

пользователей (преподавателей или студентов). Для решения данной проблемы необходимы доработки соответствующих программных компонент используемой системы.

Третья проблема – построение в рамках учебной дисциплины программы обучения – сценария действий обучаемого для достижения конечной цели – успешного усвоения знаний. Типично разрабатываемые преподавателями материалы содержат в себе лекционный курс, практические задания, тесты и т.п., но не содержат сценария обучения. Также проблему представляет различный формат представляемой преподавателями информации для размещения в СЭО. Решение данного вопроса – создание группы разработки электронных образовательных ресурсов (ЭОР), основной функцией которой является формирование ЭОР по единым стандартам с разработкой сценария обучения.

Четвёртая проблема – это контроль за сроками доступа пользователей в систему. В силу специфики образования по дистанционной форме, в первую очередь – повышенного влияния человеческого фактора на организацию учебного процесса, автоматизация контроля сроков доступа для каждого конкретного пользователя (студента) к учебно-методическим материалам размещённым в СЭО представляется весьма затруднённой.

Существуют также и другие проблемы: высокая сложность технической поддержки в режиме реального времени СЭО, как сложноорганизованного программно-аппаратного комплекса; общие проблемы безопасности характерные для веб-ориентированных систем; значительные разовые затраты материальных средств и трудового времени на организацию СЭО.

В настоящее время в университете продолжают работы по совершенствованию механизма информационной обработки в СЭО.

## **ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ АНГЛОЯЗЫЧНЫХ САЙТОВ АМЕРИКАНСКИХ И БЕЛОРУССКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ**

**Бородаенко Ю.В., Пархименко В.А.**

**(США, Маунтин-Вью; Республика Беларусь, Минск, БГУИР)**

Англоязычная версия сайта университета – важный инструмент привлечения иностранных студентов и, соответственно, решения очень актуальной для белорусской системы образования задачи по компенсации действия пресловутой «демографической ямы» (снижающееся число «отечественных» абитуриентов) и по росту доходов от валютных поступлений. Однако англоязычные версии – это очень часто перевод основной версии сайта на английский язык, и данный перевод не всегда учитывает семантические и культурные отличия двух систем высшего образования: отечественной и западной. А ведь на западную модель высшего образования зачастую ориентируются иностранные студенты, в том числе из Юго-Восточной Азии и африканских стран, стремящиеся получить качественное высшее образование в белорусских вузах.

Исследование авторов ориентировано на выявление главных отличий между англоязычными сайтами белорусских и американских университетов, отражающих, прежде всего, упомянутые семантические и культурные отличия. Основой для анализа выступает метод кейсов (case study), охватывающий сравнение отдельных выбранных авторами сайтов нескольких американских и белорусских университетов, в частности БГУ, БГУИР, Stanford University, University of San Francisco и др.

Используя известные подходы к аудиту англоязычных веб-сайтов, были выделены 9 направлений анализа, основные выводы по которым представлены ниже.

**Организация текста.** На сайтах американских университетов для уменьшения перегрузки восприятия текст организован в несколько небольших абзацев с гиперссылками или в несколько колонок. Данную систему подачи информации можно назвать многоуровневой, состоящей из пункта меню – гипертекста – текста. Организация

текста, свойственная белорусским университетам, является в этом смысле неэффективной, состоящей, как правило, из пункта меню и большого количества текста без гиперссылок.

**Актуальность информации, новости и события.** Наиболее заметным отличием американских сайтов является то, что вся важная информация, касающаяся жизни университета – учебной, научной, культурной, спортивной, развлекательной, – представляется в виде новостей и событий. Практически в каждом пункте меню есть ссылка на соответствующие новости и события. Белорусские университеты, как правило, отстают как в широте информационного охвата, так и в своевременности обновления данных на своих англоязычных веб-страницах.

**Структурные отличия системы образования.** Особенностью, которая объединяет западные вузы – это общая структура распределения учебных курсов в течение периода обучения, которая практически во всех учебных заведениях США включает «core Courses», «a major», «a minor» и «electives». Несмотря на множество параллелей, которые можно провести между американским и белорусским подходами, данная структура формально не соответствует белорусской, и следовательно, подобная информация: что является базовым курсом, что является значимым, а что можно изучать по выбору, не может быть найдена на сайте и вызовет вопросы у потенциальных иностранных студентов.

**Семантика, использование устойчивых выражений.** Существуют ряд словосочетаний, являющиеся привычными для англоязычных иностранцев, в качестве примера можно привести следующие выражения-ссылки: apply now, how to apply, steps for admission, upcoming events, deadlines, headlines и т.д.

**Особенности навигации.** К проблемам навигации белорусских сайтов (их англоязычных версий) относятся низкое количество ссылок, как перекрестных, так и на внешние ресурсы. Открыв западный сайт, можно убедиться, что почти каждое слово на странице первого-второго уровня является ссылкой. Также была выявлена проблема отсутствия семантики в именах URL.

**Обязательные элементы меню.** Очень часто основное меню англоязычных университетов состоит из стандартных пунктов, и на главной странице выделены, как правило, возможные категории пользователей: студенты, работники вуза, родители и выпускники (alumni) – только это не те, кто заканчивает учебу, а бывшие выпускники. В данном разделе прослеживается «связь поколений»: карьерный путь публичных людей, интересные жизненные истории выпускников, возможности для благотворительности (donation and volunteers).

**Технические проблемы сайта.** К данным проблемам относятся корректное отображение сайта в мобильных устройствах, скорость загрузки, неработающие ссылки и т.д.

**Мультимедиа.** С одной стороны, недостаточное количество мультимедиа не является такой острой проблемой белорусских сайтов, как, например, организация текста, но с другой, практически отсутствуют видеоролики на английском языке, ориентированные на потенциальных иностранных студентов. Факт, что современные молодые люди привыкли познавать мир посредством роликов YouTube, и наличие видео на сайте является для них обязательным.

**Связь с социальными медиа.** Несмотря на наличие привычных кнопок-связей с социальными сетями: поделиться, «лайкнуть» и т.д. на сайтах многих белорусских университетов, еще остается острой проблема продвижения сайта в социальных медиа для англоязычной аудитории. Таким образом, университет теряет современный и эффективный маркетинговый канал.