | Сумський державний університет |

| | |
|-----|---|
| 10 | Національний університет «Києво-Могилянська академія» |
| 11 | ДВНЗ «Ужгородський національний університет» |
| ... | ... |

Виходячи з місця УжНУ у рейтингу 4ісу можна констатувати, що сайт університету користується високою популярністю серед Інтернет-аудиторії, що позитивно пливає на імідж самого ВНЗ. Нещодавнє липнєве оновлення рейтингу показало покращення позицій університету – з 15 місця УжНУ перемістилося на 11-ге.

Додатковим підтвердженням популярності сайту серед відвідувачів є ще один національний рейтинг від Інтернет-порталу I.ua, у якому з поміж більш ніж 280 зареєстрованих веб-сайтів рубрики «вища освіта України», офіційний сайт ДВНЗ «УжНУ» займає почесне друге місце [8].

Розглянемо шляхи покращення рейтингу Інтернет-присутності ВНЗ. Перш за все, нагадаємо фразу з опису Webometrics: "Якщо Ви займаєте не гідне для Вас місце у рейтингу – змініть мережеву політику". Розглянемо вимоги згідно з параметрами рейтингу на прикладі Webometrics та визначимо конкретні заходи, здійснення яких призведе до зростання позиції університету. Крім того, зазначимо джерела та приблизний потенціал зростання за умови виконання наданих рекомендацій.

1. Для підвищення показника *Вплив* (ІМРАСТ, 50% ваги) необхідно збільшити кількість зовнішніх гіперпосилань на домен ВНЗ та кількості доменів, з яких ці посилання надходять. Це можна зробити шляхом організації обміну посиланнями на сайт з іншими проектами чи партнерами, реєстрацією в каталогах, орієнтацією на соціальні мережі, публікацією новин, прес-релізів про діяльність університету з вказуванням посилання на офіційний веб-сайт ВНЗ та інші заходи для підвищення кількості і частоти посилання на ресурс. На сайті має бути розміщена настільки важлива, актуальна і якісна інформація, щоб на неї робились посилання з якомога більшої кількості зовнішніх сайтів. При цьому кількість та вага (авторитетність) таких зовнішніх сайтів відіграють ключову роль у підрахунку даного показника. Для збільшення кількості посилань на веб-сайт доцільно також забезпечити його перекладом на кілька мов – перш за все світові мови і мови держав регіону.

За умов виконання рекомендацій можливий реальний приріст даного показника на рівні 20-50% від поточного.

На сьогодні найбільш низьким у рейтингу Інтернет-присутності УжНУ є саме цей показник – за ним ми посідаємо 14756 місце у світі та 167 – в Україні. Крім того, враховуючи вагу показника, він "тягне донизу" рейтинг УжНУ як у веб-мережі, так і у Webometrics, зокрема.

2. Показник *Присутність* (PRESENCE; 16,6% ваги) може бути суттєво покращено за рахунок збільшення кількості розміщених на сайті університету сторінок та документів усіх форматів (включно зі сторінками та документами усіх піддоменів), проіндексованих пошуковою системою Google. Для забезпечення росту даного показника необхідно виконати ряд заходів: створення нових інформаційних сторінок для структурних підрозділів україномовної версії сайту; завантаження та постійне поповнення рубрики Інфо-центр офіційного веб-сайту університету підрозділами, деканатами, кафедрами; відкриття підрозділами власних сайтів; розширення інформації про діяльність структурних підрозділів розміщених на власних сайтах; публікація новин та анонсів; створення повноцінних, хоча б, англійськомовних версій сайтів.

УжНУ за показником Присутності розташований на 8145 місці у світовому рейтингу та на 126 – у рейтингу України. За приблизними оцінками втілення цих рекомендацій дозволить збільшити цей показник у 2-3 рази.

3. Показник *Відкритість* (OPENNESS; 16,6% ваги) характеризує рівень і можливість доступу до електронних версій наукових публікацій колективу ВНЗ. Чим більше опублікованих в мережі наукових праць – тим вищий цей показник. Показник Відкритість може бути підвищено за рахунок постійного збільшення кількості розміщених на спеціалізованих академічних репозитаріях файлів (документів) у форматах .pdf, .doc, .docx, .ppt, .pptx (т.з. «rich files»), що індексуються пошуковою системою Google Scholar. Радикальним комплексним вирішенням проблеми є створення та функціонування власного єдиного електронного репозитарію наукових публікацій ВНЗ. Це може збільшити значення показника Відкритість у кілька разів. Наразі УжНУ за показником Відкритість розташований на 3817 місці у світовому рейтингу та на 138 – у рейтингу України.

