

Мониторинг и оценка эффективности информационной кампании

В рамках исследования медиаобраза вузов Татарстана для аудитории иностранных студентов было проведено социологическое исследование в период с 22 ноября по 9 декабря 2019 года. Основной целью было определение значимых элементов имиджа вузов Татарстана и основных каналов получения информации о вузах республики, которые используют абитуриенты-иностранцы а так же оценка доступности, качества и привлекательности контента о высшем образовании в Татарстане (промоматериалов и т.д.).

Для повышения уровня достоверности данных были использованы следующие методы сбора первичных эмпирических данных:

- Анализ динамики обсуждения темы онлайн (посты и статьи на тематических форумах и в группах в социальных сетях с использованием ключевых слов, связанных с высшим образованием в Татарстане) с выделением охвата аудитории, географии обсуждения и пиков активности авторов.
- Серия фокусированных интервью (N= 25) с иностранными студентами-первокурсниками казанских вузов, обучающихся по различным направлениям подготовки, нацеленных на выявление образа КФУ, высшего образования в РТ в глазах иностранного выпускника школы/колледжа в той или иной стране, каналах получения информации и оценке иностранным студентом привлекательности этой информации, ее качества и влияния на итоговое решение о выборе вуза.
- Серия фокусированных экспертных интервью (N= 15) со специалистами, занятыми организацией привлечения и приема иностранных студентов в вузы Казани (представители приемных комиссий вузов, представители Министерства образования и

науки РТ, руководители и активисты общественных организаций иностранных студентов).

- Массовый репрезентативный опрос иностранных студентов КФУ (N= 459), посвящённый опыту этих студентов на стадии выбора места для обучения. Основное внимание в анкете было сосредоточено на оценке количества и доступности информации о вузах Татарстана, наиболее и наименее распространённых источниках информации о высшем образовании в Татарстане и той информации, которую студенты хотели бы получить о вузах региона в тот период, когда они выбирали вуз.

Данные полученные в ходе эмпирического этапа исследования, были проанализированы с использованием различных процедур, в соответствии с целью исследования и той формой, в которой они были представлены. Для данных массового опроса студентов, были построены таблицы частотного распределения ответов, подсчитаны процентные доли выбора тех или иных вариантов. Данные онлайн обсуждения, затрагивающего вопросы высшего образования в Татарстане, были подвергнуты содержательному анализу с фокусом на характере и контексте упоминания темы.

Основным методом сбора эмпирических данных в рамках представленного исследования является автоматизированный отбор сообщений по кодовым словам (поисковому запросу) с использованием сервиса мониторинга СМИ и социальных медиа «IQBuzz» (были отобраны сообщения по теме за последний (2019) год). Сервис мониторинга IQBuzz обрабатывает информацию из более чем 10000 источников онлайн-СМИ, Facebook, Twitter, ВКонтакте, Мой Мир, Instagram, 4sq, LiveJournal, LiveInternet, Google+, YouTube, RuTube и т.д. Сбор и анализ эмпирических данных произведен в период с 22 ноября по 9 декабря 2019 г.

На втором этапе была произведена ручная корректировка отобранных сообщений, из выборки были удалены 234 сообщения не содержащих

адекватных целям исследования эмпирических проявлений признака, итоговое количество сообщений подвергшихся кодировке – 3507 ед.

Основным методом анализа эмпирических данных экспертного опроса являлось использование элементов концептуализации в рамках «обоснованной теории»¹. Обоснованная теория - это теория, которая индуктивно выводится из изучения феномена, который она представляет. Она создается, развивается и верифицируется в разных условиях путем систематического сбора и анализа данных, относящихся к изучаемому феномену. Все записи интервью были транскрибированы и подвергнуты открытому построчному кодированию. Далее обнаруженные смысловые коды классифицировались и объединялись в аналитические категории и субкатегории.

1. Массовый репрезентативный опрос иностранных студентов КФУ показал, что более половины опрошенным (57,1%), на этапе принятия решения о выборе вуза для поступления, было достаточно информации о вузах Казани в целом и КФУ в частности (Рис. 1).

