

Динамика медиа-активности российских вузов и их ректоров

(Период с января по сентябрь 2008 года и вплоть до 42 недели 2008 года включительно)

НРА РейтОР начинает работу по мониторингу медиа-активности российских вузов.

Что бы мы хотели фиксировать, измерять, анализировать?

Понятно, что университет в настоящее время становится не только социально значимым элементом любой национальной (впрочем, и глобальной) экономики, ответственным за подготовку кадров высокой квалификации и социализацию молодого поколения, но и становится заметным производителем новых знаний, навыков, умений.

Университет готовит и развивает специалистов (а равно бакалавров, магистров, аспирантов, докторантов) не только в рамках государственного федерального или регионального заказа, но и напрямую для отечественных и иностранных компаний, организаций. Поэтому появляется необходимость выстраивания коммуникаций именно с этими (можно назвать по-разному) «интересантами», целевыми аудиториями, стейкхолдерами; в общем, с теми, кто «заказывает музыку», кто рассматривается вузовскими администрациями в качестве реальных или потенциальных заказчиков, могущих принести вузу необходимые для дальнейшего успешного развития образовательного и научного потенциала дополнительные (а в иных случаях и базовые) финансовые, технические, эксплуатационные и все прочие ресурсы.

То же самое можно сказать относительно исследовательской деятельности университета, производстве и реализации научно-исследовательской продукции. Причем в современных условиях реализации государственных программ и проектов в сфере образования, когда выявляются и развиваются инновационные вузы, конкурентоспособные с сильнейшими мировыми университетами, научные коммуникации получают новое содержание – не только связь внутри определенных научных сообществ, но и связь с заказчиками работ, с потенциальными венчурными инвесторами, с самой широкой общественностью, заинтересованной в том, чтобы не только знакомиться со всем спектром деятельности университета, но и контролировать выделяемые вузу ресурсы.

Не менее важны для университета коммуникации с подрастающим поколением – будущими абитуриентами (естественно, и с их родителями): необходимо заинтересовать абитуриента в приходе именно в этот вуз, рассказать ему о перспективах обучения, об условиях обучения, ближе познакомить его с университетскими сообществами, заинтересовать теми или иными отраслями наук, знаний.

Наконец, университет является и генератором стратегий и моделей развития страны, территории, отрасли, следовательно, вузу жизненно необходимо развивать связи с органами управления любого уровня, экспертами и экспертными сообществами с тем, чтобы эффективно реализовывать свою экспертную миссию.

Ну и, конечно, в этом деле никак не обойтись без личностей университета – личности ректора, теперь во многих вузах и президента, видных преподавателей, ученых, экспертов и администраторов, которые также должны и намерены общаться с массовыми аудиториями, становиться узнаваемыми лицами вуза, привлекать в вуз дополнительные ресурсы. (В общем становятся влиятельными персонами. В нашей стране сложились традиции, в рамках которых академическое сообщество на первый план выдвигает ректоров вузов, соответственно, требуется оценка уровней влиятельности ректоров на процессы в академической среде, на социально-экономические процессы страны и территорий, далее глядишь, если не мира, то хотя бы международного академического сообщества). К вузовским «личностям» логично отнести не только преподавателей и исследователей, но и студентов, выпускников. Поэтому в деле развития коммуникаций университета не следует забывать и о вузовских сообществах, тем более в свете ожидаемого развития фондов целевого капитала.

Таким образом, наблюдается множество причин, которые заставляют вузовские администрации не ограничиваться простейшим информированием ограниченных

аудиторий по важным (с точки зрения администраций) поводам, а приступать к разработке и реализации коммуникационных стратегий университета. В большинстве вузов кроме пресс-секретаря ректора уже возникли небольшие ПР-подразделения, организующие работу со средствами массовых коммуникаций, в том числе и в период вступительных и подготовительных кампаний, в содружестве с аппаратами проекторов по учебной и административной работе; кроме того, аппараты проректоров по науке организуют работу по научным коммуникациям – стимулирование вузовских авторов на продуктивную работу в реферируемых журналах, организация конференций, семинаров и пр.; аппараты проректоров по международной деятельности организуют работу по связям с международным академическим и экспертным сообществами, обогащают свой университет лучшим зарубежным опытом и т.п.

Университет превращается в мощную организацию, производящую «контент» (целевые аудитории! Извините за этот заимствованный термин, но термин «содержание» даже по своему роду остается чем-то средним, увы), интересный и полезный контент для всех без исключения аудиторий; «контент», работающий на благо университета (к сожалению, не всегда на благо, но такие чрезвычайно редкие случаи будем отдельно обсуждать); «контент», работающий на рост репутации университета и администрации (в первую очередь – ректора, рассматриваемого в большинстве случаев в качестве спикера вуза), на повышение капитализации университета и связанных с ним сообществ.

Агентство, следуя явно и неявно выраженным общественным интересам, выступает за предельную открытость вузовской информации. Можно напомнить, что именно Агентство провело первое публичное обследование веб-коммуникаций московских вузов в период вступительной кампании (весна 2008). Теперь же мы сообщаем о начале нового этапа изучения вузовских коммуникаций – анализа медиа-активности российских вузов и медиа-активности ректоров вузов в публичном пространстве с тем, чтобы в недалеком будущем выйти на публикацию периодических рейтингов медиа-активности вузов, а также рейтингов влияния ректоров вузов.

Представляем начальный вариант, своего рода отправную точку или «печку, от которой начнем плясать».

Нами выбраны около 30 московских и региональных вузов (все государственные). Выбирались по таким очевидным параметрам, как принадлежность к множеству победителей и участников конкурсов инновационных программ, а также сравнительно высокий уровень информационной открытости (этот параметр, возможно субъективен, но, скажем так, ограниченно субъективен – в ходе селекции вузов просмотрены сайты и прочитаны новости почти сотни вузов).

