НОВЫЕ МЕДИА

Гуреева Анна Николаевна, научный сотрудник кафедры теории и экономики СМИ факультета журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова; e-mail: gureevaan@gmail.com

МЕДИАТИЗАЦИЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНТЕРНЕТЕ: САЙТ РОССИЙСКОГО ВУЗА

Медиатизация становится характерной чертой современности и подчеркивает роль медиа как инструмента общественного взаимодействия во всех областях культурного развития, в том числе и в научно-образовательной среде. Целью данной работы стало изучение имеющихся на сегодня практик медиатизации научно-образовательной деятельности российских вузов посредством интернет-площадки официального сайта. Исследовательскими вопросами стали «Насколько эффективно используются возможности сайта российскими вузами?», «Осуществляется ли оценка эффективности данной деятельности и какие параметры являются проблемными?». Для этого были выбраны десять российских вузов и проанализированы их интернет-сайты по разработанной автором методике оценки эффективности, на основе данного анализа сформирован рейтинг и даны рекомендации повышения эффективности работы официального сайта вуза.

Ключевые слова: *медиатизация, цифровая среда, вуз, официальный сайт вуза, рейтинг вуза.*

Anna N. Gureeva, Researcher at the Chair of Media Theory and Economics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University; e-mail: gureevaan@gmail.com

MEDIATIZATION OF SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL ACTIVITY ON THE INTERNET: RUSSIAN UNIVERSITY WEBSITES

Mediatization is becoming a characteristic feature of modern times and emphasizes the role of the media as a tool of social interaction in all areas of cultural development, including the scientific and educational environment. The purpose of this work was to study the current practice of mediatization of scientific and educational activities of Russian universities through the medium of their official websites. The research questions were: "How effectively is the websites potential used by Russian universities?" and "Is the evaluation of the effectiveness of this activity undertaken and which parameters are problematic?". To this end, ten Russian universities were selected, and their websites were analyzed according to the method of effectiveness evaluation developed by the author. On the basis of

this analysis, a rating was made and recommendations for improving the efficiency of official university websites were given.

Key words: *mediatization, digital environment, university, official university website, university rating*

Введение

Влияние медиапространства на сознание и жизнедеятельность индивидуума повлияли на формирование концепции «медийного человека». Профессор Елена Вартанова (Вартанова, 2009) определяет его как «члена общества, бытие которого определяется и в значительной степени формируется содержанием СМИ как продуктом, производимым отдельной отраслью современной экономики, медиаиндустрией, и потребляемым в процессах массовой/социальной коммуникации, а также коммуникационными отношениями и интересами индивида». Сегодня ни одной сферы общественной жизни медийного человека нельзя представить вне процессов медиатизации, включая научно-образовательную деятельность.

Высшие учебные заведения как важная часть социально-культурной системы общества имеют свои особенности: с одной стороны, они являются центрами научно-образовательной деятельности, призваны развивать научную культуру общества и способствовать повышению общего уровня образованности, с другой стороны, вузам необходимо отчитываться перед обществом за государственное финансирование, привлекать абитуриентов, взаимодействовать со многими целевыми аудиториями, используя при этом все возможные способы коммуникации. В этой связи новые возможности онлайн-медиа создают широкий круг высокоэффективных скоростных коммуникаций с многочисленными целевыми аудиториями вуза, а официальный интернет-сайт способен стать центробразующим звеном в процессе медиатизации вуза в цифровом пространстве.

Медиатизация научно-образовательной деятельности в цифровой среде

Современная трактовка понятия медиатизации в целом сводится к интеграции медиа в различные сферы жизни общества, формированию единой культурно-коммуникационной системы социума и взаимовлиянию медиа и общества. Необходимо отметить, что терминологически понятие «медиатизации» зачастую отождествля-

ют со схожими по звучанию понятиями «медиации» и «медиатации», хотя это не совсем так.

В сфере медиаисследований понятие медиации появляется с начала 1990-х гг.: в 1951 г. канадский экономист и исследователь медиа Г.А. Иннис (Innis, 1951) заявил о том, что коммуникации посредством медиа играют определяющую роль в формировании современного общества, а в 1960-м г. его ученик Г.М. Маклюэн (Маклюэн, 2007) продолжил эти исследования и определил коммуникативную роль медиа как основного посредника во всех отраслях жизни общества.

Термин медиатизация был впервые применен английский социологом и исследователем Дж. Б. Томпсоном (Thompson, 1995) для обозначения роли медиа как институционально организованных структур, транслирующих не просто информацию, но образцы культуры, формирующие современное общество на протяжении последних веков. Отечественный исследователь А.И. Черных (Черных, 2007: 5), анализируя работы Томпсона, подчеркивает, что в таких условиях журналисты как специализированная профессиональная группа выступают не просто как трансляторы сообщений, но как создатели общезначимых смыслов.