Рисунок 1. Оценка достаточности информации при принятии решения о поступлении в вуз (в % от общего числа опрошенных)



¹Страусе А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники / Пер. с англ. и послесловие Т. С. Васильевой. — М.: Эдиториал УРСС, 2001. - 256 с.

Около трети опрошенных (27,4%) отметили, что они не смогли получить достаточное количество информации об университетах РТ, в том числе и КФУ, в период, когда выбирали вуз для обучения. Еще 15,4% затруднились дать оценку.

Отвечая на вопрос «Из каких источников Вы получили информацию о КФУ?» иностранные студенты чаще всего выбирали несколько вариантов ответа. Самым популярным источником информации (его отметили 51,9% опрошенных) является рекомендация близких и друзей. Так же популярны такие источники как «сайт университета» (37,7%) и «социальные сети» (35,4%). В группу наименее распространённых источников по результатам опроса вошли «сайт или мероприятия Россотрудничества» (15,8%), «сотрудники университета» (14,6%) и «учителя и сотрудники школы» (10,8%). Часть респондентов (около 10%) отмечают, что занимались самостоятельным поиском информации о вузах для поступления и находили информацию о казанских вузах в различных рейтингах российских вузов по тем или иным направлениям подготовки (на различных форумах и других интернет-площадках не принадлежащих вузам) (Рис. 2).

Рисунок 2. Источники информации о вузах Татарстана (в % от общего числа опрошенных, был возможен выбор нескольких вариантов ответа)



В целом анализ ответов позволяет сделать вывод, что респонденты, в большинстве случаев, выбирают одновременно 2-3 источника, комбинации которых различны, однако в целом один из источников всегда является неформальным (например, советы близких и друзей или информация из социальных сетей), а остальные формальными (сайты вузов и т.д.)

Отвечая на открытый вопрос о том, какой информации о вузах Татарстана не хватало на этапе выбора места для обучения, респонденты отмечали нехватку информации об особенностях специализации и трудоустройства, стоимости обучения и вариантах оплаты обучения (гранты, государственные субсидии и т.д.), особенностях оформления документов для абитуриентов из разных стран. В целом, в общей массе высказываний доминировал нарратив «при наличии запроса по обучению в Татарстане всю информацию найти легко». Таким образом, можно сделать вывод, что формирование этого запроса на информацию об высшем образовании и именно в Татарстане может быть важной частью работы по привлечению иностранных студентов.

2. Серия фокусированных интервью с иностранными студентами-первокурсниками казанских вузов, обучающихся по различным направлениям подготовки, позволила глубже понять и интерпретировать данные массового опроса. В целом, полученные на разных этапах исследования результаты не противоречат друг другу. В ходе интервью студенты описывали свой опыт в качестве абитуриентов. Нацеленность на обучение в Татарстане является частью общего тренда престижности высшего образования за рубежом. При этом образование в России рассматривается, с одной стороны, как более престижный вариант по сравнению с обучением в своей стране, с другой стороны, как более экономически доступный, чем образование в Европе, США и других странах. Представление об экономической доступности формируется благодаря распространённости программ государственного субсидирования обучения в России (наиболее актуально для студентов из СНГ, но распространено и для

абитуриентов из Китая и стран Африки) и более низким ценам, по сравнению с обучением в Европе и США.

Многие студенты из СНГ отмечают, что обучение в России очень распространено среди их соотечественников. Как подчеркнула студентка из Казахстана – *«большинство моих одноклассников учатся в России, да. Я знаю несколько студентов, которые еще в Индонезию уезжали учиться. Но в основном вот Китай, Россия»*. Для студентов из таких стран как Китай, Индия, страны Африки – обучение в России распространено несколько меньше (по оценкам респондентов), однако наша страна входит в топ 3-5 наиболее популярных вузов при выборе вариантов обучения за границей. Для студентов из Китая дополнительным плюсом является территориальная близость к своей стране. Для всех остальных играет роль благоприятный имидж российского образования, как качественного образования, возможность получить котируемую на родине студентов специальность, особенно это актуально для технических и естественнонаучных дисциплин.