4. Показник *Висока якість* (EXCELLENCE; 16,6% ваги) опосередковано оцінює рівень якості наукової роботи колективу ВНЗ. Його можна підвищити за рахунок постійного збільшення кількості наукових статей та матеріалів, що опубліковані колективом ВНЗ у журналах, проіндексованих бібліометричною базою SCOPUS, та входять до складу 10% статей найбільш цитованих у своїх наукових галузях за версією Scimago Group. Необхідно враховувати те, що показник Висока якість розраховується за підсумками 5-ти останніх років, тому для зростання чи, бодай, збереження поточного рейтингу потрібна постійна, якісна та плідна робота.

Наразі зазначений показник для УжНУ є досить високим - 3611 місце у світовому рейтингу та 12 (!) – у рейтингу України. Комплексним вирішенням проблеми з суттєвим покращенням цього показника може бути спрямування зусиль на розвиток електронних версій наукових журналів ДВНЗ «УжНУ» та приєднання їх до бази даних SCOPUS.

Враховуючи наведене вище і сучасний реальний стан Інтернет-присутності ДВНЗ «УжНУ» можна сформулювати пріоритетні заходи, що дозволять суттєво підвищити його світовий інформаційний рейтинг.

1. Об'єднання всіх веб-ресурсів університету під єдиним університетським доменом. Згідно методології визначення рейтингу Webometrics, аналіз та підрахунок значень конкретних параметрів застосовується до всіх піддоменів офіційного університетського домену [4]. Тобто у розрахунок беруться не тільки офіційний сайт УжНУ головного домену uzhnu.edu.ua, а й всі інші (дочірні) сайти, що зареєстровані у якості піддоменів. Наприклад: college.uzhnu.edu.ua (веб-сайт коледжу УжНУ), e-learn.uzhnu.edu.ua (веб-портал електронного навчання) та ін. У зв'язку з цим постає об'єктивна необхідність перенесення всіх веб-ресурсів, що стосуються діяльності університету (існуючі сайти кафедр, факультетів, проектів, бібліотеки, наукових центрів та ін.) на піддомени домену uzhnu.edu.ua. Наприклад, цілком логічно, щоб існуючий окремий сайт факультету туризму та міжкультурної комунікації УжНУ (tourism.uz.ua) отримав нову веб-адресу, наприклад – tourism.uzhnu.edu.ua. Від такої зміни адреси у вирахуванні також залишиться і сам сайт структурного підрозділу – адже частина "поточку довіри" (TrustFlow) передається з офіційного сайту на сайт структурного підрозділу, що, у свою чергу, позитивно відобразиться на позиції сайту факультету в результатах пошукової видачі. З точки зору Webometrics, веб-сайти, що мають адреси не у доменній зоні uzhnu.edu.ua – не відносяться до університету, навіть якщо такі сайти цілком присвячені УжНУ чи його підрозділам, що виключає їх з підрахунку рейтингу. Створення нових веб-сайтів і переведення існуючих сайтів у межі загальноуніверситетського домену прогнозовано дозволить покращити рейтинг Інтернет-присутності УжНУ на 20-40%. Не зайвим буде відкриття викладачам і науковцям офіційних електронних скриньок на університетському домені.

2. Створення електронного репозитарію (сховища) наукових публікацій УжНУ – єдиного електронного архіву результатів науково-дослідної роботи, статей, методичних розробок викладачів та науковців університету, навчальних кваліфікаційних робіт студентів для їх централізованого зберігання та надання відкритого доступу до них світовій академічній спільноті. Наявність такого репозитарію суттєво впливає на світовий рейтинг Інтернет-присутності вишу, а у міжнародній освітній спільноті відсутність такого єдиного сховища з вільним чи обмеженим доступом – радше виняток ніж правило.

