

*На правах рукописи*



**Мухамадуллин Салават Раилевич**

**ТРАНСФОРМАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ  
ПОЛИТИКОЙ ВУЗА В УСЛОВИЯХ МЕДИАТИЗАЦИИ**

Специальность – 5.9.9. – Медиакоммуникации и журналистика

**АВТОРЕФЕРАТ**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата политических наук

Казань – 2025

Работа выполнена на кафедре телепроизводства и цифровых коммуникаций Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций Института социально-философских наук и массовых коммуникаций Федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Казанский (Приволжский) федеральный университет».

**Научный руководитель:**

**Андреева Юлия Валентиновна**  
профессор, доктор педагогических наук,  
профессор Института «Первая академия медиа»  
ФГБОУ ВО «РЭУ им. Г.В. Плеханова»

**Официальные оппоненты:**

**Дементьева Ксения Владимировна**  
доцент, доктор филологических наук, профессор  
департамента медиа Санкт-Петербургского  
филиала ФГАОУ ВО «Национальный  
исследовательский университет «Высшая школа  
экономики», «Санкт-Петербургский  
государственный университет»

**Гуреева Анна Николаевна**  
доцент, кандидат филологических наук, советник  
декана Факультета журналистики ФГАОУ ВО  
«Московский государственный университет  
имени М.В.Ломоносова»

**Ведущая организация:**

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего  
образования «**Уральский федеральный  
университет имени первого Президента  
России Б.Н. Ельцина**»

Защита диссертации состоится «18» декабря 2025 года в 12 часов 00 минут на заседании диссертационного совета КФУ.059.4 ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420008, г. Казань, ул. проф. Нужина, д. 1/37, ауд. 224.

С диссертацией и авторефератом можно ознакомиться в научной библиотеке им. Н.И. Лобачевского ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, д. 35.

Сведения о защите, автореферат и диссертация размещены на официальных сайтах ВАК Министерства науки и высшего образования Российской Федерации (<https://vak.minobrnauki.gov.ru>) и ФГАОУ ВО «Казанский (Приволжский) федеральный университет» (<http://kpfu.ru>).

Автореферат разослан « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20 \_\_\_\_ года.

Учёный секретарь  
диссертационного совета  
к. полит н., доцент



А.А. НИКИТИН

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы диссертационного исследования** определяется изменением ландшафта информационной реальности и технологиям управления информационным полем в условиях современного общества, где с одной стороны информация стала ключевым ресурсом, а с другой стороны роль и влияние университетов как образовательных и научных общественных на социум становится все более значимой. Именно университеты играют ведущую роль в подготовке квалифицированных специалистов, научных исследований и инновационного развития страны, являясь центром передачи и хранения знаний, развития созидательного мышления и сохранения культурного наследия.

В условиях информационного бума и развития цифровых технологий, университеты сталкиваются с новыми вызовами и возможностями в области информационной политики. Эффективное управление информацией и ее распределение становятся неотъемлемыми аспектами современной университетской деятельности. Стратегическое планирование информационных процессов позволяет университетам улучшить качество образования, укрепить научные исследования, оптимизировать управление, а также повысить привлекательность и конкурентоспособность в мире образования. Рост интернет-охвата, геймификация контента, цифровизация образования, облачные технологии, мобильные приложения и искусственный интеллект предоставляют университетам уникальные инструменты и возможности для оптимизации информационной стратегии. Вместе с новыми возможностями также возникают новые угрозы и вызовы, связанные с безопасностью информации, защитой данных и конфиденциальностью.

Исследование ключевых элементов стратегии управления информационной политики и её трансформации в университетах позволит

разработать рекомендации для учебных заведений, для укрепления роли и значения в современном обществе, достижения результатов в образовательной и научной деятельности. В работе представлен анализ практик федеральных университетов, которые за последнее десятилетие прошли несколько этапов трансформации, в том числе со статуса регионального вуза к федеральному. Кроме того, на данном этапе рассматриваемые университеты участвуют в государственной программе академического лидерства «Приоритет-2030», которая предполагает дальнейший этап системно-структурной трансформации образовательных центров, в том числе и его информационной политики.

Также актуальность данной темы заключается в том, что информационная политика университетов становится основой для успешного функционирования и совершенствования системы высшего образования в условиях стремительных изменений информационного и технологического ландшафта. Представленное исследование будет также способствовать разработке более устойчивых и эффективных стратегий информационной политики российских университетов, которые позволят им не только успешно конкурировать на мировом рынке образовательных услуг, но и быть более эффективными в просветительских проектах, при формировании условий общественного информационного влияния.

### **Степень научной разработанности проблемы**

Данная исследовательская проблематика находится на стыке практической журналистики и рекламы, политических наук, коммуникативных теорий, а также информационных технологий в сфере медиакоммуникаций. Исследования в области социологии образования были

проведены: Э.М. Андреевым и А.В. Мироновым<sup>1</sup>, В.И. Байденко,<sup>2</sup> А.М. Бекаревым<sup>3</sup>, Г.Е. Зборовским<sup>4</sup> и другими.

В работе использованы аналитические, исследовательские и компаративные методы, системно-структурный анализ, кейс-метод, а также данные из различных источников, включая научные статьи. В частности, это исследования в области медиакоммуникаций и брендинга Г.М. Маклюэна<sup>5</sup>, А.Н. Гуреевой<sup>6</sup>, А.В. Фаюстова<sup>7</sup>, А.А. Грабельникова<sup>8</sup>, Т.Э. Гринберга<sup>9</sup>, Ф. Альтбаха<sup>10</sup>, К. Морфью и М. Хартли<sup>11</sup> и других.

Изучение государственной информационной политики органично связано с исследованием массовых коммуникаций, функционированием СМИ,

---

<sup>1</sup> Социально-гуманитарное знание и образование: новые реалии, иные измерения, информационная безопасность : Монография / Э.М. Андреев, А.В. Миронов. – М.: Соц.-гуманитар. знания, 2001. - 141 с.: табл.; 22 см.; ISBN 5-901715-05-5

<sup>2</sup> Байденко, В. И. Некоторые тенденции развития систем высшего образования в странах СНГ / В. И. Байденко // Высшее образование в России. – 2010. – № 5. – С. 46-58. – EDN MNHTSP.

<sup>3</sup> Бекарев Адриан Михайлович, Пак Галина Станиславовна ОТ ТЕХНОЛОГИЙ УПРАВЛЕНИЯ К УПРАВЛЕНИЮ ТЕХНОЛОГИЯМИ // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2023. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-tehnologiy-upravleniya-k-upravleniyu-tehnologiyami> (дата обращения: 31.01.2022).

<sup>4</sup> Зборовский Г.Е. Избранное: 1972–2022. – Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2023. – 749 с

<sup>5</sup>Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн ; Маршалл Маклюэн ; Пер. с англ. В.Г. Николаева. – М.; : КАНОН-пресс-Ц, 2003. – (Центр фундаментальной социологии). – ISBN 5-86090-102-X. – EDN QOCITF.

<sup>6</sup>Медиакоммуникационная деятельность российских вузов в Интернет-пространстве : 2014-2016 гг. : автореферат дис. ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / Гуреева Анна Николаевна; [Место защиты: Моск. гос. ун-т им. М.В. Ломоносова]. – М. 2017. - 24 с.

<sup>7</sup>Фаюстов А. В. Создание и развитие бренда федерального университета в условиях медиатизации науки и образования: на примере Уральского федерального университета : диссертация на соискание ученой степени кандидата филологических наук : 10.01.10 / А. В. Фаюстов ; [Место защиты: Воронежский государственный университет]. — Екатеринбург, 2021. — 225 с

<sup>8</sup>Грабельников, А. А. СМИ постсоветской России: пятнадцать лет спустя / А. А. Грабельников // Вестник Университета Российской академии образования. – 2006. – № 1. – С. 19-31. – EDN NBLTXH.

<sup>9</sup>Гринберг, Т. Коммуникации в управлении имиджем и репутацией: корреляция понятий / Т. Гринберг // Медиальманах. – 2013. – № 2(55). – С. 6-12. – EDN QBMGWN.

