

Мониторинг СМИ.

Для целей контроля за реализацией мероприятий направленных на проведение информационной кампании по привлечению иностранных граждан к обучению в организациях, осуществляющих образовательную деятельность по программам высшего образования, в том числе на условиях целевого обучения был проведен анализ существующей карты СМИ Казанского федерального университета, и осуществлен мониторинг новостей и упоминаний об университете в целом за 2019 год. Мониторинг русскоязычных средств массовой информации в России, а также в странах СНГ и других, приграничных с Россией странах, проводился с помощью тестовой версии информационно-аналитической системы «ИНТЕГРУМ». Данный программный комплекс позволяет выбрать ключевой объект поиска (например, Казанский федеральный университета) и выявить упоминания о нем в русскоязычном сегменте СМИ в указанный период времени и в привязке к географии размещения СМИ.

Для целей мониторинга информационного пространства на иностранных языках использовалась система LexisNexis NewsDesk.

Проведенный мониторинг СМИ и Интернет-порталов в выбранных целевых странах выявил 6949 упоминаний. Из них - с главной ролью (прямая речь в системе мониторинга «Интегрум») Казанского университета 2 356 упоминаний.

В Табл. 1 представлена информация по целевым странам как об общем количестве обнаруженных публикаций со ссылкой на Казанский университет, имеющих отношение к целевым странам, так и о количестве оригинальных, без перепечаток информационных материалов в различных СМИ (Табл. 1).

Таблица 1
Количество упоминаний в СМИ по странам.

Страна	Казахстан	Китай	Таджикистан	Туркменистан	Узбекистан	Финляндия	Итого
Всего упоминаний	1911	2474	507	372	1090	595	6949

Без перепечаток	605	844	183	119	345	260	2356
-----------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	------

Мониторинг новостей и упоминаний проходил по каждой из стран, включённых в проект (Казахстан, Китай, Таджикистан, Туркменистан, Узбекистан, Финляндия), по отдельности.

Республика Казахстан

Приведенные данные позволяют оценить соотношение публикаций об университете в течение всего рассматриваемого периода (2019 год) и составить детализированный анализ информационного массива по отдельным странам, например, Казахстана (Рис.1)

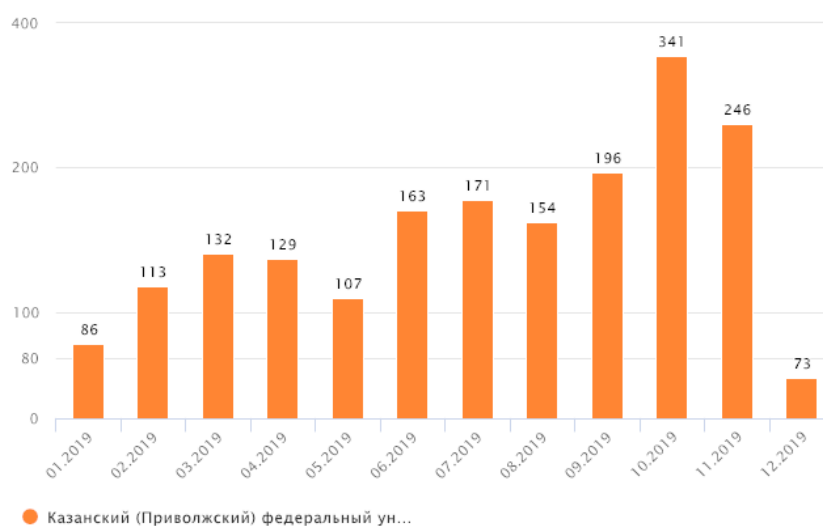


Рисунок 1. Динамика публикаций в СМИ Республики Казахстан.

Как следует из Рисунка..., в течение 2019 года, в целом, наблюдается положительная динамика с растущим трендом. Всплеск интереса в октябре и ноябре связан с визитами делегаций из Казахстана в КФУ и выездами в рамках информационной кампании по привлечению иностранных студентов (в том числе в рамках мероприятий проекта), а также проведением мероприятий связанных с празднованием 215-летия Казанского университета и других резонансных мероприятий, проводимых на базе КФУ.

Структура информационных сообщений по типам СМИ (Интернет, информагентства и другие) представлена в Таблице 2, из которой видно, что

подавляющее количество сообщений размещено в Интернете (Интернет-издания газет и журналов, Интернет-порталы, новостные сайты).

