

Секция «Связи с общественностью в государственных и общественных структурах»

Коммуникационное сопровождение деятельности университетов: «третья миссия»

Научный руководитель – Сохраняева Татьяна Вилевна

Беседина Ангелина Павловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Кафедра философии языка и коммуникации, Москва, Россия

E-mail: ang-besedina@yandex.ru

Современные условия общественного развития, характерной чертой которых является ускоренный темп, глобальность и инновационность, требуют изменений во всех видах социальных институтов и соответствия условиям складывающейся действительности. Высшие учебные заведения как акторы инновационного развития экономики и общества в целом начинают выполнять новые функции и применять новые критерии оценки деятельности. Одним из важнейших факторов, влияющих на качественное функционирование высшего учебного заведения, становится коммуникативное сопровождение его деятельности. Именно доступность, высокое качество и достаточное количество информации о деятельности университета помогает ему сформировать собственный имидж. А это, в свою очередь, помогает вузу ввести свой образ в общедоступную реальность, конструируемую медиа, и стать полноправным участником жизни не только местного сообщества, но и мирового. Объясняется это тем, что в условиях глобализации, активного экономического, политического, культурного сотрудничества государств и межнациональных объединений развитие важнейших социальных институтов приобретает общемировое значение. Каждый элемент системы становится способен включиться в единый процесс коммуникации и заявить о себе. Происходит это потому, что теперь, благодаря появлению Интернета, распространению английского языка как одного из главных языков межкультурного общения и других факторов, произошло стирание границ, препятствовавших установлению свободного контакта между любыми субъектами сферы общественной жизни, в том числе, и системы образования. Как транснациональное взаимодействие субъектов системы образования, так и внутригосударственное, невозможно без качественного выстраивания коммуникации. Следовательно, вопросы, рассматриваемые в рамках данной научной работы, имеют фундаментальное значение для понимания коммуникативных процессов, происходящих в рамках образования, так как в ней рассматривается основа - коммуникативное сопровождение деятельности вуза. Назвать это «основой» нам позволяет наложение коммуникативной системы сферы образования и классических моделей коммуникации. Линейная модель Г. Лассуэлла, функциональная модель Р. Якобсона и иные модели коммуникации в основу процесса помещают «адресанта» или «коммуникатора» и сообщение, передаваемое им. В данном случае это соотносится с самим университетом, воспринимаемым через призму уже сложившегося имиджа, и сообщением - формами коммуникативного сопровождения деятельности университета.

Актуальность изучения «третьей миссии» университета как аспекта коммуникативного сопровождения деятельности университета заключается в том, что именно «третья миссия» помогает вузу сформировать крепкую связь с обществом и укрепить его позиции как одного из главных социальных институтов.

В настоящее время российское общество слабо информировано о социальной функции университета, а слабая степень интеграции общества и университета является серьезным

препятствием на пути научно-технического развития страны. Изменение восприятия образа университета другими социальными институтами и создание новых моделей взаимодействия между ними являются одними из задач коммуникативного сопровождения деятельности вуза и, в частности, реализации «третьей миссии» университета. В то же время понимание важности использования PR-инструментов со стороны вузов слабо развито, что снижает эффективность реализации социальной функции университетов. Тщательное изучение указанной проблематики должно повысить уровень доверия к применению PR-методов со стороны университетов и создать благоприятные условия для внедрения регулярного информационного сопровождения деятельности университетов.