Свое видение понятий «медиация» и «медиатизация» в разные годы предлагали и такие исследователи, как Роджер Сильверстоун (Silverstone, 2006: 166), Ник Коулдри (Couldry, 2003: 115–135), немецкие социологи коммуникации Винфрид Шульц (Schultz, 2004: 87–101) и Фридрих Кротц (Krotz, 2009). Глубинный анализ процесса медиатизации представлен в работах Стига Хьярварда (Hjarvard, 2008), который понимает под медиатизацией процесс, посредством которого общество все в большей степени представлено медиа и становится зависимым от медиа. Медиатизация, по С. Хьярварду, может иметь как положительные, так и отрицательные последствия; она происходит как на макро-, так и на микроуровне, а окружающая медиасреда расширяется и развивается в различных направлениях, так что невозможно сказать, что медиа движут общество в том или ином конкретном направлении.

Что касается отечественных исследований, то понятие медиатизации впервые встречается в 1991 г. в работе Т.В. Андриановой и А.И. Ракитова (Андрианова, Ракитов, 1991). Позже появляются исследования Л.М. Земляновой (Землянова, 2002: 83–97), И.В. Рогозиной (Рогозина, 2003: 121), Н.Б. Кирилловой (Кириллова, 2006: 22–29), А.И. Черных (Черных, 2007) и Д.И. Шаронова (Шаронов,

2008). С тех пор прозвучало немало мнений о роли и значении данного процесса, начиная от идеи институционального посредничества и «медиатизации общества» как особого рода социального пространства у Д.И. Шаронова до революционного характера изменений в виде мощного манипулятивного воздействия на сознание общества у Л.М. Земляновой.

Медиатизация является двусторонним процессом, в рамках которого медиа и различные сферы общественной и культурной жизни оказывают определяющее и формирующее взаимное влияние друг на друга. Это процесс внедрения медиа в современную жизнь и постоянного усиления их взаимовлияния.

В результате мощного воздействия цифровых технологий на работу с информацией, меняется вся структура медиапотребления, на первый план выходят новые медиа. Интернет предоставил совершенно иные возможности для всей медиасреды: новые технологии способны за несколько секунд распространить информационное сообщение по всему миру. Тем самым в современном медиапространстве традиционные коммуникативные практики меняются, расширяя возможности работы с информацией, ускоряясь и предоставляя пользователям все новые и новые возможности получения, обмена и производства информации. Наиболее активная целевая аудитория сетевых медиа – молодежь, которая наиболее восприимчива к инновациям и цифровым технологиям, – проводит в виртуальном пространстве гораздо больше времени, чем в реальном. В связи с этим изучение онлайн-пространства как средства реализации медиакоммуникационных практик различных социальных групп приобретают исключительную важность, учитывая основные тенденции и перспективы развития информационных и цифровых технологий в современном обществе.

Научно-образовательная деятельность наряду с остальными сферами общественной жизни требует постоянной медиатизации. В настоящее время высшие учебные заведения становятся все более активными в своей коммуникационной деятельности, зачастую используя средства продвижения коммерческого сектора. Это связано с рядом причин: изменение системы высшего образования в России – произошел переход на болонскую систему, активное развитие системы грантовой поддержки и субсидирования лучших научно-исследовательских проектов, а также рост внимания к рейтинговым позициям вуза со стороны государства.

Особенности современного медиапотребления и задачи, стоящие перед российскими вузами, актуализируют необходимость применения всех возможных средств медиакоммуникаций. Официальный сайт вуза как собственная медиаплощадка в сети Интернет играет определяющую роль в системе медиакоммуникаций современного вуза сегодня.

Официальный сайт российского вуза: оценка эффективности

За основу в выборе метода исследования был принят метод комплексного, системного и сравнительного анализа. Был проведен количественный и качественный анализ официальных сайтов топ-10 российских вузов, использован метод сравнения (рейтинговые измерения и сопоставление показателей медиакоммуникационной деятельности). Активно применялась систематизация и классификация полученных данных. Полученные результаты позволили не только оценить современное состояние медиакоммуникационной практики топ-10 российских вузов в рамках работы с официальным сайтом, но и сформулировать ряд рекомендаций для повышения эффективности данной деятельности.