Таблица 2

Распределение публикаций по типу СМИ.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Интернет	1723	90,16
Газеты	101	5,29
Информагентства	71	3,72
Журналы	12	0,63
Радио	4	0,21

Структура информационных сообщений по категориям СМИ (печатные центральные и региональные, Интернет-издания, теле- и радиоэфир и другие) представлена в Таблице 3

Таблица 3

Распределение публикаций по категории СМИ.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Агрегаторы новостей	484	25,33
Тематические интернет-издания	428	22,4
Региональные интернет-издания	401	20,98
Зарубежные интернет-издания	126	6,59
Архивы региональных СМИ	94	4,92
Федеральные интернет-издания	84	4,4
Региональная пресса	79	4,13
Информация официальных учреждений	77	4,03
Федеральные информагентства	53	2,77
Региональные информагентства	21	1,1
Зарубежная пресса	16	0,84
Федеральная пресса	15	0,78
Зарубежные информагентства	13	0,68
Корпоративные издания online	6	0,31
Федеральные ТВ и радио	5	0,26
Другие	9	0,47

Структура информационных сообщений по тематике СМИ представлена на Рисунке 2

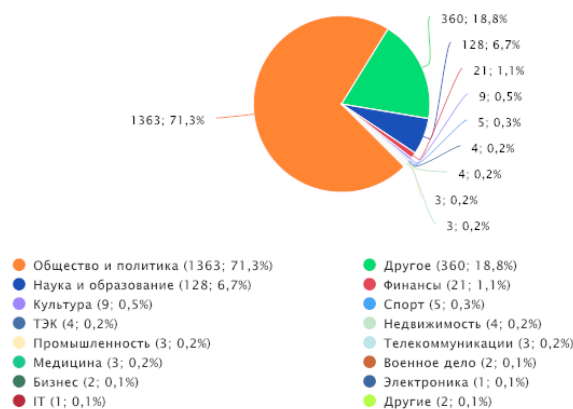


Рисунок 2. Распределение публикаций по тематике СМИ.

Наибольшее число сообщений относятся к тематике «Общество и политика» (более 70%), тема «Науки и образования» занимает только третье место (около 7%). Данные цифры свидетельствуют о том, что в фокусе СМИ в первую очередь находятся общественно-политические отношения между Россией и Казахстаном, а также Казахстаном и Республикой Татарстан. Российским университетам необходимо расширять информационное присутствие в Казахстане, в том числе в рамках проведения информационной кампании, предусматривающей комплекс презентационных мероприятий, направленных на формирование позитивного образа России и российского образования. При этом основной упор необходимо делать на инициацию и увеличение количества информационных поводов по темам наука и образования, как для расширения пула СМИ в сфере высшего образования и науки и СМИ, включающих соответствующие рубрики, так и увеличение числа упоминаний по теме в целом.

Интерес представляет обзор регионов, в которых зафиксировано наибольшее число сообщений, к этой категории были отнесены субъекты Федерации и регионы стран ближнего и дальнего зарубежья, доля сообщений в которых составляет не менее 2% от общего числа упоминаний КФУ.

К межрегиональным СМИ отнесены источники, аудитория, которых расположена более чем в одном субъекте Федерации (Табл 4).

Таблица 4

Наиболее активные регионы.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Москва	589	30,82
Казань	585	30,61
Регион не определен	225	11,77
Алматы	59	3,09
Казахстан	52	2,72
Санкт-Петербург	39	2,04
Другие	362	18,94

Из таблицы видно, что наибольшая доля информационных сообщений приходится на г. Москву (т.е. федеральные СМИ) и г. Казань (региональные СМИ) (практически поровну). Невысокая доля сообщений, отнесенных к Казахстану и г. Алматы (около 6%), в первую очередь, связана с тем, что большинство СМИ в Республике Казахстан в значительной степени используют государственный казахский язык, а в рамках мониторинга проходил анализ только русскоязычного сегмента СМИ. Для расширения присутствия российской системы образования в Казахстане необходимо увеличивать количество сообщений (публикаций) на казахском языке, активно работая с этой категорией СМИ.

Китайская Народная Республика (КНР, Китай)

За отчетный период (2019 год) со ссылкой на Казанский университет было обнаружено 2474 публикаций имеющих отношение к Китайской народной республике (далее – КНР или Китай), гражданам КНР или проектам, проводимым совместно с исследователями и научными центрами страны.