<sup>10</sup> Глобальные перспективы высшего образования [Текст] / Филип Альтбах ; перевод с английского Юрия Каптуревского ; под редакцией Антона Рябова. - М : Издат. дом Высш. шк. экономики, 2018. – 546 с.

<sup>11</sup>Morphew С. С., Hartley М. Mission statements: a thematic analysis of rhetoric across international type //The Journal of Higher Education. 2006. Vol. 77, № 3. P. 456–471

тенденциями их эволюции в процессе институализации медийно-политического пространства в России. Эти проблемы нашли отражение в работах зарубежных и отечественных ученых Е.Л. Вартановой и О.Ю. Вихровой<sup>12</sup>, М.С. Вершинина<sup>13</sup>, Е.Г. Дьяковой<sup>14</sup>, В.П. Терина<sup>15</sup>, Т.М. Дридзе<sup>16</sup> и др<sup>17</sup>.

Отдельно следует отметить работы, посвященные вопросам стратегического управления в высшей школе, затрагивающие понятие конкурентоспособность, представленные как иностранными авторами:

---

<sup>12</sup>Вартанова Елена Леонидовна, Вихрова Ольга Юрьевна Цифровая информационная открытость власти как инструмент преодоления цифрового неравенства в России // Вопросы теории и практики журналистики. 2020. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-informatsionnaya-otkrytost-vlasti-kak-instrument-preodoleniya-tsifrovogo-neravenstva-v-rossii> (дата обращения: 31.01.2022).

<sup>13</sup>Вершинин, М. С. Политическая коммуникация в информационном обществе // М. С. Вершинин ; М. С. Вершинин. – М. : РГБ, 2009. – 1 с. – EDN QOJRZN.

<sup>14</sup>Дьякова, Е. Г. Конструирование и легитимация социальных проблем в процессе установления повестки дня / Е. Г. Дьякова // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. – 2005. – № 6. – С. 188-211. – EDN NYRFGP.

<sup>15</sup>Терин, В. П. Массовая коммуникация : Исследование опыта Запада / В. П. Терин. – 2-е издание, переработанное и дополненное. – Москва, 2000. – 223 с. – EDN QIVBCL.

<sup>16</sup>Дридзе Т.М. Текстовая деятельность в структуре социальной коммуникации: Проблемы семиосоциопсихологии / АН СССР Ин-т социологических исслед.; Отв. ред. И. Т. Левыкин. — Москва : Наука, 1984. — 267 с.

<sup>17</sup>Акатова Н.А. Информационные технологии. 5-ая книга. Система государственного управления. М., 2000; Авцинова Г.И., Краснов Б.И., Лаптев Л.Г., Шелудько А.В. Информационная стратегия как фактор формирования политической культуры российского общества в условиях глобализации. М., 2002; Нисневич Ю.А. Информация и власть. - М., 2000; Нисневич Ю.А. Информационный фактор политической модернизации // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. М., 2001..№ 3.; Нисневич Ю.А. Информационно-коммуникационная стабилизация политической системы // Вестник Российского университета дружбы народов. – Серия: Политология. 2006. № 1 (6). С. 68–80; Смолян Г.Л., Черешкин Д.С. Стратегия перехода к информационному обществу // Системные исследования. Ежегодник. М., 2001; Тавокин Е.П. Информационная политика: системный подход // Государственная информационная политика: концепции и перспективы. Сборник статей / Составитель: Е.П. Тавокин. М., 2001; Талапина Э.В. К вопросу об информационной функции государства // Информационное общество. 2002. №2.

Д.Бок<sup>18</sup>, Б. Кларк<sup>19</sup>, Г.Розовски<sup>20</sup>, так и российскими учёными, начиная с 1990-х годов: А.Н.Асаул и Б.М. Капаров<sup>21</sup>, В.М. Соколов<sup>22</sup>, Н.Л. Титова<sup>23</sup>, В.М. Филиппов и Б.Л. Агранович<sup>24</sup>. В этом же направлении анализируется маркетинг услуг в системе высшего образования: И.В. Захаровой<sup>25</sup>, Е.Е. Кузьминой<sup>26</sup>, Т.В. Старостиной<sup>27</sup>.

**Объект научного исследования – информационная политика университетов, её место в структуре системы организаций. Информационная политика рассматривается как система условий, стратегических целей, задач,**

---

<sup>18</sup>Бок Д. Университеты в условиях рынка. Коммерциализации высшего образования/Перевод: С.Я. Карп. М.: ИД ВШЭ, 2012, 224 с // Социологические исследования. – 2013. – № 3(347). – С. 124. – EDN QASAZF.

<sup>19</sup>Кларк, Б. Р. Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации / Б. Р. Кларк ; Бертон Р. Кларк ; пер. с англ. Артема Смирнова. – М.: Издательский дом Гос. ун-та-Высш. шк. экономики, 2011. – (Серия Теория и практика образования). – ISBN 978-5-7598-0834-3. – EDN QYIFPB.

<sup>20</sup>Чириков, И. С. "Поздравляем! Вы стали счастливым обладателем университета" Рецензия на книгу: Розовски Г. Университет. Руководство для владельца. М.: Изд. дом ВШЭ, 2015 / И. С. Чириков // Вопросы образования. – 2015. – № 2. – С. 289-301. – DOI 10.17323/1814-9545-2015-2-289-301. – EDN TYIKHV.

<sup>21</sup>Асаул, А. Н. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики : Научное и учебно-методическое справочное пособие / А. Н. Асаул, Б. М. Капаров. – Санкт-Петербург : Гуманистика, 2007. – 280 с. – (Экономическое возрождение России). – ISBN 5-86050-284-2. – EDN VENTST.

<sup>22</sup>Соколов, В. М. Теоретические основы проектирования образовательных стандартов (Общедидактический аспект) : специальность 13.00.01 "Общая педагогика, история педагогики и образования" : диссертация на соискание ученой степени доктора педагогических наук / Соколов Владимир Михайлович. – Нижний Новгород, 1997. – 409 с. – EDN NLNHKF.

<sup>23</sup>Титова, Н. Л. Стратегическое развитие вузов в условиях экономического роста страны / Н. Л. Титова // Университетское управление: практика и анализ. – 2008. – № 1(53). – С. 23-32. – EDN LEVGED.

<sup>24</sup>Управление в высшей школе: опыт, тенденции, перспективы : аналитический докл. / В. М. Филиппов, Б. Л. Агранович, Д. Г. Арсеньев [и др.]. – [2-е изд.]. – М. : Логос, 2006. – 487 с. – ISBN 5-98704-020-5. – EDN QVHVYF.

<sup>25</sup>Захарова, И. В. Маркетинг образовательных услуг / И. В. Захарова ; И. В. Захарова; Федеральное агентство по образованию, Ульяновский государственный технический университет. – Ульяновск : Ульяновский государственный технический университет, 2008. – 172 с. – ISBN 978-5-9795-0289-2. – EDN QWWOUZ..

<sup>26</sup>Бондарчук, А. Ф. Особенности маркетинга образовательных услуг: региональный аспект / А. Ф. Бондарчук // Годичные научные чтения филиала РГСУ в г. Клину. – 2014. – № 2(12). – С. 55-63. – EDN UBMQIH.

<sup>27</sup>Старостина Т.В. Вузы на рынке образовательных услуг // Социологические исследования. 2003. № 4. С. 121-126 // Социология образования. – 2004. – № 6. – С. 25. – EDN HTJOEV.

стратегий, механизмов и ресурсов, которые университеты используют для управления информационным полем.

**Предмет научного исследования** – *медийная деятельность образовательных организаций по реализации информационной политики.*

**Цель** – выявить закономерности управления информационной политикой университета, способствующие повышению эффективности медиакоммуникационной деятельности вуза.

В рамках исследования поставлены следующие **задачи**:

1. Теоретически обосновать и внести авторское уточнение в понятие «информационная политика российского университета», определить типологию и сущностные характеристик данного явления;
2. Выявить стандарты и условия применения теоретических подходов в области медиакоммуникаций в условиях научно-образовательной среды и проанализировать основные теоретические подходы к понятию медиатизации;
3. Определить основные подходы к моделям управления информационной политикой российских университетов;
4. Разработать управленческую и коммуникационную модель информационной политики российского университета;
5. Выработать систему оценки эффективности информационной политики вузов.