Оценить эффективность медиакоммуникаций вуза на официальном сайте довольно сложно, и здесь необходимо сказать о работах Д.А. Шевченко (Шевченко, 2014), который предложил оригинальную методику детальной оценки качества сайтов вузов. Согласно его методике, оценка эффективности сайтов базируется на следующих критериях, каждый из которых, в свою очередь, включает ряд присущих ему параметров: дизайн[1], навигация[2], контент[3], интерактивность[4], видимость сайта в Интернете[5]. Максимальное число баллов, которое можно получить на основе данной методики – 72.

Однако, учитывая современные запросы общества и цели по вхождению в международную академическую среду, представляется необходимым добавление одного критерия в блок «Контент» – это перевод контента сайта на иностранные языки[6], а также нецелесообразным учет такого критерия в блоке «Интерактивность», как возможность размещения кнопки сайта на другом сайте[7] в связи с тем, что ни у одного из исследуемых вузов данной кнопки нет и ее необходимость в целом вызывает сомнения. С учетом данных дополнений максимальное количество баллов равно 72.

Таким образом, используя собственную методику с опорой на методику оценки эффективности работы сайта вуза Д.А. Шевченко, в ходе исследования сайтов десяти лидеров высшего образования в России в декабре 2016 г. были получены следующие результаты:

Таблица 1

Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, итого: 64 балла, *http://www.msu.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	2/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	2/3	На-личие ссылок на соци-альные сети	3/4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	3/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	3/4	Внеу-чебная деятель-ность	4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1

Окончание таблицы 1

Кросс-сбраузерность	4	Удобство навигации	4	Дни открытых дверей и олимпиады	2	Возможность регистрации на сайте	0/1		
				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	1/2		
				Иностранный язык	2				
Всего	16/17	Всего	15/16	Всего	19/20	Всего	10/15	Всего	4/4

Комментарии[8]*:*

Снижение баллов произошло по четырем блокам в сумме на восемь баллов:

– *Дизайн*. По критерию «Удобство просмотра фотографий» оценка снижена на один балл, так как нет возможности просмотра фотографий в режиме слайд-шоу; что касается видео, то его нет, но есть гиперссылка на сайт «Видеоархив МГУ».

– *Навигация*. По критерию «Работоспособность поисковой системы» оценка снижена на один балл – отсутствуют дополнительные возможности для поиска (например, искать по конкретному разделу).

– *Контент*. За «Наличие на сайте правовой базы регулирования важнейших вопросов в сфере образования» оценка снижена на один балл: отсутствует свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц. Критерий «Учебный процесс» требует уточнения: на сайте нет контактных данных преподавателей, информации о результатах и достижениях преподавательского состава и учащихся, но есть раздел «преподавательский рейтинг» о том, как рассчитывается рейтинг в Истине и переход на

систему Истина, которая в полной мере предоставляет информацию о сотрудниках).

– *Интерактивность*. По критерию «Наличие обратной связи» оценка снижена на один балл за отсутствие форума, по критерию «Наличие ссылок на социальные сети» оценка снижена на один балл за отсутствие ссылки на аккаунт в социальной сети Youtube, а также снижены оценки за отсутствие подписки на новости, отсутствие возможности регистрации на сайте и отсутствие внутренней информационной системы (по одному баллу за каждый пункт).

Таблица 2

Московский физико-технический институт (государственный университет), итого: 65 баллов, *https://mipt.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	0/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	1/3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	3	На-личие ссылок на соци-альные сети	3/4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	4	Внеу-чебная деятель-ность	4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1

Окончание таблицы 2

Кросс-сбраузерность	4	Удобство навигации	4	Дни открытых дверей и олимпиады	2	Возможность регистрации на сайте	1		
				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	17/17	Всего	14/16	Всего	19/20	Всего	11/15	Всего	4/4

Комментарии:

Снижение баллов произошло по трем блокам в сумме на семь баллов:

– *Навигация*. Минус два балла по критерию «Предупреждение при переходе на сторонние ресурсы и файлы» – отсутствует указание на формат файлов, доступных для скачивания, а также при переходе на сторонние ресурсы и файлы гиперссылка не открывается в новом окне.

– *Контент*. Оценка снижена на один балл по критерию «Иностранные языки», так как присутствует перевод только на английский язык.

– *Интерактивность*. По критерию «Наличие обратной связи» оценка снижена на три балла в связи с отсутствием форума, гостевой книги, а также активной ссылки или специального окна для создания писем. По критерию «Наличие ссылок на социальные сети» оценка снижена на балл за отсутствие ссылки на аккаунт в социальной сети YouTube.

