

УДК 378.1

## СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ РЕЙТИНГА МЕДИААКТИВНОСТИ КУЗГТУ И ДРУГИХ ВУЗОВ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО ПОВЫШЕНИЯ

Дегоян А.В., студент гр. ЭУб-201, II курс

Научный руководитель: Тюленева Т.А., к.э.н., доцент  
Кузбасский государственный технический университет  
имени Т.Ф. Горбачева  
г. Кемерово

Актуальность темы исследования обусловлена последними изменениями в показателях эффективности деятельности организаций высшего образования в соответствии с приказом Минобрнауки РФ от 01.02.2022 № 92, который вступил в силу с 25 марта 2022 года. Данный приказ ввел в число показателей эффективности деятельности высших учебных заведений динамику рейтинга медиаактивности. Так, если вуз удержит свою позицию в числе первых 15 самых активных учебных заведений по данному показателю, то Минобрнауки присвоит ему 1,5 балла шкалы эффективности, а если данный вуз за год улучшит свои позиции в рейтинге медиаактивности более чем на 10 или на 20 пунктов – 1,5 и 2,5 балла соответственно [1].

В целях повышения конкурентоспособности на рынке образовательных Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф.Горбачева – КузГТУ – заинтересован в увеличении показателей эффективности своей деятельности по всем позициям. Результаты оценки эффективности вузов используются, в первую очередь, самим обучающимся, их родителям, работодателям для принятия решения о выборе учебного заведения, которое может осуществить подготовку специалистов, обладающих высоким уровнем компетенций. Во-вторых – непосредственно вузом, как основа для корректировки учебных планов, программ учебных дисциплин в целях повышения качества учебного процесса. В-третьих – Минобрнауки РФ для реализации мер поддержки эффективных учебных заведений, чьи выпускники участвуют в обеспечении социально-экономического развития России; кроме того, по результатам оценки Министерство может принять решение о ликвидации неэффективных вузов [2-5].

Чтобы оценить перспективы роста эффективности КузГТУ за счет рейтинга медиаактивности, необходимо рассмотреть формирующие данный показатель элементы и место университета в общероссийском перечне. Для оценки использовались данные с июля 2021 года (начало публикации рейтинга Минобрнауки) по февраль 2022 года. Рейтинг медиаактивности (M-rate) характеризует итоги работы российских вузов по популяризации научной и образовательной деятельности (рис.1). По данным, проиллюстрированным на рис.1, можно сделать вывод о зависимости медиаактивности вузов по периодам от учебного процесса. В январе и феврале она существенно снизилась.

