

УДК 114

ЭЛЕКТРОННЫЕ КОММУНИКАЦИИ СОВРЕМЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**Бычкова М.Н.***Национальный исследовательский Томский государственный университет,
Томск, e-mail: prsovet@psy.tsu.ru*

Статья посвящается рассмотрению контекста деятельности современного университета, особенностям управления его электронными новомедийными коммуникациями. Отвечая на вызовы времени, высшее учебное заведение должно уже сегодня переосмыслить свое отношение к присутствию в коммуникативном пространстве Интернета. Изучение новых медиа становится важным и актуальным в эпоху появления «цифровых аборигенов», распространения инклюзивного образования, глобализации системы высшего образования, роста популярности массовых открытых онлайн курсов и т.д. Соблюдая принципы открытости, самоорганизации и системности, университет получает реальную возможность влиять на формирование позитивного отношения со стороны студентов и научного экспертного сообщества, СМИ и органов власти, партнеров и потенциальных работодателей и т.д. Знание специфики продвижения вуза в коммуникативном пространстве Интернета становится залогом его стабильной, успешной образовательной и научной деятельности.

Ключевые слова: современный университет, новые медиа, коммуникативное пространство Интернета, управление электронными коммуникациями

ELECTRONIC COMMUNICATIONS OF MODERN UNIVERSITY**Bychkova M.N.***National Research Tomsk State University, Tomsk, e-mail: prsovet@psy.tsu.ru*

The article leads with consideration of the context of modern university activity, special features of its electronic new media communications management. Responding to the challenges of the time, a higher educational establishment should already today reconsider its attitude to the presence in the communicative space of the Internet. Exploring new media becomes important and relevant in the context of the emergence of «digital natives», distribution of inclusive education, globalization of higher education, and growing popularity of mass public online courses, etc. Observing the principles of openness, self-organization and systemacy, a university obtains a real opportunity to influence the formation of a positive attitude of students and scientific expert community, the media and the authorities, partners and potential employers, etc. As a result, the understanding of the unique university feature of promotion in the communicative space of the Internet is basis of his stable, successful educational and scientific activities.

Keywords: a modern university, new media, communication space of the Internet, management of electronic communications

По данным различных исследовательских компаний, в частности международной корпорации TNS [10], в 2013 году в России ежемесячное количество пользователей Интернета составляло 53 % или 76,5 миллионов человек (в это число вошли люди старше 12 лет). Почти 80 % рунетчиков (пользователей русскоязычного Интернет-пространства) – это мужчины и женщины в возрасте до 34 лет, и наиболее активным сегментом является возраст 20–24 года (27,6%).

Все это говорит об уникальности современного этапа жизнедеятельности общества, характеризующегося приходом и бурным развитием новых медиа – корпоративных и персональных сайтов, Интернет-магазинов; интерактивных электронных изданий; блоггинга; различных социальных сервисов (навигационных, поисковых систем, приложений к мобильным устройствам); социальных сетей («Facebook», «Instagram», «Twitter», «LinkedIn», «Одноклассники», «ВКонтакте»), и др.).

Знание особенностей и возможностей новых медиа необходимо для эффективной работы с «электронной» общественностью – конкурентами, властными струк-

турами, партнерами, инвесторами, СМИ и т.д., – всеми, кто представлен сегодня в коммуникативном пространстве Интернета. Что касается образовательных учреждений, в частности университетов, то и они не остались в стороне от этих тенденций.

Методологической основой для настоящей публикации послужили: теория систем (И. Пригожин, И. Стенгерс); подходы к осмыслению роли новых медиа в жизни современного общества (И. Кужелева-Саган, Л. Дел Тутто, Л. Джиомбини, Э. Богле); оценки изменения функционирования университетов в наши дни (Г. Окушова, Е. Сартакова, Г. Петрова, М. Каледжа, Е. Зезулкова и др.).