Отвечая на вопрос о том, почему студенты выбрали для обучения именно вузы Татарстана и Казани студенты из СНГ и стран дальнего зарубежья называли различные группы причин.

Для абитуриентов из СНГ большое значение имел позитивный опыт обучения в казанских вузах, о которых им рассказали другие студенты из их страны. Как отмечает студент из Таджикистана: *«Друг тоже обучается на экономиста. Ну, много чего рассказывал, что сам город красивый, дружелюбные люди. Он был в Питере и Москве, сравнивал отношение людей. И как бы для меня самое главное было»*. При этом, опрошенные отмечают, что сами довольно часто дают советы школьникам из своей страны, как поступить в вузы Казани, к ним обращаются как знакомые, так и просто разные люди из социальных сетей. Личные рекомендации по выбору вуза и города обучения многие студенты получают и от своих родителей, которые знают о таких вузах как КФУ и КХТИ из собственного опыта обучения или опыта обучения своих знакомых.

Те преимущества образования в Казани, которые студенты транслируют всем, кто к ним обращается, это чистота и удобство города, чувство безопасности, меньшие по сравнению с Санкт-Петербургом и Москвой затраты на проживание, хорошие материальные условия обучения и проживания в общежитии, разнообразие культурно-массовых мероприятий. Последнее особенно значимо для тех студентов, которые ищут информацию о заинтересовавших их вузах через социальные сети (Instagram чаще всего): *«вот волонтерская деятельность и студенческая вообще деятельность, в том числе, для меня очень интересна. И когда я увидел, насколько у них (в КФУ) активность проявляется в этой сфере, я возгорел желанием просто поступить в этот университет».*

Для части абитуриентов на этапе выбора вуза имело значение и то, что в Татарстане их вероисповедание (ислам) не будет восприниматься инородно: *«мы планировали с моими подругами сюда поступать, именно в Казань. Потому что он именно такой мусульманский город, а вот...для многих это важно. Для родителей именно студентов, потому что всё - таки боятся».*

Для студентов из стран **дальнего зарубежья** имеет значение баланс между качеством образования, доступностью жизни в городе во время обучения и условиями проживания. Качество образования в Казани рассматривается в контексте качества российского высшего образования в целом, оценка производится на основании открытых и доступных источников в сети интернет: *«КФУ входит в топ-10 лучших вузов России»* (студентка из Китая). Также значительное влияние оказывает и информация об предоставляемых условиях обучения и проживания. Как отмечает студентка из Нигерии: *«кампус мне понравился. Особенно Деревня Универсиады, сравнивая общежитие других вузов с этим общежитием, это корпус зданий престижно выглядит. Нашла фото на сайте».* Те студенты, у которых есть знакомые в вузах Казани, отметили, что просили прислать фото и видео из общежитий.

Обе группы опрошенных - студенты из СНГ и стран дальнего зарубежья - считают наиболее престижными вузами России вузы Москвы и Санкт-Петербурга. При этом, Казань признается одним из наиболее оптимальных вариантов места для получения высшего образования, с точки зрения баланса качества образования, комфорта и стоимости жизни: *«Я прошел в Москву, но мы все просчитали. Мои родители просто не смогли бы материально меня поддерживать в Москве, потому что это слишком дорогой город. Казань тоже не из дешевых городов, но при этом, по сравнению с другими городами, он самый оптимальный. Вот именно поэтому я пошел в Казанский Университет»* (студент из Таджикистана).

