



# ТЕЛЕМАТИКА'2009

## ТОМ 1

Санкт-Петербург 2009

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Российская академия наук  
Национальный фонд подготовки кадров

Труды XVI Всероссийской научно-методической  
конференции

## **Телематика'2009**

Том 1. Секция А

*22–25 июня 2009 года, Санкт-Петербург*

Санкт-Петербургский государственный университет  
информационных технологий, механики и оптики  
Государственный научно-исследовательский институт информационных  
технологий и телекоммуникаций "Информика", Москва  
При поддержке Американского благотворительного фонда "Информатизация"

При разработке электронных учебно-методических материалов для дистанционного обучения необходимо помнить, что в центре процесса обучения находится самостоятельная познавательная деятельность обучаемого [4].

Электронное учебное пособие, разработанное с использованием предлагаемой технологии, позволит удовлетворить широкие современные образовательные потребности и найдет достойное применение в учебном процессе с использованием различных педагогических технологий. В дальнейшем планируется усовершенствование предложенной технологии путем повышение качества и расширения набора встраиваемых компонент, снижение временных затрат при сборке электронных учебных материалов.

#### Литература

1. Краснова Г.А., Беляев М.И., Соловов А.В. Технологии создания электронных обучающих средств. – М.: МГИУ, 2001. – 223 с.
2. Хортон У., Хортон К. Электронное обучение: инструменты и технологии / Пер. с англ. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2005. – 640 с.
3. Клишин А.П., Шелемехова М.С., Казарин С.А. Вестник ТГПУ /Разработка серии CD дисков для заочного и дистанционного обучения. – Томск: ТГПУ, 2007. – 88-90 с.
4. Корольков А.Ф., Стратонович Ю.Р., Фролова В.В. Методика разработки электронного учебно-методического комплекса для дистанционного образования. Учебное пособие – М.: Издательство МСХА, 2004. – 83 с.

## ПРЕДСТАВИТЕЛЬСКИЙ САЙТ ТГУ И ПРОБЛЕМА ПОВЫШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО РЕЙТИНГА УНИВЕРСИТЕТА

**В.С. Дикке, Е.Н. Якунина**

*Томский государственный университет*

Тел.: (3832) 52-94-96, e-mail: yakunina-en@cspd.tsu.ru

В настоящее время, согласно существующим методикам расчета международного рейтинга высших учебных заведений, позиция ТГУ, как, впрочем, и всех российских вузов, представляется недостаточно высокой. Это комплексная проблема, для решения которой необходимо улучшение оценки университета по всем показателям ранжирования. Однако, из множества возможных инструментов воздействия на эти показатели в компетенции управления информатизации фактически находится только один – представительский веб-сайт. Поэтому данное исследование ограничивается теми оценочными показателями, которые зависят от представительства вуза в Интернет. Для начала необходимо выделить такие критерии в лидирующих системах оценивания: THES-QS, рейтинге Шанхайского университета и рейтинге Webometrics.

Рейтинг THES-QS складывается из следующих показателей:

- число упоминаний вуза академическим сообществом (40%);
- число упоминаний вуза профессиональными рекрутерами (10%);
- доля иностранных студентов вуза (5%);
- доля иностранных сотрудников вуза (5%);
- соотношение числа сотрудников и студентов вуза (20%);
- соотношение индекса цитируемости и сотрудников вуза (20%).

Легко видеть, что первые два показателя являются функцией качества образования и научной деятельности, и мало зависят от саморепрезентации вуза. Следующие три показателя в первую очередь характеризуют кадровый состав. Однако доля иностранных студентов и сотрудников вуза также зависит от его известности за рубежом, т.е. связана с представительской функцией. Последний показатель – индекс цитируемости зависит от доступности работ в сети Интернет. Таким образом, можно выделить два фактора влияния веб-сайта на позицию вуза в рейтинге THES-QS: привлекательность представления вуза для иностранной аудитории и доступность научных публикаций в Интернет.

Рейтинг Шанхайского университета также складывается из шести показателей.

Из этих критериев четыре (количество наград у выпускников и сотрудников, число статей в журналах Nature и Science и размер университета) находятся вне нашей компетенции. Оставшиеся два критерия, HiCi и SCI, сводятся к индексу цитируемости сотрудников университета, что уже было проанализировано при рассмотрении рейтинга THES-QS.

