

# Конкурентоспособность университетов в пространстве интернет

Н.Н. Большова, М.В. Харкевич

С 1 сентября 2013 г. вступает в силу постановление Правительства Российской Федерации, которое определяет правила размещения информации на официальных сайтах образовательных организаций<sup>1</sup>. Новый «Порядок» разработан в соответствии с частью 3. Ст. 29 ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»<sup>2</sup> и призван обеспечить открытость и доступность информации о структуре, кадровом, научно-исследовательском потенциале и различных программах образовательной организации. Обязательным требованием для университетов становится также размещение и обновление информации о направлениях и результатах научно-исследовательской деятельности организации.

Принятие подобного документа, устанавливающего обязательные требования к веб-сайтам всех российских вузов, свидетельствует не только о стремлении правительства обеспечить большую открытость вузов для российского общества, но и о возросшей роли веб-сайтов в развитии вузов, в том числе в оценке конкурентоспособности их образовательной и научной деятельности на региональном и мировом уровнях. Именно веб-сайт вуза используется рейтингом университетов мира «Webometrics» (разработан в 2004 г. испанской исследовательской группой Cybormetrics Lab<sup>3</sup>) в качестве главного источника всей информации о вузе, необходимой для оценки качества его образовательной и научной деятельности.

На сегодняшний день «Webometrics» является одним из наиболее авторитетных университетских рейтингов. В качестве его сильных сторон отмечают широкий охват вузов мира, высокую степень прозрачности методологии и результатов, а также

открытые «правила игры» для всех участников, независимо от таких факторов, как например, статус, профессиональная направленность, специализация и т.п. На официальном сайте «Webometrics», в частности, заявляется, что данный рейтинг строго придерживается Берлинских принципов ранжирования высших учебных заведений, его «конечной целью является постоянное улучшение и совершенствование методологии ранжирования в соответствии с набором согласованных принципов передовой практики»<sup>4</sup>.

В академической среде распространено мнение, что в отличие от показателей других академических рейтингов, отражающих отдельные аспекты образовательной деятельности и результаты научных исследований, веб-индикаторы рейтинга «Webometrics» дают более полное представление о вузе, так как отражают его сетевую активность, присутствие в интернете преподавателей, сотрудников, студентов<sup>5</sup>. При этом, как известно, методология «Webometrics» построена в основном на количественных методах анализа, в то время как другие мировые университетские рейтинги (THE Rankings, QS World University Rankings, ARWU), помимо количественных методов, учитывают также качественную оценку.

В феврале 2013 г. лаборатория «Cybormetrics Lab» при Высшем совете по научным исследованиям Испании опубликовала очередной рейтинг вузов по представлению вузов в сети интернет. Проранжировано в общей сложности 21 250 университетов мира. В первой сотне по традиции доминируют университеты США – 62 университета. В тройку лучших вошли веб-сайты Гарварда, Стэнфорда и Массачусетского технологического инсти-

**Большова Наталья Николаевна** – доцент кафедры политики и функционирования Европейского союза и Совета Европы МГИМО(У) МИД России, кафедры сравнительной политики МГИМО(У) МИД России. E-mail: varioukhina@gmail.com

**Харкевич Максим Владимирович** – ст. преподаватель кафедры мировых политических процессов МГИМО(У) МИД России. E-mail: kharkevich@mail.ru

Статья подготовлена при поддержке гранта РФНФ «Поиск новых моделей социально-экономической организации: университет как организационная парадигма экономики знаний», проект No. 12-02-00511.

туда<sup>6</sup>. От России в первую сотню попал только один университет – МГУ. И только 12 российских вузов вошли в первую тысячу общемирового рейтинга из 1213 российских вузов, принимавших участие в рейтинге в 2012 г.<sup>7</sup>

Присутствие столь малого числа российских вузов в топ-1000 «Webometrics» (12 из 1213) свидетельствует о том, что сайты большинства российских вузов просто не соответствуют стандартным требованиям участия в данном рейтинге, а скромные позиции 12 вузов, попавших в первую тысячу, скорее говорят нам о непопулярности их веб-сайтов на мировом уровне. В этом смысле логично, что политика правительства в отношении присутствия вузов в интернет-пространстве, включая вышеупомянутое постановление российского правительства, должна способствовать продвижению российских вузов в международном рейтинге университетов «Webometrics», чтобы вузы в качестве критериев эффективности своей интернет-политики могли также ориентироваться на критерии «Webometrics».