Новые медиа и современный университет: взгляд экспертов

Осмысление трансформаций, происходящих в настоящее время с высшими учебными учреждениями благодаря новым медиа, волнует исследователей всего мира. «...Изменение современного общества и в целом социокультурной ситуации привело к тому, что вместе с ними изменились требования к образовательной практике и ее результатам» [7], – отмечают российские ученые Г. Окушова,

Е. Сартакова. Появились новые возможности для самых различных категорий людей, в том числе и для тех, кто раньше по тем или иным причинам не мог получить серьезного образования. Например, профессиональные педагоги М. Каледжа и Е. Зезулкова (Университет Остравы, Чехия) пишут о том [12], что в наши дни, когда университеты прилагают максимум усилий для своего вхождения в единое информационное пространство, используя в том числе потенциал новых медиа, особую актуальность приобретают проблемы интегративного и инклюзивного образования для лиц с медицинской инвалидностью. Они полагают, что сегодня можно ожидать постоянного роста количества такого рода активных студентов с конкретными образовательными потребностями, так как новые медиа – реальная основа для большинства людей с ограниченными возможностями стать членами единой мировой образовательной сферы. Поэтому необходим поиск механизмов включения студентов с ограниченными возможностями в образовательный процесс, что возможно лишь при координации всех органов, сотрудников университета, принимающих участие в прямой или косвенной педагогической деятельности.

Российский исследователь И. Гужова указывает [4] на еще один важный аспект потенциала новых медиа: они являются эффективным каналом имиджевой коммуникации современного вуза со своими аудиториями, что особенно актуально в наше время «виртуальной конкуренции» и университетов, и университетских городов.

Рассмотрим теперь вопрос о том, как новые медиа связаны с вызовами к системе современного образования. В настоящее время российские специалисты в области государственного управления, стратегического планирования (в частности, Андрей Волков [6], до последнего времени – ректор бизнес-школы «Сколково», советник Министра образования и науки Российской Федерации) выделяют пять таких вызовов:

Вызов № 1: новые формы образования в российском университете

Изменение формы образовательного процесса, прежде всего, означает повсеместное распространение следующих явлений: всеобщая «гаджетивизация» учащихся (большинство из них имеют мобильные телефоны, ноутбуки, планшеты, плееры и электронные книги); использование широкого спектра информационно-коммуникативных средств в организации учебного процесса (компьютеры, мультимедийное оборудование, интерактивная доска и т.д.); развитие системы дистанционного образования (в частности, системы MOODLE);

доступность элитного образования (набирающие популярность МООС – массовые открытые онлайн курсы, например Coursera).

Вызов № 2: смещение фокуса в системе российского образования

Еще «вчера» в центре структуры образования было учреждение: школа, колледж, вуз. Сегодня в рамках активного реформирования системы образования в России фокус смещается в сторону обучающегося. Яркий пример – «индивидуальная образовательная траектория», позволяющая готовить креативного профессионала. Представляется интересным мнение Евгения Ясина, научного руководителя национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», высказанное в рамках одной из панельных дискуссий Петербургского международного экономического форума (июнь 2013): «... сегодня не материальные продукты, а такой продукт, как образование, приобретает все большее значение. Сегодня для специалиста важно умение придумывать, находить выход из положения...» [11]. Как сформировать креативного профессионала, имеющего «...вкус к креативному труду», с одной стороны, и набор прикладных компетенций, с другой». Здесь использование потенциала новых медиа, являющихся источниками постоянных изменений, диктующих необходимость высокой адаптивности специалистов к новым знаниям, новым условиям труда и т.п. – становится необходимым и обязательным.

Вызов № 3: «цифровая революция»

Современная общественно-экономическая формация характеризуется такими особенностями, как технологизация, информатизация, компьютеризация и дигитализация; сетевой характер коммуникации; преобладание вектора услуг над другими секторами экономики. И. Кужелева-Саган (Россия) отмечает, что «...мы являемся свидетелями того, как развитие отраслей, связанных с высоким удельным весом творческой активности и требующих отточной квалификации, т.е. высокотехнологичных, информационно-коммуникационных и шире – цифровых, финансовых, привело в конце концов к радикальному переустройству всего социума» [5].