Список отобранных для наблюдения вузов:

- | | |
|---|--|
| 1. Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова (МГУ) | Министерства иностранных дел РФ (МГИМО(У)) |
| 2. Государственный университет Высшая школа экономики при Правительстве РФ (ГУ-ВШЭ) | 5. Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ) |
| 3. Московский государственный технический университет имени Н.Э.Баумана (МГТУ) | 6. Дальневосточный государственный университет (Дальневосточный федеральный университет (ДФУ)) |
| 4. Московский государственный институт международных отношений (университет) | 7. Российская экономическая академия имени Г.В.Плеханова (РЭА) |

8. Сибирский федеральный университет (СФУ)
9. Уральский государственный технический университет (УГТУ-УПИ)
10. Южный федеральный университет (ЮФУ)
11. Томский государственный университет (ТГУ)
12. Московский авиационный институт (технический университет) (МАИ)
13. Академия народного хозяйства при Правительстве РФ (АНХ)
14. Томский политехнический университет (ТПУ)
15. Финансовая академия при Правительстве РФ (ФА)
16. Нижегородский университет имени Н.И.Лобачевского (ННГУ)
17. Московский физико-технический институт (государственный университет) (МФТИ)
18. Государственный университет управления (ГУУ)
19. Национальный исследовательский ядерный университет МИФИ
20. Тюменский государственный университет (ТюмГУ)
21. Российский государственный университет имени И.Канта (РГУ)
22. Дальневосточный государственный технический университет (ДальГТУ)
23. Российский университет дружбы народов (РУДН)
24. Московский государственный университет путей сообщения (МГУПС-МИИТ)
25. Саратовский государственный университет имени Н.Г.Чернышевского (СГУ)
26. Казанский государственный технический университет имени А.Н.Туполева (КазГТУ)
27. Московский энергетический институт (технический университет) (МЭИ)
28. Государственный технологический университет Московский государственный институт стали и сплавов (Федеральный технологический университет) (МИСиС)
29. Южно-Уральский государственный университет (ЮУрГУ)
30. Московский педагогический государственный университет (МПГУ)
31. Тюменский государственный университет нефти и газа (ТюмГУНГ)
32. Московский государственный строительный университет (МГСУ-МИСИ)
33. Российский государственный университет нефти и газа имени Губкина (РГУНГ)
34. Белгородский государственный университет имени Ольминского (БелГУ)
35. Российский государственный педагогический университет имени Герцена (РГПУ)
36. Пермский государственный университет (ПГУ, ПермГУ)
37. Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет имени В.И.Ульянова "ЛЭТИ" (СПбГЭТУ, ЛЭТИ)
38. Новосибирский государственный университет (НГУ)
39. Иркутский государственный университет (ИрГУ)
40. Иркутский государственный технический университет (ИрГТУ)
41. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет (СПбГПУ)
42. Новосибирский государственный технический университет (НГТУ)
43. Московский государственный институт электронной техники (МИЭТ)
44. Воронежский государственный университет (ВГУ) (Воронежский федеральный университет)
45. Уфимский государственный авиационный технический университет (УГАТУ)

46. Петрозаводский государственный университет (ПетрГУ)
47. Томский государственный университет систем управления и радиоэлектроники (ТУСУР)
48. Саратовский государственный технический университет
49. Уральский государственный университет имени А.М.Горького (УГУ)
50. Санкт-Петербургский государственный университет информационных технологий, механики и оптики (СПбГУИТМО, ЛИТМО)
51. Московский государственный лингвистический университет (МГЛУ)
52. Российский химико-технологический университет имени Д.И.Менделеева (РХТУ, МХТИ, «менделеевка», «менделавка»)
53. Самарский государственный аэрокосмический университет имени С.П.Королева
54. Санкт-Петербургский государственный горный институт имени Г.В.Плеханова
55. Владимирский государственный университет (ВладГУ)
56. Вятский государственный университет (ВятГУ)
57. Поморский государственный университет имени М.В.Ломоносова (Северный федеральный университет)

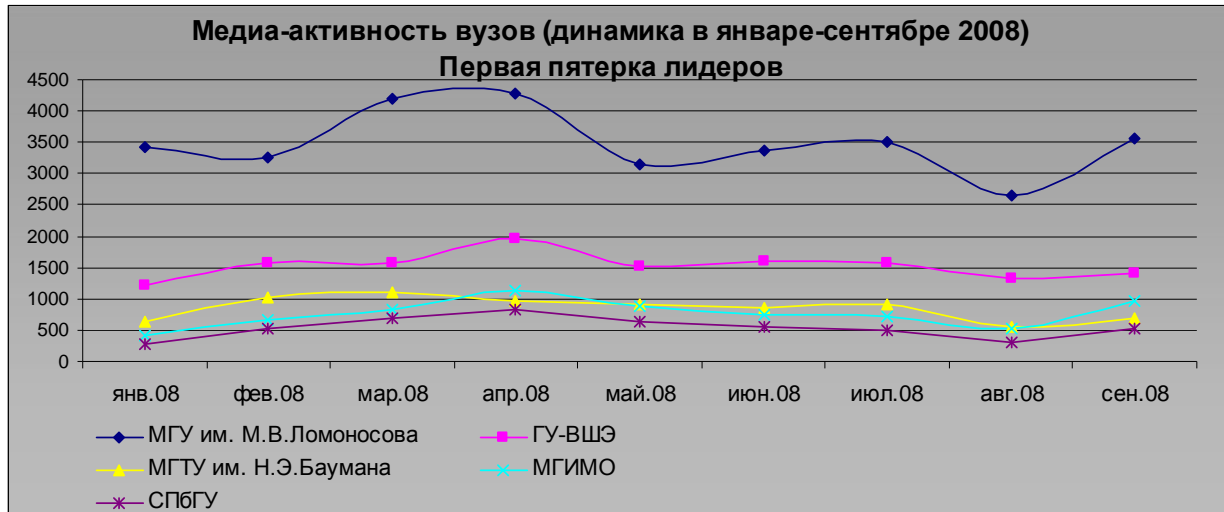
В качестве информационной базы для анализа медиа-активности выбрана он-лайновая информационная система Интегрум (Integrum.ru), аккумулирующая в ежедневном режиме материалы 7500 средств массовой информации: федеральных и региональных изданий, информационных агентств, радиостанций, телеканалов, сайтов, библиотек и баз данных; среднемесячный поток оцифрованных материалов СМИ составляет около 1,25 млн публикаций.

Распределение информационных источников ИС Интегрум
(на октябрь 2008 года)

КАТЕГОРИИ ИСТОЧНИКОВ	ЧИСЛО ИСТОЧНИКОВ
Центральная пресса	1190
Центральные информагентства	353
Региональная пресса	2312
Региональные информагентства	232
Интернет-издания	1327
Теле-Радио Эфир	220

Для построения начальной картины просчитана статистика упоминаний отобранных вузов – ежемесячные распределения публикаций с любыми упоминаниями вузов.

Рис. 1. Динамика медиа-активности первой пятерки вузов-лидеров в январе-сентябре 2008 года (по всем источникам ИС Интегрум).



Бесспорно ожидаемый лидер – МГУ, однако молодой университет ГУ-ВШЭ, конечно не «наступает на пятки» МГУ, но заметно опережает в медиа-активности сильнейшие университеты страны, даже, не побоимся этого слова «альма-матер» президента, премьера и других высокопоставленных политиков и чиновников России.