**Научная гипотеза исследования:** информационная политика университета может быть эффективной при реализации системного подхода и внедрении разработанной системы оценки эффективности. Информационная политика университета должна функционировать в системе вуза в виде сквозного процесса, охватывающего ключевые направления деятельности образовательной организации с учетом ряда компонентов: внешней среды (регион присутствия, государственная политика в области науки и высшего образования, интересы крупного бизнеса и региональных элит), внутриуниверситетских особенностей (количества обучающихся,

многоступенчатая структура, ключевые направления исследований, бюджет), а также уровня развития медиакommunikаций и доступа к медиаресурсам.

### **Основные понятия исследования**

В основу работу легли исследовательские концепции Г.М. Маклюэна<sup>28</sup>, Дж.Б. Томпсона<sup>29</sup>, который впервые дал определение понятию медиатизация, Фридриха Кротца<sup>30</sup>, рассматривающего медиатизацию как процесс, формирующий современность и Стиг Хьярварда<sup>31</sup>, который рассматривал прямую и косвенную медиатизацию. Таким образом, медиатизация определяется как процесс интеграции медиа и формирование им единой культурно-коммуникационной системы общества.

Термин «трансформация» в переводе с латинского языка означает преобразование, превращение, видоизменение<sup>32</sup>. В контексте информационной политики это понятие мы сопрягаем такими изменениями информационной политики, при которых происходит качественное системы, обязательно сопровождающееся преобразованием ее структуры и целеполагания, а соответственно и механизмов реализации.

Рассматривая определение «информационной политики», мы опираемся на российское правовое поле, в частности на статью №2 Федерального закона от 27.07.2006 г. № 149-ФЗ, в которой раскрываются основные понятия информации, информационных технологий, информационной системы и

---

<sup>28</sup> Маклюэн М. Понимание Медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В.Г. Николаева. М.: Гиперборея; Кучково поле, 2007

<sup>29</sup> Thompson J.B. (1995) *The Media and Modernity. A Social Theory of the Media*. Cambridge. URL: <https://johnpostill.com/2010/03/30/communication-and-social-context-thompson-1995/> (Дата обращения: 03.04.2023)

<sup>30</sup> Krotz F. (2009) *Mediatization: a concept with which to grasp media and societal change*. In K. Lundby (ed.) *Mediatization: Concept, Changes, Consequences*. New York: Peter Lang. URL: <https://johnpostill.com/2010/03/01/notes-on-krotz-2009-mediatization/> (Дата обращения: 10.12.2022).

<sup>31</sup> Hjarvard S. (2008) *The Mediatization of Religion: A Theory of the Media as Agents of Religious Change*. In *Northern Lights 2008. Yearbook of Film & Media Studies*. Bristol: Intellect Press

<sup>32</sup> Карпунина Евгения Константиновна Трансформация как способ развития экономической системы // Вестник ТГУ. 2011. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-kak-sposob-razvitiya-ekonomicheskoy-sistemy> (дата обращения: 13.10.2022).

распространение информации. Вместе с тем, мы предлагаем рассматривать данное понятие с позиции системного подхода как стратегию управления информационным полем. Таким образом, информационная политика вуза — это целенаправленное, системное программирование деятельности организации в сфере корпоративной, социальной и массовой коммуникации с применением информационно-цифровых технологий для формирования позитивного имиджа и гуманистического развития гражданского общества.

*Системный подход в управлении информационной политикой российского университета* реализуется как – система оптимального взаимодействия принципов, методов и мер, направленных на управление информационными ресурсами, процессами и коммуникациями внутри университета и за его пределами. При этом результативность, т.е. *эффективность* может быть оценена как соотношение между результатом и затратами или ресурсами, которые этот результат вызвали<sup>33</sup>.

**Теоретико-методологическую базу исследования** составляет широкий спектр работ по журналистике и медиакоммуникациям, теории новых медиа, политологии, философии, социологии, социальной психологии, относящихся к проблемам формирования и реализации государственной информационной политики, построению информационного общества, в частности, методология исследования базируется на теории медиатизации и апробированной в российском информационном поле А.Н. Гуреевой, А.В. Фаюстова. Кроме того, работа опирается на труды московской школы медиаисследований<sup>34</sup>, представителей Высшей школы журналистики Санкт-

---

<sup>33</sup>Виленский П.Л., Лившиц В.Н., Орлова Е. Р., Смоляк С.А. Методы оценки инвестиционных проектов. – М.: Дело, 1998. – 248 с.

<sup>34</sup>Медиасистема России: учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2021. 424 с. 2.

Чумиков А.Н. Связи с общественностью и медиакоммуникации: учеб. пособие для вузов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 199 с.

Журналистика: учебное пособие / под ред. Е. Л. Вартановой ; М-во науки и высш. обр. РФ, ФГБОУ ВО «Тамб. гос. ун-т им. Г.Р. Державина». — Тамбов: Издательский дом «Державинский», 2024.— 248 с.

Петербурга<sup>35</sup>. Отдельно проанализированы исследовательские работы, связанные с изучением влияния политических технологий на конструирование образа Ю.В. Андреевой<sup>36</sup>, Ю.Е. Буровой<sup>37</sup>, Е.В. Стуровой<sup>38</sup>.

К рассмотрению разнообразных политических аспектов информационной политики применительно к тематике собственных диссертационных исследований обращались К.В. Маркелов<sup>39</sup>, В.В. Мистюков<sup>40</sup>, А. Н. Петрунин<sup>41</sup>, М. Г. Дмитриев<sup>42</sup>. Большинство этих политологических исследований носит междисциплинарный характер.

В диссертации нашли отражение теории медиакоммуникаций Гарольда Лассуэлла<sup>43</sup>, безграничного влияния СМИ Уолтера Липпмана<sup>44</sup>, ограниченных эффектов, теории социального конструктивизма Питера Бергера и Томаса

---

<sup>35</sup> Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации : учебник для вузов / Д. П. Гавра. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 231 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-06317-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/511672> (дата обращения: 10.04.2024)

Н. С. Лабуш, А. С. Пую «Медиатизация экстремальных форм политического процесса: война, революция, терроризм. СПб: Изд-во СПбГУ, 2019. 340 с

<sup>36</sup> Андреева Ю.В. Взаимосвязь профессиональных и личностных качеств имиджа руководителя: дисс. канд психол. наук. – 2002. 179 с

<sup>37</sup> Бурова Ю.Е. Влияние пиар-технологий на формирование образа власти в региональных СМИ : автореферат дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 / Бурова Юлия Евгеньевна. - Екатеринбург, 2013. 26 с

<sup>38</sup> Стурова Е.В. Взаимодействие власти, гражданского общества и общественно-политической прессы в современной России. Автореф. канд. полит. наук. Ростов-на-Дону, 2005. 28 с.

<sup>39</sup> Маркелов К.В. Общественный идеал как объект информационной политики: дис. на соиск. учен. степ. канд. полит. наук. М., 2006.

<sup>40</sup> Мистюков В.В. Информационная политика современной России в контексте формирующегося гражданского общества: дис. на соиск. учен. степ. канд. полит. наук. М., 2012.

<sup>41</sup> Петрунин А.Н. Институт связей с общественностью Министерства обороны России в государственной информационной политике: дис. на соиск. учен. степ. канд. полит. наук. М., 2011.

<sup>42</sup> Дмитриев М. Г. Региональная информационная политика как фактор формирования информационного пространства: дис. на соиск. учен. степ. канд. полит. наук. М., 2004.

<sup>43</sup> Laswell H.D. The Structure and Function of Communication in Society. In Bryson L. (ed.). The Communication of Ideas. 1948, pp. 37–51.

<sup>44</sup> Яковлева, Э. В. Теория Уолтера Липпмана и ее отражение в современной медиареальности / Э. В. Яковлева // Молодой ученый. – 2016. – № 14(118). – С. 622-625. – EDN WFMIEEN.