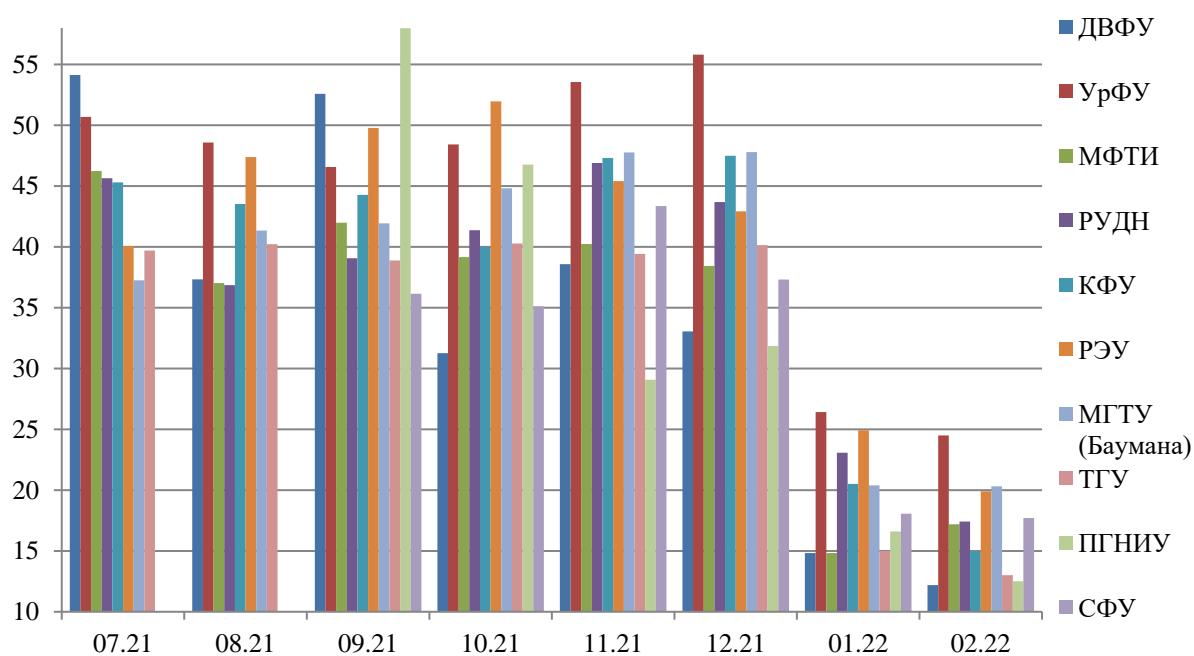


Рисунок 1. Динамика общего рейтинга медиаактивности ТОП-5 вузов по периодам [6]

В период с июля по декабрь 2021 года средний рейтинг вузов, формирующих ТОП-5, менялся волнообразно – рост чередовался со спадом – с максимальным значением в сентябре 2021 года (50,24). ТОП-5 в анализируемых периодах сформировался 10 вузами, при этом стабильное положение в этой пятерке занимали Уральский федеральный университет имени первого Президента Б.Н.Ельцина (в 8 периодах из 8 исследуемых и лидер по величине рейтинга в 4 последних периодах), Российский университет дружбы народов и МГТУ имени Н.Э.Баумана (в 5 из последних 5 периодов). Разница между максимальным и минимальным значениями рейтинга вузов ТОП-5 составила от 2,2 до 4,6 (в среднем 2,5) раза.

В свою очередь, рейтинг медиаактивности формируется из трех составляющих, каждая из которых имеет свой удельный вес в формуле расчета M-rate и свою формулу исчисления.

Во-первых, это коэффициент эффективности взаимодействия вуза со СМИ, или Index Mass Media. Он характеризует число публикаций об образовательном учреждении и его сотрудниках в средствах массовой информации России, ее субъектов и сети Интернет, при этом принимается во внимание аудитория, число вышедших передач на телеканалах федерального и регионального уровня и число эксклюзивных новостных публикаций о вузе или его проектах на ресурсах Минобрнауки. Динамика данного показателя по периодам расчета представлена на рис.2. По представленным данным можно заключить, что средний рейтинг вузов, формирующих ТОП-5, по месяцам исследуемого периода менялся волнообразно – рост чередовался со спадом – с максимальным значением в сентябре 2021 года (71,37) и минимальным в январе 2022 (23,14).