Динамика медиа-активности первой пятерки лидеров довольно заметно отличается, если подсчитать раздельно – на массивах центральных и региональных СМИ.

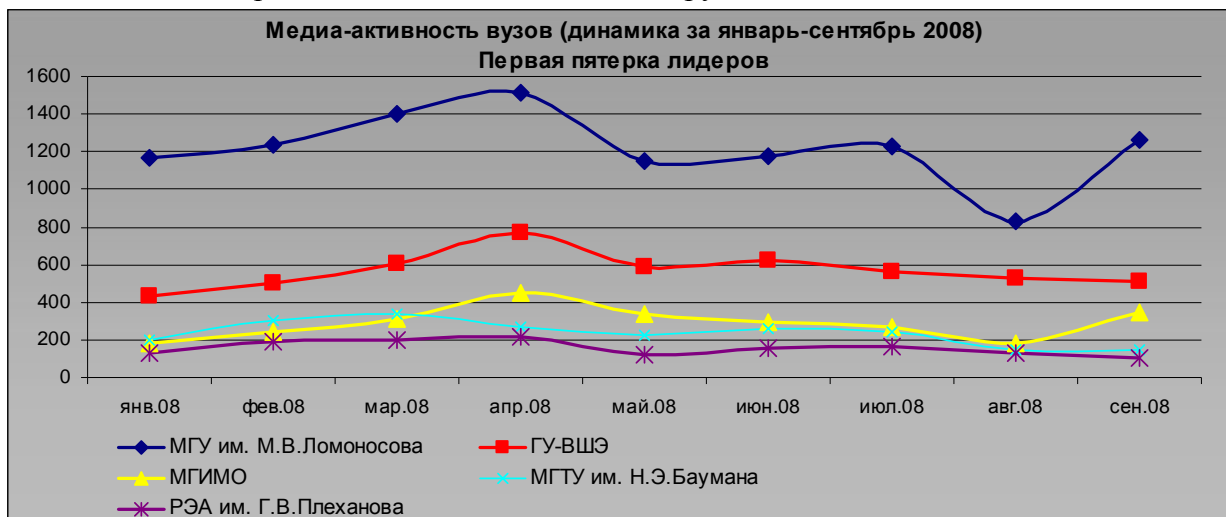
В этом случае место СПбГУ занимает РЭА имени Плеханова (см. Рис. 1.1.).

Конечно, возникает ожидаемый вопрос: С-Петербургские источники – региональные, или все-таки федеральные, центральные?

Если считать региональными, то СПбГУ перемещается в третью пятерку лидеров, оставляя в первых двух пятерках наряду с девятью московскими (именно они с

полным правом могут называться центральными?) только одного вуза из совсем далекого региона – Дальневосточного госуниверситета, который вот-вот станет федеральным (кстати, вход в вторую пятерку ему обеспечен не только подготовленному летом 2008 решению о преобразовании вуза в федеральный университет, но и постоянным присутствием в медиа-поле центральной прессы).

Рис. 1.1. Динамика медиа-активности первой пятерки вузов-лидеров в январе-сентябре 2008 года (по центральным источникам ИС Интегрум).



Локальный максимум медиа-активности МГУ в январе 2008 г. (не слишком заметно на рис. 1 и 1.1, т.к. не нанесены данные за декабрь 2007) вызван традиционным широким представлением в СМИ студенческого праздника Татьянин День именно в МГУ.

Мартовский локальный максимум упоминаний МГУ вызван новым всплеском активности обсуждения ЕГЭ. Наибольший резонанс (особенно заметный в Интернет-пространстве) вызвала секс-акция студентов философского факультета МГУ в Биологическом музее им. Н. Э. Тимирязева. Значительную долю упоминаний вуза в материалах СМИ составили комментарии сотрудников МГУ по различным общественно-политическим и экономическим вопросам.

Высокий уровень упоминаемости вуза в апреле сохранился за счет обсуждением в СМИ итогов проверки юридического факультета МГУ Рособнадзором.

Резонанс также вызвало решение Правительства РФ ввести в МГУ пост президента.

Летний максимум медиа-активности всех университетов страны традиционно вызывается вступительной кампанией, естественно наибольшее внимание уделяется «главному» вузу страны – МГУ. Кроме того, значительный вклад в медиа-активность МГУ было внесено таким масштабным действием как Форум «Университеты на пути к новому качеству образования», проведенного в июне 2008 г.

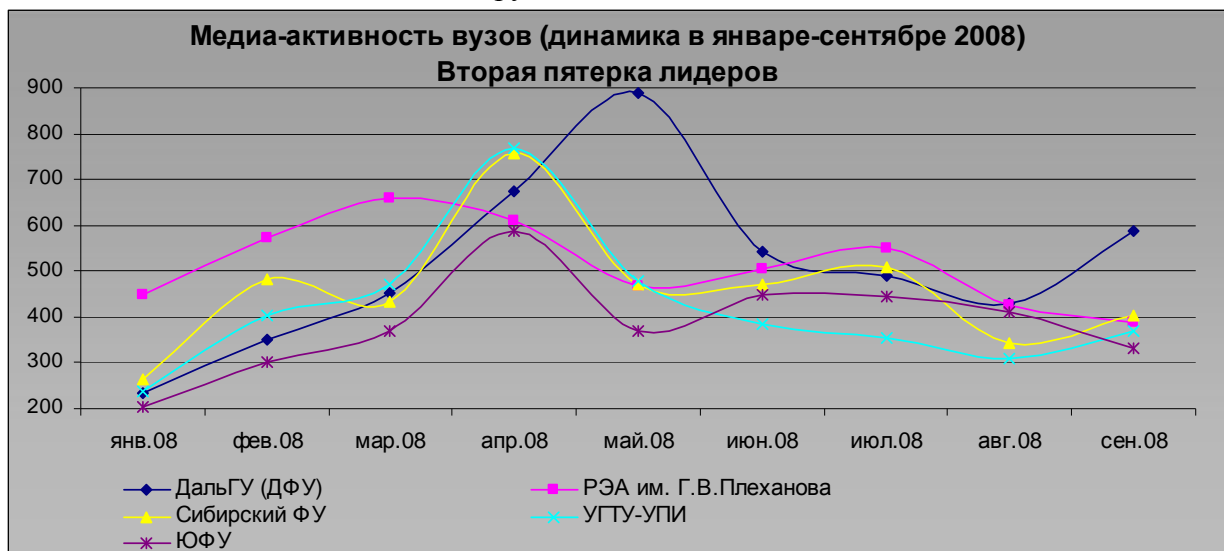
Сентябрьский локальный максимум медиа-активности МГУ вызывается как традиционным августовским затишьем в информационном пространстве, так и опубликованием новых результатов Шанхайского рейтинга университетов и рейтинга Webometrics. Комментирование результатов мировых рейтингов проходит всегда с упоминанием МГУ.

