УДК 316:444 DOI:10.47475/2070-0695-2021-10104

Г. А Савчук
Уральский федеральный университет,
Екатеринбург

А. С. Юферева
Уральский федеральный университет,
Екатеринбург

КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ВУЗОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ ПРИ РАБОТЕ С ИНОСТРАННЫМИ СТУДЕНТАМИ ИЗ СТРАН ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00471.

В статье осуществлена систематизация и спецификация сложившихся коммуникативных технологий екатеринбургских вузов в социальных сетях. В исследовании предложена авторская трактовка понятия «коммуникативные технологии», проведена эмпирическая локализация и спецификация данного феномена в опыте конкретных вузов. Раскрыты особенности использования коммуникативных технологий екатеринбургских вузов в социальных сетях при взаимодействии со студентами из стран Центральной Азии. Охарактеризованы признаки коммуникативных технологий. Выявлены наиболее и наименее эффективные коммуникативные технологии, а также предложены направления работы по повышению эффективности коммуникативных технологий вузов в социальных сетях при работе с иностранными студентами из стран Центральной Азии.

Ключевые слова: коммуникативные технологии, социальные сети, иностранные студенты, Центральная Азия, межкультурная коммуникация.

Современный этап социального развития часто характеризуется понятием «информационное общество». Большинство областей человеческой деятельности находится в прямой зависимости от объемов и качества используемой информации. «Коммуникационные процессы охватывают своим влиянием сферу услуг, промышленные предприятия, органы государственной власти и местного самоуправления, политические партии, общественные движения и профессиональные сообщества» [8].

Немаловажную роль коммуникационные процессы играют в сфере оказания образовательных услуг, в частности, при работе с иностранными гражданами, которые приехали из других стран для обучения в вузах. Сегодня многие ведущие университеты страны разрабатывают и реализуют образовательные программы, направленные на привлечение иностранных студентов. Поддержка и развитие межкультурной коммуникации в сфере образования важны не только для формирования положительного имиджа и репутации конкретного вуза, но и в целях усиления привлекательности для иностранных студентов российской системы образования и страны в целом. Существенную роль в достижении этой цели играют коммуникативные технологии. В статье мы рассмотрим основные определения данного понятия и выявим специфику использования екатеринбургскими вузами коммуникативных технологий в социальных сетях при работе с иностранными студентами.

Для начала следует разграничить такие понятия, как «коммуникативные технологии» и «коммуникационные технологии». В основе этих понятий лежит общее родовое понятие – «коммуникация». Оно происходит от латинского слова communication (связь, сообщение) и обозначает «тип активного взаимодействия между объектами любой природы, предполагающий информационный обмен» [12]. Зачастую данные понятия используются в академических источниках в качестве синонимов. Тем не менее, описывают они разные процессы и явления. Так, целью «коммуникативных технологий» является установление двустороннего обмена

информацией и данными, тогда как целью «коммуникационных технологий» – обеспечение самого процесса передачи данных и информации по каналам связи. В качестве главных субъектов «коммуникативных технологий» выступают люди и социальные институты (сообщества, организации и т. д.). В случае с «коммуникационными технологиями» – предметы материального мира (Интернет, компьютер и т. д.). Основные задачи «коммуникативных технологий» могут быть определены следующим образом: обмен информацией, решение проблем и вопросов. При рассмотрении «коммуникационных технологий» решаются иные задачи: поиск и выбор соответствующего канала связи, размещение информации на определенном ресурсе и осуществление процессов, связанных с улучшением доставки информации до реципиентов. Кроме того, понятие «коммуникативные технологии» чаще встречается в социологии и управлении и призвано описать процессы в гуманитарной сфере. Понятие «коммуникационные технологии» часто используется при описании характеристик компьютерных систем и средств связи. Соответственно, можно сделать вывод, что данные понятия относятся к разным предметным областям и описывают разные феномены. В нашем исследовании мы будем оперировать понятием «коммуникативные технологии».

Теперь рассмотрим, какие дефиниции понятия «коммуникативные технологии» предлагаются в отечественной научной литературе.

Одно из первых определений «коммуникативных технологий» принадлежит Г. Г. Почепцову. В 1999 году исследователь охарактеризовал «коммуникативные технологии» как комплексный феномен, который сложно описать. Однако их специфической чертой является «попытка влиять на массовое сознание, что отличает их от других вариантов межличностного воздействия» [15].

Под «коммуникативными технологиями» также может пониматься «совокупность знаний о целях и задачах, содержательном наполнении и последовательности операций, выполняемых в целях установления и поддержания психологического и информационного контакта между субъектами общения» [19].

Широкий спектр определений понятия «коммуникативные технологии» можно найти в ряде источников, посвященных сфере связей с общественностью.

Одни ученые определяют коммуникативные технологии как «совокупность информативных и прочих технических средств, способствующих установлению и поддержанию коммуникации субъекта с общественностью» [1]. Из данного определения следует, что основу коммуникативных технологий составляют информация и средства связи, необходимые для передачи этой информации от одного субъекта к другому в целях установления контакта между ними.

Другие исследователи считают, что коммуникативные технологии есть «совокупность последовательно применяемых процедур, приемов и способов деятельности по организации связей с общественностью. <...> Технологии связей с общественностью устанавливаются лишь тогда, когда в процессе достижения цели складывается последовательность операций, фиксирующая очередность применения определенных приемов и средств достижения конкретной цели, <…> это и процесс применения приемов, направленных на достижение конкретной цели реально действующим субъектом управления, и результат этой деятельности» [10. С. 222].