Вот как рассуждают об этом Л. Дел Тутто, Л. Джиомбини (Университет Урбино, Италия), Э. Богле (Федеральный университет Параны, Бразилия) [13]: «Проблема в том, что появление Интернета, сенсорных экранов сопровождается появлением «цифровых аборигенов». Эти дети, выросшие «в тени» интерактивных экранов, Интернет-технологий, являются, по сути, структурными симбионтами, использующими «технологический протез» (любые элек-

тронные устройства) как неотъемлемую часть их индивидуальной и социальной идентичности. Язык этого подрастающего поколения разрабатывается в контексте, в котором знания даются и предлагаются в раздробленном, хаотическом, постоянно меняющемся виде; и фигура посредника (экрана гаджетов) как «переводчика смысла» между знаниями и детьми становится менее активной...».

Вызов № 4: «модернизация» биологической сути человека

Вышеизложенное не прошло без последствий и для биологической природы человека. «Цифровые аборигены» имеют другую физиологию мозга, способны осваивать солидные объемы информации, редко практикуют при этом критический анализ. Генная инженерия, геномодифицированные продукты, овечка Долли... – ставят перед человечеством в целом и университетами в частности огромное количество вопросов из области физиологии, анатомии, этики, психологии и т.д. Следовательно, сегодня в фокус представителей образовательной системы всего мира попадают проблемы, связанные с возможными прогнозами востребованности тех или иных специальностей; поиска подходов к обучению нового поколения студентов; появления целых отраслей научного знания, требующего глубоких меж-, трансдисциплинарных исследований.

Вызов № 5: смена онтологий

В наше время бытие утрачивает то, что классическая философия, метафизика обозначала как субстанциональность. Уже невозможно описать принципы существования, развития общества через понятия «идеальное – материальное», «производительные сила – производственные отношения» и т.п. «Современность являет себя «мгновениями», «пульсациями», «мерцаниями», «следами» того, что только что было и тут же исчезло», – отмечает российский философ Г. Петрова [8].

Одно из названий – «виртуальная реальность» – очень показательное, на наш взгляд. Характеристиками виртуальной реальности становятся (Н. Григорьева, Россия) дистантность, интерактивность, опосредованность, глобальный кросс-культурный характер, в большинстве случаев – анонимность участников, широкие возможности для конструирования личностной и социальной идентичности, отсутствие статусной иерархии, внеинституциональность, неразвитость и неопределенность социальных норм, маргинализация и карнавализация коммуникационных процессов [3].

Объект управления – электронная общественность

Прежде всего определимся в терминах. Под внутренней целевой аудиторией понимают группу людей, входящих в организационно-штатную структуру предприятия и непосредственно участвующих в его деятельности. К внутренней целевой аудитории университета предлагаем отнести: руководство, сотрудников, преподавателей, студентов, членов их семей. Соответственно, к внешней целевой аудитории относят субъектов, которые не входят в структуру организации, но связаны с ней. В данном случае к внешней целевой аудитории университетов отнесем абитуриентов, выпускников вузов, власть, традиционные СМИ, конкурентов, экспертное сообщество, попечителей и т.д.

Электронная общественность – аудитории площадок коммуникативного пространства Интернет, где «присутствует» оффлайн общественность, описанная выше. Соответственно, эффективное управление коммуникациями с данными аудиториями именно в коммуникативном пространстве Интернет и сможет обеспечить современному университету благоприятную среду обитания. Если же этого не делать, то изначально нейтральные, наши аудитории могут стать и враждебными: если не мы управляем нашим коммуникативным пространством, следовательно, оно складывается стихийно, либо им управляют наши конкуренты, противники.

Теперь рассмотрим основной предмет нашего исследования – принципы управления online коммуникациями современного университета.

Принципы управления электронными новомедийными коммуникациями университета

Специфика сферы образования, ее социальный характер определяет одну из ключевых задач современного университета – формирование позитивного общественного мнения о вузе, основанного на управлении его информационным полем. У вуза несколько объектов позиционирования и продвижения: сам университет, его образовательные услуги и продукты, публичные (значимые, ключевые) фигуры из числа профессорско-преподавательского состава, сотрудников и студентов.