Медиа-активность ГУ-ВШЭ характеризуется относительно стабильным уровнем на протяжении всего периода. Позитивная особенность информационно поля вуза достигается за счет реализуемой вузом программы комментарийной активности для СМИ по самым разнообразным тематикам.

Всплеск упоминаемости ГУ-ВШЭ приходится на апрель 2008 года, когда вузом была проведена международная конференция «Модернизация экономики и глобализация».

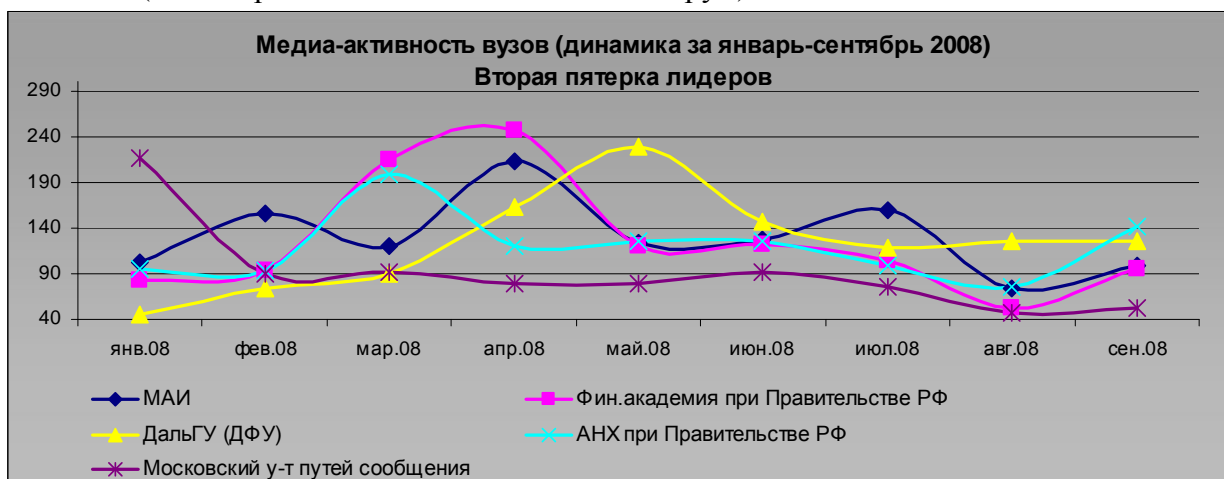
Информация об итогах конференции была широко растиражированы в СМИ, в том числе и за счет участия в качестве главных докладчиков министра финансов Алексея Кудрина, министра экономического развития Эльвиры Набиуллиной, первого зампреда Центробанка Алексея Улюкаева.

Рис. 2. Динамика медиа-активности второй пятерки вузов-лидеров в январе-сентябре 2008 года (по всем источникам ИС Интегрум).



Обозначено присутствие сразу нескольких региональных вузов – ДФУ, СФУ, ЮФУ и УГТУ-УПИ. (Интересная деталь: СФУ и ЮФУ демонстрируют во многом сходную медиа-активность, вызванную многочисленными упоминаниями обоих университетов в качестве примеров создания федеральных университетов).

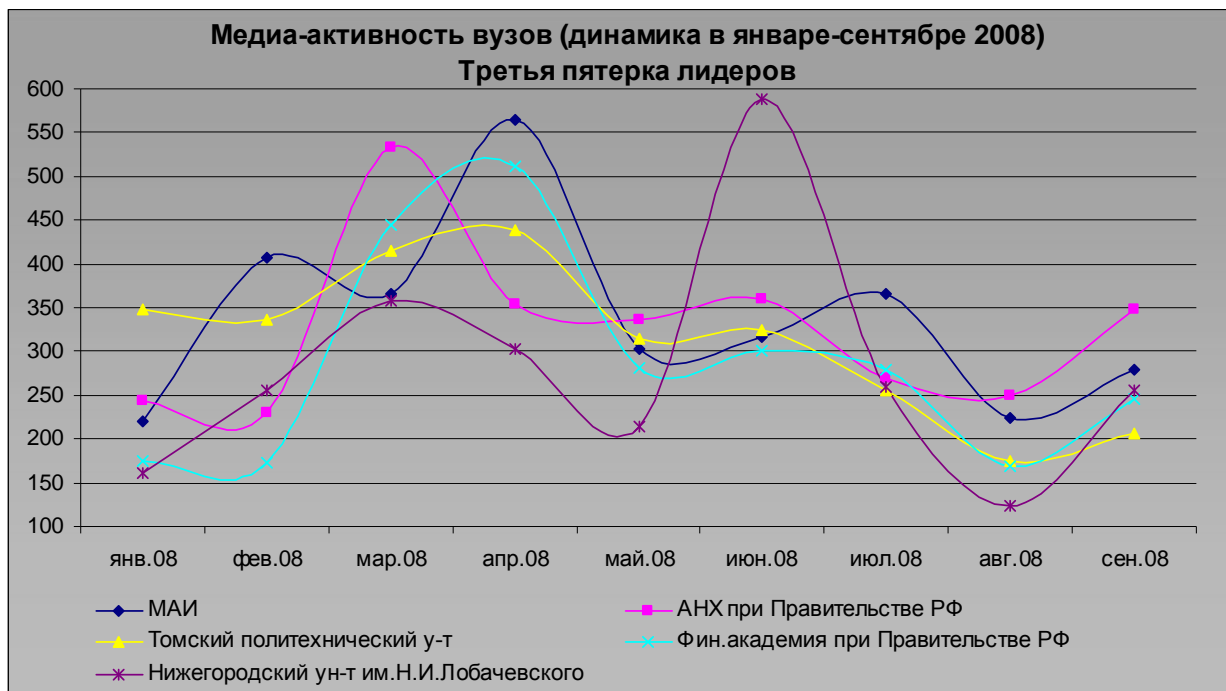
Рис. 2.1. Динамика медиа-активности второй пятерки вузов-лидеров в январе-сентябре 2008 года (по центральным источникам ИС Интегрум).



Ограничение источников только центральными приводит к исчезновению почти всех (кроме ДФУ) региональных вузов, но зато во вторую пятерку лидеров входят такие сильные и известные московские вузы, как МАИ, АНХ, ФА, МГУПС-МИИТ.