Таблица 3

Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», итого: 67 баллов, *https://mephi.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	2/3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	2/3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	4	Внеу-чебная деятель-ность	3/4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 3

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	17/17	Всего	15/16	Всего	17/20	Всего	14/15	Всего	4/4

Комментарии:

Снижение баллов произошло по трем блокам в сумме на пять баллов:

– *Навигация*. На один балл снижена оценка по критерию «Предупреждение при переходе на сторонние ресурсы и файлы» – отсутствует указание на формат файла.

– *Контент*. Снижена оценка за критерий «Наличие на сайте правовой базы регулирования важнейших вопросов в сфере образования»: отсутствует свидетельство о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц, минус один балл. На один балл снижена оценка по критерию «Внеучебная деятельность» – отсутствует информация о студенческих мероприятиях в городе (стране) в целом. А также оценка снижена на один балл по критерию «Иностранные языки» – присутствует перевод только на английский язык.

– *Интерактивность*. Оценка снижена на один балл за отсутствие подписки на новости.

Таблица 4

Московский государственный технический университет имени Н. Э. Баумана, итого: 62 балла, *http://www.bmstu.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	3/4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	1/2	На-личие обрат-ной связи	0/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	3/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	3/4	Внеу-чебная деятель-ность	3/4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Кросс-браузер-ность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 4

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	15 /17	Всего	15/ 16	Всего	17/ 20	Всего	11/ 15	Всего	4/ 4

Комментарии:

Снижение баллов произошло по четырем блокам в сумме на десять баллов:

– *Дизайн*. Оценка снижена на один балл по критерию «Целостность стилевого оформления» – не все страницы сайта имеют одинаковую цветовую гамму, а при переходе по цепочке «Поступающим» – «Второе высшее» отображается вообще другая версия сайта (возможно, старая), а также снижена оценка на один балл за «Удобство просмотра фотографий и видеофайлов», так как нет возможности посмотреть фото в режиме слайд-шоу.

– *Навигация*. На один балл снижена оценка по критерию «Работоспособность поисковой системы»: нет дополнительных возможностей для поиска.

– *Контент*. Снижена оценка по критерию «Контактная информация», так как отсутствует информация о том, к кому и по каким вопросам можно обратиться, а также по критерию «Внеучебная деятельность» за отсутствие информации о запланированных студенческих мероприятиях в городе (стране) в целом. Также оценка снижена на один балл по критерию «Иностранные языки» – присутствует перевод только на английский язык.

– *Интерактивность*. По критерию «Наличие обратной связи» снижена оценка на два балла за отсутствие форума и гостевой книги. Также оценка снижена на один балл по критерию «Наличие обратной связи» – отсутствует персонифицированная связь, а также на балл по критерию «Подписка на новости», которая отсутствует.

Таблица 5

Санкт-Петербургский государственный университет, итого: 58 баллов, *http://spbu.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	3/4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	0/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	2/3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	2/3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	0/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	3/4	Внеу-чебная деятель-ность	3/4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 5

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	1/2		
				Иностранные языки	2				
Всего	11/17	Всего	14/16	Всего	19/20	Всего	10/15	Всего	4/4

Комментарии:

Снижение баллов произошло по четырем блокам в сумме на четырнадцать баллов:

– *Дизайн*. Оценка снижена на шесть баллов: на один балл за «Целостность стилевого оформления», так как на сайте более трех шрифтов (Times New Roman, Calibri, Inherit, Arial); на один балл за «Читабельность шрифта», так как на главной странице есть текст размером восемь кеглей; а также на четыре балла за «Удобство просмотра фотографий и видеофайлов» – на сайте нет (или же не представляется возможным найти) фотогалереи и видеохранилища, также нет событий, сопровождающихся фотографиями и видео.

– *Навигация*. Оценка снижена на один балл по критерию «Предупреждение при переходе на сторонние ресурсы и файлы» – нет указания на формат файлов, доступных для скачивания, и на один балл по критерию «Работоспособность поисковой системы», так как нет дополнительных возможностей для поиска.

– *Контент*. Оценка снижена на один балл по критерию «Внеучебная деятельность», так как отсутствует информация о грядущих студенческих мероприятиях в городе (стране) в целом.

– *Интерактивность*. По критерию «Наличие обратной связи» оценка снижена на три балла – отсутствует форум, гостевая книга и персонифицированная связь. По критерию «Подписка на новости» оценка снижена на один балл – подписки нет. По критерию «Наличие внутренней информационной системы» оценка снижена на один балл – отсутствует электронная приемная комиссия.