Лукмана<sup>45</sup>, теория двухступенчатого потока информации Пола Лазарфельда<sup>46</sup>, математическая модель сообщения Клода Шеннона и Уоррена Уивера<sup>47</sup>, а также теорию медиатизации Стига Хьярварда<sup>48</sup> и Андреаса Хеппа<sup>49</sup>. Методический аппарат исследования включал: теоретико-методологический анализ литературы по выбранной проблематике, системно-структурный анализ, количественные методы представлены как анализ статистических данных, медиаметрия. В частности, использование статистических данных и показателей, связанных с доступом к информационным ресурсам, использованием информационных технологий и результатами научных исследований для количественной оценки эффективности информационной политики университетов. Метод сравнительного анализа позволил представить обзор информационной политики различных университетов в России для выявления общих практик и различий, а также изучения передовых подходов, применяемых в ведущих университетах. Проведены кейс-исследования в университетах КФУ, МАИ и РЭУ им. Плеханова для более глубокого понимания реализации информационной политики и ее влияния на различные аспекты университетской деятельности.

Основную базу для **эмпирической базы** исследования составили текстовые и аудиовизуальный контент на официальных сайтах, страницах в социальной сети VK и каналах в мессенджере Телеграм, упоминания вузов в средствах массовой информации, а также нормативно-правовые акты

---

<sup>45</sup>Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. / Пер. Е.Д. Руткевич. — М.: Медиум, 1995. — 323 с

<sup>46</sup>Лазарфельд, Пол Феликс (1901–1976). Выбор народа: как избиратель принимает решение в президентской компании [Текст] / Пол Феликс Лазарфельд, [Б. Берельсон, Х. Год] ; авторы русского перевода: М. Ю. Завгородняя [и др.]. — Ульяновск : УлГУ, сор. 2018. — 151 с. : 21 см.; ISBN 978-5-88866-747-7.

<sup>47</sup>Модель коммуникации Шеннона-Уивера: математический подход // сайт FB.ru [Электронный ресурс]. – Режим доступа: URL: <https://fb.ru/article/542405/2023-model-kommunikatsii-shennona-uiveramatematcheskiy-podhod>, свободный (дата обращения: 18.06.2024).

<sup>48</sup>Хьярвард С. Медиатизация общества. Теория СМИ как агентов социальных и культурных изменений // Обзор Nordicom. – 2008. – Том. 29.

<sup>49</sup>Andreas Hepp, Cultures of Mediatization, Cambridge, UK: Polity Press, 2012, 180 pp..

Министерства науки и высшего образования Российской Федерации и вузов, которые являются подведомственными ему. В качестве ядра эмпирической базы используется структура и медийная деятельность Казанского федерального университета, в качестве референтных образовательных учреждений по статусу, количеству студентов, объему финансирования и оценки деятельности информационных служб со стороны учредительной организации в эмпирическую базу включены Уральский федеральный университет, Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Российский технологический университет-МИРЭА, Дальневосточный федеральный университет. Объем контент-анализа составил 2301 пост в социальной сети VK и 1008 записей в официальных каналах в мессенджере телеграм. Кроме того, проведен содержательный анализ официальных сайтов Казанского и Дальневосточного федерального университетов. Кроме того, для сбора эмпирических данных использованы экспертный опрос и исследование методом фокус-группы, которые позволили выявить ключевые характеристики информационной политики университета. Также была проведена серия опросов с 2022 по 2023 гг., выборка составила 278 человек. Онлайн-опрос, размещенный в Google Forms, прошли жители г. Казань.

В диссертационной работе охвачен период с 2021 по 2024 годы, это обусловлено с активным периодом медиатизации информационного пространства университетов. Кроме того, в этот период произошла трансформация системы высшего образования Российской Федерации в силу воздействия факторов путем формирования и запуска новой стратегической программы академического лидерства для вузов, а также в связи с изменением требований к вузам в части ключевых показателей эффективности.

Также выбор данного временного отрезка обусловлен тем, что именно в этот период высшие учебные заведения России все больше испытывают на себе воздействие факторов дезинтеграции из международного академического пространства, роста конкуренции на рынке образовательных услуг, ограниченности ресурсов позиционирования университетов в интернет-

пространстве, изменений требований потребителей и трансформации медиасистемы. Выработка новых требований и рекомендаций к оценке информационной политики вузов становится одной из приоритетных задач системы высшего образования в России, именно в 2022 году в стране объявлено Десятилетие науки и технологий<sup>50</sup>, где две из трех задач напрямую связаны с популяризацией высшего образования в контексте привлечения талантливой молодежи в сферу исследований и разработок, а также повышения доступности информации о достижениях и перспективах российской науки для граждан Российской Федерации. «Вуз уже не может позволить себе иметь неконтролируемые аккаунты в социальных сетях и неэффективный, устаревшего образца и не соответствующий законодательству, сайт»<sup>51</sup>.

#### **Соответствие диссертации паспорту научной специальности.**

Представленная работа соответствует паспорту специальностей ВАК 5.9.9. Медиакоммуникации и журналистика (политические науки) паспорта специальностей ВАК по направлениям исследований «Тематика и проблематика журналистики и СМИ. Репрезентация социальных, экономических и политических процессов в медиакоммуникациях» (п. 3 паспорта специальности); «Творческий процесс в журналистике и медиакоммуникациях. Профессиональные методы и инструментарий журналистики и медиакоммуникаций. Формирование жанров журналистики и их развитие. Языковые особенности и стиль медиакоммуникаций» (п. 4 паспорта специальности); «Журналистский текст. Семиотика журналистики и медиакоммуникаций. Медiateкст и медиаречь. Язык СМИ и социальных медиа» (п. 8 паспорта специальности); «Профессиональные стандарты и ценности в журналистике и медиакоммуникациях. Влияние технологического

---

<sup>50</sup>Указ Президента Российской Федерации от 25.04.2022 г. № 231 «Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий» URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/47771> (Дата обращения: 19.10.2022 г.)

<sup>51</sup>Гуреева А. Н. Медиакоммуникационная деятельность российских вузов в Интернет-пространстве: 2014–2016 гг. : дис. ... канд. филол. наук : 10.01.10 М., 2017. С. 16.

прогресса и цифровизации на профессиональный инструментарий журналистов, профессионалов в области медиакоммуникаций и непрофессиональных авторов» (п. 9 паспорта специальности).

### **Научная новизна**

Уточнено представление о понятие «информационная политика вуза» и дано определение понятию «информационная политика российского университета». Представлен авторский подход к оценке ключевых показателей эффективности информационной политики университета, основанный на требованиях не только к информационным службам университета, но к руководителям образовательных организации. Так, предлагается учитывать как количественные, так и качественные аспекты, ориентированные на стратегические цели вузов. Предложенные параметры могут быть адаптированы и для других структурных подразделений университета с учетом их взаимодействия с группами стейкхолдеров. Такая система оценки эффективности позволит избежать надления информационных служб вуза обеспечивающими функциями.

Современное состояние информационной политики, проводимой университетами, особенно в онлайн-среде требует как осмысления проблем и выявления тенденций, так и выработки системы оценки данного направления деятельности.

Информационная политика университетов в условиях медиатизации выявляет необходимость системного изучения существующих проблем, выявления ключевых тенденций и разработки комплексного инструментария оценки эффективности данного направления деятельности. Особую значимость приобретает исследование онлайн-коммуникаций вузов, где традиционные подходы требуют существенной корректировки в условиях трансформации медиапространства и изменения моделей информационного потребления.

Систематизированы структурно-содержательные характеристики и теоретические аспекты медиакоммуникаций. Проведено исследование

влияния информационной политики вуза на восприятие медиасообщений студентами и сотрудниками образовательных учреждений.

Также на основе проведенного исследования социальных медиа были выявлены проблемы информационного обеспечения деятельности университетов, ее противодействия дезинформации, что позволило разработать рекомендации по оптимизации информационного обеспечения деятельности университетов.

### **Теоретическая и практическая значимость исследования**

Выводы, полученные в результате исследования, имеют возможность использования при реализации образовательной функции университетами, в области политических коммуникаций при конструировании современного медиаобраза образовательного учреждения в системе высшего образования Российской Федерации. регионального лидера. Кроме того, результаты могут быть применены в процессе трансформации университетов и построении, реализации стратегических программ академического лидерства. Реализация информационной политики университетами, управление ею рассмотрены со учетом влияния как внутренних, так и внешних стейкхолдеров.