Наиболее полное освещение вопросов сути коммуникативных технологий отражено в труде под редакцией Д. П. Гавры «Основы теории коммуникации». При раскрытии сущности коммуникативных технологий делается акцент, в основном, на прикладной составляющей данного феномена: «опирающуюся на определенный план (программу действий) целенаправленная системно организованная деятельность по управлению коммуникацией социального субъекта, направленную на решение какой-либо социально-значимой задачи» [5]. Таким образом, результатом взаимодействия двух и более субъектов должно стать перемещение социально значимой информации (социально значимых смыслов), с помощью которой можно изменить сложившуюся ситуацию или представление о тех или иных процессах, явлениях. Коммуникативные технологии представляют собой, прежде всего, инструмент или средство, содержание которого может меняться в зависимости от той задачи, которая стоит перед субъектом. Коммуникативным технологиям свойственны следующие ключевые характеристики: «системность (включает взаимосвязанные и взаимно согласованные процедуры и операции); планомерность (совокупность определенных действий, которые определяются целями и

задачами ранее разработанной программы); технологичность (предполагает формирование структурированной технологической цепочки процедур и операций); формальная организация и функциональное разделение труда (упорядоченная последовательность действий многих людей, сложный многоэтапный процесс, реализуемый, как правило, организованной группой исполнителей); обратная связь, цикличность, креативность и стандартизация» [5].

Широкое освещение получила тема, связанная с осмыслением специфики использования коммуникативных технологий в сфере образования. Анализ литературы позволил выделить несколько направлений, в рамках которых отмечаются разные подходы к пониманию коммуникативных технологий в образовательной сфере. Так, ряд российских авторов (О. А. Касеева [9], Е. С. Тужикова [20], И. П. Борщевская [4]) рассматривают общие принципы и алгоритмы введения новых коммуникативных технологий в область оказания образовательных услуг, выделяют особенности использования данных технологий при организации учебного процесса, а также раскрывают содержание наиболее распространенных среди педагогов коммуникативных технологий в рамках лекций и семинаров. В работах другой группы авторов (А. А. Герич [6], О. Б. Потеряева [14]) анализируются перспективы использования инновационных коммуникативных технологий с точки зрения внедрения прогрессивных информационных и технических средств. Кроме того, в исследовательский фокус включается проблематика владения соответствующими навыками и компетенциями при работе с данными технологиями. Отдельным ответвлением данной темы можно считать направление, представители которого (Г. Б. Сайфутдинова [18], С. Э. Савзиханова [17], Г. Е. Кедрова [11]) всесторонне освещают вопрос использования социальных сетей как одного из инструментов коммуникативных технологий, обобщают и систематизируют функциональные возможности этих платформ, а также проводят спецификацию «цифровых» тактик и стратегий в процессе взаимодействия со студентами. В рамках исследовательских работ других авторов (С. И. Моднов [13], Н. В. Янкина [22], Н. Л. Антонова [2], П. А. Рябов [16]) изучению подлежат аспекты, связанные с определением места и роли социальных сетей в процессе адаптации иностранных студентов к образовательной среде. В исследовательских работах еще одного ряда авторов (Е. А. Уткина [21], С. Ю. Болдырева [3], И. Н. Дашук [7], Дж. Чун [23], В. Э. Кри [24], А. Дипеолу [25]) углубляются аспекты, связанные со следующими темами: формирование и реализация контентной политики в официальных пабликах вуза, каким образом университет устанавливает коммуникацию со студентами из других стран посредством социальных сетей, каково значение социальных сетей как инструмента адаптации к социальной среде в целом.

Рассмотрев основные трактовки понятия «коммуникативные технологии», а также подходы к осмыслению данного феномена, считаем целесообразным предложить следующее определение понятия: под коммуникативными технологиями в образовательной сфере мы будем понимать совокупность приемов и методов, которые, наряду с процессом обучения, способствуют реализации процессов формирования мировоззрения, воспитания и социализации. Коммуникативные технологии вузов сопровождают осуществление всех данных процессов посредством как информационных (тактики и стратегии, используемые в рамках учебной и научной деятельности), так и технологических (официальные сайты вузов, социальные сети) способов.

В рамках настоящей работы внимание авторов будет сосредоточено на проблеме использования социальных сетей как канала коммуникативных технологий в контексте культурной и социальной адаптации иностранных студентов. При этом предполагается комплексное освещение и раскрытие следующих вопросов: можно ли говорить о сложившихся коммуникативных технологиях вузов при работе с иностранными студентами в социальных сетях и какие направления повышения их эффективности можно выделить?

Наше исследование было сфокусировано на студентах из стран Центральной Азии, так как по данным Федеральной службы государственной статистики, в российских университетах среди иностранных студентов это самая многочисленная группа (на начало 2018/2019 учебного года доля студентов из стран Центральной Азии – 57,5 %). Город Екатеринбург – крупный образовательный центр, географически расположенный на границе Европы и Азии и, по этой причине, привлекательный для студентов из этого региона. По данным авторов, в 2019 году в 6 самых крупных университетах Екатеринбурга доля студентов из стран Центральной Азии

составила 63 % среди всех иностранных студентов. Цель исследования, которое было проведено авторским коллективом, заключалась в следующем: выявить эффективные коммуникативные технологии в системе регионального высшего образования, формирующие позитивный образ российского образования, культуры и ценностей у студентов из стран Центральной Азии. В том числе изучались коммуникативные технологии в социальных сетях, так как социальные сети – еще сравнительно мало исследованный канал коммуникации.

Методы исследования – экспертный опрос и глубинные интервью со студентами и выпускниками вузов из стран Центральной Азии. Экспертный опрос проводился в два этапа: в феврале-марте 2019 года (n=9) и в мае-июне 2020 (n=15). На первом этапе была собрана информация о коммуникативных технологиях вузов, которые применяются при работе со студентами из стран Центральной Азии, мнения экспертов о привлекательности российского образования для этой группы студентов и о легкости или сложности их интеграции в принимающее сообщество. Второй этап был посвящен выявлению наиболее эффективных коммуникативных технологий в работе со студентами из стран Центральной Азии как с точки зрения их интеграции в образовательный процесс, так и с точки зрения их культурной и социальной интеграции в принимающее сообщество. В качестве экспертов были привлечены сотрудники международных служб и преподаватели екатеринбургских вузов, работающие с иностранными студентами; руководители студенческих организаций, связанных с национальными культурами или работающие с иностранными студентами, главы вузовских землячеств; представители общественных организаций, работающие со студентами из данного региона; главный специалист Департамента информационной политики Свердловской области.