В соответствии с планом мероприятий и сформированному на его основе медиапланом, проведена работа по усилению информационного сопровождения всех активностей. В результате выявлено 844 оригинальных, без перепечаток информационных материала в различных СМИ, они в свою очередь, с учетом повторов и републикаций, обеспечили показатель в 2474 упоминаний.

Приведенные данные позволяют оценить соотношение публикаций о КФУ в течение всего рассматриваемого периода (Рисунок 3).

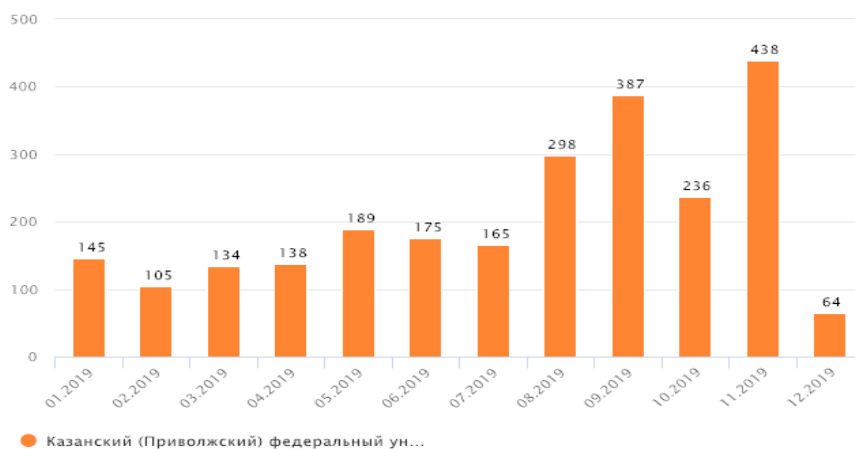


Рисунок 3. Динамика публикаций в СМИ.

В течение года, в целом, наблюдается положительная динамика с растущим трендом. Всплеск интереса в сентябре и ноябре связан с визитами делегаций из Китая в Татарстан и КФУ, а также проведением мероприятий связанных с празднованием 215-летия Казанского университета и других резонансных мероприятий, проводимых на базе КФУ.

Структура информационных сообщений по типам СМИ (Интернет, информагентства и другие) представлена в Таблице 5, из которой видно, что подавляющее количество сообщений размещено в Интернете (Интернет-издания газет и журналов, Интернет-порталы, новостные сайты).

Таблица 5

Распределение публикаций по типу СМИ.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Интернет	2157	87,19
Газеты	174	7,03
Информагентства	129	5,21
Журналы	9	0,36
Радио	4	0,16

Структура информационных сообщений по категориям СМИ (печатные центральные и региональные, Интернет-издания, теле- и радиоэфир и другие) представлена в Таблице 6

Таблица 6

Распределение публикаций по категории СМИ.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Региональные интернет-издания	653	26,39
Агрегаторы новостей	625	25,26
Тематические интернет-издания	437	17,66
Федеральные интернет-издания	171	6,91
Региональная пресса	135	5,46
Архивы региональных СМИ	132	5,34
Федеральные информагентства	81	3,27
Информация официальных учреждений	65	2,63
Региональные информагентства	52	2,1
Федеральная пресса	45	1,82
Зарубежные интернет-издания	39	1,58
Федеральные ТВ и радио	11	0,44
Региональные ТВ и радио	11	0,44
Архивы федеральных СМИ	8	0,32
Зарубежная пресса	4	0,16
Другие	5	0,2

На Рисунке 4 приведена структура информационных сообщений по тематике СМИ.

