

О ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ РАБОТЕ ВУЗОВ С ИНОСТРАННЫМИ ОБУЧАЮЩИМИСЯ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ INSTAGRAM

Коломиец С.В.¹, Медведева Е.В.²

¹ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», Кемерово, e-mail: kolomsvetlana@yandex.ru;

²МБОУ СОШ № 90, Кемерово, e-mail: lmv72@mail.ru

Статья посвящена актуальным на сегодняшний день вопросам привлечения в вуз иностранных студентов и их адаптации к социокультурной и учебной среде вуза. Целью исследования являются выявление и анализ основных аспектов воспитательной работы вузов с иностранными студентами и абитуриентами в социальной сети Instagram. В статье представлены результаты мониторингового изучения официальных страниц вузов в Instagram. Материалом исследования послужили посты, опубликованные на официальных страницах в сети Instagram одиннадцати вузов из разных регионов России. Такая выборка позволила охватить более широкую географию. Общее количество постов, посвященных воспитательной работе с иностранными обучающимися, составило 499 поликодовых сообщений. Анализ полученных данных позволил выделить в качестве основных направлений воспитательной работы следующие ее аспекты: социокультурная адаптация иностранных студентов и воспитание уважительного отношения к культуре и традициям России; воспитание толерантного и уважительного отношения к различным мировым культурам; организация культурно-развлекательных мероприятий, способствующих сплочению поликультурного студенческого сообщества; формирование здорового образа жизни и экологическое воспитание. В статье нашли отражение основные мероприятия, в которые вузы активно вовлекают иностранных обучающихся. В качестве отрицательных сторон организации воспитательной работы в сети Instagram авторы отмечают низкую активность использования иностранными студентами технологических возможностей социальных сетей для осуществления обратной связи.

Ключевые слова: социокультурная адаптация, образовательная среда, воспитательная работа, социальная сеть, Инстаграм, гипертекст.

ABOUT UNIVERSITIES EDUCATIONAL WORK WITH FOREIGN STUDENTS IN THE SOCIAL NETWORK INSTAGRAM

Kolomiets S.V.¹, Medvedeva E.V.²

¹FSBEI HE «Kemerovo State University», Kemerovo, e-mail: kolomsvetlana@yandex.ru;

²MBEI SCS № 90, Kemerovo, e-mail: lmv72@mail.ru

The article is devoted to the current issues of attracting foreign students to the universities and their adaptation to the socio-cultural and educational environment of the universities. The aim of the study is to identify and analyze the main aspects of the universities educational work with foreign students and applicants in the social network Instagram. The paper presents the results of the official pages of universities on Instagram monitoring. The research material was the posts published on the official Instagram pages of eleven universities from different regions of Russia. Such a sample made it possible to cover a wider geography. The total number of posts devoted to educational work with foreign students amounted to 499 polycode messages. The analysis of the data obtained made it possible to identify the following aspects as the main directions of educational work: socio-cultural adaptation of foreign students and education of respect for the culture and traditions of Russia, education of tolerant and respectful attitude to various world cultures, organization of cultural and entertainment events that contribute to the cohesion of the multicultural student community, the formation of a healthy lifestyle and environmental education. The article reflects the main activities in which universities actively involve foreign students. As negative aspects of the organization of educational work in the Instagram network, the authors note the low activity of foreign students using the technological capabilities of social networks to provide feedback.

Keywords: socio-cultural adaptation, educational environment, educational work, social network, Instagram, hypertext.

Актуальность исследования определяется условиями коммуникации и образования в эпоху цифровизации. Современные тенденции развития коммуникационных технологий не только оказывают влияние на реализацию самой коммуникации посредством сети Интернет,

но и моделируют особенную сферу коммуникации, служат новым пространством конструирования социокультурной реальности [1].

Технические условия современной образовательной среды сместили акценты в обучении и воспитании с традиционной передачи опыта и знаний от преподавателя к обучающимся на интерактивные и динамичные с почти мгновенной обратной связью. Так, вслед за современными средствами массовой информации, финансовыми компаниями и частным бизнесом многие вузы России обращаются к социальным сетям, в частности к сети Instagram, как к площадке для информирования, рекламирования и продвижения своего образовательного продукта.