При этом для студентов из дальнего зарубежья вариант обучения в Татарстане чаще был предложен не близкими и друзьями, а специалистами, работающими в рамках программ государственного партнерства. И уже после полученной информации студенты занялись поиском информации самостоятельно (сайты университетов, в первую очередь, посещение мероприятий, посвященных образованию в России, во-вторую). Вообще, образовательные мероприятия (фестивали, ярмарки и посещения школ представителями вузов) для иностранных студентов очень значимы, каждый из опрошенных отметил что посещал такую встречу или обращался с вопросами к тем, кто посещал. Рекламные материалы татарстанских вузов оцениваются как качественные, а их сотрудники выделяются дружелюбием и заинтересованностью (по сравнению с представителями других вузов России).

3. Данные экспертного опроса специалистов, занятых в работе по привлечению и сопровождению иностранных студентов в вузы Татарстана во многом согласуются с информацией, полученной от студентов-иностранцев вузов Казани.

Так, личный опыт экспертов, проведение ими индивидуальных и групповых бесед позволяет сделать вывод о том, что большинство учащихся

проявляют живой интерес к возможности обучения за рубежом, в том числе рассматривают российские вузы как потенциальное место обучения. О заинтересованности продолжить обучение за границей говорит и то, что у части учащихся к моменту окончания образовательного учреждения сданы экзамены на сертификаты IELTS и TOEFL, подтверждающие знание английского языка. Желание продолжить образование в российских вузах есть и у учащихся, и у их родителей. Конкурентным преимуществом российских вузов является не только географическая близость, предложение огромного количества образовательных программ разного профиля подготовки, но и преподавание дисциплин на русском языке (для студентов из СНГ). Анализ мнения экспертов позволяет выявить наиболее важные сегменты информации, которые должны быть представлены и доведены до потенциальных абитуриентов с помощью различных информационных ресурсов:

1. Для многих потенциальных абитуриентов существенное значение имеют условия проживания на территории другого государства, поэтому наличие хорошо обустроенного комплекса студенческих общежитий влияет на выбор будущего места получения высшего образования.

2. Качество образования, позиция вуза в различных рейтингах и приемлемая стоимость обучения являются важными критериями выбора места обучения будущих студентов. К тому же престиж вуза, качество преподавания образовательных программ и наличие тесного сотрудничества с возможными местами будущего трудоустройства, на взгляд абитуриентов, говорит о востребованности специалистов с дипломом данного вуза на рынке труда.

3. Большой интерес у учащихся выпускных классов и курсов школ и лицеев вызывает наличие дистанционных форм обучения, возможность получения материалов лекций и практических занятий в электронном виде в личных кабинетах студентов и предлагаемые вузом программы международных стажировок.

В качестве основных источников получения информации об образовательных программах высших учебных заведений эксперты выделяют:

Телеграмм-каналы и социальные сети. Мессенджеры позволяют быстро и безопасно распространять значительное количество информации на большую аудиторию. Особенно следует выделить: каналы, которые ведут сотрудники приемных комиссий вузов; образовательные каналы, которые содержат обучающие материалы, учебники и популярные факты; каналы по дистанционному обучению, в которых можно найти полезные материалы вебинаров, научных конференций, семинаров, конкурсов.

Визиты представителей вузов в учебные заведения с презентациями. Установочная лаконичная информация, представленная в выступлениях преподавателей, сотрудников приемных комиссий учебных заведений, дает возможность будущим студентам ориентироваться в большом потоке информации, касающейся приемной кампании, быть в курсе основных событий и мероприятий, проводимых в определенном вузе. Особенно ценны такие каналы информирования для учащихся выпускных классов и курсов школ и лицеев, которые уже определились с выбором вуза, где они продолжают свое образование. Для более доступного информирования учащихся в состав выступающих с презентацией вуза можно включить активных студентов, уже получающих образование в данной образовательной организации, которые могут поделиться опытом, советами, рассказать выпускникам о своих успехах.

Международные конференции и выставки образования – это специализированные площадки для размещения и продвижения информации о вновь открываемых и уже существующих актуальных образовательных программах. Популярность данного канала получения информации об образовательных программах высших учебных заведений обусловлена тем, что в них принимают участие официальные представители престижных учебных заведений. Также востребованность международных конференций и

выставок образования связана с низкими временными и географическими издержками: презентацию о различных направлениях подготовки в разных вузах можно получить в одном месте за сравнительно небольшой промежуток времени.