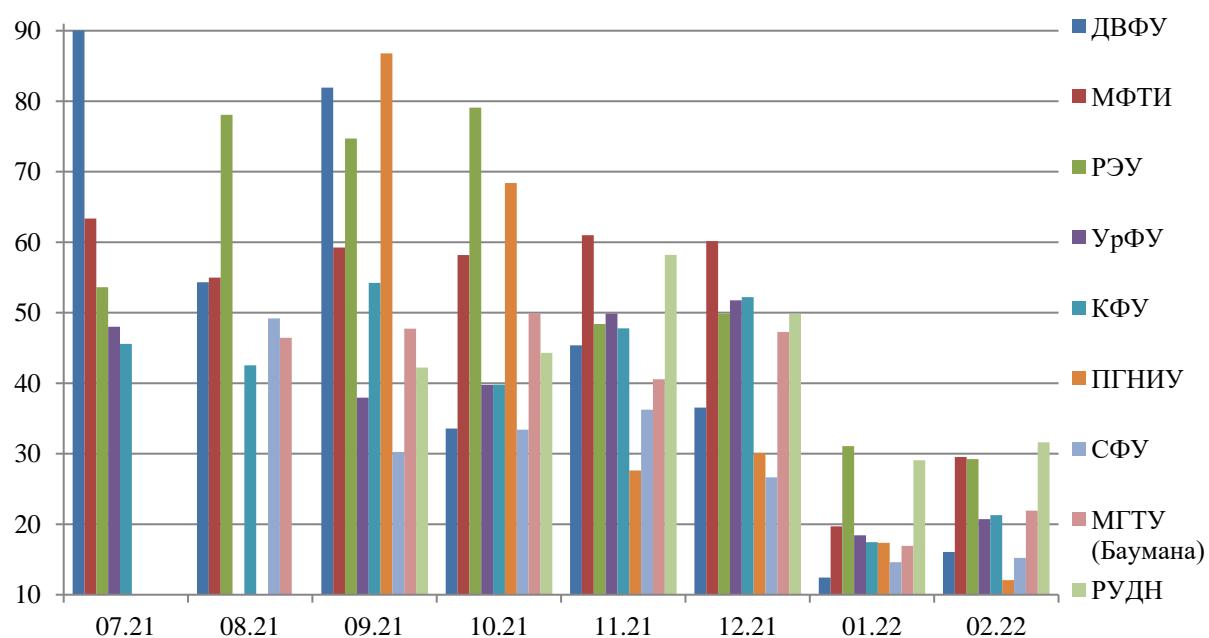


Рисунок 2. Динамика Index Mass Media ТОП-5 вузов по периодам [6]

ТОП-5 в анализируемых периодах сформировался 9 вузами. При этом стабильное положение в этой пятерке занимали Российский экономический университет имени Г.В.Плеханова и Московский физико-технологический институт (в 8 периодах из 8 исследуемых), а также Российский университет дружбы народов и Казанский федеральный университет (в 5 и 4 последних периодах соответственно). Разница между максимальным и минимальным значениями Index Mass Media по вузам ТОП-5 по сравнению с M-Rate была более значительной – она составила от 2 до 7,2 (в среднем 3,1) раза.

Во-вторых, коэффициент эффективности взаимодействия вуза с социальными сетями, или Index Social. При расчете рейтинга медиаактивности в первых месяцах анализа принимались во внимание аккаунты вуза и его активность в восьми социальных сетях – ВКонтакте, Instagram, Telegram, Facebook, YouTube, TikTok, Одноклассники, Twitter, в дальнейшем этот перечень имел тенденцию к сокращению – а также трафик, приведенный на сайт вуза из социальных сетей. При этом значимость для «социального индекса» у социальных сетей разная. Максимальная доля в формуле расчета рейтинга 2021 года отводилась первым трем социальным сетям из списка. Динамика Index Social по периодам расчета показана на рис.3. Его данные показывают, что средний рейтинг вузов, формирующих ТОП-5, по месяцам исследуемого периода, характеризовался ростом в его начале (с июля по ноябрь 2021 года) и спадом к концу (с декабря 2021 по февраль 2022) с максимальным значением в ноябре 2021 года (38,31) и минимальным в июле 2021 (8,92). ТОП-5 в анализируемых периодах сформировался 15 вузами, при этом стабильное положение в этой пятерке занимали Уральский федеральный университет имени первого Президента Б.Н.Ельцина (в 8 периодах из 8 исследуемых), а также Российский университет дружбы народов, МГТУ имени Н.Э.Баумана и Казанский федеральный университет (в 6 из 8 анализируемых периодов).