Апробирована авторская методика построения взаимодействия структурных подразделений университета с информационными службами, а также модель системной интеграции информационных структур вуза в ядро трансформационных и обеспечивающих деятельность структурных подразделений университета. В частности, исследованы ключевые показатели эффективности и факторы конструирования медиаобраза в контексте российской федеральной общественно-политической прессы с государственной политики в области образования.

В рамках исследования информационная политика университетов концептуализирована как социально-информационный конструкт. Его системообразующее ядро составляет интегрированная совокупность результатов деятельности различных структурных подразделений вуза, которые подвергаются медиатизации и транслируются в публичное

пространство.

Представлен обзор теорий медиакommunikаций, рассмотрены их различные классификационные признаки и факторы влияния. Также полученные результаты могут быть применены при построении стратегии противодействия фейковой информации, защиты от неё студенческой и образовательной среды, играющих одну из ключевых роли в ходе воспитания личности и отношения к государственным институтам.

**Основные положения, выносимые на защиту:**

1. Система управления информационной политики университета должна представляться как сквозной многоуровневый процесс всей образовательной организации. Информационная политика при данном подходе выполняет роль актора коммуникации и трансформации не только из внутренней среды во внешнюю, но и наоборот, из внешней, путем сбора и обработки реакций стейкхолдеров университетов, во внутреннюю, тем самым провоцируя внутрисистемные изменения для повышения не только эффективности коммуникации, но и эффективности деятельности образовательной организации согласно стратегическим показателям, которые опять же, формируются под действием внешних элементов.

2. Система оценки эффективности информационной политики университета должна основываться на следующей матрице:

- оценка удовлетворенности внешних и внутренних стейкхолдеров;
- медиаактивность университета в СМИ и интернет-пространстве;
- эффективность взаимодействия с целевыми аудиториями, то есть замер вовлеченности аудиторий в коммуникационные процессы, включая участие в мероприятиях, активность в социальных сетях, отклики на информационные кампании, качество контента и его соответствие стратегическим целям;
- эффективность PR-кампаний и мероприятий, а именно ежеквартальная оценка результативности PR-активностей, включая организацию мероприятий, публикацию пресс-релизов, взаимодействие со СМИ для

повышения узнаваемости и укрепления его репутации, как научно-образовательного центра.

- финансовый мониторинг – ежегодная оценка расходов на структурные подразделения, реализующие информационную политику университета, а также соотношение с их вкладом в доходы образовательной организации, в том числе как внебюджетные источники, так и доходы от участия в государственных стратегических программах и грантах.

- вовлеченность студентов в реализацию информационной политики, оценка доли контента, созданного при участии студентов образовательной организации, для формирования лояльного пула медиаспециалистов к университету.

3. Организационная структура управления информационной политикой в университетах должна выглядеть следующим образом: «Руководство университета – Проректор по информационной/коммуникационной политике – Управление/департамент информационной/коммуникационной политики – Приемная комиссия – Управление библиотечными ресурсами – Проектные и инновационные группы – Маркетинговый центр по работе с индустриальными партнерами – Административные отделы».

4. Ключевые показатели эффективности проводимой информационной политики вузов должны включаться в себя *количественные* метрики эффективности медиакоммуникации (просмотры, реакции и пр.) и *качественные*, которые могут измеряться в академических и имиджевых, и пр. критериях результативности вуза – его основных КРІ.

**Достоверность результатов** диссертационного исследования обеспечивается комплексом методологических и методических факторов. Теоретическая база исследования опирается на фундаментальные научные концепции, прошедшие апробацию в академическом сообществе. Примененный методический аппарат включает взаимодополняющие методы сбора и анализа данных, соответствующие природе изучаемого объекта и поставленным исследовательским задачам. Важным аспектом обеспечения

достоверности стало соблюдение принципов верификации и валидации полученных результатов на всех этапах исследования.

### **Апробация исследования**

Основные положения и выводы диссертации изложены в 7 публикациях в рецензируемых научных журналах, 2 из которых – в изданиях, рекомендованных ВАК, 2 – в изданиях, индексируемых в базе данных Scopus и Web of Science. Результаты работы были апробированы в докладах и выступлениях на международных научных конференциях: «Журналистика-2019: творчество, профессия, индустрия» (Москва, МГУ, 2020), Андреевские чтения «Современные концепции и технологии творческого саморазвития личности» (Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2021), Агзамовские чтения - 2020-2021. Сборник материалов и научных статей Международной научно-практической конференции (Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2022), Агзамовские чтения - 2024-2025. Сборник материалов и научных статей Международной научно-практической конференции (Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2025), «Современное телевидение: между национальным и глобальным-2019» (Казань, Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2019), II Международная научно-практическая конференция ««Цифровая журналистика: технологии, смыслы, особенности творческой деятельности» (Екатеринбург, Уральский федеральный университет, 2025).

Авторские идеи были частично использованы при разработке системы управления информационной политикой Казанского федерального университета, в частности Высшей школы журналистики и медиакоммуникаций. Также результаты применены в ходе издания внутренних приказов университета, касающихся взаимодействия со СМИ, позиционирования университета в медиаполе, а также в процессе трансформации и обновления студенческого телеканала «Univer TV» в 2023 – 2024 годах.

### **Структура работы**

Диссертационное исследование состоит из двух глав, заключения, библиографии, приложения.

## **ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИОННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

Введение представляет собой методологическое обоснование актуальности темы исследования, степени разработанности темы, сформулированные цель и задачи исследования для определения стратегии научного поиска, рабочая гипотеза задает вектор эмпирической верификации. Научная новизна исследования раскрывается через совокупность теоретических положений и методических разработок, впервые вводимых в научный оборот. Также представлены объект и предмет исследования, эмпирическая основа работы включает репрезентативный массив данных, обработанных с помощью системы взаимодополняющих методов исследования. Кроме того, сформулированы основные положения, выносимые на защиту.

В первом параграфе первой главы исследования рассмотрены теоретические подходы к определению информационной политики вуза. Выявлено и дано понятие определению «информационная политика российского университета – это стратегически организованная система принципов, методов и мер, направленных на управление информационными ресурсами, процессами и коммуникациями внутри университета и за его пределами». Она включает в себя производство, распространение, обработку и использование информации для достижения целей университета, таких как повышение качества образования, развитие научных исследований, укрепление имиджа и конкурентоспособности вуза, а также обеспечение взаимодействия с ключевыми стейкхолдерами (студентами, преподавателями, абитуриентами, государственными органами, бизнесом и обществом). Также определены Выявлены пять основных тенденций при реализации информационной политики университета: переход к модели «производитель-

потребитель», принцип открытости и инклюзивности, противодействие киберугрозам, интеграция цифровых технологий в образование, а также активное вовлечение стейкхолдеров. Особое внимание уделено анализу манипулятивного потенциала искусственно созданных медиаобразов в информационном пространстве вузов. На примере программы повышения конкурентоспособности показана двойственная роль информационных ресурсов, способных выступать как инструментом развития, так и средством влияния различных политико-экономических групп.

Во втором параграфе представлен обзор теорий эффективных медиа в контексте реализации информационной политики университета. В этой части исследования представлен анализ теорий медиакommunikаций и их применения в условиях медиатизации российского высшего образования. Рассмотрено, как медиаконструкты трансформируют управление информационной политикой вузов, вынуждая их создавать собственные медиаресурсы для эффективной внутренней и внешней коммуникации. Особое внимание уделено вызовам формирования университетской идентичности в многомерном медиапространстве, где вузы выполняют образовательные, научные и социальные функции.

В третьем параграфе на основе системно-структурного подхода проанализированы управленческие модели российских университетов КФУ, УрФУ, РЭУ им. Плеханова, РТУ-МИРЭА, представленные в приложении 1. Применение методологий IDEF0, IDEF3 и DFD в приложении 2 позволило выявить эффективные модели взаимодействия структурных элементов. Результаты контент-анализа вузовских сообществ в VK (февраль-июль 2024 г.) в приложении 3 продемонстрировали зависимость вовлеченности аудитории от тематики контента, с наибольшей эффективностью публикаций о научных достижениях и студенческой жизни. Проведенный структурный анализ информационной политики КФУ выявил ключевые компоненты: организационную структуру, интеграцию медиаресурсов, репутационный менеджмент и адаптивность управления.