□ *Учебные центры и центры подготовки к ЕГЭ.* Часть абитуриентов, нацеленные на поступление в российские вузы, посещают занятия в учебных центрах и центрах подготовки к ЕГЭ по предметам, по которым они будут сдавать вступительные экзамены или ЕГЭ. Эффективными также являются проводимые мастер-классы для абитуриентов по подготовке к экзаменам, особенно по тем предметам, которые не включены в школьную программу подготовки, например, «История России», «Обществознание» и т.д.

□ *Сайты университетов.* Данный источник получения информации об образовательных программах высших учебных заведений, по словам самих учащихся, используется реже, чем другие. Во многом это обусловлено тем, что мониторингу сайтов университетов предшествует принятие решения и определение с выбором об образовательной организации, где учащиеся намерены продолжить обучение после школы или лицея. На сайтах вузов абитуриенты хотели бы видеть информацию и материалы не только о программах подготовки, представленных в учебных заведениях, но и информацию о студенческих общежитиях, проводимых мероприятиях научного, культурно-массового, социально-воспитательного характера. Продвижение сайта вуза также должна быть направлена на достижение информационной открытости для абитуриентов: учащиеся отметили удобство создания форумов с возможностью для абитуриентов задавать вопросы модератору на различные темы, связанные с поступлением в вуз.

□ Узнают о вузах от тех, кто уже поступил туда и учится там («сарафанное радио»). Неформальные формы и способы передачи информации актуальны для молодежной среды: рекомендации и советы

членов семьи, близких друзей и знакомых, оказывающих влияние на выбор будущей профессии и вуза, считаются проверенными и надежными, так как они не опосредованы другими источниками информации рекламного характера.

4. Автоматизированный анализ сообщений в сети интернет. Для анализа были автоматически отобраны 1602 сообщений, содержащих упоминание темы период с 22 ноября 2019 по 10 декабря 2019 года.

Содержание сообщений можно разделить на три большие группы. Во-первых, это контент сайтов самих вузов, страниц вузов в социальных сетях и обсуждений в комментариях к ним. Во-вторых, сообщения и публикации в СМИ (интернет-страницы медиа и записи в социальных сетях СМИ) о событиях и мероприятиях с участием вузов Татарстана, таких как встречи руководителей вузов, новости о сотрудничестве в сфере высшего образования, ярмарки вакансий, мероприятия для абитуриентов и т.д.). Третий тип содержания сообщений - информационные сообщения о вузах, топы и списки вузов России с упоминаниями вузов города Казани (в социальных сетях) и комментариями авторов.

Тональность сообщений по теме за последний год представлена на Рисунке 3. Абсолютное большинство сообщений (98,3%) - это нейтральные материалы, подающие информацию о вузах Татарстана без какой-либо экспрессивной окраски. Сообщения, окрашенные таким образом, это новостные сообщения СМИ, информация со страниц самих вузов и т.д. Оставшиеся 1,7% сообщений окрашены позитивно (это комментарии к новостным сообщениям и, реже, сами тексты новостных сообщений).