Наконец, рейтинг Webometrics напрямую связан с представительским сайтом вуза. Следует заметить, что критерий Visibility, дающий 50% от общего веса, является объективной оценкой не только количества, но и качества, «ценности» представленной на сайте информации в глазах сторонних пользователей. В свою очередь, под Rich Files понимаются такие файлы, по которым можно оценить научно-исследовательскую и академическую активность вуза; для этой цели были выбраны форматы Adobe Acrobat, Adobe PostScript, Microsoft Word и Microsoft PowerPoint. Таким образом, можно сказать,

что критерии Visibility и Rich Files представляют собой разные способы определения суммарной «ценности» наполнения сайта; в общем случае они не обязаны совпадать, но, как правило, подтверждают друг друга, поэтому их можно рассматривать в совокупности. Что же касается поисковой системы Google Scholar, то ее специализация – поиск по научным работам, в соответствии со стандартом OpenURL.

Кроме того, заметим, что показатель, при анализе рейтингов Шанхайского университета и THES-QS сформулированный в общем виде как «доступность научных публикаций сотрудников в Интернет», приобретает конкретное содержание в составляющих рейтинга Webometrics.

Суммируя вышеизложенное, можно перечислить четыре фактора воздействия на международные рейтинги ТГУ через веб-сайт университета:

1. Общая привлекательность представления вуза для иностранных студентов и преподавателей.
2. Число страниц сайта, покрываемых основными поисковыми системами.
3. Количество ценных файлов.
4. Количество научных работ, доступных на сайте и покрываемых поисковой системой Google Scholar.

Рассмотрим подробнее эти факторы и возможные меры по их улучшению.

#### **1. Привлекательность представления вуза в глазах зарубежной аудитории**

Зарубежные посетители способны получить представление о вузе в той степени, в которой на его сайте присутствует информация на родном языке посетителя либо на одном из «международных» языков. Полное дублирование всего контента русскоязычной версии сайта на иностранные языки, не говоря уже о регулярном обновлении, было бы неоправданно затратным. В связи с этим следует выделить приоритетные направления перевода содержания сайта. В первую очередь, в переводной версии сайта должна быть представлена образовательная деятельность университета: все факультеты, специальности и направления подготовки.

Следующее ключевое направление – представление результатов научной деятельности: авторефераты диссертаций, статьи и т.д. Сегодня основная масса научной деятельности сотрудников университета является «невидимой» для мирового академического сообщества. В связи с этим **необходимым минимумом** представляется публикация на сайте НБ ТГУ англоязычных абстрактов всех научных статей, выходящих в «Вестнике ТГУ», диссертаций и т.д.

#### **2. Число страниц сайта, покрываемых основными поисковыми системами**

По размеру сайта ТГУ опережает большинство российских вузов. При оценке критериев Webometrics учетной единицей является домен. Таким образом, сайты всех структурных подразделений, размещенные в субдоменах .tsu.ru, вносят свою долю в такие параметры, как объем сайта, количество ценных файлов и пр. Дальнейшее увеличение количества страниц сайта возможно за счет размещения на нем «ценных» файлов.

#### **3. Количество ценных документов, доступных на сайте**

Основным и самым ценным ресурсом являются научные работы. Наличие их в доступе, свободном или же по подписке, позволит повысить заметность и цитируемость научной деятельности вуза в целом.

К «ценным» файлам также можно причислить нормативно-правовые документы, относящиеся к деятельности вуза, бланки документов. Такие документы востребованы только студентами, абитуриентами, аспирантами и сотрудниками ТГУ, поэтому они не дадут увеличения количества внешних ссылок. Однако это не умаляет их полезности. Наполненность сайта «ценным» контентом также положительно влияет на посещаемость сайта. В качестве примера можно взять сайт Финф (<http://www.lnf.tsu.ru/>), где есть учебные пособия, личные карточки сотрудников с библиографией, дипломы выпускников.

#### **4. Количество научных работ на сайте, покрываемых поисковой системой Google Scholar**

Этот показатель является также основным инструментом повышения индекса цитируемости. Недостаточно просто размещать научные работы сотрудников в виртуальной библиотеке, необходимо также интегрировать их в мировую межбиблиотечную систему обмена ссылками стандарта OpenURL. Данная мера также позволяет гибко решать вопрос издательских прав, предоставляя публикации не только в открытый доступ, но и по подписке.