Важливість наявності у академічній установи власного репозитарію електронних документів у Webometrics підкреслюється існуванням окремого рейтингу – «Webometrics: Ranking Web Of Repositories» [9]. У рейтингу з 39 зареєстрованих вітчизняних репозитаріїв (при існуванні більш ніж 300 вишів III-IV рівня акредитації [10]) перші три місця займають:

Національний університет "Львівська політехніка", Сумський державний університет та Харківський національний університет міського господарства імені О.М.Бекетова.

Наукова бібліотека ДВНЗ «УжНУ» займається збиранням та систематизацією наукових публікацій, але створений у результаті репозитарій пристосований лише для локального пошуку і перегляду матеріалів без он-лайн доступу та не індексується пошуковими системами. Таким чином, існуючий репозитарій не відповідає основній ідеології – вільному та відкритому доступу до знань.

Ми дослідили і порівняли існуючі програмні рішення, що використовуються провідними академічними установами для централізованого збереження електронних матеріалів. У результаті було визначено, що більше 70% з них використовують одну з зазначених автоматизованих систем: Dspace, E-prints або Digital Commons (Bepress). Згідно даних Реєстру репозитаріїв відкритого доступу (Registry of Open Access Repositories, ROAR) найбільш розповсюдженою системою є саме DSpace [11] (див. рис. 1).

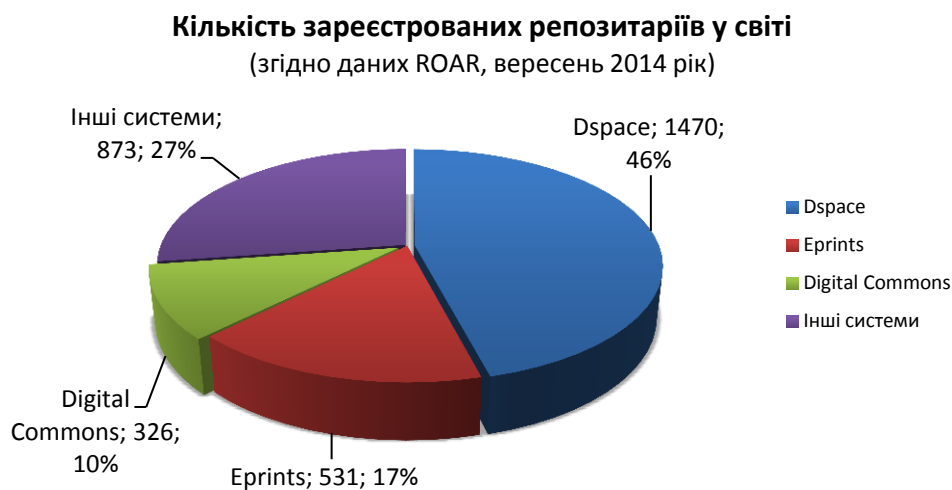


Рис.1. Кількість зареєстрованих репозитаріїв у світі.

Основними перевагами автоматизованої системи DSpace є її безкоштовність, відкритість (Open Source), орієнтованість на самостійну публікацію матеріалів силами структурних підрозділів та авторами, сучасність дизайну та інтерфейсу (пристосованість до перегляду на мобільних пристроях та ін.). В останніх версіях DSpace також посилено інтеграцію з такими важливими у освітньому співтоваристві сервісами, як Google Scholar.

Працівники Навчально-наукового інституту інформаційно-комунікаційних технологій УжНУ вже почали роботу з розгортання та налаштування університетського репозитарію на основі DSpace, визначено структуру (ієрархію) категорій і порядок розміщення матеріалів у системі. Передбачається розробка положення "Про репозитарій наукових публікацій ДВНЗ "УжНУ" та залучення до процесу розміщення, обробки та аналізу вмісту сховища таких структурних підрозділів університету як: Науково-дослідна частина і Наукова бібліотека. У перспективі – навчання та тренінги задля розміщення науково-викладацьким складом,

секретарями редакційних колегій періодичних видань університету публікацій у системі власними силами. Такі кроки з децентралізації наповнення (а це – сильна сторона системи DSpace) дозволять значно збільшити кількість електронних публікацій у системі без створення критичного навантаження на Науково-дослідну частину і Наукову бібліотеку УжНУ. У цьому випадку, вказаним структурним підрозділам буде відведено роль модераторів процесу наповнення системи: приймаючи, коригуючи або відхиляючи пропоновані для розміщення електронні матеріали.

