

# ЧАСТКА I

## ЖУРНАЛИСТЫКА НА СУЧАСНЫМ ЭТАПЕ: ГІСТОРЫЯ, ТЭОРЫЯ, ПРАКТЫКА

---

### Раздзел I

## МЕДЫЯЛОГІЯ ЯК СІНТЭЗ НАВУК

### МЕДІАТИЗАЦІЯ ДЕЙТЕЛЬНОСТИ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ЦЕНТРОВ В РОССИИ В НАЧАЛЕ 2020 гг.

*М. Е. Аникина*

*Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова,  
ул. Моховая, 9, 125009, г. Москва, Россия,  
maria-anikina@yandex.ru*

В данной работе представлены результаты исследования, выполненного в рамках проекта «Модели современной научной коммуникации: теория и практика» на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и предполагавшего анализ коммуникационных практик и стратегий трех российских университетов, признанных мировым рейтингом QS (МГУ имени М. В. Ломоносова, Санкт-Петербургского государственного университета и Новосибирского государственного университета). На основании построенной ранее функциональной модели научной коммуникации и имеющихся методических разработок предложена схема анализа, детальному рассмотрению подвергнуты различные сегменты коммуникативной активности

российских вузов в цифровой среде, внимание обращено в частности на доступность используемых вузами каналов коммуникации, социальную ориентированность университетских ресурсов, характер использования каналов взаимодействия с различными группами целевой аудитории, внедрение систем управления обучением, технологические параметры коммуникации, характеристики контента и т. д. Полученные данные позволяют говорить о влиянии на коммуникационные практики современных научно-образовательных центров процесса медиатизации в ее техническом и социально-культурном аспектах, делать выводы о необходимости адаптации практик взаимодействия с целевой аудиторией к современным реалиям, быстром реагировании на меняющиеся условия функционирования НОЦ.

**Ключевые слова:** научно-образовательные центры; медиатизация; научная коммуникация; коммуникативные практики и стратегии.

## MEDIATIZATION OF THE ACTIVITIES OF SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL CENTERS IN RUSSIA AT THE BEGINNING OF 2020

*M. E. Anikina*

*Lomonosov Moscow State University,  
9, Mokhovaya Str., 125009, Moscow, Russia  
Corresponding author: M. E. Anikina (maria-anikina@yandex.ru)*

The paper presents the results of a study carried out within the framework of the project «Models of modern scientific communication: theory and practice» at the Journalism Faculty of Lomonosov Moscow State University, the analysis of communication practices and strategies of three Russian universities recognized by the QS world ranking (Lomonosov Moscow State University, Saint Petersburg State University and Novosibirsk State University). Based on the previously constructed functional model of scientific communication and available methodological solutions, the scheme of analysis was elaborated, various segments of communication activity of Russian universities in the digital environment were studied, attention was paid to the availability of communication channels used by universities, the social orientation of university communication sources, the interaction with various target groups, the introduction of LMS, technological parameters of communication, content characteristics etc. The data allow to talk about the impact that mediatisation in its technical and

socio-cultural aspects has on communication practices of modern scientific and educational centers, to draw conclusions about the need to adapt the practices of interaction to modern realities.

**Key words:** scientific educational centers; mediatization; scientific communication; communication practices and strategies.

История и традиции формирования академической практики в России позволяют называть отечественные университеты полноценными научно-образовательными центрами (НОЦ), не только рассматривать их работу с точки зрения педагогической и образовательной деятельности, но и видеть в них одновременно коллективных субъектов научной деятельности. В 2019 году в России принята государственная программа «Научно-технологическое развитие Российской Федерации», рассчитанная на период до 2030 года. Реализация отдельных положений программы, а также меняющиеся социальные условия позволяют зафиксировать активизацию конкуренции между российскими НОЦ, считать их одним из ключевых субъектов общественного развития, трансляции знаний и ценностей, гарантом социальной стабильности. Сегодня очевидна тенденция интенсивного освоения российскими вузами различных цифровых платформ [1], актуализация их присутствия в цифровой среде.

В разработанной ранее на факультете журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова модели научной коммуникации свое место, помимо групп управленческих и фатических функций, занимают сегменты информационных и коммуникативных функций. В 2022–2023 годах в рамках проекта «Модели современной научной коммуникации: теория и практика» было проведено исследование стратегий медиакоммуникации трех российских вузов, включенных в международный рейтинг QS (МГУ им. Ломоносова, СПбГУ и Новосибирского государственного университета). Оно охватило один учебный год с сентября 2021 по август 2022 года. Предложенная схема предполагала изучение ориентации медиакоммуникационных ресурсов вузов на различные группы общества, доступности различных версий контента, использования различных вариантов обратной связи, внедрения систем управления обучением, кроссплатформенности и других технологических параметров коммуникации, характеристик содержания.

Основными пространствами коммуникативной активности НОЦ в цифровой среде сегодня становятся его сайт (сайты) и аккаунты в со-

циальных сетях. Дополнение существующих методик оценки медиакоммуникационных ресурсов [2] позволило сделать определенные выводы относительно реализации потенциала функциональной модели коммуникации вузов.

Можно говорить о том, что зачастую НОЦ используют собственные сайты как механизм, обеспечивающий их информационную открытость, как инструмент формирования имиджа и удержания социальных связей, а также как образовательный ресурс. Анализ полученных данных показал, что в меняющемся глобальном контексте современным научно-образовательным центрам необходимо выстраивать свою медиакоммуникационную стратегию с учетом новых реалий, оперативно откликаться на события локального, национального, регионального и глобального масштаба. Изучение отдельных видов контента позволило говорить о том, что в цифровой среде ключевой формой подачи информации сегодня является новость, зачастую – новость научной тематики. В определенном смысле это свидетельствует о влиянии наукометрических практик на реализацию коммуникативных стратегий российских НОЦ. При этом современным научно-образовательным центрам требуется разработка тактических и стратегических решений для презентации своей деятельности на различных цифровых площадках, расширение социальной ориентированности онлайн-площадок и более внимательная работа с различными группами целевой аудитории.

### Библиографические ссылки

1. *Гуреева А. Н.* Социальные сети в составе современных медиакоммуникаций российского вуза [Электронный ресурс]. URL: <https://vestnik.journ.msu.ru/books/2015/6/sotsialnye-seti-v-sostave-sovremennykh-mediakommunikatsiy-rossiyskogo-vuza/> (дата обращения: 01.08.2023).
2. *Шевченко Д. А.* Сайт вуза: методика оценки [Электронный ресурс]. URL: <http://shevchenkoda.ru/сайт-вуза-методика-и-оценка/> (дата обращения: 01.08.2023).