

2. Процессы трансляции и трансформации знания связаны с процессами коммуникации и кооперации. Коммуникативные и знаниевые процессы развиваются комплексно.

3. Так же как от естественных форм взаимодействия глобальное общество переходит к виртуальным, в образовании заметен закономерный переход от непосредственного обучения в реальной среде через дистанционное образование к дистанционному образованию в виртуальной среде.

4. Наиболее перспективный путь сохранения конкурентоспособности российского образования – создание отечественных открытых онлайн-ресурсов для того, чтобы остаться на достойном уровне в современном обществе знания.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Reiji Suzuki and Takaya Arita** / How niche construction can guide coevolution. – [Электронный ресурс]. – URL: http://download.springer.com/static/pdf/837/chp%253A10.1007%252F11553090_38.pdf?auth66=1387457994_de4b56f20c87ffb6a3efc69a660a2fbd&ext=.pdf. (дата обращения: 17.12.13).
2. **Белл Д.** Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / пер. с англ.; под ред. В. Л. Иноземцева. – М. : Academia, 2004. – 783 с.
3. **Мирский Э. М., Садовский В. Н.** Проблемы исследования коммуникации в науке // Коммуникация в современной науке. – М. : Прогресс, 1976. – С.5–24.
4. **Петров М. К.** Язык, знак, культура. – М. : Едиториал УРСС, 2004. – 328 с.
5. **Смолин О.** Электронное нашествие // Советская Россия. – 2013. – №113 (13912). – С. 1.
6. **Наливайко Н. В.** Глобализация и изменение ценностных ориентиров российского образования // Философия образования. – 2012. – №6 (45). – С.27–32.

Принята редакцией: 08.01.2014

УДК 378+316.7+13

ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ВУЗ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ПРОБЛЕМЫ МОТИВАЦИИ И ВЫБОРА ФОРМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ* *Р. А. Заякина* (Новосибирск)

Сложившиеся запросы государства, адресованные высшей школе, сводятся к производству инновационных продуктов, а подобное производство не-

* Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта РГНФ, в рамках проекта №: 14-06-00353 «Теоретико-методологические основания изучения деятельности вуза в партнерских сетевых сообществах».

© Заякина Р. А., 2014

Заякина Раиса Александровна – старший преподаватель кафедры государственно-правовых дисциплин юридического факультета, Новосибирский государственный технический университет.

E-mail: raisa@uf.nstu.ru

Zayakina Raisa Aleksandrovna – Senior Lecturer of the Chair of State and Legal disciplines of the Department of Law, Novosibirsk State Technical University.

мыслимо без использования инновационных процессов и технологий. Одним из таких процессов является эффективное взаимодействие вуза в социальных сетях. Однако вокруг поиска сетевой эффективности по-прежнему больше вопросов, чем ответов. В статье излагается авторский взгляд на процесс вхождения российских вузов в социальные сети. Анализируются сложившиеся в высшей школе механизмы стимулирования сетевой деятельности. Определяется продуктивность сетевой активности в зависимости от выбора формы сетевого взаимодействия.

Ключевые слова: сетевые связи, сетевое поведение, процессы интеграции, результативность сетевой деятельности.

THE DOMESTIC HIGHER EDUCATION INSTITUTION IN SOCIAL NETWORKS: THE PROBLEMS OF MOTIVATION AND FORMS OF COOPERATION

R. A. Zayakina (Novosibirsk)

The current requests of the state towards higher education are to produce innovative products; such production is impossible without using innovative processes and technologies. One of these processes is effective communication of the higher education institution within social networks. However, there are still more questions than answers concerning the search of network efficiency. The article describes the author's view on the process of Russian higher education institutions' starting to use social networks. It analyzes the mechanisms of network activity motivation developed by the higher education institutions. Productivity is determined of the social network activity according to the choice of the forms of network cooperation.

Keywords: network communications, network behavior, integration processes, productivity of networking.

В рамках предлагаемой читателю статьи мы продолжаем поиски ответа на волнующий академическую и педагогическую общественность вопрос: какими характеристиками должен обладать отечественный университет, чтобы стать сетеобразующим интеллектуальным центром и продуктивным научно-образовательным комплексом? Статья является логическим продолжением серии публикаций, призванной прояснить ряд вопросов относительно активности и результативности деятельности современных отечественных университетов. Ранее мы говорили о критериях качества высшего образования [1], а также анализировали проблемы, вызывающие низкую эффективность сетевого взаимодействия в образовательной сфере [2]. Однако вся работа была бы напрасна, если бы мы не стремились преодолеть негативные тенденции, оказавшиеся в фокусе нашего внимания, и разработать действенные пути повышения результативности сетевых отношений отечественных университетов. А для того чтобы наметить траекторию движения по направлению к цели, необходимо ясно представлять образ желаемого. Так каким должен быть университет, чтобы стать полноправной частью сетевого ядра, объединяющей и координационной основой, необходимой как для существования социальных сетей, так и для успешности самого вуза и его инновационного производства? Как должен быть «устроен» сетевой обмен, направленный на достижение того, чтобы люди порождали креативные идеи,

результаты процесса обучения соответствовали запросам общества, наука прирастала молодыми учеными, а отечественная высшая школа талантливыми преподавателями? Начнем с мотивов.