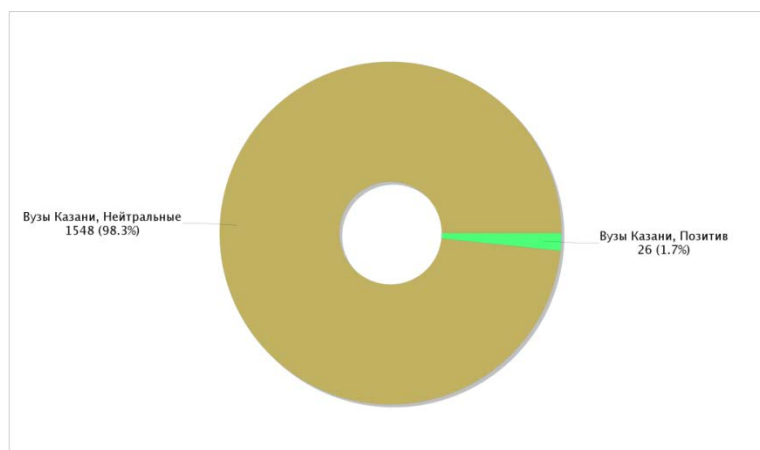
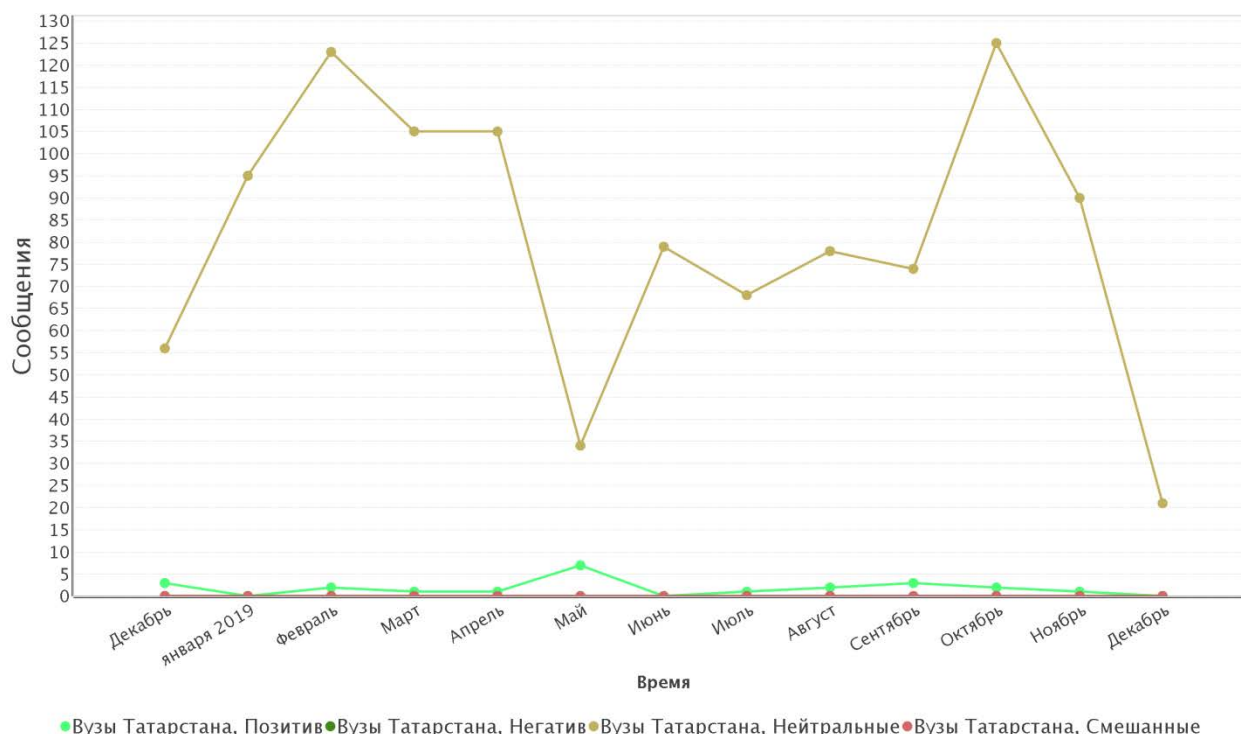


Рисунок 3. Распределение тональности сообщений по за 2019 г.

3. Распределение тональности сообщений по за 2019 г.

Динамика числа сообщений по теме за последний год представлена на Рисунке 4. За рассматриваемый период рост активности обсуждения темы отмечается с февраля по апрель 2019 года и с сентября по октябрь 2019 года. В целом, пики активности обсуждений совпадают с периодом, в который старшеклассники определяют списки итоговых экзаменов и соотносят их с требованиями вузов и с началом учебного года в России.