Выбор многими вузами социальной сети Instagram для популяризации своего бренда и обеспечения поддержки учебно-воспитательного процесса обусловлен, в первую очередь, растущей популярностью данной сети. Именно это побуждает вузы вести образовательную и воспитательную работу посредством официальных страниц в Instagram. Согласно статистике, по состоянию на январь 2019 г. каждый месяц социальной сетью пользуются более 1 млрд человек [2]. Выбор вузами Instagram в качестве информационной площадки очевиден вследствие ее популярности среди молодежи.

Кроме того, необходимость обеспечивать реализацию национального проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования» заставляет вузы выбирать те социальные сети, которые широко используются в азиатском и африканском регионах, так как именно они являются основной целевой аудиторией экспорта образования. Сервис Instagram наряду с Facebook, Twitter и Telegram полностью соответствует данному требованию.

Популярность сети Instagram не могла остаться незамеченной со стороны лингвистов, педагогов и психологов. Исследовательские статьи последних лет свидетельствуют о наличии научного интереса к социальной сети Instagram с позиции педагогики и психологии (М.В. Арсентьева), лингвоперсонологии (Я.А. Дударева, Н.В. Мельник, Л.В. Минаева, Л.В. Ухова, О.Ю. Усачева), дискурсологии (Е.В. Волкова, Е.В. Медведева), жанроведения (Ю.В. Щурина).

Благодаря доступу к Instagram у вузов появилась возможность своевременно и эффективно распространять информацию, организовывать воспитательную работу и вести агитационную работу среди обучающихся и абитуриентов, в том числе и англоязычных. Официальные страницы вузов и отделов по работе с иностранными студентами относительно давно и успешно функционируют в данной социальной сети. Особым направлением деятельности вузов становится активная воспитательная работа с иностранными обучающимися на площадке Instagram.

Такая популярность сети Instagram в качестве площадки для работы с иностранными студентами обуславливает актуальность исследования способов организации успешного взаимодействия вузов РФ с иностранными студентами. Воспитательная и агитационная работа вузов, воплощенная в медиатекстах и постах нового типа, становится доступной для изучения и анализа с последующими выводами закономерностей и характеристик.

Цель настоящего исследования заключается в выявлении и анализе основных аспектов воспитательной работы вузов с иностранными студентами и абитуриентами в социальной сети Instagram. М.М. Друкер и Г.В. Яновская выделяют следующие функции социальных медиа, к которым также относится и Instagram: репутационная, организационная, коммуникативная, информационная, справочно-рекомендательная, коммерческая, познавательная, утилитарная, развлекательная, мониторинговая [3]. Основными функциями официальных страниц вузов в социальной сети Instagram выступают репутационная (создание и поддержание образовательного бренда вуза), информационно-коммуникативная (передача знаний и обеспечение обратной связи с обучающимися), коммерческая (рекламирование и продажа образовательных услуг), развлекательная (привлечение и поддержание интереса обучающихся и абитуриентов). Реализация данных функций осуществляется через публикацию постов в социальной сети.

Публикации сообщений на официальных страницах вузов репрезентируют различные способы осуществления воспитательной и агитационной работы с иностранными студентами, выбор которых определяется идеологией вуза, целями и задачами воспитательной работы.

Материалы и методы исследования

Эмпирической базой исследования послужили официальные страницы в сети Instagram следующих вузов: МГИМО, Уральского федерального университета, Дальневосточного федерального университета, Грозненского государственного нефтяного технического университета, Ухтинского государственного технического университета, Амурского государственного университета, Томского государственного университета, Томского государственного политехнического университета, Кемеровского государственного медицинского университета, Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики», Омского государственного университета им. Ф.М. Достоевского.

Материалом исследования стал контент официальных страниц вузов в сети Instagram. Всего было проанализировано 499 постов в сети Instagram указанных выше университетов за период 2019–2021 гг. В фокусе исследования находились сообщения на русском и английском языках, адресованные иностранным студентам и направленные на реализацию воспитательной работы.