Таблица 6

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», итого: 65 баллов, *http://www.hse.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	3/4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	2/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция	2/3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	2/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	4	Внеу-чебная деятель-ность	4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 6

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	14/17	Всего	16/16	Всего	18/20	Всего	13/15	Всего	4/4

Комментарии:

Снижение баллов произошло по трем блокам в сумме на семь баллов:

– *Дизайн*. Снижена на один балл оценка по критерию «Целостность стилевого оформления», так как на главной странице сайта четыре шрифта (*Times New Roman, Calibri, Arial, Helvetica*), а также на два балла по критерию «Удобство просмотра фотографий и видеофайлов» – фотографии не открываются в виде фотогалереи с возможностью увеличения и невозможно посмотреть фото в режиме слайд-шоу.

– *Контент*. Оценка снижена на один балл по критерию «Основная информация (документация)» – нет свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц, а также на один балл за иностранные языки (присутствует только английский язык).

– *Интерактивность*. Оценка снижена на два балла – по критерию «Наличие обратной связи» на один балл, так как отсутствует персонифицированная связь, и по критерию «Подписка на новости», которая отсутствует.

Таблица 7

Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ, итого: 62 балла, *http://mgimo.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	0/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	2/3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	3/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	3/4	Внеу-чебная деятель-ность	3/4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 7

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	1/2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	16/17	Всего	14/16	Всего	18/20	Всего	10/15	Всего	4/4

Комментарии

Снижение баллов произошло по четырем блокам в сумме на десять баллов:

– *Дизайн*. Оценка снижена на один балл по критерию «Удобство просмотра фотографий и видеофайлов», так как нет возможности посмотреть фото в режиме слайд-шоу.

– *Навигация*. По критерию «Предупреждение при переходе на сторонние ресурсы и файлы» снижена оценка на один балл – нет указания на формат файлов, доступных для скачивания, а также на один балл по критерию «Работоспособность поисковой системы», где нет дополнительных возможностей для поиска.

– *Контент*. Оценка снижена на два балла по критериям «Внеучебная деятельность» (отсутствует информация о грядущих студенческих мероприятиях в городе (стране) в целом), а также за иностранные языки (только английский язык).

– *Интерактивность*. По критерию «Наличие обратной связи» оценка снижена на три балла – отсутствует форум, гостевая книга и персонифицированная связь. Отсутствует «Подписка на новости» – минус один балл. Оценка снижена на один балл по критерию «Наличие внутренней информационной связи» – отсутствует электронная приемная комиссия.

Таблица 8

Национальный исследовательский Томский политехнический университет, итого: 64 балла, *http://tpu.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	2/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	2/3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	2/3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	3/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	3/4	Внеу-чебная деятель-ность	3/4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 8

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	15/17	Всего	15/16	Всего	17/20	Всего	13/15	Всего	4/4

Комментарии:

Снижение баллов произошло по четырем блокам в сумме на восемь баллов:

– *Дизайн*. Оценка снижена на два балла по критериям «Читабельность шрифта», так как при первом заходе на сайт размер шрифта некоторых текстов был равен восьми и восьми с половиной кеглям, и «Удобство просмотра фотографий и видеофайлов» – нет возможности посмотреть фото в режиме слайд-шоу.

– *Навигация*. Снижение оценки на один балл по критерию «Работоспособность поисковой системы», так как нет дополнительных возможностей для поиска.

– *Контент*. Оценка снижена на один балл по критерию «Основная информация (документация)» – в связи с тем, что нет свидетельства о внесении записи в Единый государственный реестр юридических лиц, на один балл по критерию «Внеучебная деятельность» – отсутствует информация о грядущих студенческих мероприятиях в городе (стране) в целом. На один балл оценка снижена за критерий «Иностранные языки» – представлен только английский язык.

– *Интерактивность*. Оценка снижена на два балла по критериям «Наличие обратной связи» и «Подписка на новости» – они отсутствуют.

Таблица 9

Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, итого: 68 баллов, *http://www.nsu.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	3	На-личие ссылок на соци-альные сети	3/4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	3/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	4	Внеу-чебная деятель-ность	4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 9

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	1/2				
Всего	16/17	Всего	16/16	Всего	19/20	Всего	13/15	Всего	4/4

Комментарии

Снижение баллов произошло по трем блокам в сумме на четыре балла:

– *Дизайн*. Оценка снижена по критерию «Удобство просмотра фотографий и видео» на один балл – нет возможности просмотра фотографий в режиме слайд-шоу.

– *Контент*. На один балл оценка снижена за критерий «Иностранные языки» – представлен только английский язык.

– *Интерактивность*. Снижена оценка на один балл по критерию «Наличие ссылок на социальные сети», так как отсутствует ссылка на аккаунт в социальной сети YouTube, а также на один балл – за отсутствие «Подписки на новости».