Таким образом, в первой главе исследования сформирована концептуальная база для понимания трансформации информационной политики университетов. Представленные теоретические и методологические положения показывают, что системно-структурный подход позволяет эффективно управлять сложной системой взаимодействия внутренних и внешних элементов. Информационная политика вуза становится не только инструментом поддержания образовательных стандартов, но и фактором, способным укрепить конкурентные позиции университета, обеспечив его соответствие современным вызовам. Кроме того, на основе выводов разработана собственная модель управления информационной политикой в российском университете (рисунок 1), применение которой возможно вне зависимости от специфики университета в условиях медиатизации:

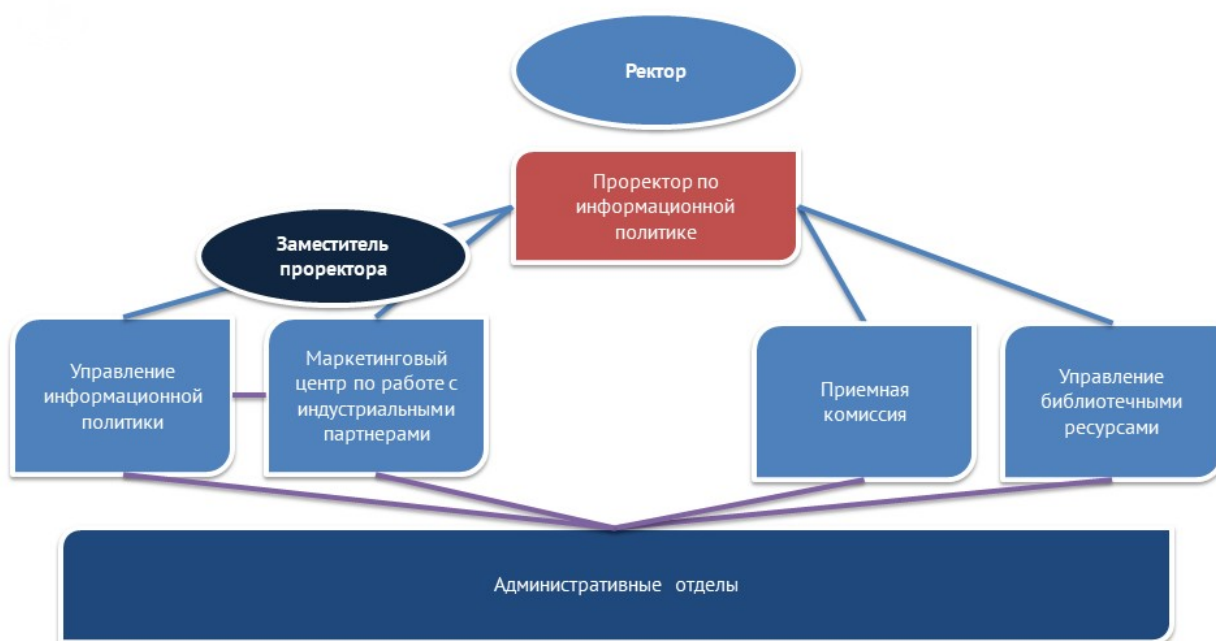


Рисунок 1 – Структура управления информационной политикой в вузе в условиях медиатизации [составлено автором]

Во первом параграфе второй главы исследования проведен комплексный анализ информационной политики российских университетов, выявивший ее ключевые элементы и современные тенденции развития. Установлено, что информационная политика вузов представляет собой систему принципов, стратегий и практических мер по управлению

информационными процессами и взаимодействием с общественностью. Особое внимание уделено четырем ключевым факторам успешного позиционирования: учету потребностей целевых аудиторий, ориентации на долгосрочные интересы, соответствию общественным запросам и стратегическим приоритетам вуза. Анализ практик университетов КФУ, ДВФУ, УрФУ, РЭУ им. Плеханова, МАИ с применением кейс-метода показал существенную трансформацию подходов к информационной политике. Традиционная модель пресс-службы, ограниченная информационным сопровождением, уступает место комплексным медиacentрам с расширенным функционалом. Наблюдается значительный рост научно-популярного контента, усиление его визуальной составляющей и переориентация на студенческую аудиторию с активным использованием форматов инфотеймента. Важным результатом исследования стало выявление серьезных рисков, связанных с распространением дезинформации в университетской среде. Проведенный опрос в Казани показал, что 90% респондентов регулярно сталкиваются с фейковой информацией, что требует разработки системных мер противодействия.

Во втором параграфе второй главы предложена структура коммуникационного поля университетов, включающую четыре уровня взаимодействия: корпоративный, региональный, национальный и международный, с детализацией соответствующих целевых групп к каналам коммуникации (таблица 1).

Таблица 1 – Уровни и каналы коммуникаций университетов [составлено автором]

№	Уровень коммуникации	Целевая группа	Каналы коммуникации
1.	Корпоративный	Студенты, преподаватели, сотрудники, выпускники, ректорат, компании, выполняющую	Социальные сети VK, Телеграм, ОК, Rutube (официальные и студенческие), официальный сайт, брендированная продукция, собрания,

		работу по системе аутсорсинга.	номенклатура, корпоративные СМИ, чаты.
2.	Региональный	Абитуриенты и их родители, местные средства массовой информации и инфлюенсеры, региональные бизнес-элиты и власть, население субъекта местонахождение вуза и соседних регионов.	Социальные сети VK, Телеграм, ОК, Rutube, официальный сайт, брендированная продукция, региональные и корпоративные СМИ, каналы блогеров, чаты выпускников, бывших сотрудников, рейтинговые агентства, региональный лоббизм
3.	Национальный	Общероссийская аудитория, федеральные органы власти и элиты, абитуриенты из отдаленных регионов от местонахождения вуза, другие университеты, бизнес и политические элиты.	Федеральные СМИ, личные контакты, социальные сети VK, Телеграм, ОК, Rutube, официальный сайт, внутриведомственные чаты, рейтинговые агентства, лоббирующие институты, выставки, научные издания.

4.	Международный	Иностранные абитуриенты и родители, зарубежные ученые, международные медиа, иностранные вузы и научные центры, региональные элиты в других странах.	Официальный сайт, международные СМИ, личные контакты, социальные сети, в том числе FAAMG, научные издания, иностранные выпускники, рекрутинговые компании, МИД, Россотрудничество
----	---------------	---	---

Особое внимание уделено анализу телеграм-каналов как универсального инструмента коммуникации с различными стейкхолдерами. На основе исследования 1178 публикаций в телеграм-каналах КФУ и УрФУ разработаны современные коммуникационные модели, представленные в приложении 3, демонстрирующие переход от традиционных медиа к комплексному медиапространству. Предложена трехуровневая система управления информационной политикой, включающая стратегический (целеполагание), операционный (реализация стратегии) и исполнительный (локальные медиа) уровни.

В третьем параграфе исследования разработана и обоснована авторская система оценки эффективности информационной политики, учитывающая семь ключевых параметров: удовлетворенность целевых аудиторий, медиаактивность университета, эффективность взаимодействия, качество контента, результативность PR-мероприятий, финансовые показатели и степень вовлеченности студентов. Полученные результаты свидетельствуют о необходимости системного подхода к трансформации информационной политики университетов, интегрирующего стратегическое управление, современные коммуникационные модели и эффективные механизмы оценки.

В заключении диссертации подведены итоги, сформулированы выводы, а также намечаются перспективы. В конце работы приводится библиографический список литературы и источников.

**Содержание диссертации отражено в следующих публикациях  
(общий объем 9 п.л.)**

**Научные статьи, опубликованные в зарубежных изданиях,  
входящих в международные реферативные базы данных и системы  
цитирования**

**Scopus/ Web of Science:**

1. Transformation of positive and negative image characteristics of a politician formed by media / Yu.V. Andreeva, A.V. Lipatova, S.R. Mukhamadullin // Turismo - Estudos e Práticas. – 2019. - №1S. – <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/210> (9 с.) (0,56 / 0,25 п.л.)