Страница в Instagram представляет собой гипертекст, под которым понимается «особая форма организации письменного текста, опосредованная компьютерной средой и характеризующаяся процессом нелинейного письма и чтения» [4]. Основными характерными особенностями Instagram как гипертекста являются ограниченное количество символов (2000), креолизованность, наличие хэштэгов, которые позволяют объединить тексты в своеобразные рубрики [5]. Важной характеристикой социальной сети Instagram служит возможность получить ответную реакцию посредством «лайков» и комментариев. Большая часть информации в сообщениях априори сосредоточена в иконическом виде и в видеофрагментах постов, что позволяет передавать информацию с наименьшим для иностранных обучающихся количеством смысловых потерь. Наличие фотографий и эмодзи в постах вызывает больший интерес и делает их более близкими и понятными молодежной аудитории.

Цель и материал исследования обусловили выбор методов описания и количественного анализа в качестве основных методов исследования.

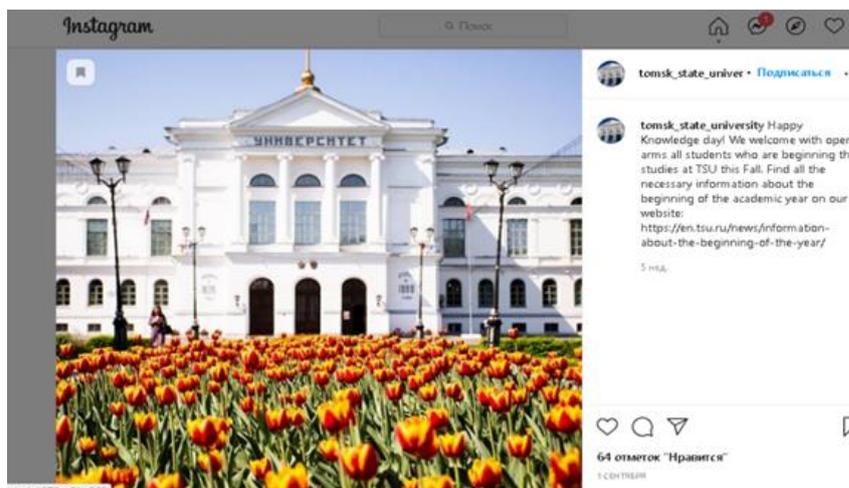
На основании признаков и функций официальных страниц международных отделов и отделов по работе с иностранными студентами ведущих вузов РФ в Instagram за основную единицу анализа было взято сообщение в данной социальной сети. Таким образом, единицами контекста послужили сообщения в сети Instagram, единицами счета – вербальные и визуальные средства реализации главной темы сообщения.

Анализу подверглись:

- тематическая направленность сообщений, публикаций в сети Instagram;
- средства передачи сообщения (вербальные, вербально-аудиальные; визуальные).

С целью иллюстрации вышеизложенного обратимся к материалу нашего исследования. Возьмем, например, страницу в Instagram Томского государственного университета на английском языке.

Приведенное сообщение (рисунок) посвящено празднованию Дня Знаний (Knowledge day) и носит, главным образом, информационно-рекламный характер. Структурно оно состоит из визуального компонента (фото главного корпуса ТГУ, символизирующего знания), вербального компонента и элементов обратной связи (таких как лайки, комментарии, возможность поделиться сообщением).



Сообщение на странице Instagram ТГУ

Около 70% сообщения приходится на долю визуального компонента, в то время как текстовая часть представлена кратко, в сжатом виде, с отсылкой на более подробную информацию для тех, кто заинтересовался. Кроме того, текстовая часть может содержать в себе элемент хэштега, обеспечивающий включение в тематически связанный ряд сообщений.

Результаты исследования и их обсуждение

Основными целями воспитательной работы вузов с иностранными обучающимися выступают широкое включение их в университетскую жизнь, формирование уважительного отношения к русской культуре со стороны иностранных обучающихся наряду с формированием и развитием толерантного, уважительного отношения к иным культурам со стороны всех участников образовательного процесса. Данная стратегия призвана обеспечить минимизацию межэтнических конфликтов и способствовать взаимовыгодному сотрудничеству в рамках процесса обучения и за его пределами. Следовательно, возникает обоснованная необходимость в освещении важных культурных событий, организации спортивных, культурных и общественно значимых мероприятий.