Таблица 10

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина, итого: 66 баллов, *http://urfu.ru/*

Дизайн		**Навигация**		**Контент**		**Интер-активность**		**Видимость в Интернете**	
крите-рий	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*крите-рий*	*балл*	*критерий*	*балл*
Целост-ность стилево-го офор-мления	4	На-личие карты сайта	1	Кон-тактная инфор-мация	2	На-личие обрат-ной связи	2/3	Яндекс тИЦ (CY)	1
Чита-бель-ность шрифта	2/3	Преду-прежде-ние при пере-ходе на сто-ронние ресурсы и файлы	3	Основ-ная инфор-мация (доку-мента-ция)	3	На-личие ссылок на соци-альные сети	4	Google Page Rank (PR)	1
Сочета-емость с офор-млением подсай-тов	2	На-личие «хлеб-ных крошек»	4	Учеб-ный процесс	4	Подпи-ска на ново-сти	0/1	Alexa Rank	1
Удобст-во прос-мотра фотог-рафий и видео-файлов	2/4	Работо-способ-ность поис-ковой системы	4	Внеу-чебная деятель-ность	3/4	Обнов-ление сайта	4	Webomet-rics World Rank	1
Крос-сбрау-зерность	4	Удоб-ство навига-ции	4	Дни от-крытых дверей и олим-пиады	2	Воз-мож-ность реги-стра-ции на сайте	1		

Окончание таблицы 10

				Приемная комиссия	3	Наличие внутренней информационной системы	2		
				Иностранные языки	2				
Всего	14/17	Всего	16/16	Всего	19/20	Всего	13/15	Всего	4/4

Комментарии

Снижение баллов произошло по трем блокам в сумме на восемь баллов:

– *Дизайн*. Оценка снижена на один балл по критерию «Читабельность шрифта», так как на главной странице есть заголовки, размер шрифта которых достигает 37-ми кеглей. На два балла снижена оценка по критерию «Удобство просмотра фотографий и видеофайлов», так как фотографии не открываются в режиме фотогалереи, с возможностью увеличения и нельзя воспроизвести фотографии в режиме слайд-шоу.

– *Контент*. Оценка снижена на один балл по критерию «Внеучебная деятельность», так как отсутствует информация о грядущих студенческих мероприятиях в городе (стране) в целом (-1 балл). Необходимо отдельно сказать о критерии «Иностранные языки», так как представлены кнопки для перехода на три иностранных языка (английский, китайский и испанский), но работают из них только две – английский и китайский.

– *Интерактивность*. Оценка снижена на два балла по критериям «Наличие обратной связи», так как отсутствуют форум и «Подписка на новости».

Таким образом, мы получили результаты, которые позволяют нам сформировать следующий рейтинг российских вузов по оценке эффективности их официальных сайтов:

Таблица 11

Рейтинг топ-10 российских вузов по эффективности работы их официальных сайтов

Место	Название вуза	Количество баллов
1	Новосибирский национальный исследовательский государственный университет	68
2	Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ»	67
3	Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина	66
4-5	Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»	65
4-5	Московский физико-технический институт (государственный университет)	65
6-7	Национальный исследовательский Томский политехнический университет	64
6-7	Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова	64
8-9	Московский государственный институт международных отношений (университет) МИД РФ	62
8-9	Московский государственный технический университет имени НЭ. Баумана	62
10	Санкт-Петербургский государственный университет	58

К настоящему времени подавляющее большинство российских вузов имеет официальный сайт, но, как показывают проведенные исследования, повышение качества интернет-ресурсов является актуальным для большинства российских высших учебных заведений. Методикой оценки эффективности работы официальных сайтов российских вузов, которая учитывает и количественные показатели («видимость» и популярность сайта), и качественные показатели (соответствие нормативно-правовым регламентам, запросам целевых аудиторий в информации об образовательных программах, о результатах научных достижений, доступность информации на различных языках, видимость сайта в Интернете и др.), может стать методика, предложенная в данной работе.

Ряд критериев данной методики может быть пересмотрен в зависимости от целей и задач конкретного временно́го промежутка: так, например, после 2014 г. стало более значимым наличие на сайте вуза основной документации, а в связи с географическим расширением охвата целевых аудиторий – предоставление информации на иностранных языках. А вот критерий «Видимость в Интернете» теряет свое значение, так как исследование сайтов вузов 2016 года показало наивысший балл без исключения у всех вузов из выборки, что позволяет сделать вывод о постоянстве данного критерия, поэтому он не требует постоянной оценки.