Глубинные интервью были проведены в апреле-июне 2019 года (n=32). Среди опрошенных 22 студента екатеринбургских вузов из стран Центральной Азии и 10 выпускников, получивших образование в постсоветский период. Выборка строилась по принципу «типичных случаев»: при отборе учитывались разные жизненные ситуации студентов и выпускников.

Выбранный подход позволил изучить коммуникативную деятельность екатеринбургских вузов в социальных сетях как с точки зрения тех, кто ее реализует и вовлечен вузами в этот процесс, так и с точки зрения целевой аудитории – студентов из стран Центральной Азии.

Анализируя результаты исследования, важно обратить внимание на следующее: работа в социальных сетях ведется вузами целенаправленно и системно. Представители вузов рассматривают социальные сети как актуальный канал информирования студентов. Контент размещается как через официальные паблики вузов, так и через специализированные группы (например, группа «ВКонтакте» Ассоциации иностранных студентов УрГЭУ, группы «ВКонтакте», Instagram землячества Киргизии студентов УрФУ и т. п.). При размещении информации в официальных пабликах вузов как отдельную целевую группу студентов из стран Центральной Азии не выделяют, коммуникация строится либо со всеми иностранными студентами в целом (англоязычный контент), либо с российскими студентами. В специализированных группах контент рассчитан на ту аудиторию, которая заявлена в названии, на иностранных студентов в целом или на студентов из конкретной страны, информация размещается, как правило, на русском языке. Контентная политика, в большинстве случаев, предусматривает два направления: 1) размещение анонсов и публикаций, сопровождающих различные внеучебные мероприятия (культурные, спортивные, досуговые и волонтерские); 2) информирование о необходимых действиях, связанных с поселением в общежитие, получением регистрации и другими вопросами, которые требуют дополнительных разъяснений.

Нужно отметить, что вузы, рассматривая социальные сети как важный канал информирования студентов, стимулируют их к созданию профилей в социальных сетях:

«*Честно сказать, когда я была на первом курсе, меня озадачили тем, что нужно добавиться в «конференцию», вступить в группы [в социальных сетях – Г. С., А. Ю.]. И меня озадачили, что надо вступить в эту группу, общаться*» (жен., студентка бакалавриата УрФУ, Казахстан) (Здесь и далее – орфография и пунктуация автора сохранены).

Специфика социальных сетей как канала коммуникации дает хорошие возможности для двустороннего обмена данными – это не только отклик целевой группы на какую-либо информацию вуза в официальных пабликах в виде лайков или комментариев, но и возможности целевой аудитории по распространению размещенной информации через свои профили

в социальных сетях – репосты. Кроме того, студенты могут активно размещать информацию о вузе в своих аккаунтах, и, учитывая, что «информация из первых рук» вызывает наибольшее доверие у абитуриентов вузов и других целевых аудиторий, как еще одно направление коммуникативной деятельности вузов в социальных сетях можно рассматривать стимулирование студентов из стран Центральной Азии к созданию в личных аккаунтах контента, связанного с вузом.

По данным авторов, примерно пятая часть студентов из стран Центральной Азии размещает информацию о вузе в своих аккаунтах, в большинстве случаев это информация о внеучебной деятельности (контент-анализ аккаунтов студентов из стран Центральной Азии в социальной сети «ВКонтакте» (n 395) был проведен авторским коллективом в марте – апреле 2019 г.). На основе данных интервью можно утверждать, что это, прежде всего, связано с личными особенностями и интересами студентов. Есть группа студентов, которые очень активны в социальных сетях, они также активны и в общественной жизни в целом. Другие студенты через социальные сети предпочитают только получать информацию, собственный контент практически не создают. Еще одна группа студентов пишет только о том, что интересно им самим и их подписчикам, поэтому контента в их аккаунтах немного и информация о вузе в них практически отсутствует. Анализируя ответы таких студентов, можно отметить, что только в случае, если что-то из событий в вузе совпадает с их интересами, они размещают эту информацию.

«Так как мне нравилось учиться, и есть такая очень крутая вещь «Фотоклуб УрФУ», то я всегда…участвовала во всех…студенческих слетах…постоянно…постила сторизы в Instagram …фотки добавляла, рассказывала, что это за слет…фото с одногруппниками у меня были, с выпускного очень много…с моими друзьями…из общежития…всю свою студенческую жизнь я постила, всегда отмечала, что это Уральский Федеральный Университет» (жен., выпускница магистратуры УрФУ, Кыргызстан).

«В жизни я могу влезть, действительно, даже если меня не просят этого. А вот в соцсетях – нет. Я знаю, что там кто-то прав, кто-то не прав…но не напишу…и странички у меня везде закрыты…Вот «ВКонтакте» всегда делаю репост о наших мероприятиях [вуза – Г. С., А. Ю.], пишу там ребята приходите, все будем вас очень ждать. Вот такие посты делаю. Вот они у меня держатся неделечку, две. А как закончится мероприятие, то сразу убираю» (жен., студентка бакалавриата, УрГЭУ).

«Блогерство – не про меня. Я, в принципе, не так часто сижу в социальных сетях, контент вообще не создаю. Чисто друзьям скидываю, мол это мой университет и все» (муж., выпускник бакалавриата УГГУ, Таджикистан).

«…в основном, в Узбекистане на 90 % все пользуются Telegram. На мой взгляд, у УрФУ тоже есть перспективы, если пользоваться им. Тут не популярен вообще «ВКонтакте»… Я не так много пользовался социальными сетями, даже во время универа. Заходил, чтобы написать кому-то, самый крайний случай, нужно было посмотреть фильм. А так, чтобы написать посты, выразить свое мнение, быть активным, я не делал» (муж., выпускник бакалавриата УрФУ, Узбекистан).