3. Виконання низки інших організаційних та технічних завдань.

– Доцільним є створення відділу веб-технологій, який би був головним центром з дослідження, розробки, впровадження та підтримки веб-технологій в університеті. Крім того, фахівці відділу могли б надавати консультаційну та, у разі потреби, технічну підтримку всім зацікавленим у впровадженні веб-рішень. Запропоновані методи підвищення Інтернет-присутності університету є достатньо трудомісткими, вимагають високої кваліфікації виконавців, потребують значних витрат часу.

– Для активізації роботи з покращення критеріїв оцінки схожих чи подібних до критеріїв рейтингу Webometrics, доцільно розробити внутрішній (університетський) рейтинг сайтів структурних підрозділів. Результати оприлюднювати на офіційному сайті УжНУ з певною періодичністю (наприклад, щокварталу). Крім того, такий рейтинг міг би стати мірилом для стимулювання підрозділів з кращими показниками, або адміністративного впливу на тих, хто займає останні місця чи показує незадовільні результати. Зокрема, така практика застосовується одним із лідерів національного рейтингу Webometrics – Київським політехнічним інститутом [12].

– Стимулювати роботу керівників структурних підрозділів по обміну посиланнями на офіційні веб-ресурси з партнерами з інших університетів та наукових організацій. Вплив на рейтинг Інтернет-присутності запропонованих заходів буде більш помітним у разі обміну посиланнями з іноземними партнерами.

– Сьогодні вже не можна одноразово підібрати інформацію, створити сайт і забути про нього. Рейтинги сайтів університетів очікують від керівництва, співробітників та науковців ВНЗ постійної присутності в мережі – на сайті має бути розміщена не просто інформація про керівництво і адреса будівлі, а різнопланова інформація з усіх сфер життя підрозділу для усіх категорій користувачів. Причиною низьких рейтингів веб-сайтів є і суб'єктивні чинники. Зокрема, у неготовності сприйняття керівниками структурних підрозділів сайтів, як важливих інструментів для роботи, адже сайт – не просто колекція бюрократичної інформації, а спосіб спілкування з абітурієнтами, студентами, викладачами і колегами. Сайт підрозділу має стати точкою доступу до потрібної для користувачів інформації [13]. Адже викладачі створюють електронні курси, пишуть статті, випускають

книги – ця робота має відобразитися на сайті, хоч і не обов'язково на ньому бути присутньою. Необхідно розширювати інформаційне наповнення сайту за рахунок оригінального контенту – цікавих для відвідувачів сайту матеріалів. Так як кількість та якість посилань на сайт структурного підрозділу відіграє ключову роль у будь-яких Інтернет-рейтингах – у студентів, викладачів і колег має бути мотивація посилання на сайт. Важливою складовою є інтенсивне використання, наприклад, деканатами та кафедрами можливостей модулю Інфо-центр офіційного веб-сайту УжНУ для публікації розкладів, оголошень, інформаційних матеріалів та іншої інформації для потреб студентів всіх форм навчання. Необхідно лише почати – згодом працівники деканатів самі будуть дивуватися, чому вони не використовували раніше веб-сайт як інструмент зменшення власного робочого навантаження.

– Важлива складова – вчасне оновлення не тільки україномовних, а й англійськомовних (іншомовних) версій сторінок сайту. Нажаль, більшість з керівників просто "забуває" про існування іноземної мови на сайті. З цієї причини можуть відбуватись прикрі неприємності – в українській версії одна інформація, а в англійській, що проіндексована пошукувачами та доступна іноземцям – зовсім інша. Такі речі як: некоректний переклад, застаріла інформація та ін. – насправді можуть нести серйозну іміджеву шкоду не тільки структурному підрозділу, а й університету в цілому.

– Необхідно постійно здійснювати моніторинг стану веб-сторінки, сайту, його змістом і місцем у рейтингу. Цю роботу повинні здійснювати керівники підрозділів і відповідальні за веб-сайти особи. Прізвище відповідальної особи та особи, що здійснювала переклад (у випадку англійськомовної версії), дата останнього оновлення – розміщуються у кінці кожної сторінки офіційного веб-сайту та доступні для перегляду всім відвідувачам. Це підвищує персональну відповідальність за зміст поданої інформації.