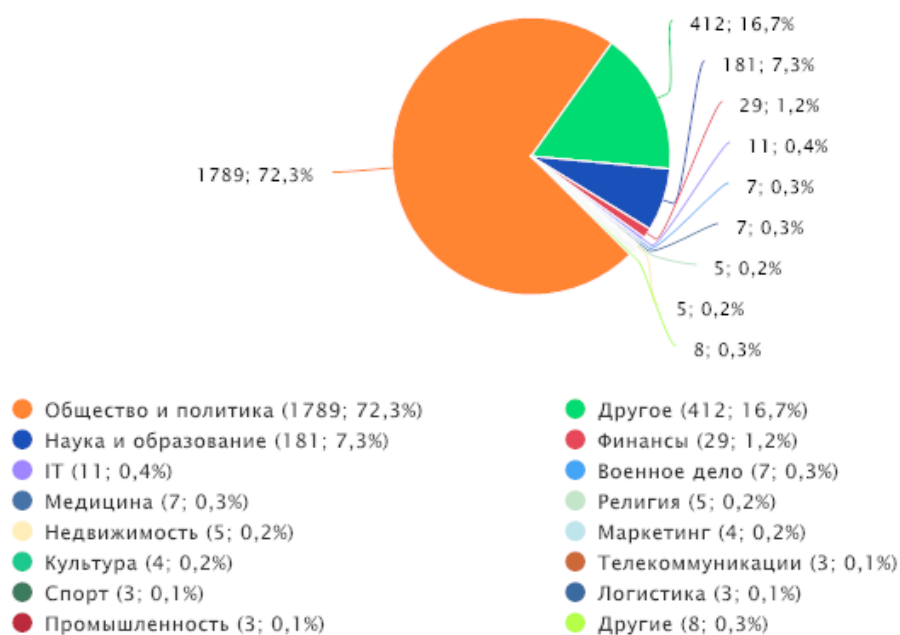


Рисунок 4. Распределение публикаций по тематике СМИ.

Как видно, наибольшее число сообщений относятся к тематике Общество и политика (более 70%), тема «Науки и образования» занимает только третье место (более 7%). Данные цифры свидетельствуют о том, что в фокусе СМИ в первую очередь находятся общественно-политические отношения между Россией и КНР, а также Республикой Татарстан и КНР. Российским университетам необходимо расширять информационное присутствие в Китае, в том числе в рамках проведения информационной кампании, предусматривающей комплекс презентационных мероприятий, направленных на формирование позитивного образа России и российского образования. При этом основной упор необходимо делать на инициацию и увеличение количества информационных поводов по темам наука и образования, как для расширения пула СМИ в сфере высшего образования и науки и СМИ, включающих соответствующие рубрики, так и увеличение числа упоминаний по теме в целом.

Кроме того, российским университетам необходимо развивать сайт вуза на китайском языке, а также увеличивать свое присутствие в китайских социальных сетях, которые являются одним из наиболее популярных источников информации в стране.

Таджикистан

За отчетный период (2019 год) со ссылкой на Казанский университет было обнаружено 507 публикаций имеющих отношение к Таджикистану, гражданам Таджикистана или проектам, проводимым совместно с исследователями и научными центрами страны. Всего выявлено 183 оригинальных, без перепечаток информационных материала в различных СМИ, они в свою очередь, с учетом повторов и републикаций, обеспечили показатель в 507 упоминаний.

Приведенные данные позволяют оценить соотношение публикаций о КФУ в течение всего рассматриваемого периода (Рисунок 5).

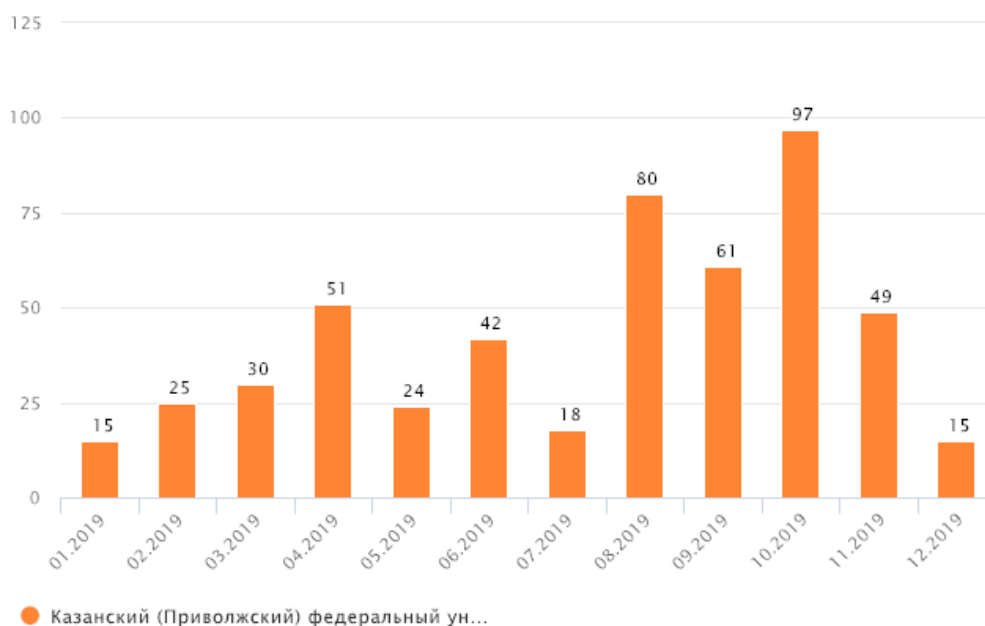


Рисунок 5. Динамика публикаций в СМИ.