Любой современный университет нуждается в координации освещения собственной деятельности средствами массовой информации, верном позиционировании в информационном пространстве, целенаправленной работе по созданию привлекательного имиджа. Это невозможно

без установления постоянного и тесного взаимодействия с властями; достоверного и гласного информирования общественности об основных направлениях деятельности университета и т.д. в коммуникативном пространстве Интернета, так как для большинства его аудиторий именно данный источник информации становится определяющим. Таким образом, университету необходимо последовательное соблюдение ряда принципов в управлении своими электронными коммуникациями.

Принцип открытости

Интернет – открытая система. Следовательно, присутствие в Сети будет демонстрировать всем аудиториям приверженность университета открытости; позволит ему привлечь к себе внимание, стать центром информирования, источником нужной и полезной информации, площадкой для диалога по самым острым и актуальным проблемам.

Европейские исследователи, например, Ф. Буари, (Франция) определяют фундаментальную трактовку человека как существа общественного, или «человека взаимоотношений» [1]. Этот человек не ограничивает свое поведение обменом труда на деньги, или обменом денег на товары и услуги. Он обменивается «с себе подобными» тем, что правит миром: идеями, мнениями, суждениями. Посредством своих контактов он плетет сеть отношений, которые образуют основу «социальной ткани, в которую вплетены все общественные институты, и от них зависит прочность или хрупкость этой ткани». В рамках данной концепции и реализуется принцип открытости, когда персоны и организации, представляющие значимость для деятельности современного университета, становятся его партнерами, благодаря чему возникает доверие, обеспечивающее консолидацию, причастность и включенность аудиторий в жизнедеятельность современного университета.

Принцип самоорганизации

Интернет – территория комьюнити, электронных сообществ. Сегодня тот субъект в Сети привлекает к себе внимание, кто организует вокруг себя потоки информации: когда Интернет-ресурс становится системой саморегуляции, самовоспроизведения, когда уникальный контент (тексты, иллюстрации) – выкладываются не только редакторами университетских сайтов, страничек вузов в социальных сетях, но и десятками, сотнями добровольцев – КОГДА ОБРАЗУЕТСЯ СЕТЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ. Именно такие Интернет-площадки реально будут работать на университет, который в свою очередь тоже является самоорганизующейся системой, функционирующей в эпоху,

когда основным трендом «...становится его сетевизация. По большому счету, формируется новая технологическая образовательная платформа, связанная с рождением новых цифровых и Интернет-технологий, ускоряющих процессы образования и делающих их доступными для огромного количества людей... уже появляются абсолютно новые образовательные модели, например, «университет для миллиарда» [2].

Принцип системности

В данном случае предлагаем принцип системности рассмотреть в двух аспектах. С одной стороны, необходимо трактовать управление коммуникациями современного университета со своими аудиториями в Сети, учитывая все возможные площадки: собственное Интернет-представительство; профайлы в социальных сетях; присутствие на порталах соответствующих профессиональных и экспертных сообществ; наличие новостей на онлайн информационных лентах; регистрация в соответствующих каталогах, рейтингах и т.п. С другой стороны – организация непрерывного, постоянного присутствия на всех вышеобозначенных ресурсах. При таком подходе и возникает системный эффект [9], когда *одновременная известность* университета во всех ключевых целевых аудиториях (от абитуриентов, сотрудников и их семей до работодателей, властей и экспертов) и определяет его известность, устойчивую репутацию, положение в мировых рейтингах и привлекательность для инвесторов.

Обращает на себя внимание выбор технологического инструментария для позиционирования, продвижения современного университета в коммуникативном пространстве Интернета. Помимо упомянутой работы с новыми медиа, необходимо использования такой технологии, как «мем» (создание виртуального персонажа); *advergaming* (использование персон, структур, фактов и явлений университетской жизни в создании квестов, компьютерных онлайн игр, размещаемых на соответствующих сервисах); организация и проведение онлайн events (всевозможных конкурсов, викторин, шоу, состязаний, благотворительных акций в Сети, инициируемых вузом); баннерообмен с партнерами, попечителями и т.п. Разумеется, должна быть постоянная практика создания специальных мобильных приложений, позволяющих выходить различным аудиториям на сайт университета с любого мобильного устройства.