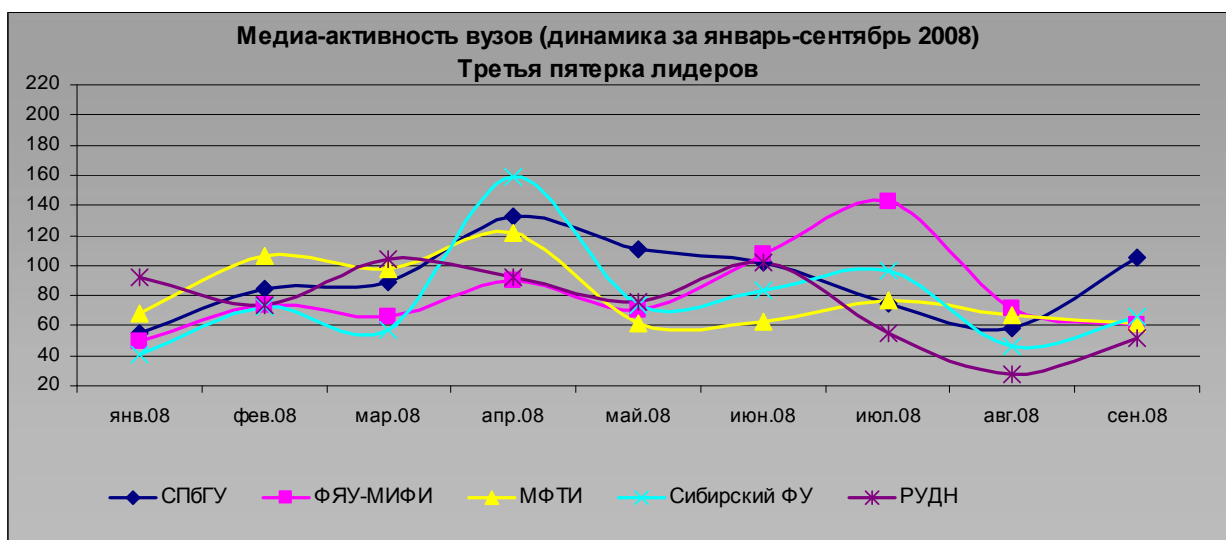
Майский максимум медиа-активности Дальневосточного госуниверситета вызван визитом в край Президента РФ и подписанием им указа о создании Дальневосточного федерального университета на базе ДальГУ.

Рис. 3. Динамика медиа-активности третьей пятерки вузов-лидеров в январе-сентябре 2008 года (по всем источникам ИС Интегрум).



МАИ, АНХ и ФА перемещаются в третью пятерку лидеров, одновременно в эту же пятерку входят с заметными результатами такие сильные региональные вузы, как ТПУ и ННГУ.

Рис. 3.1. Динамика медиа-активности третьей пятерки вузов-лидеров в январе-сентябре 2008 года (по центральным источникам ИС Интегрум).

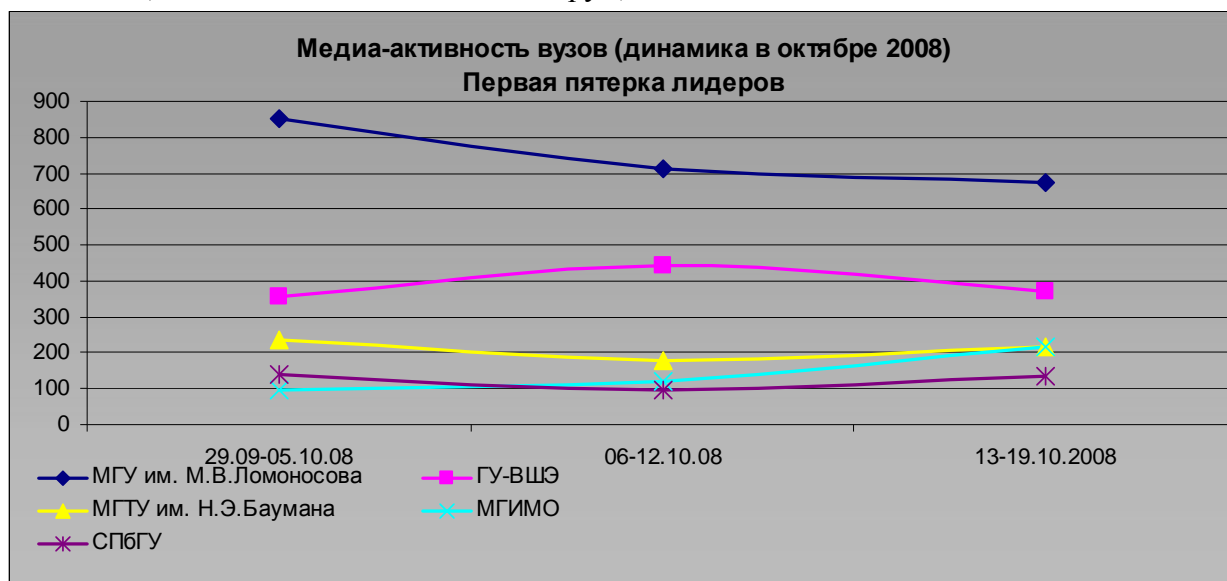


Ограничение списка источников только центральными приводит к тому, что СПбГУ оказывается лишь в третьей пятерке лидеров. С ним группируются сильные московские и региональные вузы, но не столь статусные как СПбГУ – МИФИ, МФТИ, СФУ, РУДН.

В октябре 2008 года строится динамика медиа-активности вузов уже по недельным периодам.