«Я пользуюсь социальными сетями, но это не значит, что я блогер… То [размещает – Г. С., А. Ю.], что кажется мне интересным, и, по моему мнению, может быть интересным для моих друзей и подписчиков… Обычно я делюсь фотками, иногда, может, песнями, историческими статьями. Да и вообще очень редко посты выкладываю» (муж., выпускник бакалавриата УрФУ, Туркменистан).

«В постах обычно пишу о своих интересах, о своем окружении и все. Очень редко пишу о вузе, если только это связано с моими интересами или окружением» (муж., студент бакалавриата УрГПУ, Казахстан).

«До того, как я переехал в Екатеринбург, для меня более-менее приоритетная социальная сеть была Facebuk, а вот в Екатеринбурге, и вообще в России, я заметил, что «ВКонтакте» более популярный и я быстро пересел на него…В «ВКонтакте» у меня шибко много контента нет, там просто песенки, репосты и все. А вот в Instagram у меня две страницы: одна из них рабочая, другая – уже больше на меня ориентирована. Там просто события из жизни. Совсем немножко дополнительной работы, я там официантов на всякие мероприятия ищу и на всякие подобного рода выставки…А вторая страница – я занимаюсь татуировками, рисую,

она творческая и там я выставляю именно свои работы» (муж., студент бакалавриата УрГЭУ, Узбекистан).

Анализируя невысокую активность студентов из стран Центральной Азии в социальных сетях, эксперты выделяют несколько факторов, влияющих на данную ситуацию. Во-первых, другие приоритеты при выборе социальных сетей в отдельных странах Центральной Азии.

«<…> в России распространена социальная сеть «ВКонтакте», она не популярна в Узбекистане, так как наши сидят в WhatsApp, в Telegram, в Instagram. В Instagram они хорошо афишируют и пишут там» (специалист Генерального консульства Республики Узбекистан в Екатеринбурге, муж.).

«У них свои социальные сети, на туркменском языке, и они…вот там и общаются, зарегистрированы... Не знаю, может к концу обучения что-то…ну и тоже в русских регистрируются, в российских…но…основное – это свое. В русских только когда заставишь, ... даешь там задание какое-нибудь…» (зав. кафедрой УрГПУ, муж.).

Во-вторых, наличие специфических установок на использование социальных сетей, связанных с национальными культурами и нормами поведения.

«Возможно, что дело в менталитете или в воспитании. Возможно, что для них это [активное создание контента в социальных сетях – Г. С., А. Ю.] расценивается как процесс «хвастания», как процесс показывания своей жизни в открытую» (старший инспектор Управления международного сотрудничества УрГЭУ, член исполнительного комитета Ассоциации иностранных студентов России, муж.).

«*Есть такое [студенты не делятся своими впечатлениями об обучении в социальных сетях – Г. С., А. Ю.]. Как-то к нам приезжали СМИ из Киргизии, чтобы осветить жизнь студентов из Кыргызстана в России. Однако … не было какого-то большого желания у ребят поучаствовать. Не понимаю, почему им не очень хочется об этом говорить, честно не знаю. … У нас есть студенты, которые открыто говорят о жизни в России, ведут социальные сети, но это единицы. Возможно, это потому что в Кыргызстане, как и в других странах Центральной Азии, нет такого высокого понимания того, как вести социальные сети. Все к этому сводится. Многие студенты не совсем понимают, зачем это нужно* (советник (до недавнего времени председатель) землячества Киргизии УрФУ, муж.).

«Во-первых, они [студенты из стран Центральной Азии – Г. С., А. Ю.] достаточно редко вообще тусуются в социальных сетях. Второе, это особенности культуры, где-то отсутствие определенного навыка. Если мы говорим о проектной работе, клубной работе, проектах неформального образования для развития, то им нужны навыки дополнительные. Российская молодежь более продвинута, [а] у них нет этого навыка, возможностей нет. Они активно дома не пользуются» (Председатель СОО Российского союза молодежи, жен.).

«Это все зависит от их менталитета. Они не могут ругать хозяина дома, в который они приехали гостить» (вице-президент организации «Биз Бирге», муж.).

«Я не думаю, что они будут правду писать…Они очень тактичные, и, если им что-то не нравится, они промолчат, и не будут афишировать. Они все-таки более закрытые, и они очень боятся, как бы их из вуза не отчислили за малейшую провинность, поэтому они ведут себя ну достойно, очень сдержанно… там [«ВКонтакте» – Г. С., А. Ю.] только наши пишут соотечественники о преподавателях, иностранцы не пишут» (преподаватель УрГЭУ, жен.)

«На самом деле, в настоящее время мало кто делится впечатлениями в социальных сетях, потому что жизнь показывает, что в будущем этими данными могут воспользоваться в другом контексте» (преподаватель УГГУ, муж.)

В-третьих, ограниченный круг тем из жизни вуза, которые могут заинтересовать студентов из стран Центральной Азии и побудить их к публикации.

«Я думаю, что это не та тема, которой они хотели бы делиться. Есть свои увлечения, и лучше они напишут про свои увлечения, чем про то, что я узнал на паре. Если в вузах проходят какие-то интересные мероприятия, то у нас по социальным сетям охват очень большой» (Главный специалист отдела пресс-службы Губернатора Свердловской области и Правительства Свердловской области управления информационного сопровождения Департамента информационной политики Свердловской области, жен.).

«Потому что у них в социальных сетях преимущественно та аудитория, которой это неинтересно. Студенты это понимают, и поэтому публично не делятся об этом, а только в сообщениях с родственниками. Преимущественно, иностранные студенты публикуют информацию о каких-то развлечениях или участии в спортивных мероприятиях» (председатель студенческой организации объединенных наций УрФУ, муж.).

