

Абашкин А.В.

Директор центра Института общественных наук, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

**РЕЙТИНГ УНИВЕРСИТЕТСКОГО САЙТА,
КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА**

Аннотация

В статье рассматривается проблема популярности университетского сайта в сети Интернет, как фактора повышения конкурентоспособности и продвижения вуза в международных рейтингах.

Ключевые слова: Интернет, рейтинг, Webometrics, конкурентоспособность

Повышение конкурентоспособности ведущих российских университетов является важной государственной задачей. Указом Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. N 599 была поставлена цель вывести «к 2020 году не менее пяти российских университетов в первую сотню ведущих мировых университетов согласно мировому рейтингу университетов»[1].

В соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 16 марта 2013 г. № 211 был сформирован международный Совет по повышению конкурентоспособности ведущих университетов Российской Федерации, сделаны серьезные инвестиции, направленные на поддержку тех 15 российских университетов, которые правительство сочло достойными включиться в борьбу за право

называться лучшими вузами мира.

Одним из важных инструментов повышения международной привлекательности вузов является Интернет. Опубликованное в 2012 году исследование компаний Google и “Compete” свидетельствует о том, что 9 из 10 американских абитуриентов использовали Интернет при выборе учебного заведения, а 10% пользовались исключительно интернет-источниками [2]. В ходе недавнего международного опроса «Students online global trends» компания QS опросила более двух тысяч респондентов из стран Европы, Азии, Африки и Латинской Америки и выяснила, что 75% опрошенных считают официальные вебсайты университетов “принципиально важным” источником информации при выборе вуза[3].

Поэтому от того, как вузы позиционируют себя в Интернете, информируют потенциальную аудиторию обо всем, что касается их образовательной и научной деятельности, во многом зависит и место вуза в мировом образовательном сообществе.

Вузы, которые осознают эту задачу и всерьез задумываются о том, насколько способствуют международному признанию их собственные сайты, могут опереться на мировой рейтинг "Webometrics Ranking of World Universities"[4], который составляет испанская исследовательская группа Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC).

Методология подсчета этого рейтинга постоянно совершенствуется. Ее создатели стремятся найти индикаторы, наиболее точно отражающие влияние университетских сайтов и считают, что их рейтинг «хорошо коррелируется с оценкой качества образования, которое предлагает тот или иной

вуз, и с его престижностью.»[5]

Нынешний показатель, который использует Webometrics, включает в себя Visibilty-фактор («фактор заметности»), который определяется подсчетом всех внешних линков (ссылок), которые отсылают к домену университета все другие вебсайты Интернета. Как считают сами авторы рейтинга, это своеобразный виртуальный референдум по вопросу академического качества, достоверности и полезности информации, размещенной на страницах сайта, в соответствии с критериями, которые самостоятельно определяют миллионы создателей и редакторов сайтов со всего мира. Данные о количестве ссылок дают две компании «Majestic SEO»[6] и «ahrefs»[7], использующие свои собственные поисковые роботы и свои собственные базы данных, которые в дальнейшем Webometrics совмещает для того, чтобы избежать пробелов или ошибок. Если обратиться к данным сайта <https://ahrefs.com>, который ежедневно сканирует миллиарды страниц интернета, то получится следующая картина:

Таблица 1. Visibilty-фактор сайтов некоторых вузов
(Данные на 16 ноя 2014 г.)

Название вуза	URL rank	Domain rank	Backlinks	Referring domains	Место вуза в рейтинге QS 2014
Массачусетский технологический институт	81	80	105 млн	297 000	1
Гарвардский университет	57	82	87 млн	280 000	4
Стэндфордский университет	79	81	21 млн	276 000	7
МГУ	83	70	1,9 млн	69 000	114
СПбГУ	51	65	1,7 млн	14 000	233
МГТУ им. Баумана	76	63	84 000	2 400	322

Новосибирский государственный университет	57	63	158 000	8 500	328
МГИМО	73	67	374 000	3 400	399
Самарский государственный аэрокосмический университет	51	58	66 000	1 100	-
Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет	53	57	16 000	1 300	-

Примечания: Графа «URL rank» показывает насколько важным интернет-пользователи считают сайт университета по шкале от 1 до 100. Показатель 0-30 - непопулярен, 31-70 – средняя популярность, свыше 70 – очень высокая популярность.

Графа «Domain rank» показывает насколько важным интернет-пользователи считают доменное имя (в данном случае сайт университета) по шкале от 1 до 100. 0-30 - непопулярен, 31-70 - средняя популярность, свыше 70 - очень высокая.

Графа «Backlinks» - количество обратных ссылок, т.е. ссылок ведущих к запрашиваемому домену и всем его субдоменам (в данном случае сайту университета).

Графа «Referring domains» - количество интернет-доменов, где есть хотя бы одна ссылка ведущая к запрашиваемому домену и всем субдоменам (в данном случае сайту университета.)

Из таблицы наглядно видно, что вузы, занимающие высшие места в рейтинге QS, показывают и существенно более высокие результаты по параметру «заметности» в Интернете, на них дают ссылки авторы или редакторы намного большего числа интернет-страниц, тем самым, определяя их всеобщую значимость.

