

**Роль коммуникаций в развитии инновационной культуры студентов  
технического вуза**

**Селезнёв Игорь Станиславович**

*Студент (специалист)*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

*E-mail: igaryoh@mail.ru*

В современном мире достижения в сфере технологий создали единый глобальный рынок труда и капитала. Эксперты считают, что будущее принадлежит тем, кто готов внедрять инновации и создавать новые продукты, услуги и бизнес-модели. Именно инноваторы как группа или даже общественный класс становятся ключевым фактором благосостояния общества и обеспечивают конкурентоспособность государств и корпораций на мировой арене. Важнейшую роль в вопросах создания инноваторов играют высшие учебные заведения [1] — теоретически именно они являются «кузницей кадров» для модернизации общества, развития науки и технологий, социокультурного и экономического возрождения страны.

Вуз дает не только набор профессиональных знаний, умений, навыков и компетенций, он влияет на мотивацию студентов и выпускников, формирование общественной системы ценностей новых поколений. И для развития инноваций в обществе важно, чтобы в высших учебных заведениях была сильная инновационная культура. Именно инновационная культура обеспечивает восприимчивость людей к новым идеям, их готовность и способность поддерживать и реализовывать новшества во всех сферах жизни. Инновационная культура отражает целостную ориентацию человека, закреплённую в мотивах, знаниях, умениях и навыках, а также в образах и нормах поведения. Она показывает как уровень деятельности соответствующих социальных институтов, так и степень удовлетворения людей участием в них и его результатами.

При анализе инновационной культуры высшего учебного заведения мы выявили следующее **противоречие**: с одной стороны, переход общества на инновационный путь развития предполагает целенаправленное производство инноваторов [4] в системе высшего образования; с другой стороны, инновационная культура студентов развита довольно слабо, что выражается в их низкой инновационной активности, а также слабости коммуникационной активности [2], способствующей развитию инновационной культуры.

**Цель работы:** охарактеризовать роль коммуникаций в развитии инновационной культуры студентов технического вуза (на примере Ульяновского государственного технического университета).

Для достижения цели работы было проведено комплексное социологическое исследование «Развитие инновационной культуры студентов технического вуза» (Ульяновск, 2014-2015 г.). Методы исследования — массовый опрос студентов (выборка целевая, квотная, квоты по курсам обучения и направлению подготовки, объем выборки — 450 респондентов), глубинное интервью с молодыми инноваторами (сферы деятельности — информационные технологии, техническое творчество, 50 интервью).

Результаты исследования показывают: студенты технического вуза осознают высокую важность инноваций для страны, но их понимание инновационного развития расходится с традиционным для России патерналистским подходом, отдающим главную роль в развитии страны государству. Главные роли студенчество доверяет университетам и бизнесу, что полностью соответствует модели инновационного развития «Тройная спираль инноваций». Государству остаётся роль посредника и «стимулятора» инновационного процесса.

Интенсивность взаимодействия организаций инновационной инфраструктуры со студентами довольно низкая. Очень слабое информационное воздействие на студентов производят организации, призванные интенсифицировать инновационный процесс (технопарки, бизнесинкубаторы).

Эффективными мероприятиями — стимуляторами инноваций, по мнению студентов, являются инновационные конкурсы, научно-практические конференции и молодёжные инновационные форумы; а основными барьерами на пути инновационного процесса — низкий уровень информированности студентов об инновациях, недостаточно инновационная учебная программа, а также отсутствие бизнес-инкубатора в вузе.

Инновационную форму активизации студенческих инноваций предложил один из респондентов глубинного интервью, а именно краудфандинговую платформу для студентов. Краудфандинг [3] (от англ. народное финансирование) — это коллективное сотрудничество людей, которые добровольно объединяют свои деньги или другие ресурсы вместе, как правило через Интернет, чтобы поддержать усилия других людей или организаций. Краудфандинговая платформа для студентов, созданная на основе объединения ресурсов университетов, спонсоров от бизнеса и при поддержке государства, может стать конкурентоспособной и эффективной, потому что даст российским студентам больше возможностей, чем существующие краудфандинговые платформы дают своим участникам.

*Таким образом,* коммуникации в развитии инновационной культуры студентов имеют важное значение, являются главным фактором её развития. Именно от коммуникаций вуза в первую очередь зависит как информированность студентов об инновациях, так и их мотивация заниматься инновационной деятельностью. Кроме того, от коммуникаций в вузе зависит построение прочных и продуктивных связей между студентами и инновационной средой, а также горизонтальных связей, на которых базируются новейшие модели инновационного развития.

Инновационная политика вуза должны строиться дифференцировано для индифферентных студентов, потенциальных и реальных инноваторов.

Знакомство студентов с разными формами инновационной коммуникации с первых курсов обучения сможет наглядно продемонстрировать, насколько инновации могут быть реальны, увлекательны и осуществимы. Включение студентов в инновационную деятельность в разных ролях может подстегнуть инновационное творчество студентов, потому что развеет неуверенность и сомнения, представит массу примеров того, как студенты проявляют инициативу и добиваются успеха.

### Источники и литература

- 1) Ицковиц, Г. Тройная спираль инноваций. / Г. Ицковиц. - Томск, 2010. -238 с.
- 2) Кузнецов, Е. Б. Коммуникации в сфере инноваций. К вопросу концептуализации мировой и российской практики / Е. Б. Кузнецов, А. Б. Лашпов // Медиаскоп : электронный научный журнал факультета журналистики МГУ. - 2011. -Вып. 1. - URL: <http://Mediascope.ru>
- 3) Организация инновационной деятельности в университетах США. Сборник информационно-аналитических материалов. – Н. Новгород : Изд-во ННГУ, 2011.
- 4) Саломатин А. Ю. Роль коммуникационной составляющей в инфраструктуре региональных инновационных систем / А. Ю. Саломатин, Т. И. Шерстобитова // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. - 2011. - № 4 (20). - С. 156-168.