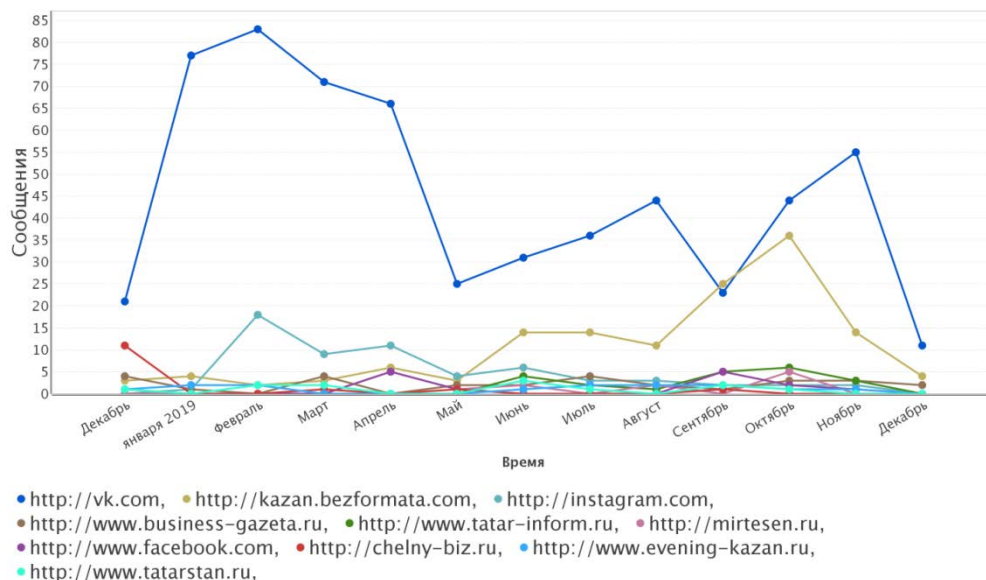
Рисунок 4. Динамика тональности сообщений по теме за 2019 год



Основные источники сообщений по теме – социальные сети, порталы татарстанских СМИ и правительства. Наибольшее число сообщений

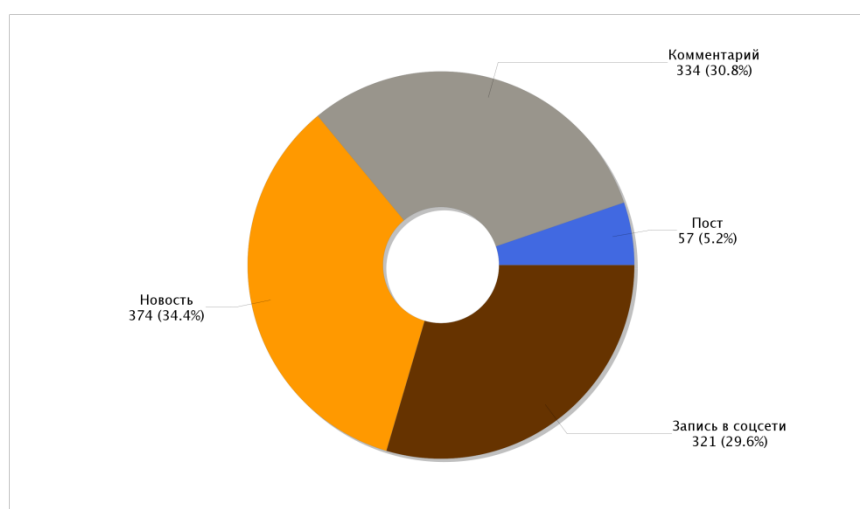
появилось в социальных сетях «ВКонтакте» и «Instagram» и на страницах новостного портала «Новости Казани и Татарстана» (Рис. 5).

Рисунок 5. Источники сообщений по теме за последний год



Тип сообщений. Чаще всего в течение последнего года сообщения, затрагивающие тематику высшего образования в Татарстане были новостями (34,4%) и комментариями к ним (30,8%) (Рис. 6).