В данном докладе будет проведён теоретико-методологический анализ и эмпирическое исследование сущности коммуникативного сопровождения деятельности университета с уделением особого внимания аспекту «третьей миссии» университета. Будет осуществлён обзор исторического становления основных понятий работы и рассмотрены различные научные концепции определений «имиджа», «третьей миссии» университета и выделены компромиссные варианты. При рассмотрении вопросов формирования имиджа университета как результата коммуникационного сопровождения его деятельности будут выделены основные компоненты имиджа как результата коммуникационного сопровождения деятельности университета. Так, к наиболее важным из них будут отнесены: формирование имиджа вуза оказывает влияние имидж самой образовательной услуги, имидж потребителей образовательных услуг, внутренний имидж организации, личный имидж научно-административных органов, имидж сотрудников, имидж студентов и выпускников, бизнес-имидж и социальный имидж. В рамках этого, будут выявлены основные механизмы формирования имиджа университета и выявлена специфика применения PR-инструментов в рамках коммуникативного сопровождения деятельности университетов. Особое внимание в работе будет уделено реализации реализации университетом «третьей миссии» как аспекта, являющегося важным для понимания механизмов построения имиджа университета, так как «третья миссия» университета является основным механизмом построения социального имиджа университета и в значительной части - бизнес - имиджа. В связи с этим тезисом будет проведёт анализ реализации «третьей миссии» университета как фактора формирования имиджа университета.

Источники и литература

- 1) Аблажей А. М., Головкин Н. В. Академическая наука в современном обществе: кадровое воспроизводство, адаптационные процессы и неолиберальные ценности. – Новосибирск : Изд-во Новосиб. гос. ун-та, 2012.
- 2) Аги У., Кэмерон Г. и др. Самое главное в PR / Пер. с англ. — СПб.: Питер, 2004. — с. 27–28
- 3) Адамьянц Т.З. Социальные смыслы глобальных процессов и перемен: механизмы и катализаторы [монография] [Электронный ресурс] / Т. З. Адамьянц; Институт социологии РАН. М.: Институт социологии РАН, 2017. – 69 с. // Официальный портал ИС РАН [веб-сайт]. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=5020>.
- 4) Болотова, А. К., Жуков, Ю. М. Психология коммуникаций [Текст] : Б79 моногр. / А. К. Болотова, Ю. М. Жуков ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 495, [1] с. — 600 экз.
- 5) Вербицкий А.А., Рыбакина Н.А. О системе, процессе и результате непрерывного образования // Высшее образование в России. 2016. № 6 (202). С. 47–54.

- 6) Голубев С.В., Новикова Т.Г., Светенко Т.В., под общей ред. Голубева С.В. – Университет как социально ответственный партнер территории. (По материалам проекта «Университет и сообщество») – М.: Фонд «Новая Евразия», 2011. – 92 с.
- 7) Дагаева Е.А. Структура имиджа высшего учебного заведения //PR в образовании. 2007, № 3, С. 84 - 90.
- 8) Диев В.С., Петров В.В., Головкин Н.В. , "Третья миссия" университета в современной России: новации и интеллектуальные традиции, "Третья миссия" университета в современной России: новации и интеллектуальные традиции, РИЦ НГУ, Новосибирск, 2016
- 9) Зиневич Ольга Владимировна, Балмасова Татьяна Анатольевна «Третья миссия» и социальная вовлеченность университетов: к постановке проблемы // Власть. 2015. №6.
- 10) Ицковиц Г. Модель тройной спирали // Инновации. 2011. №4
- 11) Мархл М., Паусист А. Методология оценки третьей миссии университетов // Непрерывное образование: XXI век. Выпуск 1. – 2013.
- 12) Чумиков А.Н. Имидж – репутация – бренд: традиционные подходы и новые технологии : сборник статей /.- М.-Берлин: Директ-Медиа,. 2015. – 106с
- 13) Boulding K. The Image. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press, 1956.
- 14) Lasswell H. The Structure and the Function of Communication in Society // The Process and Effects of Mass Communication. Chicago, 1971, P. 84–99.
- 15) Tuunainen J. Hybrid Practices. Contributions to the Debate on the Mutation of Science and University // Higher Education. - 2005. - V. 50. No. 2. - P. 275-298.
- 16) Якобсон Р. О. Лингвистика и поэтика / Сокр. перев. И. А. Мельчука // Структурализм: «за» и «против»: Сборник статей. М., 1975.