Согласно методологии «Webometrics» деятельность вузов оценивается по нескольким показателям, которые складываются в один композитный индикатор. Показатели можно разделить на 2 группы: заметность (visibility) и активность (activity). Каждая из этих групп имеет вес по 50%.

«**Заметность**» университета V (Visibility) составляет 50% рейтинга и определяется количеством уникальных внешних ссылок на университетский портал от систем Google, Yahoo, Live Search, Exalead.

«**Активность**» университета складывается из трех показателей (S, R, Sc), которые в сумме также составляют 50%, в том числе:

– 20% S (Size) – объем университетского портала (количество страниц, фиксируемое четырьмя поисковыми системами: Google, Yahoo, Live Search, Exalead);

– 15 % R (Rich files) – размер полезного контента в открытом доступе на портале (количество «насыщенных» файлов, представленных в форматах Adobe Acrobat (.pdf), Adobe PostScript (.ps), Microsoft Word (.doc) and Microsoft Powerpoint (.ppt) по показаниям специализированного поисковика Google Scholar;

– 15 % Sc (Scholar) – качество производимой научной продукции, оцениваемое по количеству материалов (документов, докладов, публикаций), содержащихся в базе Google Scholar).

Российские вузы могли бы существенно улучшить свои позиции на международном образовательном рынке, пользуясь преимуществами и возможностями «Webometrics». В частности, стратегия повышения позиций МГИМО в «Webometrics», принятая на заседании Ученого совета МГИМО в марте 2013 г., включает в себя следующие меры:

а) увеличение количество страниц на портале МГИМО путем присоединения к portalу всех сайтов относящихся к деятельности МГИМО (сайты журналов, издаваемых в МГИМО; сайт

центр военно-политических исследований, сайт ассоциации выпускников, сайты ИМИ, ЕУИ и т.д.);

б) увеличение количества файлов pdf, doc, docx, ppt, pptx на портале путем размещения в свободном доступе максимального количества научных и дидактических работ сотрудников, публикаций и диссертаций МГИМО;

в) проведение работы по популяризации портала МГИМО на порталах российских и зарубежных вузов, институтов РАН, некоммерческих исследовательских организаций и т.д.;

г) обратить пристальное внимание на поисковую систему Google Scholar. Обязать зарегистрироваться всех авторов МГИМО в данной системе в качестве исследователей;

Как видно из вышеописанной методологии рейтинга, в вебметриксе основным предметом исследования являются интернет ссылки на документы (links), а точнее – их количество. Аналогично этому, в библиометрии, которая используется в академических рейтингах, таким предметом являются ссылки на статьи (цитаты), обрабатываемые базами данных Scopus, Web of Science. Однако приравнивать интернет-ссылки и цитаты неправильно, так как гиперссылки обычно ставятся по другим причинам и в большинстве случаев имеют искусственное и эфемерное значение и происхождение. А это значит, в свою очередь, что к выводам, которые делаются из анализа гиперссылок, нужно относиться с большой осторожностью.

Примечательно, что уязвимый характер и ограниченные возможности данного метода были уже давно констатированы в ряде исследований, посвященных инновационным системам, основанным на знаниях<sup>8</sup>, в которых ученые с помощью анализа гиперссылок между университетами, промышленными предприятиями и государством пытались проверить действие концепции «тройной спирали» Эцковица и Лейерсдорфа<sup>9</sup>. В результате в одном из своих исследований Лейерсдорф пришел к выводу о том, интернет – это настолько коммерческий продукт, что он не может быть использован в качестве единственного объективного индикатора, определяющего уровень интереса к тому или иному университету или успех трансфера знаний в реальный сектор. Поэтому, по мнению Лейерсдорфа, при исследовании коллабораций между университетами, предприятиями и государственными организациями анализ гиперссылок должен быть дополнен другими методами сбора и обработки (интервью, библиометрии, экспертными опросами и т.д.).

Таким образом, необходимо еще раз подчеркнуть, что при оценке научной деятельности университетов с помощью веб-индикаторов «Webometrics», необходимо иметь в виду, что посещение веб-сайтов университетов и цитирование статей обусловлены разными причинами:

– в первом случае посетитель заходит на сайт самого университета, а не конкретного научного продукта (статьи, исследования, доклада);

– во втором – автор цитирует хорошо знакомую ему статью<sup>10</sup>.