В-четвертых, низкая вовлеченность части студентов из стран Центральной Азии в этот процесс из-за недостаточного владения русским языком, особенно на первых курсах обучения, если речь идет об активностях в русскоязычных социальных сетях.

*«У нашего департамента есть группа, но она, скорее, для информирования всех студентов обо всех мероприятиях... Конечно, там появляется информация для студентов, и мне кажется, что студентам-иностранцам [из стран Центральной Азии – Г. С., А. Ю.] сложно… Я не могу сказать, насколько такая информация привлекательна для студентов, насколько она понятна. Это связано с тем, что к нам приезжают студенты с очень низким уровнем освоения русского языка и, если честно, то тот начальный уровень, с которым они приходят, то, конечно, он очень и очень слабый и это им не позволяет учиться хорошо и благополучно коммуницировать, в том числе с преподавателями. Насколько они включаются в активность в социальных сетях и воспринимают эту информацию и участвуют в тех мероприятиях, которые там отражены – честно, не могу сказат*ь (преподаватель УрФУ, жен.).

Основные направления повышения эффективности коммуникативных технологий, связанных со стимулированием активностей студентов из стран Центральной Азии в социальных сетях, эксперты видят в следующем: более активном создании вузами интересных и значимых для данной аудитории поводов; обучение и формирование навыков работы в социальных сетях; использование специальных приемов (например, персональная работа со студентами, большее внимание к стимулированию активностей в социальных сетях в сценариях вузовских мероприятий или полный перенос реализации мероприятий в социальные сети).

«На самом деле, это касается не только студентов из стран Центральной Азии, но из Африки, из Китая, отовсюду. Очень сложно… Как сказать, если насаждать, расскажи что-нибудь, как прошло мероприятие, то, наверное, каждый человек скажет, что это моя личная территория, я не хочу публиковать статьи какие-то. Поэтому как можно поступать? Есть такая хорошая технология – есть роль ректора или там декана высока, то можно делать какие-то награждения, в красивой обстановке, в мантиях. Любое мероприятие прошло – ректор награждает иностранных студентов сертификатами. Или ректор пришел в общежитие. Студенты с ним сфотографировались. Вот такие информационные поводы они с удовольствием выставляют, соответственно, на этих фотографиях должен быть логотип вуза, вот таким образом легко делать рекламу. Но именно просить студентов делать посты – это проблема. Так как это их личная территория, а когда это повод для гордости, когда им вручают сертификат, они стоят в мантии, на фоне логотипа. Это лучший повод для публикации» (начальник управления молодежной политики и международного сотрудничества РАНХиГС при Президенте Российской Федерации, создатель Ассоциации иностранных студентов города Екатеринбурга, жен.).

«Здесь можно использовать технологии, которые позволят им [студентам из стран Центральной Азии – Г. С., А. Ю.] развить навыки преподнесения информации в социальных сетях: как грамотно преподносить информацию в социальной среде. Нужно учить людей, как правильно фотографировать, писать посты. Нужны знания, чтобы публиковать информацию в социальных сетях. Вузы могут открыть какие-то курсы, если не курсы, то студенческую организацию, которая поможет в этом плане» (старший инспектор Управления международного сотрудничества УрГЭУ, член исполнительного комитета Ассоциации иностранных студентов России, муж.).

«Их надо этому [создавать контент в социальных сетях – Г. С., А. Ю.] обучать в проектной деятельности. Таким образом, идет прививание навыков и компетенций» (преподаватель УГГУ, муж.)

«В нашем вузе другая ситуация, потому что в данный момент учится всего около 200 иностранных студентов, и мы практически персонально работаем с каждым из них. У нас как раз есть канал в Instagram, о котором я упоминал ранее, где студент из Узбекистана самостоятельно выкладывает новости и проводит регулярные прямые эфиры. Также мы не

так давно опубликовали на сайте университета статью о жизни и обучении иностранных студентов у нас. Поэтому наши студенты активно размещают информацию о России и обучении в социальных сетях. Мне кажется, просто [надо – Г. С., А. Ю.] с ними почаще разговаривать, общаться на равных, благодарить за выбор нашего вуза. Например, в преддверии дня открытых дверей мы просили наших иностранных студентов анонсировать данное мероприятие в их профилях в Instagram, прикрепить ссылки на эти мероприятия. За счет этого было обеспечено порядка 700 просмотров. Казахстан и Узбекистан очень активны в этом плане, студенты же из Таджикистана более сконцентрированы на своей идентичности ввиду определенных культурных ценностей» (начальник управления международного сотрудничества УрГЮУ, муж.).

«Я думаю, что им просто нужно напоминать об этом почаще, то есть такой призыв к действию. Например, на фестивалях, на прочих мероприятиях, где ведущий будет объявлять, что нужно делиться нашим мероприятием, прописывайте такой-то хэштег. Таким побуждением к действию может они и начнут выкладывать больше постов» (секретарь Свердловской региональной общественной организации «Евразия-Казахстан», жен.).

«<…> можно проводить активности в социальных сетях – это некая «замануха», что он [студент – Г. С., А. Ю.] сопричастен, что он может. Часто ребята отказываются… Особенно ребята из Киргизстана, из Таджикистана, они часто отказываются от участия в мероприятиях, потому что они чувствуют себя не совсем там комфортно, с точки зрения одежды, ресурсов, еще чего-то. А здесь [в социальных сетях – Г. С., А. Ю.] они на равных. Это наши ребята отмечали в разговорах» (Председатель СОО Российского союза молодежи, жен.).

Подводя итог, можно утверждать, что у екатеринбургских вузов существуют сложившиеся коммуникативные технологии в социальных сетях. Об этом свидетельствуют целенаправленность, планомерность, системность и технологичность этой деятельности. С помощью двустороннего обмена информацией решаются такие социально значимые задачи, как социальная и культурная адаптация иностранных студентов из стран Центральной Азии в вузовскую среду и в принимающее сообщество в целом.