Лидерами среди российских вузов по оценке эффективности их официальных сайтов стали Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, Национальный исследовательский ядерный университет «МИФИ», Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина. Основными критериями, которые требуют усиления, стали критерии из блоков «Интерактивность» (наличие обратной связи, наличие ссылок на социальные сети, возможность подписки на новости и др.), «Дизайн» (удобство просмотра фотографий и видеофайлов, целостность стилевого оформления) и «Контент» (полнота представленности основной документации, информации о внеучебной деятельности, а также перевод на иностранные языки).

Выводы

Современные медиа не только отражают единую картину мира, представляя ее современному потребителю, но и сами формируют и переосмысливают социально-культурные ценности. Благодаря непрерывно развивающимся новым технологиям, современные медиа не только выступают источником информации, но и являются основным каналом коммуникации. Медиатизация сегодня является одним из важнейших процессов, определяющих современность: медиа стали частью нашей жизни, в которой ограничение медиапотребления приравнивается к утрате социального контакта. Мобильность, интерактивность и скорость адаптировали процесс медиапотребления под современные реалии, сделали его более комфортным и удобным, позвонили современному потребителю получать информацию и выстраивать коммуникацию в любое удобное для него время.

На основе систематизации данных, полученных в ходе исследований, можно выделить ряд рекомендаций российским вузам для

более эффективной реализации медиакоммуникационной деятельности в интернет-пространстве:

Медиакоммуникационные потоки современных российских вузов должны иметь системный и комплексный характер, потому что интернет-площадки имеют большой объем возможностей (высокая скорость передачи информационного сообщения, обратная связь, возможности предоставления различных форматов контента), но в то же время являются источником репутационных угроз (негативные сообщения, запросы/вопросы без ответов, открытость площадок для высказывания мнений).

Официальный сайт российского вуза должен соответствовать требованиям законодательства и отвечать запросам всех групп целевых аудиторий, в связи с чем рекомендуется осуществлять оценку эффективности работы сайта по заранее проработанной методике (в основу может быть положена методика, предложенная в данном исследовании) с заданными временными промежутками.

Современные научно-образовательные организации вынуждены учитывать изменяющуюся реальность и подстраивать свою медиакомммуникационную стратегию под действительность и ожидания аудитории. Сайт университета – это не только онлайн-визитка вуза, это его имидж в международном интернет-пространстве, поэтому анализ эффективности сайтов российских вузов можно рассматривать как механизм, выявляющий слабые стороны и указывающий пути совершенствования коммуникационной стратегии и информационной политики вуза.

Примечания

[1] Дизайн оценивается по параметрам: целостность стилевого оформления (4 балла), читабельность шрифта (3 балла), сочетаемость с оформлением подсайтов (2 балла), удобство просмотра фотографий и видеофайлов (4 балла), кроссбраузерность (4 балла). Максимум – 17 баллов.

[2] Навигация оценивается по параметрам: наличие карты сайта (1 балл), условия перехода на сторонние ресурсы (3 балла), «хлебные крошки» (элементы навигационной цепочки, 4 балла), поисковая система (4 балла), удобство навигации (4 балла). Максимум – 16 баллов.

[3] Контент оценивается по параметрам: контактная информация (2 балла), документальная информация (3 балла), информация об учебном процессе и внеучебной деятельности (по 4 балла), дни открытых дверей и олимпиады (3 балла), приемная комиссия (3 балла). Максимум – 18 баллов.

[4] Интерактивность оценивается по параметрам: обратная связь (3 балла), наличие ссылок на социальные сети (4 балла), подписка на новости (1 балл), обнов-

ление сайта (4 балла), возможность регистрации (1 балл), возможность размещения кнопки на другом сайте (2 балла). Максимум – 17 баллов.

[5] Видимость сайта в интернете включает параметры: Яндекс тИЦ, Google PageRank, Alexa Rank, Webometrics World Rank. Максимум – 4 балла.

[6] За каждый иностранный язык на сайте вуза – один балл, максимально – 2 балла.

[7] Данная кнопка подразумевает возможность размещения ссылки на сайт вуза в виде кнопки с логотипом/ заданным дизайном.

[8] Здесь и далее комментарии приводятся только для тех критериев и параметров, которые были оценены не на максимально-возможный балл.

Библиография

Вартанова Е.Л., СМИ и журналистика в пространстве постиндустриального общества // Медиаскоп. 2009. Вып. 2. Режим доступа: http://www.mediascope.ru/node/352 (дата обращения: 02.05.2016).

Землянова Л.М. Медиатизация культуры и компаративизм в современной коммуникативистике // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2002. № 5. С. 83–97.

