

4. The attack of the MOOCs [Электронный ресурс] // The Economist. – Режим доступа: <http://www.economist.com/news/business/21582001-army-new-online-courses-scaring-wits-out-traditional-universities-can-they?>

Локоткова-Терновая О. Ю.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ИНТРАКОММУНИКАЦИЙ В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Одним из ключевых процессов на рубеже XX–XXI веков является прогрессирующая всемирная глобализация, в которой неопенимую роль играет система высшего образования как важнейший социальный институт. В современном мире наблюдается беспрецедентное по своим масштабам развитие данной сферы и осознание ее жизненно важной роли как в специальной, так и в широкой образовательной подготовке конкурентоспособных профессиональных кадров, владеющих инновационными способами восприятия и передачи информации, образованных и практически подготовленных, прежде всего в профессиональном, языковом и мировоззренческом контекстах.

Основным фактором, стимулирующим изменения в системе высшего образования, является стремительно возрастающий поток информации. Этот рост проходит такими темпами, что прежние методы и сама система образования требуют научно-детерминированного совершенствования педагогических технологий, качественно новой формы обучения и развития, поиска инновационных методов передачи информации, мотивации к получению новых знаний, повышения групповой активности, построения гибкой модели обратной связи – диалога между всеми, в том числе и внутренними, стейкхолдерами образовательного процесса.

Одними из таких методов выступают инновационные технологии интракоммуникаций, представляющие структурированную совокупность внутренних информационных каналов, способных

обеспечить интенсификацию учебно-воспитательного процесса, визуализировать общую систему знаний для эффективной подачи новой информации, осуществить организацию интерактивного диалога между всеми участниками образовательного процесса в режиме реального времени, повысить вовлеченность и открыть новые возможности для раскрытия внутреннего потенциала каждого студента.

К числу таких инноваций относятся такие интракоммуникации, как скрайбинг, инфографика, скринкаст, геймификация, краудсорсинг и сторителлинг. Рассмотрим более подробно каждую из них:

- **Скрайбинг** (от английского «scribing» – описывание или разметка), как способ визуального мышления, представляет собой новейшую технику презентации, которая была изобретена британским художником Эндрю Парком [3, с. 115] Скрайбинг сегодня выступает новой уникальной формой представления информации с целью привлечения внимания, завоевания и удержания аудитории, обеспечения максимальной ее вовлеченности в образовательный процесс.

Преимуществами данного вида интракоммуникаций в системе высшего образования являются: универсальность визуализации, характер используемых ресурсов, качественная усвояемость информации и запоминание ключевых моментов презентации, возможность непрерывного общения преподавателя со студентами на протяжении всего периода выступления, возможность использовать скрайб (общую картинку, которая получается к концу мероприятия) в дальнейшей работе в качестве обзора всей полученной информации, присутствие эффекта «параллельного следования» [3, с. 117].

- **Инфографика** (от лат. informatio – осведомление, разъяснение, изложение; и др.-греч. γράφικός – письменный, от γράφω – пишу) – это графический способ подачи информации, данных и знаний, целью которого является быстро и чётко преподнести сложную информацию.

Инфографика, как креативный взгляд на форму подачи информации, стала известна с 80-х гг. прошлого века, когда распространилась, в первую очередь, в сфере масс-медиа. Теоретический анализ немногочисленных исследований инфографики в системе

высшего образования показал, что в образовательном процессе лишь начиная с XXI века данный инструмент постепенно начинает занимать свою нишу [2, с. 392]. На сегодня инфографика обеспечивает более быстрый анализ и запоминание новой учебной информации, продуцирование содержательных выводов, так как вниманию представляется не только текст, изображения, цифры, графики, а сбалансированный визуальный ряд.

Преимуществами данного вида интракоммуникаций в системе высшего образования являются: передача знаний через распознавание визуальных образов для обеспечения образных знаний и учебных действий; формирование и развитие критического и визуального мышления для активизации учебной и познавательной деятельности; обеспечение интенсификации процесса обучения, повышения визуальной грамотности и визуальной культуры ключевых участников образовательного процесса.

- **Скринкаст** (англ. screen – экран и cast корень broadcasting – вещать) – это цифровая аудио или видеозапись, производимая с экрана монитора [4, с. 23].