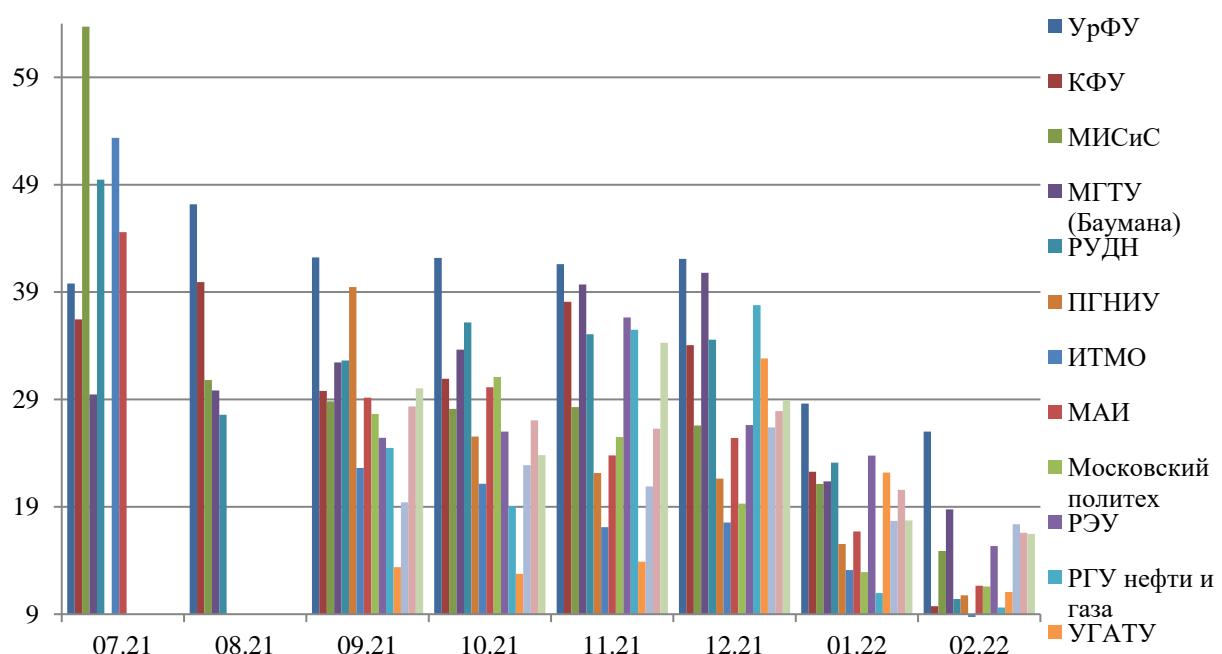


Рисунок 3. Динамика Index Social ТОП-5 вузов по периодам [6]

Разница между максимальным и минимальным значениями Index Mass Media по вузам ТОП-5 по сравнению с Index Mass Media характеризуется более значительным размахом колебаний – он составил от 1,5 до 6,2 (в среднем 4,3) раза.

В-третьих, коэффициент взаимодействия вуза с официальным сайтом, или Index Site. При расчете данного показателя принимаются во внимание аудитория сайта, время, проводимое на нем пользователями, число посещений сайта за месяц, а также количество отказов. Динамика Index Site по периодам расчета показана на рис.4.

