**Методика рейтинга Webometrics**

Рейтинг Webometrics оценивает сайты университетов, присутствие университетов в интернет-пространстве по различным параметрам. Он выходит с 2004 года. Обозначенный рейтинг публикуется два раза в год: в январе и июле. Данные для рейтинга собираются с 1-го по 20-е января или июля текущего года. Каждая величина получается, по крайней мере, дважды за этот период, и для избежания ошибок или неточностей выбирается максимальное значение.

Изначально в рейтинге рассматривалось 19 000 университетов, в январе 2014 года – 22 000. В феврале 2015 года впервые были проанализированы 25000 университетов, в июле 2015 года – 23 729 университетов, в январе и июле 2016 года – более 24000 университетов, в январе 2017 года – более 25 000 университетов, в июле 2017 года – более 26 000 университетов. Рейтинг всегда представляется по 12 000 университетам.

Методика рейтинга часто подвержена тем или иным изменениям. По словам составителей рейтинга, подобная тенденция обусловлена основной целью рейтинга: а именно стимулированием публикации университетами более качественной информации в Интернете. В связи с этим все изменения методологии направлены на расширение возможности более объективного анализа контента, который публикует университет. Именно поэтому Webometrics не придерживается распространенной практики других рейтингов, стремящихся сохранять свою методологию.

Индикаторы рейтинга Webometrics:

* Visibility (Известность — 50%);

Влияние и качество контента оцениваются посредством «виртуального референдума», подсчитывая все внешние входящие ссылки (линки), которые приходят к университету от третьих сторон. Эти ссылки говорят о признании престижа университета, научной эффективности, значимости информации и полезности сервисов, представленных на веб-страницах, согласно критериям миллионов «интернет-редакторов» со всего мира. Данные о количестве ссылок собираются из двух важнейших источников такой информации Majestic SEO и ahrefs. Для составления рейтинга используется наивысшее значение полученных данных из обозначенных источников. Помимо этого, поскольку важна не только популярность ссылок, но в большей степени их разнообразие, топ-20 (в июле 2015 года и ранее - топ-10) ссылающихся доменов и соответствующие обратные «линки» исключаются из анализа.

* PRESENCE (Присутствие — 5%);

Данный индикатор оценивает общее число веб-страниц, размещенных на основном веб-домене университета, в том числе файлы обогащенного текста (например, pdf файлы) согласно индексированию поисковой системой Google. Для избежания проблем геопривязки Google используется дата центр, а не Google.com. Помимо этого, используется английский интерфейс, поскольку при изменении интерфейса изменяются получаемые данные. Местоположение, в котором происходит сбор данных, - Мадрид.

* TRANSPARENCY (Прозрачность – 10%) (или OPENNESS (Открытость));

Данный индикатор использует информацию из профилей университетов в Google Scholar citations («сырые» (необработанные) данные доступны на сайте Webometrics на странице рейтинга Google Scholar citations).

* EXCELLENCE (Превосходство — 35%).

Научные статьи, опубликованные в международных журналах с высоким импакт-фактором, играют важную роль для рейтингов университетов. Для расчета показателя используются данные SCImago (10% наиболее цитируемых статей в соответствующих 26 научных областях) за пятилетний период.

Следующие университеты исключаются из анализа при составлении рейтинга:

- так называемые «фабрики дипломов», фальшивые или сомнительные университеты;

- университеты без полной доступности веб-серверов (сайт университета должен быть доступен 24 часа в сутки 7 дней в неделю).

 При создании данного рейтинга (как и в 2016 году) из анализа также были исключены учебные заведения, которые объединяют в себе различные ступени образования (школы и университеты). Подобные учебные заведения в основном находятся на Филиппинах и в Латинской Америке и имеют религиозную направленность. Для включения подобных учебных заведений в анализ им необходимо отделить сайт университета от сайта школы.

В настоящее время применяется практика подхода к анализу множественных сайтов университета, которая была введена в 2015 году. Если старый сайт/старые сайты университета ссылается/ссылаются (перенаправляют) на новый, то для анализа выбирается новый сайт, а не лучший из существующих, как это было ранее. Если сайты университета сохраняют свою независимость, в данном случае для анализа, по-прежнему, выбирается сайт, имеющий лучшие web-индикаторы.

Помимо этого, при составлении рейтинга тщательно отслеживаются «плохие практики» (недобросовестные практики). Источником подобных практик могут быть как сотрудники университета, так и лица/группа лиц, не работающие в вузе. До июля 2015 года при использовании «плохих практик» университетом или лицами, тем или иным образом связанными с ним, данный университет исключался из рейтинга. Но это приводило к путанице, поскольку внешние посетители могли предположить, что отсутствие университета связано с ошибкой. С июля 2015 года во избежание таких проблем и для указания научному руководству университета на серьезные случаи нарушений данные университеты не исключаются из рейтинга, но им присваивается позиция 99999 по тому индикатору, который подвержен значительной манипуляции. «Сырое» (необработанное) значение для этого индикатора устанавливается равным 0. К «плохим практикам» относятся:

1. *Использование стороннего контента для улучшения позиций университета*. Позиция университета в рейтинге Webometrics сильно связана с количеством и качеством контента, который он публикует в сети. Этот контент должен быть создан преподавателями и другими сотрудниками университета или по специальному соглашению сторонними авторами. Является нечестным использование стороннего контента для улучшения позиции университета.
2. *Дублированные, «нарезанные» или пустые файлы*. Некорректно искусственно увеличивать количество файлов на веб-сайте, особенно в репозиториях, дублируя один и тот же материал в разных файловых форматах или разделяя документ на большое количество отдельных файлов. Документы без существенного содержания также являются «плохой» практикой в случае, если их количество велико, что свидетельствует о намерении манипуляций.
3. *Искусственное увеличение количества внешних «линков» на сайте университета*. Индикатор Visibility («Известность») имеет целью измерить влияние контента веб-сайтов, используя внешние входящие «линки» в качестве голосов отданных за сайт. Для увеличения данного индикатора некоторые университеты создают внешние студенческие форумы, специально предназначенные для генерирования большого количества ссылок на страницы университета, в том числе используя при этом сомнительные системы. В других случаях университет тратит огромные деньги на покупку ссылок на линкофермах, чтобы искусственно увеличить число ссылок.

В публикуемой части вышедшего в июле 2017 года рейтинга (12 000 университетов) 10 университетов замечены в использовании «плохих практик». Необходимо отметить, что «плохие практики» университетов, вошедших в публикуемую часть рейтинга, отмечались в рамках одного индикатора – Presence. Среди российских университетов в рамках представленного рейтинга ни один вуз не был замечен в использовании недобросовестных практик.

**Изменения методики рейтинга Webometrics в июле 2017 года**

Основным изменением методологии рейтинга Webometrics в июле 2017 года является изменение весов двух индикаторов. В рамках представленного рейтинга вес индикатора Presence снизился с 10% до 5%. При этом вес индикатора Excellence был увеличен с 30% до 35%.