

## **Индекс медиаактивности российских университетов на базе открытых источников (русскоязычный сегмент)**

Рост конкуренции на поле высшего образования с одной стороны и новые вызовы международного научно-образовательного рынка с другой стороны, обуславливают существенное изменение активностей российских университетов как на российском, так и на зарубежном информационном поле. Данный процесс приводят к существенному изменению активностей вузов в области собственной информационной политики. В то же время, эффективности реализуемых университетами медиастратегий не могут быть признаны равнозначными: дивергенции параметров присутствия на медиаполе России и зарубежья продолжают оцениваться существенными величинами.

С целью оценки результативности реализации медиастратегий университетов на российском информационном поле разработан синтетический индекс медиаактивности вузов, **измеряемый на базе данных исключительно открытых источников**, в первую очередь с целью дальнейшего воспроизведения результатов оценки отдельными вузами-участниками сравнения, а также с целью формирования собственных целевых показателей вузами-интересантами продвижения в информационном поле.

Медиаиндекс рассчитывается на основе двух показателей:

- показатель **аудитории сайта** вуза в замерыемый месяц;
- количество **упоминаний вуза** в новостных сообщениях электронных СМИ, измеряемое по одной из ведущих поисковых систем России (Yandex).

Данные по аудиторией сайта получены по показаниям бесплатного функционала портала Similarweb.com (что обеспечивает открытость и доступность данных для любого пользователя), а интенсивность новостного поля – по разделу поиска новостных сообщений ресурса Yandex.ru. Периоды измерения полностью синхронизированы и составляют полный календарный месяц.

Медиаиндекс, таким образом, включает в себя два равновесных (по 50% веса) нормализованных показателя: аудиторию сайта университета и количество упоминаний в электронных СМИ РФ.