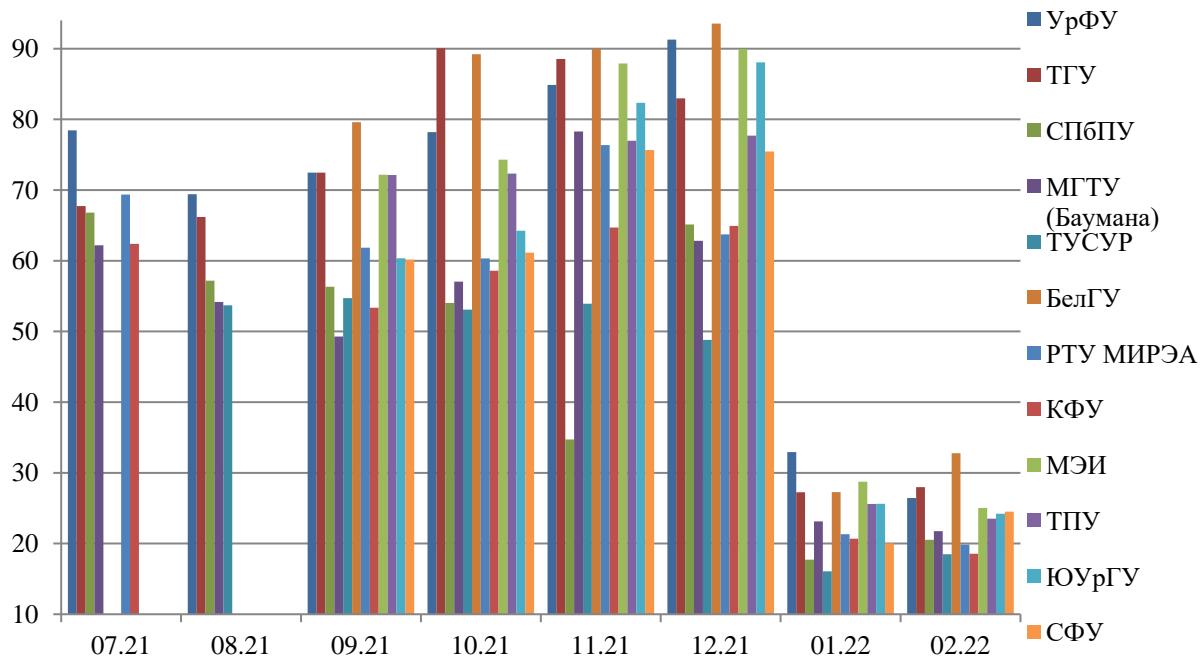


Рисунок 4. Динамика Index Site ТОП-5 вузов по периодам [6]

По представленным данным можно заключить, что средний рейтинг вузов, формирующих ТОП-5, по месяцам исследуемого периода изменялся с направления его роста в августе-декабре 2021 года до снижения в январе-феврале 2022 – с максимальным значением в декабре 2021 года (89,16) и минимальным в феврале 2022 (27,35). ТОП-5 в анализируемых периодах сформировался 12 вузами, при этом стабильное положение в этой пятерке занимали Уральский федеральный университет имени первого Президента Б.Н.Ельцина и Томский государственный университет (в 8 периодах из 8 исследуемых), а также Белгородский государственный национальный исследовательский университет и Московский энергетический институт (в 6 последних из 8 исследуемых периодов). Разница между максимальным и минимальным значениями Index Mass Media по вузам ТОП-5 по сравнению с общим и 2 другими частными индексами была менее значительной – она составила от 3,3 до 3,8 (в среднем 3,26) раза.

Для оценки перспектив повышения эффективности деятельности КузГТУ за счет рейтинга медиаактивности проанализируем сложившиеся значения вышеперечисленных показателей по периодам расчета, за которые имеются данные – с сентября 2021 по февраль 2022 года (табл.1).

Таблица 1 – Показатели медиаактивности КузГТУ [6]

Показатели	Значение, место в рейтинге, тенденция относительно предыдущего периода					
	09.21	10.21	11.21	12.21	01.22	02.22
M-Rate	14,64 83 +28п	12,71 111 -4п	13,82 107 -10п	14,68 97 +37п	4,87 134 -15п	5,02 119 -15п
Index Mass Media	13,34 50 +46п	7,96 96 -1п	8,02 95 -30п	11,29 65 +65п	2,12 125 -70п	5,3 55 -70п
Index Social	8,84 127 +30п	6,69 157 +28п	4,66 185 -49п	8,41 138 +20п	3,5 158 +21п	1,52 179 +21п
Index Site	28,72 101 -16п	34,26 85 -25п	43,79 53 +55п	34,02 102 -26п	12,44 76 -26п	13,34 50 -26п

На основании представленных в ней данных можно сделать вывод об ухудшении рейтинга медиаактивности вуза в целом за период – M-Rate снизился с 14,64 до 5,02 с сентября 2021 по февраль 2022 года, при этом КузГТУ сместился с 83 на 119 место из 219 в списке российских вузов. Отрицательное влияние на это оказали все составляющие данного показателя, наиболее значительным из них было снижение Index Mass Media с 13,34 до 5,3 и Index Social – с 8,84 до 1,52. При рассмотрении колебаний M-Rate по отдельным периодам можно выявить ряд положительных моментов, позволяющих сделать