2. University information policy as a tool for supporting civic engagement of student youth / S. Mukhamadullin, Yu. Andreeva, F. Ratner, I. Raskhodova // E3S Web of Conferences. - 2023. - Т.449. – Номер статьи 07017 (8 с.). – DOI 10.1051/e3sconf/202344907017. (0,5 / 0,13 п.л.)

**Научные статьи, опубликованные в журналах, включенных в  
перечень рецензируемых научных изданий, в которых должны быть  
опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание  
ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора  
наук (ВАК):**

3. Медийные стратегии распознавания и защиты от искаженных новостей в русскоязычном интернет-сегменте / С.Р. Мухамадуллин, А.А. Акимов // Литера (перевод названия на государственный язык Российской Федерации: Литера). - 2025. - №6. - С.182-192. (0,69 / 0,35 п.л.)

4. Информационное сопровождение деятельности вуза как инструмент реализации региональной политики на примере Республики Татарстан / А.А. Акимов, С.Р. Мухамадуллин, Ш.Р. Вафина // *Litera* (перевод названия на государственный язык Российской Федерации: *Литера*) - 2025. - №8. - С.170-179. (0,62 / 0,21 п.л.)

#### **Публикации в иных научных изданиях:**

5. Аудитории и эффекты спортивного клубного телевидения / С.Р. Мухамадуллин // *Журналистика в 2019 году: творчество, профессия, индустрия: материалы международной научно-практической конференции, Москва, 6–8 февраля 2020 г. – Москва: Факультет журналистики МГУ имени М.В. Ломоносова, 2020. – С.270-271. (0,13 п.л.)*

6. Спортивное телевидение в интернет-пространстве / С.Р. Мухамадуллин, Ю.В. Андреева // *Агзамовские чтения - 2020-2021: сборник материалов и научных статей Международной научно-практической конференции, Казань, 25 февраля 2021 г. – Казань, 2022. – С.45-48. (0,25 / 0,13 п.л.)*

7. Особенности научно-популярной тематики как приоритета медиаполитики российских федеральных университетов / С.Р. Мухамадуллин, Р.Р. Газизов, Т.А. Спирчагова // *Современный ученый. – 2025. – №1. – С.180-185. – (0,38 / 0,13 п.л.)*

# ПРИЛОЖЕНИЯ

## Приложение 1

Структура управления информационной политикой в УрФУ

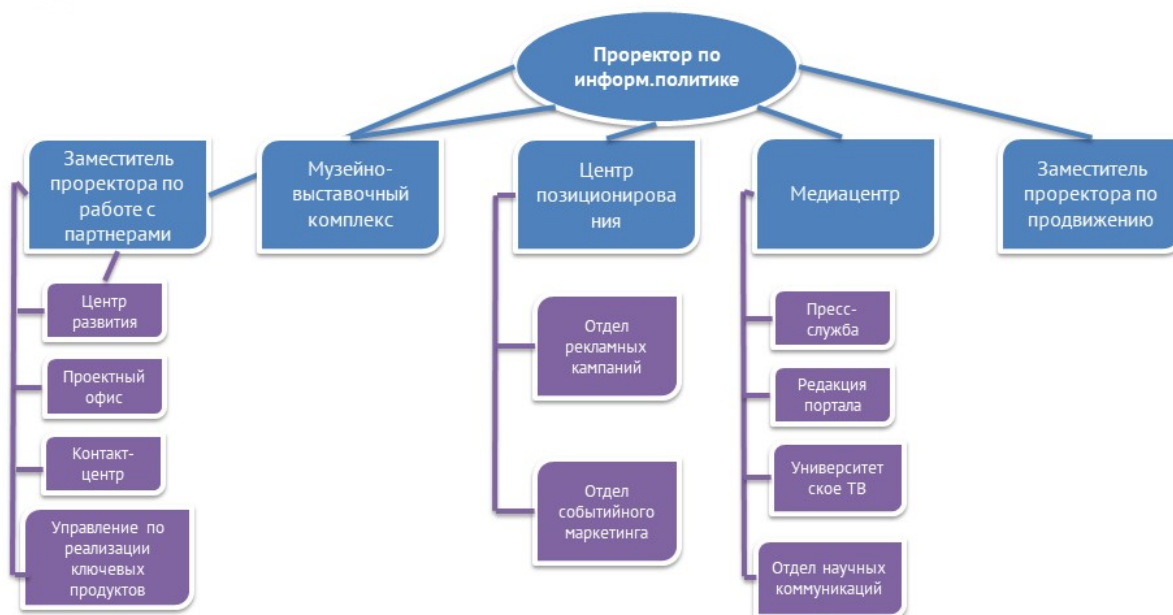


Рисунок 1 – Структура управления информационной политикой в УрФУ  
[составлено автором]

Структура управления информационной политикой в РЭУ им. Плеханова



Рисунок 2 – Структура управления информационной политикой в РЭУ им. Плеханова [составлено автором]

Структура управления информационной политикой в РТУ-МИРЭА

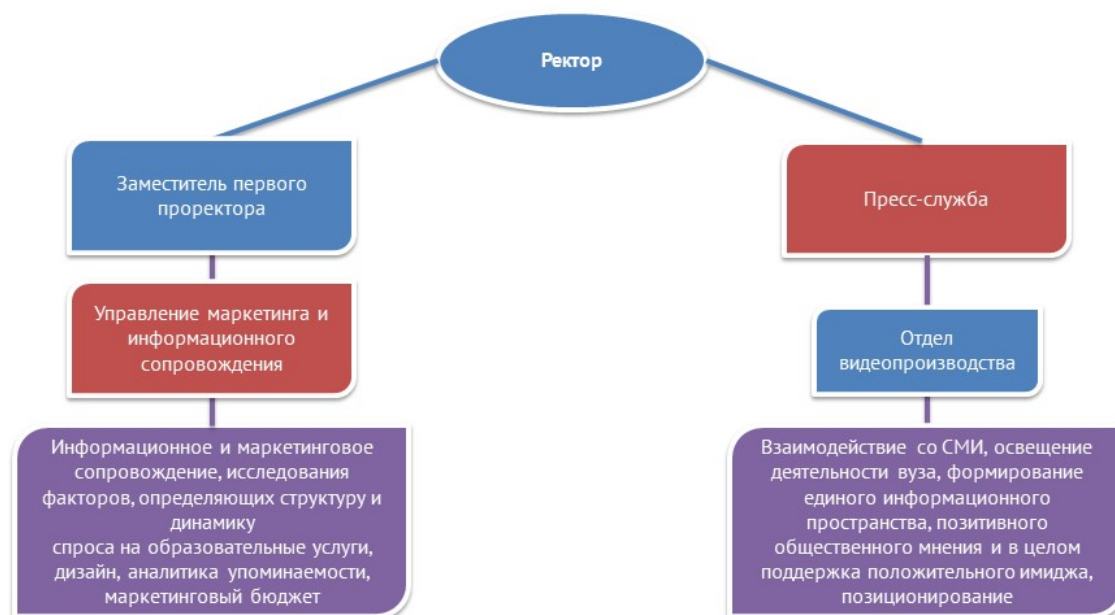


Рисунок 3 – Структура управления информационной политикой в РТУ-МИРЭА

[составлено автором]

Департамент по информационной политике  
Действующая структура



Рисунок 4 – Система управления департаментом по информационной политике в Казанском федеральном университете (2023 г.) [составлено автором]

## Приложение 2



Рисунок 5 – Контекстная диаграмма управления информационной политикой университета на основе IDEFO [составлено автором]