Рисунок 6. Тип сообщений по теме за 2019 год



Значимую долю сообщений составляют комментарии в социальных сетях (29,6%), еще 5,2% занимают посты на различных интернет-площадках, формах и т.д.

Ключевые слова, наиболее часто встречающиеся в сообщениях в рамках упоминания высшего образования в Татарстане за последний год, это: *вуз, человек, республика, город, оригинальный, казанский, хороший, новый, принять, лет, мочь, университет, центр, российский, развитие, школа, работа, большой, число, первый, пройти, история, наука, институт, идти*. Ключевые слова расположены по убыванию частоты возникновения в сообщениях.

Местоположение авторов сообщений. Определить местоположение авторов удалось лишь для 771 случаев. Абсолютное большинство сообщений по теме создано авторами из России (462) и авторами, местоположение которых не возможно определить автоматически (1112). Единичные акторы относятся к странам СНГ, и несколько реже к странам дальнего зарубежья (Таблица 1). Подобное распределение объясняется тем, что при создании того или иного контента привязка к местоположению не производится автоматически на всех площадках, а ряд авторов не указывает свое местоположение по личным убеждениям.

Таблица 1. Местоположение авторов сообщений

Страна	Количество сообщений
Россия	462
Не определена	1112
Беларусь	6
Украина	5
Казахстан	3
Киргизия	3
Израиль	1
Азербайджан	1
Эль-Сальвадор	1
Саудовская Аравия	1
Испания	1
Италия	1

Германия	1
Узбекистан	1
Грузия	1
Монголия	1
США	1

Кроме записей в социальных сетях, наиболее часто обращающимися к тематике образования в Татарстане, в целом, и образования для иностранцев, в частности, являются онлайн пространства таких изданий как: «БезФормата.Ru Казань», «БИЗНЕС Online. Деловая электронная газета Республики Татарстан», «Татар-информ», «Бизнес в Набережных Челнах», «Газета «Вечерняя Казань», «Официальный портал Республики Татарстан (www.tatar.ru)», «Казань Новости Мероприятия».

Основные метрики обсуждения темы за последний год:

- Общее число сообщений - 1602
- 23 марта 2019 (В этот день было зафиксировано наибольшее количество сообщений по данной теме – 158)
- Среднее количество сообщений по данной теме в день - 4,3
- В среднем один автор написал 1,5 сообщения по данной теме
- Охват 8 035 829 (столько пользователей сети могли ознакомиться с сообщениями по данной теме)
- Все сообщения по данной теме собрали 4082 лайка (на тех площадках, где это предусмотрено), поделились ими 130 раз
- Количество уникальных источников, содержащих сообщения по данной теме – 125
- Количество уникальных авторов сообщений по данной теме – 774.

По результатам проведенных экспертных интервью, опросов и анализа открытых источников информации по теме привлечения иностранных студентов в КФУ и вузы Республики Татарстан предложены следующие рекомендации:

1. Для информирования потенциальных абитуриентов об образовательных программах высших учебных заведений можно использовать большой спектр источников получения информации – информация на официальных страницах является доступной и полной, но ее присутствие в социальных сетях и мессенджерах (каналы с возможностью задать вопрос, получить обратную связь) должно быть выражено сильнее. К последним относятся также презентации вузов в учебных заведениях представителями основных структурных подразделений, международные конференции и выставки образования.
2. Имеет значение не только содержательная информация о специальностях подготовки и программах обучения, но и фотографии и видеотуры учебных корпусов, спортивных объектов и общежитий вузов, информация о которых весьма актуальна для абитуриентов
3. Для студентов из СНГ механизм поступления в вузы Татарстана в целом понятен, и во многом положительный образ обучения в Казани сформирован благодаря опыту близких и друзей. Этот канал рекомендаций и неформальной поддержки не так развит для абитуриентов из дальнего зарубежья и может быть использован эффективнее – студенты, уже обучающиеся в вузах Казани могут доносить информацию до своего окружения на родине эффективнее, чем формальные источники, благодаря отсутствию языкового барьера и высокому урону доверия.