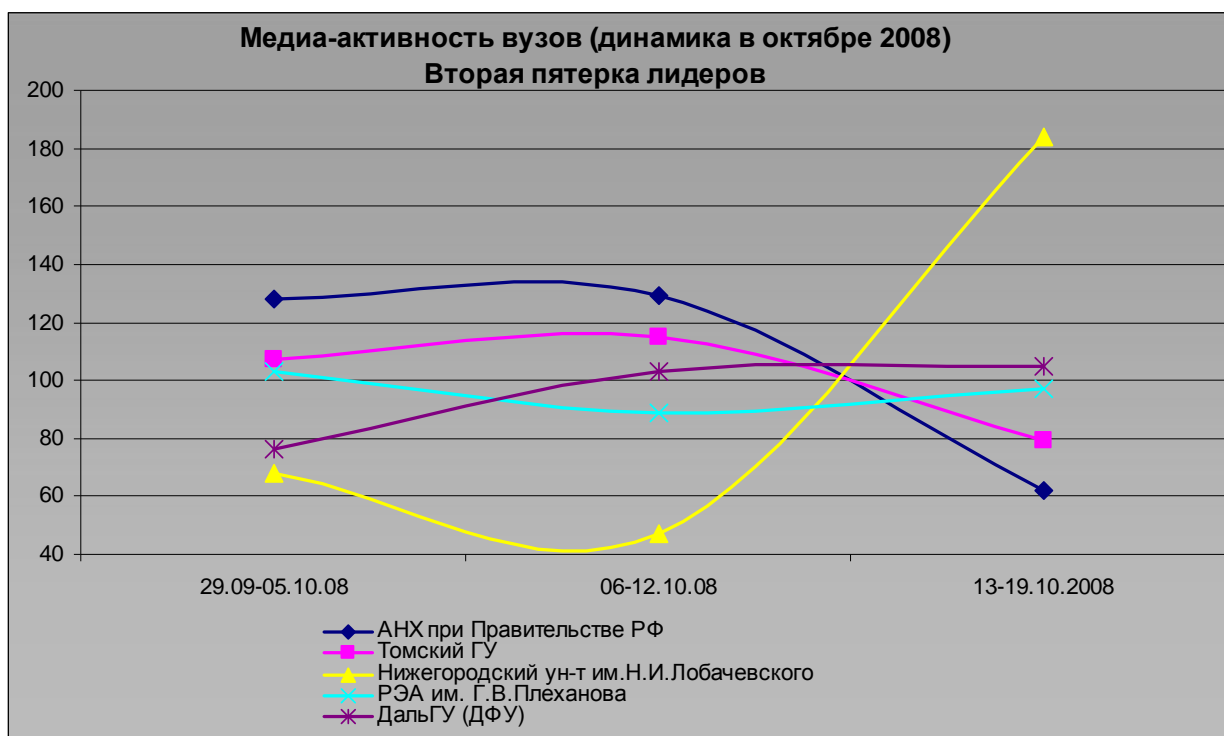
Результаты медиа-активности вузов-лидеров приведены на Рис. 4-6.

Рис. 4. По-недельная динамика медиа-активности первой пятерки вузов-лидеров в октябре 2008 года (по всем источникам ИС Интегрум).



Особо заметных событий в жизни первой пятерки вузов-лидеров не происходило, разве что МГИМО со второй половины октября начал демонстрировать растущую активность, вызванную, вероятно, возросшей комментарийной активностью экспертов, связанных с МГИМО и МИДом, по вопросам международной политики.

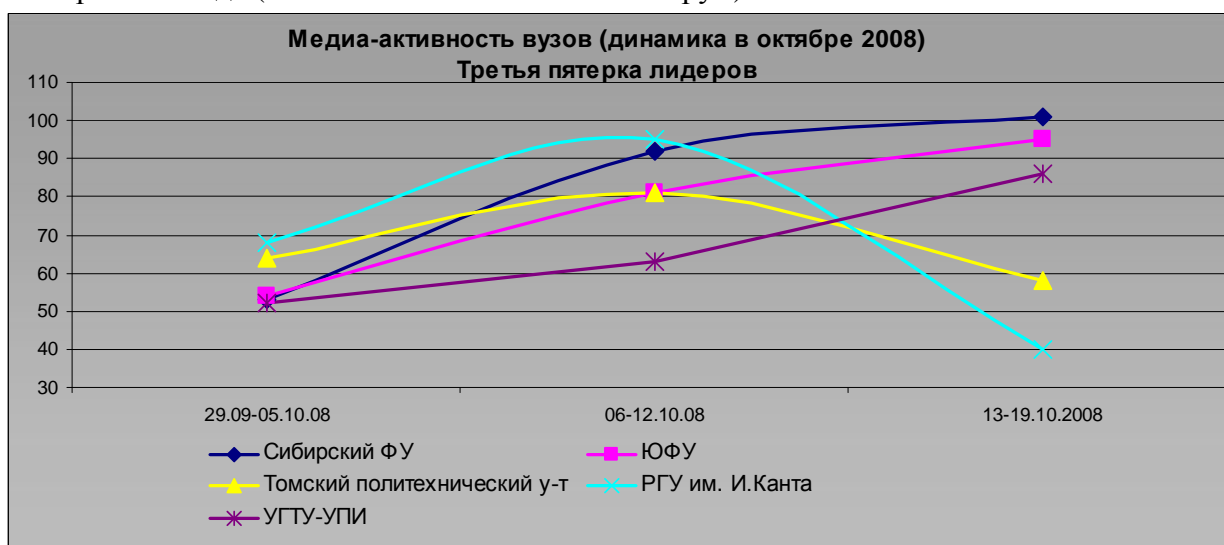
Рис. 5. По-недельная динамика медиа-активности второй пятерки вузов-лидеров в октябре 2008 года (по всем источникам ИС Интегрум).



Резкий всплеск медиа-активности ННГУ вызван избранием нового ректора университета и переходом Р.Стронгина на пост президента ННГУ.

Заметное снижение медиа-активности АНХ в третью неделю октября выглядит значимым лишь на фоне высокой упоминаемости вуза в первых неделях месяца, когда состоялась пресс-конференция ректора АНХ на тему "Новые тенденции в российском бизнес-образовании", В.Мау принял участие в видеомосте Москва - Вашингтон - Киев и многие СМИ цитировали заявления ректора АНХ о влиянии экономического кризиса на мировую и российскую экономику.

Рис. 6. По-недельная динамика медиа-активности третьей пятерки вузов-лидеров в октябре 2008 года (по всем источникам ИС Интегрум).