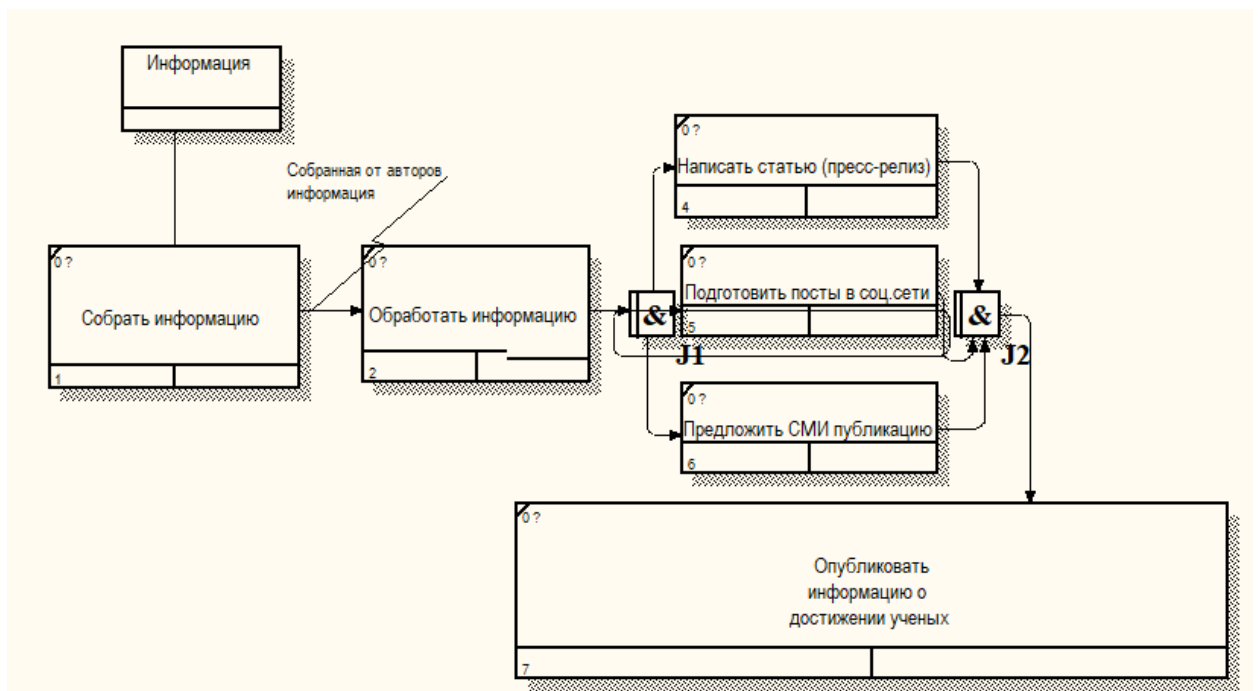


Рисунок 6 – Процесс публикации информации о достижении ученых на основе модели IDEF3 [составлено автором]

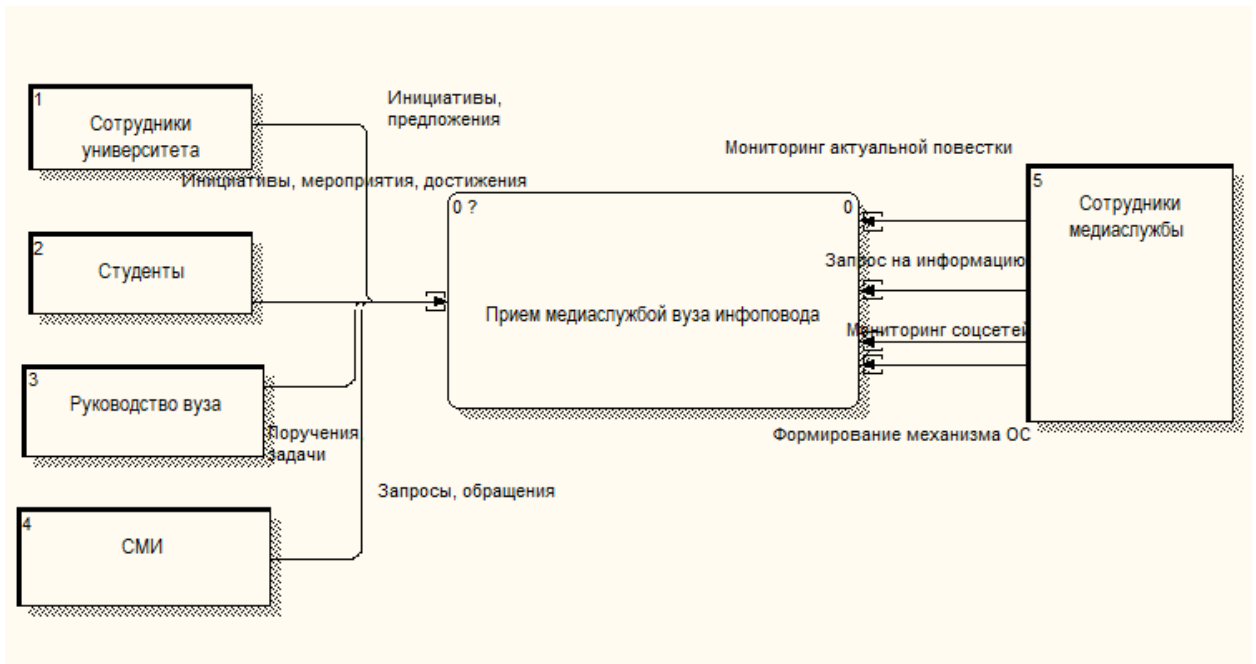


Рисунок 7 – Прием информационных поводов медиаслужбой вузов на основе DFD 0-го уровня [составлено автором]

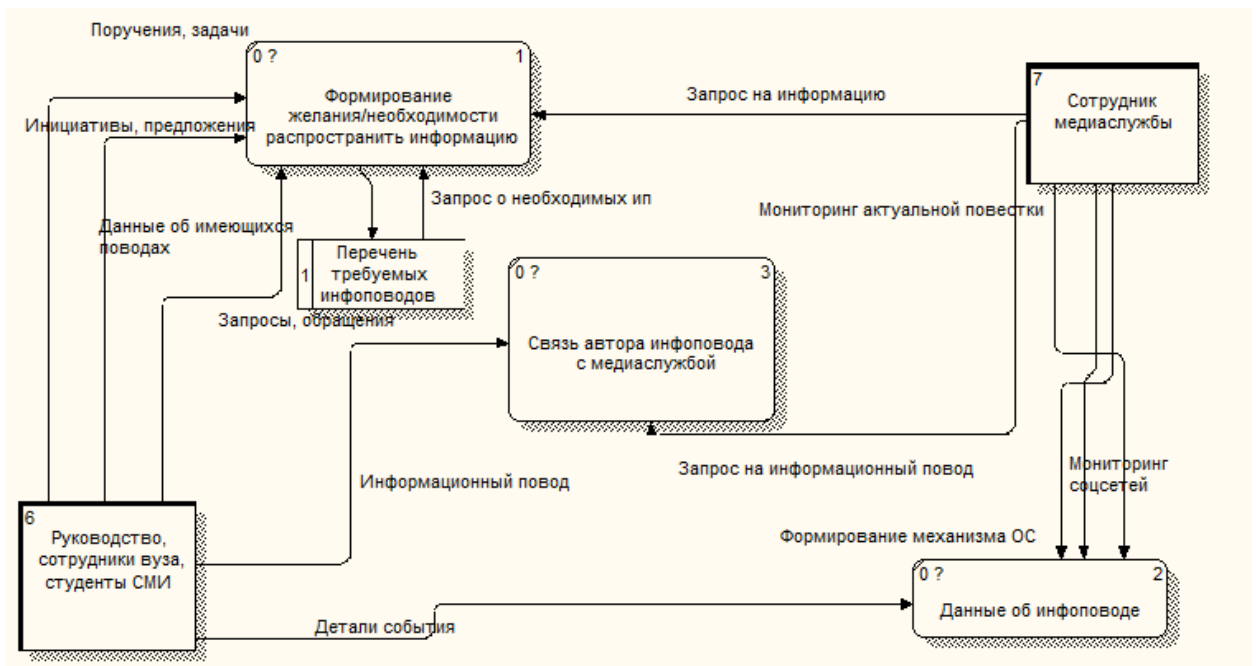


Рисунок 8 – Прием информационных поводов медиаслужбой вузов на основе DFD 1-го уровня [составлено автором]

### Приложение 3

Уральский федеральный университет



Рисунок 9 – Коммуникационное поле Уральского федерального университета [составлено автором]

Казанский федеральный университет

Глобальный уровень

Национальный уровень

Региональный уровень



Рисунок 10 – Коммуникационное поле Казанского федерального университета 2.0

[составлено автором]