Можно найти в работе вузов в социальных сетях и такие признаки коммуникативных технологий, как наличие обратной связи, цикличность (ежегодная повторяемость контента, связанная с поступлением в вуз, началом учебного года, ежегодными образовательными, культурными и спортивными мероприятиями, завершением обучения и т. п.), креативность (адаптация контента к актуальным поводам и событиям, например, появление в период пандемии контента о том, чем занять себя во время карантина и т. п.), стандартизация (она связана с определенными техническими возможностями работы в социальных сетях, например, ограничение по числу знаков при размещении сообщения, обязательность визуального сопровождения информации и т. п.).

Среди коммуникативных технологий вузов в социальных сетях лучше развита работа по информированию студентов и сопровождению различных вузовских мероприятий, в меньшей степени – работа по стимулированию студентов к созданию контента, связанного с вузом, в личных аккаунтах.

В то же время можно предложить отдельные направления работы по повышению эффективности коммуникативных технологий вузов в социальных сетях при работе с иностранными студентами из стран Центральной Азии. Прежде всего, это выделение данной целевой аудитории при работе в социальных сетях, более глубокое понимание ее интересов и ценностей, которое позволит создавать интересные и значимые информационные поводы; неформальное обучение заинтересованных студентов навыкам и приемам работы в социальных сетях; разработка и реализация онлайн-программ событийного маркетинга.

Список литературы

1. Абельмас, Н. В. Универсальный справочник по Паблик Рилейшнз / Н. В. Абельмас. – Ростов н/Д : Феникс, 2008. – 237 с. – Текст : непосредственный.

2. Антонова, Н. В. Социальные сети иностранных студентов: китайские студенты в российском вузе / Н. В. Антонова. – Текст : непосредственный // Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения. 2018. –Том 2. № 3. – С. 282–287.

3. Болдырева, С. Ю. Роль федерального университета в реализации концепции «Мягкой силы» Российской федерации в Центральной Азии (на примере северного (арктического) федерального университета имени М. В. Ломоносова) / С. Ю. Болдырева, Р. Ю. Болдырев, Н. В. Белошинская. – Текст : непосредственный // Вестник Волгоградского государственного университета. – 2020. – Серия 4. № 2. – Т. 25. – С. 223–232. – Текст : непосредственный.

4. Борщевская, И. П. Информационно-коммуникатиные технологии в образовании / И. П. Борщевская. – Текст : непосредственный // Современная высшая школа: инновационный аспект. – 2014. – № 1. – С. 119–122.

5. Гавра, Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сущность, структура, функции / Д. П. Гавра. – СПб. : Изд-во «Роза мира». – Вып. 1. – 2003. – С. 28–47. – Текст : непосредственный.

6. Герич, А. А. Перспективы информационно-коммуникативных технологий в высшем образовании / А. А. Герич // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – 2018. – № 3. – С. 65–67. – Текст: непосредственный.

7. Дашук, И. Н. Проблемы социальной адаптации иностранных студентов России и США / И. Н. Дашук. – Текст : непосредственный // Образование и общество. – 2017. – № 2-3. – С. 24–30.

8. Иванов, С. А. Роль информационно-коммуникативных технологий в формировании и развитии информационного общества / С. А. Иванов, О. С. Опекун. – Текст : непосредственный // Известия АлтГУ. – 2013. – № 4 (80). – С. 283–286.

9. Касеева, О. А. Информационно-коммуникационные технологии в образовании / О. А. Касеева. – Текст : непосредственный // Символ науки. – 2016. – № 12. – С. 181–183.

10. Кузнецов, В. Ф. Связи с общественностью: Теория и технологии. Учебник для студентов вузов / В. Ф. Кузнецов. – М. : Аспект Пресс, 2007. – 302 с. – Текст : непосредственный.

11. Кедрова, Г. Е. Профессионально-ориентированные коммуникативные сервисы веб 2.0 как основа научно-образовательной виртуальной среды нового типа (на примере специализированных профессиональных социальных сетей) / Г. Е. Кедрова. – Текст : непосредственный // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». – 2016. –№ 4. – С. 103–117.

12. Леньшина, А. А. Различие терминов «коммуникативные технологии» и «коммуникационные технологии» / А. А. Леньшина. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 26. – С. 3537.

13. Моднов, С. И. Проблемы адаптации иностранных студентов, обучающихся в техническом университете / С. И. Моднов, Л. В. Ухова. – Текст : непосредственный // Ярославский педагогический вестник. – 2013. – № 2. – С. 111–115.

14. Потеряева, О. Б. Инновационные коммуникативные технологии как инструмент реализации политики в области образования / О. Б. Потеряева. – Текст : непосредственный // Проблемы современного педагогического образования. – 2018. – С. 215–217.

15. Почепцов, Г. Г. Коммуникативные технологии двадцатого века Г. Г. Почепцов. – Москва : Рефл-бук, К. : Ваклер, 1999. – 352 с. – Текст : непосредственный.

16. Рябов, П. А. Социальные сети как инструмент адаптации иностранных студентов в российских вузах / П. А. Рябов. – Текст : непосредственный // Сборник по итогам XXXVII Всероссийской конференции «Проблемы эффективности и безопасности функционирования сложных технических и информационных систем». – 2018. – С. 263–267.

17. Савзиханова, С. Э. Социальные сети как инструмент социокультурной модернизации образования / С. Э. Савзиханова. – Текст : непосредственный // Журнал «Креативная экономика». – 2013. –Том 7. – № 9. – С. 97–104.

18. Сайфутдинова, Г. Б. Возможность использования информационно-коммуникативных технологий и социальных сетей в самостоятельной работе студентов вузов / Г. Б. Сайфутдинова, А. С. Мироненко. – Текст : непосредственный // Проблемы современного педагогического образования. – 2017. – Вып. 54. – Ч. 7. – С. 183–188.

19. Сахарчук, Е. С. Психология делового общения в туризме и гостеприимстве / Е. С. Сахарчук. – М. : Федеральное агентство по туризму, 2014. – 192 с. – Текст : непосредственный.