Кириллова Н.Б. Медиакультура: от модерна к постмодерну. М., 2006. Режим доступа: http://kkt62.ru/pub/img/docs/Kirillova-Mediakultura.pdf (дата обращения: 15.07.206).

Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. *В.Г. Николаева*. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007.

Рогозина И.В. Медиа-картина мира: когнитивно-семиотический аспект // дисс. ... д-ра филол. наук. Барнаул, 2003.

Андрианова Т.В., Ракитов А.И. Современные тенденции информатизации и медиатизации общества: Науч.-аналит. обзор. М.: ИНИОН, 1991.

Черных А.И. Власть демократии – Власть медиа? М.: ГУ ВШЭ, 2007. Режим доступа: https://www.hse.ru/data/2010/05/07/1217274077/WP14_2007_04.pdf (дата обращения: 11.09.2016).

Шаронов Д.И. О коммуникативном смысле медиатизации // Вестн. ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2008. № 2. С. 234–239. Режим доступа: http://www.vestnik.vsu.ru/program/view/view.asp?sec=phylolog&year=2008&num=02&f_name=2008_02_46 (дата обращения: 27.08.2016).

Шевченко Д.А., Локтюшина Ю.В. Эффективность веб-сайтов высших учебных заведений. Методика оценки конкурентоспособности сайта вуза в Интернете. М., 2014.

Innis H.A. *The bias of communications & monopolies of power.* Available at: http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm (accessed: 11.02.2016)

Hjarvard S. (2008) The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. In *Northern Lights 2008 Yearbook of Film & Media Studies.*. Bristol: Intellect Press.

Krotz F. (2009) Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change. In K. Lundby (ed.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences.* New York: Peter Lang. 2009.

Silverstone R. (2006) *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.

Schultz W. (2004) Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication* 19 (1): 87-101.

Thompson J.B. *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge, 1995.

References

Andrianova T.V., Rakitov A.I. (1991) *Sovremennye tendencii informatizacii i mediatizacii obshchestva: nauch.-analit. obzor* [Modern Trends in the Informatization and Mediatization of Society: a scientific analytical review]. Moscow: INION Publ.

Chernyh A.I. (2007) *Vlast' demokratii – vlast' media?* [Is the Power of Democracy the Power of the Media?] Moscow: GU VSHEH Publ.

Hjarvard S. (2008) The Mediatization of Society: A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. In *Northern Lights 2008 Yearbook of Film & Media Studies.*. Bristol: Intellect Press.

Innis H.A. *The bias of communications & monopolies of power*. Available at: http://www.media-studies.ca/articles/innis.htm (accessed: 11.02.2016)

Kirillova N.B. (2006) *Mediakul'tura: ot moderna k postmodernu*. [Media Culture: from Modern to Post-Modern Style]. Moscow.

Krotz F. (2009) Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change. In K. Lundby (ed.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang. 2009.

McLuhan M. (2007) *Ponimanie media: vneshnie rasshireniya cheloveka* [Understanding Media: the Extensions of Man]. Moscow: Giperboreya; Kuchkovo pole Publ.

Rogozina I.V. (2003) *Media-kartina mira: kognitivno-semioticheskij aspekt: dissertaciya na soiskanie stepeni d-ra filol. nauk*. [Media Picture of the World: the Cognitive and Semiotic Aspect: Dr philol. sci. diss.]. Barnaul.

Schultz W. (2004) Reconstructing mediatization as an analytical concept. *European Journal of Communication* 19 (1): 87–101.

Sharonov D.I. (2008) O kommunikativnom smysle mediatizacii [On the Communication Essence of Mediatzation]. *Vestnik VGU. Seriya: Filologiya. Zhurnalistika* 2: 234-239.

Shevchenko D.A., Loktyushina Yu.V (2014). *Effektivnost' veb-sajtov vysshih uchebnyh zavedenij. Metodika ocenki konkurentosposobnosti sajta vuza v Internete*. [Effectiveness of University Websites. Methods of Assessing University Website's Competitiveness] Moscow.

Silverstone R. (2006) *Media and Morality: On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.

Thompson J. B. (1995) *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge.

Vartanova E.L. (2009) SMI i zhurnalistika v prostranstve postindustrial'nogo obshchestva [Media and Journalism in Post-Industrial Society]. *Mediaskop* 2.

Zemlyanova L.M. (2002) Mediatizaciya kul'tury i komparativizm v sovremennoi kommunikativistike. [Mediatization of Culture and Comparativism in Modern Communication Studies]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 10. Zhurnalistika* 5: 83-97.

Поступила в редакцию
17.02.2017