



СОЦИОЦЕНТР

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ | г. Москва, Потаповский переулок, 5, стр. 4, 4 этаж
АВТОНОМНОЕ НАУЧНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ | Тел./факс: +7 (499) 271-55-72
«ЦЕНТР СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ» | press@sociocenter.info, www.5top100.ru

Методология рейтинга Webometrics: январь 2021 года
Перевод ФГАНУ «Социоцентр»

Рейтинг Webometrics оценивает сайты университетов, присутствие университетов в интернет-пространстве по различным параметрам; публикуется с 2004 года дважды в год: в январе и июле. Данные для рейтинга собираются с 1 по 20 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 25 000 университетов, в июле 2015 года – 23 729 университетов, в январе и июле 2016 года – более 24 000 университетов, в январе 2017 года – более 25 000 университетов, в июле 2017 года – более 26 000 университетов, в январе 2018 года – июле 2019 года – более 27 000 университетов, в январе 2020 года – около 30 000 университетов, в июле 2020 года – более 30 000 университетов, в январе 2021 года – около 31 000 университетов из 200 стран. В публикуемую часть рейтинга всегда входит 12 000 университетов.

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.

Индикаторы рейтинга Webometrics:

- VISIBILITY (ИМПАКТ) (Известность – 50%).

Влияние и качество контента оцениваются посредством анализа количества внешних источников (сетей), создающих обратные ссылки на сайт (веб-страницы) университета. Данные о количестве ссылок собираются из двух важнейших источников такой информации: Majestic и Ahrefs. Для составления рейтинга после нормализации используется максимальное значение из этих двух источников.

- TRANSPARENCY (Прозрачность – 10%) (или OPENNESS (Открытость)).

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

В январе 2021 года Webometrics опубликовал одиннадцатый выпуск рейтинга Google Scholar citations/Transparent Ranking.

В рамках представленного рейтинга производился анализ индивидуальных профилей ученых университетов в Google Scholar citations, отфильтрованных на основании e-mail-доменов университетов.

Основные принципы методологии рейтинга Google Scholar citations/Transparent Ranking:

1. Необходимо использовать единое название университета в аффилиации и университетский e-mail-адрес. E-mail-домен используется при составлении рейтинга для фильтрации профилей и данных в Google Scholar citations. Когда университетские профили обновятся и расширятся, при составлении рейтинга будут использоваться именно они. Поэтому важно стандартизировать название университета и аффилиации для будущего использования при составлении рейтинга.
2. При составлении рейтинга собираются данные о 210 лучших публичных профилях в каждом университете. Это делается для исключения влияния размера университета. Первые (лучшие) 20 профилей из списка исключаются для повышения репрезентативности. Количество цитирований остальных профилей из топ-210 складывается, и университеты ранжируются в порядке убывания данного показателя.
3. Наличие неиндивидуальных профилей (журналы, отделы, группы), входящих в топ-210, наказывается путем исключения университета из анализа (количество цитирований университета устанавливается равным нулю).

4. Если профили авторов, не принадлежащих университету, добавлены намеренно для увеличения рейтинга университета, то университет исключается из анализа.
5. Университеты с некорректными профилями и индексом Хирша более 100 исключаются из рейтинга.
6. Данные действительны только в момент их сбора (сбор данных был осуществлен с 26 по 31 декабря 2020 года). Составители рейтинга не дают комментариев касательно данных или их отсутствия. Текущая версия включает данные примерно 6 000 университетов, у которых суммарное количество цитирований, собранных по вышеуказанным правилам, ненулевое.
7. Если у университета два основных профиля, то в рейтинге Google Scholar citations/Transparent Ranking представлены оба профиля, а в общем рейтинге Webometrics – только один лучший профиль.

Составители рейтинга обращают особое внимание на то, что создание личного профиля в базе данных Google Scholar citations является добровольным, но после его публикации ответственность за корректность информации лежит на авторе. Google Scholar citations автоматически обновляет профили, что очень практично, но иногда добавляет некорректные записи и цитирования к профилю. Поэтому авторам периодически необходимо чистить свои профили. Кроме того, университеты должны контролировать профили своих сотрудников на наличие преднамеренных (или непреднамеренных) фальсификаций, неверных или дублирующих записей. Это является ключевым фактором для участия в рейтинге, поскольку любой университет, имеющий хотя бы одну из указанных проблем, может быть исключен из будущих изданий рейтинга.

- EXCELLENCE (Превосходство – 40%).

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 27 научных областях) за пятилетний период (для рейтинга января 2021 года – 2015-2019 годы).

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 семь дней в неделю).

Начиная с 2016 года при создании данного рейтинга из анализа также исключаются 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 ссылаются/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.