Тематический анализ содержания освещаемой в Instagram воспитательной работы вузов позволил выделить следующие направления работы с иностранными студентами: 1) физическое воспитание и формирование здорового образа жизни; 2) знакомство с Россией, адаптация иностранных студентов и воспитание уважительного отношения к культуре и традициям России; 3) воспитание толерантного и уважительного отношения к различным мировым культурам; 4) экологическое воспитание; 5) организация культурно-развлекательных мероприятий, способствующих сплочению студенческого сообщества и формированию дружеских отношений между студентами разных национальностей.

В рамках данного исследования мы не рассматриваем сообщения, касающиеся изучения русского языка, поскольку они связаны в большей степени с организацией учебного

процесса. За пределами нашего анализа остаются и организационные вопросы, связанные с пребыванием иностранных студентов на территории РФ (визовая поддержка, въезд в Россию, обращение за медицинской помощью и т.д.). В то же время направление «Знакомство с Россией, адаптация иностранных студентов и воспитание уважительного отношения к культуре и традициям России» является самым большим по количеству публикаций, в связи с чем целесообразно разделить его на следующие части: а) город и вуз; б) география и климат России; в) национальная кухня; г) история и культура.

В таблице представлены описание направлений воспитательной работы и освещаемые темы.

Направления воспитательной работы

Тематика направления воспитательной работы	Индикаторы
Физическое воспитание и формирование здорового образа жизни (45 постов)	Турнир по футболу, ping-pong, summer camp, chess, volleyball, ice hockey, bowling, coronavirus, precautionary measures, world health day, витамины в еде, вакцинация, daily workout
Знакомство с Россией, адаптация иностранных студентов и воспитание уважительного отношения к культуре и традициям России а) город и вуз б) география и климат России в) национальная кухня г) история и культура (221 пост)	а) photo competition «Open Tomsk», university turns 65, Мой универ, ДВФУ, кампус, история региона, «Увидеть во Владивостоке и...», Приморский океанариум, Siberian pine forest, TSU observatory, (university) birthday, TSU Biodiversity Monitoring Laboratory б) Khakassia, the Ob river, Siberia, Medny Island, Commander Islands, the Bering Sea, Aktru, Gorny Altai, Semiluluzhki Fortress, tundra zone, steppe zone, forrest-steppe zone, the Yenisei river, the Angara river, the Irtysh river, lake Baikal, Ebejty lake, lake Linyovo, spring, autumn в) blini, Russian cuisine, Russian beetroot soup, pryaniki, kulich, vinegret, varenye, vatrushka, Doktorskaya kolbasa, dressing herring, charlotte, pelmeni, хреновина / horseradish and tomato sauce, okroshka, syrniki, холодец / jellied meat, jam from pine cones, Olivier salad, vareniki г) Happy Great Victory Day, Navruz, the Student's day, Maslenitsa, Happy knowledge day, Russian folk performance, Russian nested dolls, first frost, painted spoons, Siberian beauty, Yury Gagarin flight into space, подвиг народа в ВОВ, Cossacks, dacha, Russian movies of the 21 st century, 200 th anniversary of F. Dostoevsky, the history of Russian universities, день Пионерии, М. Bulgakov, А. Balabanov, significant people in Russian culture, J. Brodsky, А. Pushkin, 8 interesting facts about Russia, день России, Ethnic of Siberia, Russian folklore
Экологическое воспитание (20 постов)	Высадка саженцев кедра, акция «Сохраним лес», plogging-забег «Собери мусор – защити Землю», День скворца
Воспитание толерантного и уважительного	Фестиваль дружбы народов, Student national dance from Vietnam. Happy New Year! Рамадан, ужин Ифтар, День национальной кухни, celebration of Luna New Year, Asian