Основные всплески наблюдаются в месяцы, связанные с периодом проведения активной рекрутинговой кампании и выбором таджикскими абитуриентами высшего учебного заведения для обучения (апрель, июнь, август). Всплеск интереса в октябре связан с визитами делегаций из университетов Таджикистана, а также проведением мероприятий связанных с празднованием 215-летия Казанского университета, вручением премии Лобачевского и проведением саммита ТНЕ.

Структура информационных сообщений по типам СМИ (Интернет, информагентства и другие) представлена в Таблице 7, из которой видно, что подавляющее количество сообщений размещено в Интернете (Интернет-издания газет и журналов, Интернет-порталы, новостные сайты).

Таблица 7

Распределение публикаций по типу СМИ.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Интернет	453	89,35
Информагентства	32	6,31
Газеты	22	4,34

Структура информационных сообщений по категориям СМИ (печатные центральные и региональные, Интернет-издания, теле- и радиоэфир и другие) представлена в Таблице 8

Таблица 8

Распределение публикаций по категории СМИ.

Название	Количество сообщений	Количество сообщений, %
Агрегаторы новостей	144	28,4
Региональные интернет-издания	103	20,32
Тематические интернет-издания	102	20,12
Архивы региональных СМИ	31	6,11
Федеральные интернет-издания	30	5,92
Федеральные информагентства	26	5,13
Информация официальных учреждений	20	3,94
Зарубежные интернет-издания	18	3,55
Региональная пресса	14	2,76
Федеральная пресса	7	1,38
Региональные информагентства	7	1,38
Зарубежные информагентства	4	0,79
Региональные ТВ и радио	1	0,2

На Рисунке 7 приведена структура информационных сообщений по тематике СМИ.

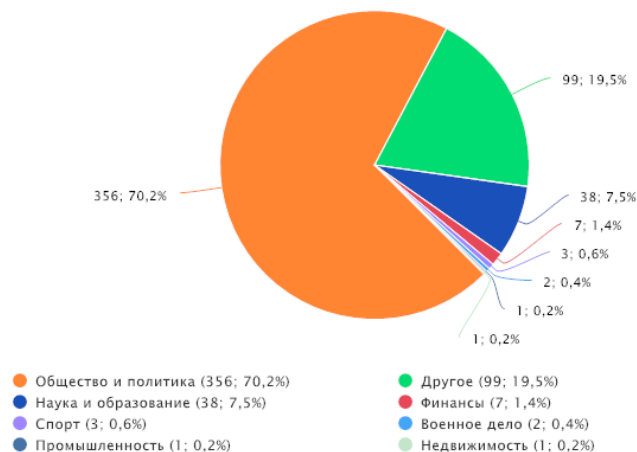


Рисунок 7. Распределение публикаций по тематике СМИ.

Как видно, наибольшее число сообщений относятся к тематике Общество и политика (более 70%), тема «Науки и образования» занимает только третье место (7,5%). Данные цифры свидетельствуют о том, что в фокусе СМИ в первую очередь находятся общественно-политические отношения между Россией и Таджикистаном, а также Республикой Татарстан и Таджикистаном. Российским университетам необходимо расширить информационное присутствие в Таджикистане, в том числе в рамках проведения информационной кампании, предусматривающей комплекс презентационных мероприятий, направленных на формирование позитивного образа России и российского образования. При этом основной упор необходимо делать на инициацию и увеличение количества информационных поводов по темам наука и образования, как для расширения пула СМИ в сфере высшего образования и науки и СМИ, включающих соответствующие рубрики, так и увеличение числа упоминаний по теме в целом.

Для расширения присутствия российской системы образования в Таджикистане также необходимо усилить работу со СМИ, публикующими информацию на государственном таджикском языке, для увеличения целевой аудитории.