20. Тужикова, Е. С. Информационно-коммуникативные технологии в образовании / Е. С. Тужикова – Текст : непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015. – № 2. – С. 296–299.

21. Уткина, Е. А. Эффективность адаптации иностранных студентов (по материалам контент-анализа социальных сетей) / Е. А. Уткина. – Текст : непосредственный // Материалы 52 Всероссийской научной конференции молодых исследователей «Культурные инициативы». – 2020. – С. 114–116.

22. Янкина, Н. В. О роли социальных сетей в адаптации иностранных студентов к новой образовательной среде / Н. В. Янкина. – Текст : непосредственный // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Философия. Психология. Педагогика. – 2019. – Т. 19. Вып. 4. – С. 465–468.

23. Chun J., Poole, D. Conceptualizing stress and coping strategies of Korean social work students in the U.S.: A concept mapping application. Journal of Teaching in Social Work. 2009. № 29. Pp.1-17

24. Cree, V. E. I'd like to call you my mother: Reflections on supervising international PhD students in social work / V. E. Cree. – Текст : непосредственный // Social Work Education. – 2012. – № 31. – Pp. 451–464.

25. Dipeolu,A. Support group for international students: A counseling center's experience / A. Dipeolu, J. Kang, C. Cooper. – Текст : непосредственный // Journal of College Student Psychotherapy. – 2007. – № 22. – Pp. 63–74

COMMUNICATIVE TECHNOLOGIES OF UNIVERSITIES IN SOCIAL NETWORKS WHEN WORKING WITH FOREIGN STUDENTS FROM CENTRAL ASIAN COUNTRIES

Savchuk G. A., Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Yekaterinburg, galina.savchuk@urfu.ru

Yufereva A. S., Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin, Yekaterinburg, a.s.iufereva@urfu.ru

Systematization and specification of the prevailing communication technologies of universities in Yekaterinburg on social networks are made in the frame of this publication. This paper offers the author's interpretation of the concept of "communication technologies". Different scientific sources were involved to take into account the crucial types of social media. Besides, the empirical investigation was conducted in order to obtain a whole view with regard to the practical aspect of this phenomenon. The features of the usage of communication technologies of Yekaterinburg universities on social networks are revealed in the context of interacting with students from Central Asian countries. The features of communication technologies are characterized in more detail. The most effective communication technologies are identified, and directions of work are proposed to improve the effectiveness of communication technologies of universities on social media when working with foreign students from Central Asian countries.

Key words: communication technologies, social networks, foreign students, Central Asia, intercultural communication.

References

1. Abelmas, N. V. (2008). *Universal'nyj spravochnik po Pablik Rilejshnz* [A universal guide to Public Relations]. Rostov n / a: Phoenix. 237 p. (In Russ.)

2. Antonova, N. V. (2018). Social'nye seti inostrannyh studentov: kitajskie studenty v rossijskom vuze [Social networks of foreign students: Chinese students in a Russian university]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sociologiya. Politicheskaya nauka. Mezhdunarodnye otnosheniya* [Bulletin of the Udmurt University. Sociology. Political science. International relationships], Vol. 2. 3. pp. 282–287. (In Russ.)

3. Boldyreva, S., Boldyrev, R. & Beloshitskaya, N. V. (2020). Rol' federal'nogo universiteta v realizacii koncepcii «Myagkoj sily» Rossijskoj federacii v Central'noj Azii (na primere severnogo (arkticheskogo) federal'nogo universiteta imeni M.V. Lomonosova) [The role of the federal university

in the implementation of the concept of "Soft power" of the Russian Federation in Central Asia (on the example of the Northern (Arctic) Federal University named after MV Lomonosov)]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta* [Bulletin of the Volgograd State University]. Series 4. 2. Vol. 25, pp. 223–232. (In Russ.)

4. Borshchevskaya, I. P. (2014). Informacionno-kommunikatinye tekhnologii v obrazovanii [Information and communication technologies in education]. *Sovremennaya vysshaya shkola: innovacionnyj aspect* [Modern higher school: an innovative aspect], 1. pp. 119–122. (In Russ.)

5. Gavra, D. P. (2003). *Social'no-kommunikativnye tekhnologii: sushchnost', struktura, funkcii* [Social and communication technologies: essence, structure, function]. SPb. : Publishing house "Rose of the World". Issue 1, pp. 28–47. (In Russ.)

6. Gerich, A. A. (2018). Perspektivy informacionno-kommunikativnyh tekhnologij v vysshem obrazovanii [Prospects of information and communication technologies in higher education]. *Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk* [International Journal of Humanities and Natural Sciences], 3. pp. 65–67. (In Russ.)

7. Dashuk, I. N. (2017). *Problemy social'noj adaptacii inostrannyh studentov Rossii i SSHA* [Problems of social adaptation of foreign students in Russia and the United States]. *Obrazovanie i obshchestvo* [Education and society], 2-3, pp. 24–30. (In Russ.)

8. Ivanov, S. A. & Guardian, O. C. (2013). Rol' informacionno-kommunikativnyh tekhnologij v formirovanii i razvitii informacionnogo obshchestva [The role of information and communication technologies in the formation and development of the information society]. *Novosti Altajskogo gosudarstvennogo universiteta* [News of Altai State University], 4 (80), pp. 283–286. (In Russ.)

9. Kaseeva, O. A. (2016). Informacionno-kommunikacionnye tekhnologii v obrazovanii [Information and communication technologies in education]. *Simvol nauki* [Symbol of Science], 12. pp. 181–183. (In Russ.)

10. Kuznetsov, V. F. (2007). *Svyazi s obshchestvennost'yu: Teoriya i tekhnologii* [Public Relations: Theory and Technology. A textbook for university students]. Moscow: Aspect Press, 302 p. (In Russ.)