отношения к различным мировым культурам <i>(73 поста)</i>	specialties, cross cultural international lecture, День образования КНР, международный день толерантности, профилактика экстремизма/ Prevention of Extremism, ДМСЕ (Дни межнационального студенческого единства)
Культурно-развлекательные мероприятия, способствующие сплочению студенческого сообщества и формированию дружеских отношений между студентами разных национальностей <i>(140 постов)</i>	A literary evening, drawing competition «New Year`s greeting card», handicraft contest «Christmas tree decoration», фотоконкурс «Зимние забавы», фотоконкурс «Новогоднее чудо», фотоконкурс «Winter in the city», Geek picnic 2019, culinary contest, Russian for fun, Happy Valentine`s Day, gastronomic tour, Пушкинские чтения, virtual tour, folk dance workshop

Проанализированные сообщения схожи по своей структуре (визуальный компонент, вербальный компонент и элемент обратной связи), но удельный вес каждого компонента составляет от 20% до 80% объема сообщения. Следует отметить, что элемент обратной связи используется адресатами лишь частично, поскольку комментарии (в отличие от лайков) немногочисленны и встречаются не более чем в 20% сообщений.

Тематическое направление воспитательной работы с иностранными обучающимися направлено, в первую очередь, на социокультурную адаптацию данных обучающихся, так как именно этот аспект адаптации требует больших усилий со стороны студентов-инофонов. Организация различных кулинарных мастер-классов, где иностранные обучающиеся знакомятся с традиционными блюдами русской кухни, проведение конкурсов и соревнований, посвященных знанию русской культуры, проведение мастер-классов по росписи матрешек и деревянных ложек, просмотр русских и советских фильмов способствуют процессам аккультурации иностранных обучающихся в российских вузах, формируют у них знания о культурных и прецедентных текстах. В процессе подготовки и участия в воспитательных мероприятиях иностранные студенты не только приобретают новые культурологические знания, но и осваивают правила этикета и нормы поведения в российском вузе и обществе. Как правило, именно информация и мероприятия, связанные с бытом и традициями празднования тех или иных исторически и культурно значимых дат, находят больший отклик со стороны иностранных обучающихся. Именно эти посты в социальной сети Instagram набирают большое количество лайков и комментариев, которые обычно выражены прилагательными awesome, wonderful и иными или в большинстве своем эмоджиконами.

Не менее важным аспектом воспитательной работы выступают организация и проведение мероприятий, направленных на расширение знаний иностранных обучающихся о

различных культурах с целью воспитания толерантного отношения ко всем культурам и предотвращения возникновения межэтнических конфликтов среди иностранных обучающихся. Традиционно к таким мероприятиям относятся фестивали дружбы народов, фотоконкурсы и мастер-классы, посвященные истории и культуре различных народов.

Заключение

Анализ публикаций вузов/международных отделов вузов, адресованных иностранным студентам, позволяет прийти к заключению, что российские вузы активно используют сеть Instagram для организации воспитательной работы с иностранными обучающимися и продвижения своего бренда на рынке образовательных услуг. Основной целью воспитательной работы с иностранными обучающимися является их социокультурная адаптация к жизни и обучению в России. Однако на сегодняшний день можно отметить низкую активность использования полноценной обратной связи в сети Instagram со стороны иностранных студентов.

Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РФФИ, проект № 19-013-00805 А «Модели педагогической интеракции в процессе обучения иностранному языку в полиэтнической среде вуза».

Список литературы

1. Лисенкова А.А. Трансформация социокультурной идентичности в цифровом пространстве. Пермь: ПГИК, 2021. 286 с.
2. Most famous social network sites worldwide as of January 2019, ranked by number of active users (in millions). Statista. 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/> (дата обращения: 11.11.2021).
3. Друкер М.М., Яновская Г.В. Социальные медиа: подходы к дефиниции понятия // Медиаскоп. 2021. Вып. 2. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mediascope.ru/2699> (дата обращения: 11.11.2021).
4. Рязанцева Т.И. Гипертекст и электронная коммуникация. М.: Изд-во ЛКИ, 2010. 256 с.
5. Медведева Е.В. Instagram: пространство продвигающей коммуникации // Медиалингвистика. 2019. № 6 (3). С. 369-380.