Стимулирование и мотивация сетевой активности: механизмы вхождения в социальные сети. Мы условились, что разделяем следующее убеждение: стимул – это простой механизм внешнего воздействия на объект для достижения желаемого результата. Стимулирование может быть как позитивным (возможность получения предпочтений, разного рода поощрений, материальных благ), так и негативным (вероятность утраты социального положения, материальных благ, возможностей обладания нематериальными ресурсами). Важно, что последнее часто обладает скрытой или явной принудительной силой. Мотивация же – продукт внутреннего мира людей, их интересов и потребностей. Выражаясь словами Р. Коллинза, это своего рода поток эмоциональной энергии, который «заряжает индивидов подобно электрическим батареям, давая им соответствующий уровень энтузиазма», направленного на достижение цели [3, с. 70].

Критерии мониторинга отечественных университетов, сформулированные на государственном уровне как набор императивных требований, создают, кроме прочего, ситуацию острой необходимости в сетевой активности (см. подр.: [4]). Понимание такой необходимости, как осознание неизбежности процессов сетевой интеграции происходит в вузе, прежде всего, на административном уровне. Очевидные трудности, ожидающие образовательное учреждение в случае попадания в категорию «неэффективных» являются мощным негативным стимулом, вынуждающим формулировать сетевые намерения, искать возможные точки соприкосновения интересов потенциальных агентов сети, очерчивать круг имеющихся ресурсов. Учеными, преподавателями, образовательными менеджерами, сопровождающими процессы разработки учебных программ и проектов академической мобильности, оформляются предложения о различных вариантах сетевых взаимодействий. Затем эти предложения возвращаются на административный уровень, где происходит, в первую очередь, их анализ и сопоставление с обозначенными внешними требованиями и доступными сетевыми предложениями, и только потом учитывается специфика запросов и потребностей университета, интеллектуальный и эвристический потенциал имеющихся научных школ, общая конкурентоспособность в образовательном пространстве. Реальная сетевая активность как реализация намеченных шагов, таким образом, зачастую далека от истинных интересов вуза и может быть значительно отсрочена во времени, а быстрота реакций, как известно, является важным условием успешного взаимодействия в сетевых системах, учитывая их неустойчивый характер. Кроме того, для достижения высокого уровня сетевой привлекательности необходимо мобильно отслеживать сетевые позиции и укреплять сетевое влияние, что невозможно без регулярной коррекции сетевого поведения и некоторой пластичности собственных целей (см. подр.: [5]).

А теперь предположим, что вуз имеет осознанный внутренний мотив к сетевой активности, целевые установки которой основаны на приобретении предоставляемых такой активностью конкурентных преимуществ. Мотивация запускает более продуктивные механизмы формирования социаль-

ных сетей, ведь потребность в сетевой деятельности здесь базируется, прежде всего, на конкретном интересе университета «быть обращенным вовне». Потребность эта изначально формулируется не на уровне администрации, а в рамках отдельных сообществ (научных, преподавательских, студенческих), связываемых общим фокусом внимания, стремлением к саморазвитию, самопрезентации и освоению отдаленных «рынков взаимодействия». Вхождение в сеть происходит посредством демонстрации готовности разделять или выстраивать общую реальность, удерживать и культивировать сетевую идентичность (см. подр.: [6]). При наличии регулярных и интересных предложений/идей, исходящих от нового агента, сеть маневренно сгруппируется вокруг него. Дальнейший же уровень сетевой привлекательности зависит от многих факторов. Речь об одном из них ниже.

Выбор вузом формы сетевого взаимодействия. Мы вплотную подошли к вопросу выбора вузом формы сетевого взаимодействия, а именно: какие связи он хочет и способен выстраивать и какие из них можно считать наилучшими с точки зрения их эффективности для университета? Для ответа необходимо выделить и проанализировать возможные варианты сетевых интеракций.

Во-первых, это *мажоритарные связи*, то есть связи, возникающие вследствие одобрения кандидатуры нового участника большинством агентов сложившейся социальной сети и основанные в своем развитии (главным образом) на последующем санкционировании сетевого поведения. Базой подобных связей является получение своеобразного «вотума доверия» со стороны прочих участников взаимодействия. Такая позиция изначально зависима, предполагает поведенческую ориентацию на поощрение сетевого ядра и «игру по правилам команды» без видимой претензии на лидирующее положение. Нередко встречается в устоявшихся академических сетях. Цели агента-мажоритария, как правило, связаны с усилением собственного статуса за счет принадлежности к особому сообществу, объединяющему, например, ведущих в данной профессиональной области специалистов, ученых или признанные мировые научные центры. Мажоритарные связи выполняют важнейшие для современного отечественного образования функции: презентацию российских университетов на мировом рынке образовательных услуг, ассимиляцию в единое научно-образовательное пространство, взаимодействие с ведущими научными школами, но они не способствуют освоению вузом ключевых сетевых позиций.