Заключение

Управление электронными новомедийными коммуникациями для современного университета из разряда желаемых примет жизни

переходит в разряд обязательных. Если университета нет на лентах новостей Интернет-СМИ, в обзоре актуальных событий на электронных ресурсах экспертных сообществ, в горячем обсуждении студентов, аспирантов на форумах, в блогах, в социальных сетях – есть ли он вообще? Заметят его абитуриенты и потенциальные попечители? Партнеры по академической мобильности и соразработчики массовых открытых онлайн курсов? Потенциальные заказчики наукоемких продуктов и власти территории, на которой расположен университет? Безусловно, данная проблематика еще нуждается в детальной доработке, уточнении отдельных положений, аспектов, анализе более обширного эмпирического опыта. Однако в настоящий момент уже можно смело утверждать, что присутствие интересного, привлекательного цифрового контента университета в коммуникативном пространстве Интернета «сегодня» – это гарантия его успеха «завтра».

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект № 14-13-70005 а/Т.

Список литературы

1. Буари Ф.А. Паблик рилейшнз или стратегия доверия. – М.: ИНФРА-М, 2001. – С. 53.
2. Галажинский Э.В. Мы должны самоопределиваться по отношению к новой реальности / Слово ректору. – Томск, 31.03.2014. URL: <http://www.tsu.ru/rektor/week/46245/> (дата обращения: 17.07.2014).
3. Григорьева Н.И. Имиджи и симулякры в социально-коммуникативной среде современной цивилизации: автореф. дис. ... канд. филос. наук. – Нижний Новгород, 2010. – С. 18–25.
4. Гужова И.В. Визуализация культурного кода города в имиджевой коммуникации с помощью ново-медийных технологии (семиотический подход) // Вопросы теории и практики. – Тамбов, 2014. URL: <http://www.gramota.net/materials/3/2014/2-2/10.html> (дата обращения: 17.07.2014).
5. Кужелева-Саган И.П. Цифровой имидж / Управление Интернет-проектами. – Томск, 2011. URL: <http://edu.tsu.ru/eor/resourse/594/tpl/index.html> (дата обращения: 27.06.2014).
6. Мальцева А. Андрей Волков: чем меньше государство вмешивается в образование, тем лучше // Международный проект «Сноб». 03.06.14. URL: <http://www.snob.ru/selected/entry/76933/2014/3/6.htm> (дата обращения: 27.06.2014).
7. Окушова Г.А., Сартаква Е.Е. Модернизация образовательной практики в современной России: социокультурный аспект // Вестник Томского государственного педагогического университета. – 2009. – № 12(90). – С. 30.
8. Петрова Г.И. Ностальгия по классике университета: возможность оправдания и реальность перспективы // Классический университет в неклассическое время: труды Томского государственного университета. – Т. 269. – сер. культурологическая. – Томск: изд-во Том. ун-та, 2008. – С. 20.
9. Пригожин И., Стенгерс И. Порядок из хаоса: Новый диалог человека с природой – М.: Прогресс, 1986. – С. 145.
10. Развитие Интернета в регионах России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://company.yandex.ru/researches/reports/2013/ya_internet_regions_2013.xml (дата обращения: 27.06.2014).
11. Ясин Е.Г. Россия в глобальной повестке: Государственно-частное партнерство в сфере высшего образования // Панельная сессия Петербургского международного экономического форума (СПб., 20–22 июня 2013) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://forumspb.com/bfx-cc/system/uploads/files/site_session_attr/stenogram_ru/271/21_PUBLIC_PRIVATE_COOPERATION_IN_HIGHER_EDUCATION_RU.pdf (дата обращения: 27.06.2014).
12. Kaleja M, Zezulková E. The strategy of equal approach to stying without barriers in university environment focused on the University of Ostrava, *Journal of International Scientific Publications: Educational Alternatives*. – 2013. – Vol. 11. – № 2. – P. 426. URL: <http://www.scientific-publications.net/download/educational-alternatives-2013-2.pdf> (дата обращения: 27.06.2014).
13. Tutto L, Giombini L, Bogle E. Net or neet? Problems of linguistic competence in the Gutenberg Galaxy, *Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication*. – 2013. – Vol. 2. – P. 160. URL: <http://www.scientific-publications.net/download/media-and-mass-communication-2013.pdf> (дата обращения: 27.06.2014).

