

Коммуникационные и технологические тренды сферы высшего образования

Научный руководитель – Арканникова Марина Сергеевна

Семашкина Анастасия Степановна

Студент (бакалавр)

Санкт-Петербургский государственный университет, Институт "Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций Кафедра связей с общественностью в бизнесе, Санкт-Петербург, Россия
E-mail: ann.svet@gmail.com

В последние десятилетия в условиях экономики знаний и совершенствования новых технологий (по данным IDC, расходы на них к 2023 году составят 53% всей сферы информационно-коммуникационных технологий [8]) развитие в количественном и качественном измерении получили направления коммуникационной отрасли и используемые в них инструменты. Это находит отражение в институционализирующих сферу документах, в частности, в классификаторе коммуникаций, разработанном при участии ведущих профессиональных ассоциаций и утвержденном Общественной палатой РФ в конце 2019 года [5]. Многоаспектность указанных в нем направлений (всего выделено 18 видов деятельности) подтверждает тезис о комплексности современных коммуникаций, выводя их понимание за рамки базового представления о PR и рекламе. Одновременно развивается интегративная функция коммуникаций, работа коммуникаторов дополняется задачами по внедрению в деятельность компании новых смыслов и ценностей.

Идея вовлеченности компании в проблемы и проекты общественности, а общественности — в задачи и проекты компании (концепция комплицитности французской школы PR) проявляется сегодня в стремлении к обучению, развлечению аудитории (или их сочетанию, как в технологии edutainment), интерактивности и эмоциональному воздействию на аудиторию [1]. При актуализации данных об отдельных отраслях и сферах изучение этих тенденций как общих принципов коммуникации в сочетании с анализом специфических трендов сферы позволяет коммуникаторам рассматривать отрасль на глобальном уровне, ориентируясь на наиболее эффективные практики.

В фокусе данной работы коммуникации современных университетов. Цель исследования — изучение актуальных коммуникационных и технологических тенденций сферы высшего образования на мировом уровне.

Тренды определены посредством анализа, синтеза и сравнения исследований, отчетов и прогнозов отраслевых ассоциаций и коммерческих компаний, а также посредством использования метода кейс-стади. В рамках исследования они были разграничены в соответствии с преимущественным развитием и проявлением в офлайн или онлайн-среде.

Значительно меняют сферу образования массовые онлайн-курсы (МООС). По данным на конец 2019 года общее число студентов МООС достигло 110 миллионов, а в создание и размещение курсов вовлечено более 900 вузов (без данных по КНР) [6]. Как прогнозирует Market Reports World, рынок МООС будет только расти [9]. При этом в практиках ведущих вузов, применяющих онлайн-курсы, сейчас фиксируется большая эффективность синхронного обучения по сравнению с асинхронным. Это позволяет говорить об эффективности смешанного обучения, а также подтверждает прогноз EDUCAUSE о переходе к деагрегированным образовательным программам (таким, где часть программы выполняется за счет цифровых кредитов; сейчас их используют только 2% вузов, еще 29% планируют внедрить в ближайшие годы [7]).

Среди значимых цифровых трендов выделено мобильное образование. Так, в 2018 году в США 79% студентов проходили онлайн-курсы через мобильные устройства [7]. В целом, мобильное образование можно рассматривать в контексте асинхронного взаимодействия студента с университетом, обеспеченного всей цифровой средой университета: приложениями, чат-ботами и т. д.

В цифровую среду некоторых вузов встраиваются и технологии анализа больших данных и использования прогнозной аналитики для улучшения образовательных продуктов, индивидуализации образовательных программ [2] и получения инсайдов для формирования ключевых рекламных сообщений. Такая технология, с одной стороны, содействует построению долгосрочных отношений со студентами, с другой, в связи с возникающими при ее использовании этическими вопросами актуализирует ряд базовых коммуникационных задач по отслеживанию публикаций в СМИ и внутренним коммуникациям.

Один из замеченных автором трендов — развитие маркетинговых агентств, специализирующихся на продвижении образовательных продуктов и предлагающих вузу большое число инструментов: от внедрения CRM- и LMS-систем, таргетированной и контекстной рекламы до интерактивных проектов, основанных на технологии 360° (для фото и видео).

Указанные форматы, обеспеченные цифровым развитием, встраиваются в комплекс традиционных коммуникационных практик университетов. Среди этих традиционных практик можно отметить медиарилейшнз, работу с агрегаторами научных материалов (что можно назвать характерной тенденцией, присущей именно российским вузам [3]) и событийные коммуникации — фестивали науки, научные конференции, семинары и форумы, научно-образовательные выставки, фестивали научного кино и т. д. [4]. Вслед за тенденцией «фестивализации» и демократизации науки вузы в офлайн-коммуникации все чаще обращаются к научно-популярным мероприятиям, открытым лекциям.

Источники и литература

- 1) Сидорская И. В. «Новый старый» тренд в корпоративных коммуникациях // Журналистика-2019: стан, праблемы і перспектывы: матэрыялы 21й Міжнар. навук. практ. канф. Мінск. 2019. С. 350-355.
- 2) Старостин В. С. Использование искусственного интеллекта и цифровой аналитики для совершенствования учебного процесса и его инфраструктуры в вузе. М. 2018.
- 3) АКСОН: <https://akson.science/blog/2019/05/19/prodvigai-svoi-brend/>
- 4) Исследование коммуникационных практик научно-образовательных организаций РФ // SPN Communications: http://spncomms.com/portfolio_135.htm
- 5) Общественная палата Российской Федерации: <https://www.oprf.ru/press/news/2019/newsitem/51941>
- 6) By The Numbers: MOOCs in 2019 // Class Central MOOCReport: <https://www.classcentral.com/report/mooc-stats-2019/>
- 7) Horizon Report 2019 Higher Education Edition // EDUCAUSE: <https://library.educause.edu/-/media/files/library/2019/4/2019horizonreport.pdf>
- 8) IDC: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS45612419>
- 9) Massive open online course (MOOC) market - growth, thrends, and forecast (2019 - 2024) // Market Reports World: <https://www.marketreportsworld.com/massive-open-online-course-mooc-market-13517539>