Во-вторых, это *комплиментарные связи*, то есть связи, благодаря которым сетевые узлы ресурсно дополняют друг друга. Социальные сети, основанные на комплиментарных связях – своеобразный «тренд» современного отечественного образования. На таких связях зиждется, выражаясь языком законодателя, «возможность освоения обучающимся образовательной программы с использованием ресурсов нескольких организаций, осуществляющих образовательную деятельность, в том числе иностранных, а также при необходимости с использованием ресурсов иных организаций» (ст. 15) [7]. Идея заключается в простом суммировании ресурсов, предоставляемых сетевыми узлами (агентами), или привлечении недостающих ресурсов по факту возникновения такой необходимости. В качестве агентов могут выступать любые организации, представляющие ресурсный интерес (например, научные, медицинские, спортивные, культурные и пр.). Сети с комплиментар-

ными связями эффективно решают проблемы, связанные с организацией процесса обучения и внеучебной деятельности студентов в некрупных периферийных вузах. К сожалению, обмен ресурсами и эффект «взаимодополняемости» не является существенным фактором развития высшей школы и не может рассматриваться как действенный механизм расширения научного и образовательного потенциала высшего учебного заведения. Не будем забывать, что 1) привлекаемые ресурсы все же остаются чужими; 2) даже если такие связи продолжительны и основаны на доверии и взаимной выгоде, они преследуют конкретную цель восполнения ресурсного дефицита, не предполагающую динамики отношений и возможности интеллектуального производства. Поэтому большие ставки, сделанные законодателем на такой вариант сетевых взаимодействий, по всей видимости, «не сыграют».

В-третьих, это *партнерские связи*, то есть осознанно выстраиваемые связи, основанные на доверии агентов-партнеров, осуществляющих целенаправленную деятельность, ориентированную на взаимное достижение желаемого для сетевого сообщества результата. При этом партнеры могут обладать различными мотивационными характеристиками, иметь неодинаковые материальные и нематериальные стартовые позиции. Полагаем, что партнерские связи обладают эмерджентными свойствами, благодаря которым эффект от сетевых интеракций больше, чем простая сумма независимых действий партнеров. Они порождают некую разделяемую участниками информационную зону, общий культурный капитал, становящийся исключительным сетевым ресурсом, имеющий в глазах партнеров безусловную ценность и продуцирующий «идеи, которые ощущаются успешными» [3, с. 107]. Безусловно, во «внутренней паутине» возникает конкуренция, но это не конкуренция за обладание ресурсами, это конкуренция иного рода: за удержание центральных сетевых позиций и пространства внимания. Более или менее стремительно добываясь общих целей, совместными усилиями вырабатывается одобряемый партнерами алгоритм их достижения, распределяются роли, отлаживается взаимообмен циркулирующей в сети информацией. Сетевое место агента зависит от вклада в достижение общей цели и может изменяться в зависимости от изменения этого вклада. Все агенты видят реальную возможность занять ключевую позицию, что является дополнительным мотивом к активизации сетевого взаимодействия. Это, в свою очередь, пробуждает эвристический и организационный потенциал, приводя к значительным достижениям и дальнейшему развитию сетевых отношений. Очевидно, что такой тип сетевых отношений для университетов наиболее желателен.

Сегодня основным барьером для построения партнерских сетевых связей университетами страны остается не только описанный выше фактор внешней стимуляции императивного характера, но и высокий уровень недоверия к потенциальным партнерам, и «непрозрачность», «закрытость» деятельности самих вузов, эффект «накопления» производимых ими интеллектуальных продуктов (образовательных методик, технологий, исследований). Следует понять, что интенсивный обмен информацией и интерактивные акты возможны в сети только при формировании общего сетевого пространства интеллектуального, профессионального, организационного, творческого соучастия. А без наличия такого пространства не выстроить действенных ме-

ханизмов реализации университетами сетевых проектов, какими бы блестящими и многообещающими они не казались в замысле.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. **Ромм М. В., Заякина Р. А.** Что «продает» российский вуз? (в поисках критерия качества высшего образования) // Философские науки. – 2013. – № 7. – С. 147–154.
2. **Ромм М. В., Заякина Р. А.** Инновационный вуз как субъект сетевого взаимодействия // Высшее образование в России. – 2013. – № 4. – С. 118–124.
3. **Коллинз Р.** Социология философий: глобальная теория интеллектуального изменения / пер. с англ. Н. С. Розова, Ю. Б. Вертгейм. – Новосибирск : НИЦ Сибирский хронограф, 2002. – 1280 с.
4. Показатели мониторинга деятельности федеральных государственных высших учебных заведений и их филиалов. – [Электронный ресурс]. – URL: <http://минобрнауки.рф/новости/2932> (дата обращения: 13.01.14)
5. Общество сетевых структур: монография / под общ. ред. М. В. Ромма, И. А. Вальдмана. – Новосибирск : НГТУ, 2011. – 327 с.
6. **Ромм М. В.** Нормативно-интерпретативный подход к изучению индетерминистских социальных феноменов // Философия образования. – 2010. – № 3 (32). – С. 5–10.
7. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ // Российская газета. – 31.12.2012.

Принята редакцией: 27.11.2013