5 российских вузов (МГУ, СПбГУ, МВТУ, НГУ и МГИМО) являются российскими лидерами рейтинга QS. Их показатели «заметности» коррелируют с их местами в рейтинге QS. При этом МГИМО, будучи вузом, который уделяет большое внимание международной деятельности, сумел обеспечить себе большое количество «обратных ссылок», что положительно повлияло на его рейтинг. В то же время, Самарский государственный аэрокосмический университет им. академика С.П. Королева и

Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В.И. Ульянова не вошли в число 700 лучших вузов мира, хотя и являются участниками программы 5/100. И их заметность (или “незаметность”) в Интернете отчасти объясняет эту неудачу. О них мало знают. Чуть большее внимание к этому фактору могло бы помочь в работе с международными рейтингами. Привлечь к ним внимание интернет-аудитории могли бы, например, видео-лекции известных преподавателей, информация об открытиях или изобретениях, сделанных сотрудниками этих вузов.

Еще один фактор Webometrics - «активность» (activity), составляющий 50% общего веса рейтинга, состоит в свою очередь из трех подфакторов, обозначенных терминами: «присутствие»(presence), «открытость»(openness), «интеллектуальное превосходство» (excellence).

Среди них стоит обратить особое внимание на показатель «открытости», который отражает глобальную тенденцию по созданию репозиториев научных исследований сотрудников вузов, учитывающий количество содержательных файлов (pdf, doc, docx, ppt), опубликованных на специализированных сайтах и сайтах университетов, которые подсчитываются академической поисковой системой Google Scholar. Для подсчета важно как общее количество файлов, так и правильно сформированные имена файлов (например, файлы Adobe Acrobat файлы должны заканчиваться на .pdf). Кроме того, если автор научной работы указывает свою афiliation на нескольких разных языках и с разными научными учреждениями, количество ссылок на вуз уменьшается. Цель показателя состоит в том, чтобы учесть

последние публикации, т.е. опубликованные в период между 2008 г. и 2012 г. (см. таблицу 2).

Таблица 2. “Открытость” сайтов некоторых вузов,
согласно сайту scholar.google.ru
(данные на 16 ноя 2014 г.)

Университет	Количество содержательных файлов (шт.)
MIT (mit.edu)	564 000
Гарвард (harvard.edu)	673 000
Стэнфорд (stanford.edu)	522 000
МГУ (msu.ru)	24 300
СПбГУ (spbu.ru)	6 220
МВТУ им. Баумана (bmstu.ru)	2 860
НГУ (nsu.ru)	1 010
МГИМО (mgimo.ru)	1 250
СГАУ (ssau.ru)	745
СПбГЭУ (eltech.ru)	624

Конечно, о значимости этого индикатора можно дискутировать, что признают и сами авторы рейтинга. А низкие показатели российских вузов, можно легко объяснить тем, что наши исследователи мало публиковались на английском, не обращали внимание на правильное указание афiliation, да и сами вузы пока не задумывались о необходимости размещать работы своих сотрудников в сети. Но данные поисковой машины трудно опровергнуть. Эти данные учитываются в рейтинге

Webometrics, и нашим вузам, которые стремятся к более высоким местам в международных рейтингах, необходимо это учитывать.

На основании указанных выше показателей Webometrics дважды в год выпускает свои собственные вузовские рейтинги. Самый последний рейтинг 2014 г. [8], к сожалению, свидетельствует о не слишком высокой популярности российских вузов среди интернет-пользователей. Ни один наш университет не вошел в число 100 лучших. Только Московский государственный университет занял почетное 122-ое место. Еще два: Новосибирский государственный и Санкт-Петербургский государственный вошли в 500 лучших, поднявшись на 486-ое и 492-ое место соответственно. Вышеупомянутые Самарский государственный аэрокосмический университет и Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет заняли 2518-ое и 2238-ое место соответственно. Приведенные выше цифры свидетельствуют о том, что российские вузы еще полностью не осознают важность Интернета в своем международном продвижении. Несомненно, все наши вузы имеют возможность существенно улучшить свои позиции, если займутся, например, созданием на своих сайтах репозиториев работ своих сотрудников. Профессора и преподаватели наших вузов, занимаясь научной работой, должны быть заинтересованы в том, чтобы выкладывать свои научные труды на сайтах своих вузов или в общеизвестных международных интернет-репозиториях, делая при этом корректную ссылку на свой университет. А администрации университетов необходимо следить за этим процессом и находить возможность мотивировать к этому своих сотрудников. Это поможет вузам подняться в рейтинге Webometrics и стать более конкурентоспособными на

мировом образовательном рынке.

Список использованной литературы и интернет-источников

1. government.ru/media/.../41d4590c0937795b0f47.doc
2. “Students online: global trends”, www.topuniversities.com, 2014 с.3
3. там же, с. 11
4. <http://www.webometrics.info/>
5. <http://www.webometrics.info/en/Methodology>
6. <https://majestic.com/reports/site-explorer>
7. <https://ahrefs.com/>
8. <http://www.webometrics.info/en/world>