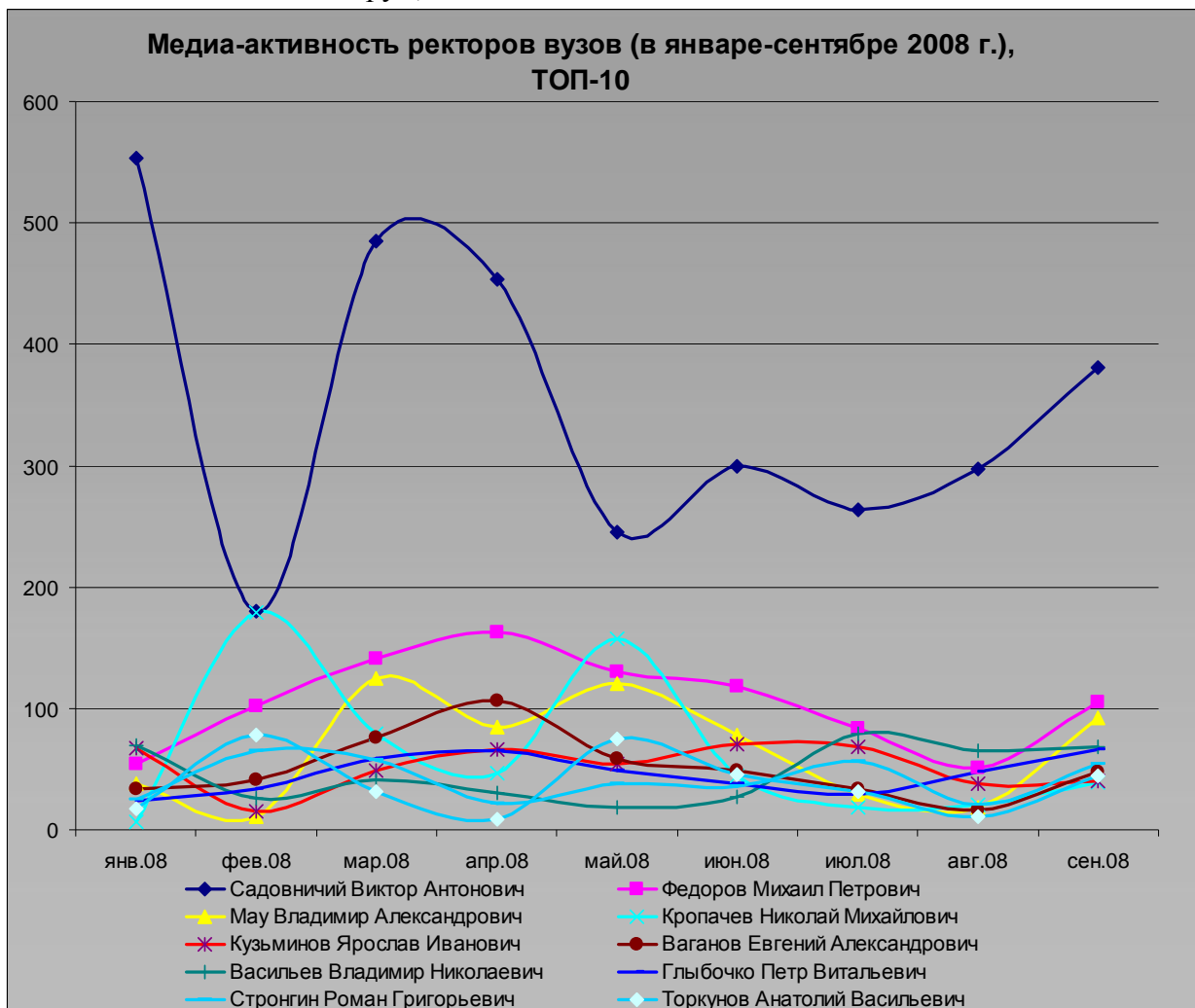


Информационный всплеск отмечен у РГУ им. И.Канта на второй неделе октября, что обусловлено сообщениями региональных изданий о событиях в вузе. Наибольший отклик в СМИ вызвала встреча губернатора Калининградской области Г.Бооса с участниками

«Президентской программы» - программы подготовки управленческих кадров для организаций народного хозяйства Российской Федерации. С 9 по 24 октября двенадцать сотрудников иностранных организаций пройдут обучение и стажировку в РГУ. Локальный максимум медиа-активности ТПУ в начале октября вызван избранием нового ректора вуза.

Аналогичным образом оценена медиа-активность ректоров отобранных вузов. На приведенных ниже рисунках показана медиа-активность только 10 ректоров – лидеров.

Рис. 7. Динамика медиа-активности 10 ректоров – лидеров в январе-сентябре 2008 (по всем источникам ИС Интегрум).



Высокие показатели медийной активности ректора МГУ В.Садовничего обусловлены решением МГУ учитывать результаты ЕГЭ по русскому языку и математике при поступлении в университет. Кроме этого, persona ректора МГУ привлекла к себе повышенное внимание решением московских властей присвоить В.Садовничему звание Почетного гражданина города.

Медиа-активность В.Садовничего как эксперта в сфере высшего образования, как видного ученого и общественного деятеля высока, но основной вклад в его активность вносят внутривузовские события.

Празднование в МГУ «Татьянинного дня» стало традиционным событием, которое привлекает внимание журналистского сообщества как к вузу, так и непременно центральному участнику - ректору.

В марте 2008 г. резонанс получила тема отчисления четырех студенток факультета социологии МГУ (активисток OD Group). В это контексте отмечалось, что ректор МГУ создавал специальную комиссию, которая признала образовательный процесс на факультете далеким от мировых и отечественных стандартов, но лишь ограничилась рекомендацией улучшить условия обучения.

В апреле 2008 г. внимание СМИ также привлек день открытых дверей в МГУ. В.Садовничий в ходе выступления рассказал о новых правилах приема в МГУ, что вызвало в СМИ волну материалов о ЕГЭ и проблематике поступления в вузы в целом.

Упоминаемость ректора МГУ в сентябре 2008 заметно увеличилась на фоне относительного летнего «затишья». Внимание СМИ к персоне ректора было привлечено решением Ученого совета МГУ под руководством В.Садовничего открыть (совместно с ЕР) отделение политологии при философском факультете.

Кроме того, в СМИ продолжали широко обсуждаться позиция ректора по ЕГЭ.

Медиа-поле ректора ГУ-ВШЭ Я.Кузьмина характеризуется волнообразной динамикой. Заметный всплеск упоминаемости приходится на апрель 2008 года, когда ректор презентовал проект «Российское образование - 2020». Максимум упоминаемости ректора ГУ-ВШЭ приходится на июнь-июль 2008 года. В этот период Я.Кузьмин комментировал проект Минрегионразвития «Концепция совершенствования региональной политики». В июле Я.Кузьмин выступил на очередном заседании «круглого стола» «Инновационная экономика», действующего в рамках «Форума-2020» под эгидой «Единой России». Заявления ректора вуза цитировали многие издания.

Основная составляющая медиа-активности Я.Кузьмина – это публичные выступления в качестве эксперта, причем не только в сфере реформирования системы ВПО, но и в сфере реформирования национальной экономики.

Медиа-активность ректора АНХ В.Мау полностью основана на его экспертной деятельности, будь то публичное обсуждение моделей реформирования национальной системы ВПО или обсуждение моделей реформирования национальной экономики; возрастающая к концу сентября – началу октября 2008 года медиа-активность В.Мау определяется увеличивающейся частотой его выступлений по антикризисной тематике. Кроме В.Мау, не столь заметную экспертную активность проявляют несколько проректоров АНХ, а также руководители школ МВА при АНХ. (Празднование в сентябре 2008 г. 20-летия создания при АНХ первой в стране школы МВА заметно увеличило и присутствие АНХ в медийном пространстве).

Главной составляющей медиа-активности ректора МГИМО(У) А.Торкунова является экспертная деятельность в сфере международных отношений. Кроме того, заметную долю медиа-активности МГИМО(У) и его ректора занимают коммуникации с сообществом выпускников Университета.