– Впровадження та постійне дотримання кращих практик та вимог Оптимізації для пошукових систем (SEO) на університетських он-лайн ресурсах, що включає процеси коригування коду веб-сторінок, їх змісту, структури сайтів, навігації, контроль зовнішніх чинників для відповідності вимогам алгоритму пошукових систем, з метою покращення позиції сайту в результатах пошуку в цих системах за певними запитами користувачів. Переважну частину робіт щодо SEO повинні виконувати висококваліфіковані веб-майстри відповідних університетських он-лайн ресурсів, але ознайомлення з базовими принципами SEO та застосування їх піде тільки на користь тим науково-педагогічним кадрам і співробітникам, які бажають значно посилити свої позиції у науковому співтоваристві засобами веб-мережі.

Висновки

1. Для оцінки успішності і популярності ВНЗ у всесвітньому освітньому просторі використовуються різноманітні рейтинги, серед яких важливе місце займає рейтинг Інтернет-присутності. Якщо рейтинг конкретного ВНЗ не відповідає реальним досягненням і успіхам – доцільно переглянути інформаційну політику університету та провести ряд практичних заходів для забезпечення зростання позицій у рейтингу, одним з головних яких є збільшення кількості та якості доступних у веб-мережі електронних наукових публікацій.

2. При розробці та реалізації інформаційної політики необхідно відштовхуватися від поточного стану конкретного ВНЗ, орієнтуватися на показники найбільш відомого рейтингу Webometrics (як у рейтингу ВНЗ так і у рейтингу електронних репозитаріїв), та проводити цю роботу постійно.

3. Рейтинг Інтернет-присутності можна суттєво збільшити за рахунок комплексного підходу до всеосяжного висвітлення діяльності ВНЗ та його структурних підрозділів у мережі Інтернет з урахуванням показників, що впливають на значення рейтингу. Великий вплив на позицію у рейтингу відіграють заходи по об'єднанню існуючих веб-сайтів, що мають відношення до конкретного ВНЗ під єдиним університетським доменом та популяризація, просування посилань на сайт ВНЗ серед партнерів університету, авторитетних видань, установ і організацій.

Список використаних джерел

1. Рейтинг вищих навчальних закладів України «КОМПАС–2013» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bestuniversities.com.ua/sites/default/files/compas2013.pdf>, стор. 29
2. Вікіпедія: вільна енциклопедія – офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://uk.wikipedia.org/wiki/ ВебOMETричний рейтинг університетів світу](http://uk.wikipedia.org/wiki/ВебOMETричний_рейтинг_університетів_світу)
3. *Webometrics official site: About Us*. Available at: http://www.webometrics.info/en/About_Us
4. *Webometrics official site: Methodology*. Available at: <http://www.webometrics.info/en/Methodology>
5. *Webometrics official site. Ranking Web of Universities: Ukraine*. Available at: <http://www.webometrics.info/en/Europe/Ukraine%20>
6. *4icu official site: About us*. Available at: <http://www.4icu.org/about/>
7. *4icu official site: Universities in Ukraine*. Available at: <http://www.4icu.org/ua/>
8. Офіційний сайт I.ua: Вища освіта. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://catalog.i.ua/catalog/18/?r=10000&p=0>
9. *Webometrics official site. Ranking Web of Repositories: Ukraine*. Available at: <http://repositories.webometrics.info/en/Europe/Ukraine%20>

10. Офіційний сайт Державної служби статистики України: Вищі навчальні заклади [Електронний ресурс]. – Режим доступу:
http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vuz_u.html
11. *Registry of Open Access Repositories official site*. Available at: <http://roar.eprints.org/>
12. Рейтинг сайтів НТУУ "КПІ" за серпень 2014 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webometr.kpi.ua/taxonomy/term/3>
13. «НТУУ «КПІ» у рейтингу Webometrics з 2009 до 2012 років» (Ільченко М.Ю., Цурін О.П., Цуріна Н.О.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://webometr.kpi.ua/node/1>