References

1. Buari F, *Basic concept: man of relations*. Public relations or strategy or trust, INFRA-M, M., 2001. 53 p.
2. Galazhinskiy E, *According to the Rector: We Must Adjust to New Reality* Available at: <http://tsu.ru/english/rektor/week/46408/> (accessed 17 July 2014).
3. Grigorieva N. *The image and simulacra in social and communicative environment of modern civilization*, PhD thesis, Nizhny Novgorod State University of Architecture and Construction, Nizhny Novgorod, 2010, pp. 18–25.
4. Guzhova I. Town cultural code visualization in image communication with new media technologies help (semiotic approach), *Journal: Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art. Issues of Theory and Practice*, 2014, vol. 2, no. 2, pp. 46. Available at: <http://www.gramota.net/materials/3/2014/2-2/10.html> (accessed 17 July 2014).
5. Kuzheleva-Sagan I. Digital image (2011) Available at: <http://edu.tsu.ru/eor/resourse/594/tpl/index.html> (accessed 17 July 2014).
6. Maltseva A. Andrei Volkov: when the state does not interfere in education – it's better, *the international project «Snob»*, Available at: <http://www.snob.ru/selected/entry/76933/2014/3/6.htm> (accessed 17 July 2014).
7. Okushova G, Sartaikova E. Educational practice modernization in Russia: socio-cultural aspect, *Tomsk State Pedagogical University Bulletin*, Tomsk, 2009, vol. 12 (90), pp. 30.
8. Petrova G. Nostalgia for classic university: the possibility of vindication and reality perspective, *Scientific transactions of the Tomsk State University*, Tomsk, 2008, vol. 269, pp. 20.
9. Prigogine I, Stengers I. Order out of chaos: Man's new dialogue with nature, Progress, M., pp. 145.
10. Internet portal «Yandex». *Development of the Internet in the regions of Russia* Available at: http://company.yandex.ru/researches/reports/2013/ya_internet_regions_2013.xml (accessed 17 July 2014).
11. Yasin E. Russia in Global Agenda: public-private partnerships in higher education, *the panel session of St. Petersburg International Economic Forum 20-22 June 2013*, p. 19-21 Available at: http://forumspb.com/bfx-cc/system/uploads/files/site_session_attr/stenogram_ru/271/21_PUBLIC_PRIVATE_COOPERATION_IN_HIGHER_EDUCATION_RU.pdf (accessed 17 July 2014).
12. Kaleja M, Zezulková E. The strategy of equal approach to stying without barriers in university environment focused on the University of Ostrava, *Journal of International Scientific Publications: Educational Alternatives*, 2013, vol. 11, no. 2, pp. 426 Available at: <http://www.scientific-publications.net/download/educational-alternatives-2013-2.pdf> (accessed 17 July 2014).
13. Tutto L, Giombini L, Bogle E. Net or neet? Problems of linguistic competence in the Gutenberg Galaxy?, *Journal of International Scientific Publications: Media and Mass Communication*, 2013, vol. 2, pp. 160 Available at: <http://www.scientific-publications.net/download/media-and-mass-communication-2013.pdf> (accessed 17 July 2014).

Рецензенты:

Кужелева-Саган И.П., д.ф.н., заведующая кафедрой социальных коммуникаций, национальный исследовательский Томский государственный университет (ТГУ), г. Томск;
Петрова Г.И., д.ф.н., профессор кафедры онтологии, теории познания и социальной философии, Национальный исследовательский Томский государственный университет, г. Томск.

Работа поступила в редакцию 26.08.2014.