Довольно неожиданно появление в десятке лидеров по медиа-активности ректора Саратовского государственного медицинского университета П.Глыбочко. объясняется это тем, что практически вся публичная активность П.Глыбочко основана на партийной деятельности: он является секретарем регионального политсовета Единой России.

Среди Санкт-Петербургских вузов наиболее активен ректор СПбГПУ М.Федоров, опережающий по частоте появлений в медиа-пространстве даже нового ректора СПбГУ Н.Кропачева.

Президент СПбГУ Л.Вербицкая оставила пост ректора СПбГУ в начале 2008 года, но сохраняла на протяжении первого полугодия заметный уровень медиа-активности, временами сравнимую с медиа-активностью В.Садовниченко.

(На Рис. 7.1. в качестве иллюстрации приведены кривые 9-месячной медиа-активности лидеров ректорского корпуса с присутствием Л.Вербицкой вместо Н.Кропачева и с присутствием ректора МГТУ имени Н.Э.Баумана И.Федорова, вытесненного при более детальном рассмотрении из десятки ректором СГМУ П.Глыбочко).

Рис. 7.1. Динамика медиа-активности 10 ректоров – лидеров в январе-сентябре 2008 (Л.Вербицкая вместо Н.Кропачева, И.Федоров вместо П.Глыбочко) (по всем источникам ИС Интегрум).

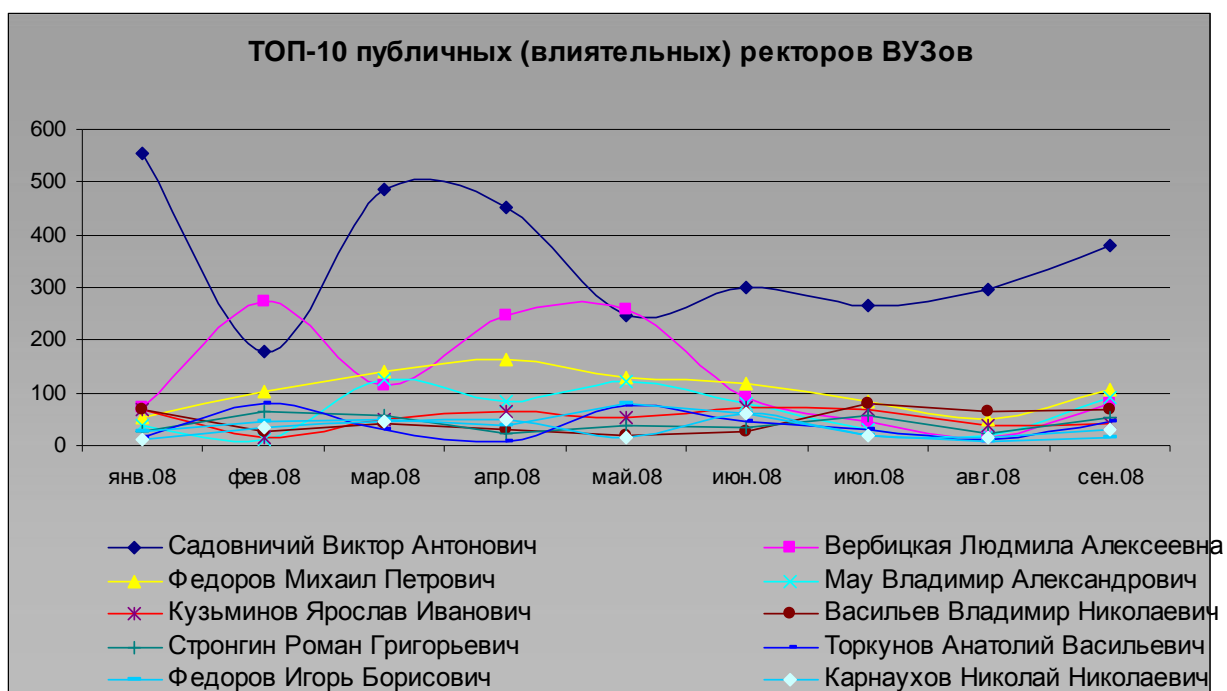


Рис. 8. По-недельная медиа-активность 10 ректоров – лидеров в октябре 2008 г. (по всем источникам ИС Интегрум).



Резкий рост упоминаемости Р.Стронгина вызван довольно неожиданным уходом его с поста ректора на пост президента ННГУ. (Эту тему освещали лишь 3 федеральных издания, основной вклад внесли региональные издания, а также интернет).

В.Мау в информационной картине переместился со второго на третье место в рейтинге, несмотря на то, что ректор АНХ в период сентябрь-октябрь увеличивает экспертную активность в связи с экономическим кризисом. Эта экспертная деятельность пока не находит должного отражения в СМИ: в центральных СМИ крайне незначительное число упоминаний, в то время как в интернет-среде зафиксировано значительное число перепечаток и цитирования.

Следует признать, что российские вузы, в основном, строят публичные коммуникации на основе тем внутривузовской жизни, в первую очередь, в связи с образовательными процессами. Главной целью публичных коммуникаций вузы преимущественно видят в привлечении новых абитуриентов.

Развивают коммуникации с публичными работодателями лишь отдельные вузы, преимущественно сильные технические и технологические университеты.

Коммуникации в сфере научно-исследовательской работы замыкаются на специализированные издания, в публичном пространстве информирование общества, власти и профессиональных сообществ о деятельности вузов по воссозданию и развитию национальной инновационной системы представлено совсем незначительно и снова отдельными представителями технических и технологических вузов. Конечно, вклад в развитие этого коммуникационного канала сыграл реализуемый ПНП «Образование», в частности, конкурсы инновационных вузов, но считать этот вклад значительным пока не следует.

Вузы как разработчики стратегий развития страны, территории, отрасли также представлены в публичных коммуникациях довольно слабо, даже ЮФУ и СФУ; наиболее заметны несколько московских экономических университетов, активизируются МИФИ и МИСиС.

Заметно развивается экспертная составляющая вузовских и «ректорских» коммуникаций. Кроме нескольких московских экономических вузов и Санкт-Петербургского гидрометеорологического университета в эту нишу начинают входить (точнее было бы сказать – начинают восстанавливать утраченные позиции) сильные технические и технологические вузы, классические университеты крупных городов.

Продолжив мониторинг медиа-активности российских вузов и их ректоров, мы надеемся выйти на более интересную детализацию процессов; надеемся, что работа будет замечена университетами; надеемся, что работа будет дополнительным стимулирующим фактором для вузовских администраций в деле реализации политики информационной открытости и всестороннего развития коммуникаций.