Тем не менее, несмотря на признание несовершенства веб-индикаторов при оценке вузов, роль интернета в развитии современных университетов будет только увеличиваться в будущем, поскольку интернет упрощает процесс и сокращает время публикации научных работ преподавателей и исследователей, при этом максимально расширяя потенциальную аудиторию. Интернет становится таким же средством общения, как раньше печатные издания. При этом меняется стиль коммуникации между учеными, стираются границы между формальным и неформальным общением.

Научная деятельность предполагает публичность, результаты исследований должны пройти апробацию в форме критического обсуждения на страницах научных журналов, на площадках конференций, круглых столов, семинарских занятий. Научная политика университетов в виртуальном пространстве, направленная на развитие коллабораций с другими университетами и содействие трансферу знаний в общество, промышленный и государственный сектора, должна сопровождаться постоянным расширением и обновлением ин-

формации о научных исследованиях, дискуссиях, программах и проектах, проводимых в университете (введение новых рубрик, увеличение объема публикаций и материалов конференций, круглых столов и т.п.).

Интернет открывает дополнительное измерение для научной коммуникации, ускоряющее этот процесс и расширяя аудиторию участников до предельных границ. Ограничением в научной коммуникации теперь может служить только научная политика и отсутствие соответствующей инфраструктуры. Если исследователь не публикует свои работы на английском языке, если его труды не доступны on-line, он автоматически маргинализирует себя в глобальном пространстве научной коммуникации. Современная научная политика как индивидуальных исследователей, так и научных организаций и вузов должна быть направлена на максимальное расширение присутствия своей научной деятельности в Интернете, а также на активное обсуждение ее результатов не только в журналах, но и в социальных сетях и на дискуссионных площадках журнальных сайтов.

*Bolshova N.N. Kharkevich M.V. University Competitiveness in Internet.*

### Примечания

1. Постановление Правительства «Об утверждении Порядка размещения на официальном сайте образовательной организации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обновления информации об образовательной организации».
2. Федеральный закон Российской Федерации от 29 декабря 2012 г. N 273-ФЗ // <http://www.rg.ru/2012/12/30/obrazovanie-dok.html>
3. Observatorio de Ciencia y Tecnología en Internet // <http://internetlab.cindoc.csic.es>
4. Berlin Principles on Ranking of Higher Education Institutions [Электронный ресурс]. – Режим доступа - [http://www.che.de/downloads/Berlin\\_Principles\\_IREG\\_534.pdf](http://www.che.de/downloads/Berlin_Principles_IREG_534.pdf)
5. Карпенко О.М., Бершадская М.Д., Вознесенская Ю.А. Роль веб-политики в конкурентоспособности вуза (результаты международного рейтинга университетов мира «Webometrics» - январь 2009).
6. Ерусалимский Д., Муравьёва М. В первую тысячу мирового рейтинга попали 12 российских вузов // S&T RF Наука и технологии РФ. 07.02.13 // [http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d\\_no=51993](http://www.strf.ru/material.aspx?CatalogId=221&d_no=51993)
7. Russian Federation // Ranking Web of Universities // <http://www.webometrics.info/en/Europe/Russian%20Federation?page=0>
8. Boudourides, M. A., Sigrist, B. & Alevizos, P. D. (1999). Webometrics and the Self-Organisation of the European Information Society: Draft report of the SOEIS project. Retrieved March 12, 2007. URL: <http://www.cindoc.csic.es/cybermetrics/pdf/14.pdf>; Leydesdorff, L., & Curran, M. (2000). Mapping University-Industry-Government relations on the Internet: The construction of Indicators for a Knowledge-Based Economy. *Cybermetrics*, 4(1). Retrieved January 7, 2005. URL: <http://cybermetrics.cindoc.csic.es/cybermetrics/articles/v4i1p2.html>; Leydesdorff, L. (2001). Indicators of innovation in a knowledge-based economy. *Cybermetrics*, 5 (1). Retrieved May 12, 2007, URL: <http://cybermetrics.cindoc.csic.es/pruebas/v5i1p2.htm>; Leydesdorff, L. (2003). The mutual information of university-industry-government relations: An indicator of the Triple Helix dynamics. *Scientometrics*, 58(2), 445-467;
9. Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (1995). The Triple Helix: University-industry- government Relations. *EASST Review*, 14(1). Retrieved March 12, 2007, from <http://www.easst.net/review/march1995/leydesdorff>
10. Smith, A. & Thelwall, M. (2002). Web Impact Factors for Australasian universities, *Scientometrics*, 54(1-2), 363-380.