11. Kedrova, G. E. (2016). Professional'no-orientirovannye kommunikativnye servisy veb 2.0 kak osnova nauchno-obrazovatel'noj virtual'noj sredy novogo tipa (na primere specializirovannyh professional'nyh social'nyh setej) [Professionally-oriented communication services Web 2.0 as the basis for a scientific and educational virtual environment of a new type (on the example of specialized professional social networks)]. *Vestnik RGGU. Seriya «Ekonomika. Kontrol'. Pravil'no* [Vestnik RGGU. Series "Economy. Control. Right"]. 4, pp. 103–117. (In Russ.)

12. Lenshina, A. A. (2019). *Razlichie terminov «kommunikativnye tekhnologii» i «kommunikacionnye tekhnologii»* [The difference between the terms "communication technologies" and "communication technologies»]. *Molodoj uchenyj* [Young scientist], 26. P. 3537. (In Russ.)

13. Modnov, S. I. & Ukhova, L. V. (2013). Problemy adaptacii inostrannyh studentov, obuchayushchihsya v tekhnicheskom universitete [Problems of adaptation of foreign students studying at a technical university]. *Yaroslavskij pedagogicheskij vestnik* [Yaroslavl Pedagogical Bulletin], 2, pp. 111–115. (In Russ.)

14. Poteryaeva, O. B. (2018). Innovacionnye kommunikativnye tekhnologii kak instrument realizacii politiki v oblasti obrazovaniya [Innovative communicative technologies as a tool for implementing policy in the field of education]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of modern pedagogical education], pp. 215–217. (In Russ.)

15. Pocheptsov, G. G. (1999). *Kommunikativnye tekhnologii dvadcatogo veka* [Communication technologies of the twentieth century]. M.: Refl-book, K .: Vakler, 352 p. (In Russ.)

16. Ryabov, P. A. (2018). Social'nye seti kak instrument adaptacii inostrannyh studentov v rossijskih vuzah [Social networks as a tool for adaptation of foreign students in Russian universities]. *Sbornik po itogam XXXVII Vserossijskoj konferencii «Problemy effektivnosti i bezopasnosti funkcionirovaniya slozhnyh tekhnicheskih i informacionnyh sistem»* [Collection on the results of the XXXVII All-Russian conference "Problems of the efficiency and safety of functioning of complex technical and information systems"], pp. 263–267. (In Russ.)

17. Savzikhanova, S. E. (2013). Social'nye seti kak instrument sociokul'turnoj modernizacii obrazovaniya [Social networks as a tool for the socio-cultural modernization of education]. *Zhurnal «Kreativnaya ekonomika»* [Journal "Creative Economy"]. Vol. 7. 9. Pp. 97–104. (In Russ.)

18. Sayfutdinova, G. B., Mironenko A. S. (2017). Vozmozhnost' ispol'zovaniya informacionno-kommunikativnyh tekhnologij i social'nyh setej v samostoyatel'noj rabote studentov vuzov [The possibility of using information and communication technologies and social networks in the independent work of university students]. *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya* [Problems of modern pedagogical education]. Issue. 54. Part 7, pp. 183–188. (In Russ.)

19. Sakharchuk, E. S. (2014). *Psihologiya delovogo obshcheniya v turizme i gostepriimstve* [Psychology of business communication in tourism and hospitality]. Moscow: Federal Agency for Tourism, 192 p. (In Russ.)

20. Tuzhikova, E. S. (2015). Informacionno-kommunikativnye tekhnologii v obrazovanii [Information and communication technologies in education]. *Gumanitarnye, social'no-ekonomicheskie i social'nye nauki* [Humanities, socio-economic and social sciences]. 2, pp. 296–299. (In Russ.)

21. Utkina, E. A. (2020). Effektivnost' adaptacii inostrannyh studentov (po materialam kontent-analiza social'nyh setej) [The effectiveness of adaptation of foreign students (based on the content analysis of social networks)]. *Materialy 52-j Vserossijskoj nauchnoj konferencii molodyh issledovatelej «Kul'turnye iniciativy»* [Proceedings of the 52nd All-Russian Scientific Conference of Young Researchers "Cultural Initiatives"], pp. 114–116. (In Russ.)

22. Yankina, N. V. (2019). O roli social'nyh setej v adaptacii inostrannyh studentov k novoj obrazovatel'noj srede [On the role of social networks in the adaptation of foreign students to the new educational environment]. *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novyj epizod. Filosofskaya seriya. Psihologiya. Pedagogika* [Izvestiya of Saratov University. New episode. Philosophy Series. Psychology. Pedagogy], Vol. 19. Issue. 4. pp. 465–468. (In Russ.)

23. Chun, J., & Poole, D. (2009). Conceptualizing stress and coping strategies of Korean social work students in the U.S.: A concept mapping application. *Journal of Teaching in Social Work*. 29, pp. 1–17.

24. Cree, V. E. (2012). I'd like to call you my mother: Reflections on supervising international PhD students in social work. *Social Work Education*. 31, pp. 451–464.

25. Dipeolu, A., Kang, J. & Cooper C. (2007). Support group for international students: A counseling center's experience. *Journal of College Student Psychotherapy*. 22, pp. 63–74.

Савчук Галина Анатольевна, кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета, Екатеринбург.

galina.savchuk@urfu.ru

Юферева Анастасия Сергеевна, кандидат филологических наук, ассистент кафедры Интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга Уральского федерального университета, Екатеринбург.

a.s.iufereva@urfu.ru

БИБЛИОГРАФИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ СТАТЬИ

Савчук Г. А., Юферева А. С. Коммуникативные технологии вузов в социальных сетях при работе с иностранными студентами из стран Центральной Азии // Знак: проблемное поле медиаобразования. 2021. № 1 (39). С. 37–48. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10104.

Savchuk G. A., Yufereva A. S. Communicative technologies of universities in social networks when working with foreign students from Central Asian countries // Znak: problemnoe pole mediaobrazovanija. 2021. No 1 (39), pp. 37–48. DOI: 10.47475/2070-0695-2021-10104.