вывод о наличии реальных возможностей повышения показателей эффективности по введенным критериям Минобрнауки. Прежде всего, это касается, выполнения критерия улучшения позиций в рейтинге медиаактивности на 20 пунктов, что наблюдалось в октябре 2021 и январе 2022 годов с подъемом позиции КузГТУ на 28 и 37 пунктов соответственно. В каждом из отмеченных случаев наибольший вклад в увеличение данного показателя внесен индексом, характеризующим число публикаций об образовательном учреждении и его сотрудниках в средствах массовой информации России, ее субъектов и сети Интернет, Index Mass Media (на 46 и 65 пунктов) соответственно.

По результатам выполненного исследования можно сделать следующие выводы. Значения индекса медиаактивности Кузбасского государственного технического университета имени Т.Ф.Горбачева за весь период наблюдения не обеспечивают ему возможность вхождения в ТОП-15 вузов для присвоения 1,5 баллов рейтинговой шкалы эффективных вузов (наилучший отмеченный результат позволил занять КузГТУ только 83 место в сентябре 2021 года). Однако отмеченная динамика данного показателя свидетельствует о возможности получить 1,5 и даже 2,5 балла. Сильными сторонами медиаактивности КузГТУ, содержащими потенциал роста, являются публикации в региональных и федеральных СМИ, в том числе передачи на телеканалах соответствующих уровня, и число эксклюзивных новостей, связанных с его деятельностью, на ресурсах Минобрнауки. Направлением роста, на котором КузГТУ необходимо усилить медиаактивность, является проработка официального сайта вуза на предмет привлечения аудитории и увеличения времени, проводимом на нем пользователями, а также числа посещений за месяц. Весьма полезным для активизации деятельности в направлениях повышения медиаактивности, может стать изучение опыта вузов, добившихся наилучших, и главное, стабильно высоких результатов – Уральский федеральный университет имени первого Президента Б.Н.Ельцина, Российский университет дружбы народов и МГТУ имени Н.Э.Баумана.

### **Список литературы:**

1. Приказ Минобрнауки России от 01.02.2022 № 92 «Об утверждении показателей эффективности деятельности федеральных бюджетных и автономных образовательных учреждений высшего образования, подведомственных Министерству науки и высшего образования Российской Федерации, и работы их руководителей, по результатам достижения которых устанавливаются выплаты стимулирующего характера руководителям таких учреждений».
2. Тюленева, Т. А. К вопросу оценки конкурентных преимуществ преподавателя вуза / Т. А. Тюленева // Конкуренция и монополия : Сборник материалов IV Всероссийской научно-практической конференции студентов, магистрантов, аспирантов, научно-педагогических работников и специали-

стов в области антимонопольного регулирования, Кемерово, 20–21 октября 2021 года / Под общей редакцией Н.В. Кудреватых, В.Г. Михайлова. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2021. – С. 273-276.

3. Тюленева, Т. А. Опыт организации и проведения производственной практики в вузе в период действия особого режима с использованием дистанционных образовательных технологий / Т. А. Тюленева // Открытое и дистанционное образование. – 2020. – № 1(77). – С. 47-53. – DOI 10.17223/16095944/77/7.

4. Тюленева, Т. А. Опыт казахского гуманитарно-юридического инновационного университета в содействии трудоустройству выпускников / Т. А. Тюленева // Новый взгляд на систему образования : Сборник материалов II Международной научно-практической конференции, Прокопьевск, 10 апреля 2019 года / Ответственный редактор Е.Ю. Пудов. – Прокопьевск: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2019. – С. 0431-0432.

5. Самиева, М. Ф. Повышение эффективности системы внутреннего контроля внеучебной работы высшего учебного заведения / М. Ф. Самиева, Т. А. Тюленева // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2020. – № 4(40). – С. 215-223.

6. Рейтинг медийной активности вузов. Публикации Минобрнауки РФ.  
URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/> (Дата обращения 31.03.2022).