Назначение скринкаста заключается в том, чтобы донести определенную информацию до пользователя, чтобы это было доступно и на наглядном примере. Скринкасты играют важную роль в усовершенствовании процесса обучения и достижении более высокой успеваемости студентов в вузе, их мотивации и развитие. Каждый видеоурок представляет собой пошаговую инструкцию с подробными комментариями всех действий, которые осуществляет профессорско-преподавательский состав. Данный вид инновационных интракоммуникаций позволяет визуально вводить внутренних стейкхолдеров в онлайн-программы, внедряемые в высшем учебном заведении, создавать обучающие ролики для адаптации теоретических знаний к реальной практике, создавать видеопроводники по сайту вуза, информационным внутренним образовательным ресурсам, организовывать эффективное дистанционное обучение. При этом ключевой особенностью является доступность, прозрачность и возможность для каждого студента обращаться к наглядному документу столько раз, сколько ему нужно в удобном для него месте. Особенно это становится актуальным для закрепления

учебного материала каждым студентом, для болеющих студентов, кто по уважительной причине пропустил ряд занятий, а также для самообразования.

- **Сторителлинг** (от англ. storytelling – рассказывание историй) – способ эффективного распространения интеллектуальных знаний и эмоционального опыта через повествование историй (нарративов) [7, с. 73].

Правдивый, слегка преувеличенный, или же полностью вымышленный нарратив, способен не просто излагать внутри-вузовские корпоративные события, но и делать их доступными для понимания, систематизировать причинно-следственные связи и выступать в качестве фундаментального компонента социального взаимодействия между внутренними стейкхолдерами высшего учебного заведения.

Преимуществами данного вида интракоммуникаций в системе высшего образования является возможность убедить, мотивировать и воодушевить студентов на проявление инициативы в учебно-образовательном процессе; развить дружеские взаимоотношения внутри каждой студенческой группы; укрепить уверенность в себе, донести до других содержание поставленной перед всеми участниками образовательного процесса задачи; сформировать положительный имидж вуза, как социальной организации в глазах внутренних стейкхолдеров; развить организационную приверженность на всех этапах становления вуза.

- **Краудсорсинг** (crowdsourcing, crowd – «толпа» и sourcing – «использование ресурсов») понимается как передача определенных производственных функции неопределенному кругу, координирующих при этом свою деятельность с помощью информационных технологий [5].

В системе высшего образования суть корпоративного краудсорсинга заключается в том, чтобы из одной входящей идеи с помощью группы внутренних стейкхолдеров образовательного процесса, объединенных общей целью, получить нужный для вуза конечный продукт в виде решения, готового для реализации или внедрения.

Преимуществами такого инновационного инструмента

интракоммуникаций являются: фиксированные сроки, высокая вовлеченность всех участников образовательного процесса в принятие управленческих решений с последующим обсуждением их последствий; оперативность и качество решения задач любой сложности; генерация идей для оптимизации учебно-образовательной программы, создания системы долгосрочного планирования, управления, разработки и внедрения инноваций в образовательную деятельность, выбора наиболее эффективных и инициативных студентов, выпускников, сотрудников, готовых реализовывать себя и использовать накопленные знания во благо развития вуза; поддержка командообразования и повышение лояльности внутренних стейкхолдеров; простота внедрения.

- **Геймификация** (от англ. gamification, game – игра) – это использование элементов игр и игровых техник в не игровом контексте [1]. Другими словами, геймификация – это превращение реальных действий в игровой процесс с правилами, ролями, виртуальными наградами, миссиями, возможностью делать осмысленный выбор для достижения игроками своих целей и одновременно целей каждого конкретного высшего учебного заведения.

Преимуществами такого инновационного инструмента интракоммуникаций, являются: высокий уровень вовлеченности внутренних стейкхолдеров вуза, повышение мотивации к успеху, повышение усвояемости учебного материала и стимуляция заинтересованности в дальнейшем развитии и образовании, создание благоприятного социально-психологического климата в социальной среде, создание уникальных методов развития. Важно, что игровые технологии позволяют формировать команду единомышленников, способную реализовывать все поставленные цели.

Таким образом, существующие тенденции развития инновационных интракоммуникаций в системе высшего образования играют важную роль в условиях глобализации. Данные технологии помогают не только сформировать творческий, инновационный подход к будущей профессиональной деятельности, развить самостоятельность мышления, умение принимать оптимальные решения у студентов, но и пробуждает у них интерес к обра-

зательной деятельности, что позволяет создать атмосферу мотивированного, творческого обучения, позволяющего одновременно решать целый комплекс учебных, воспитательных и развивающих задач.

Литература

1 Аналитический обзор «Актуальные тенденции развития внутренних коммуникаций» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.incorpore.ru/files//IntraCom%202013_Incorpore%20review.pdf – 13

2. Власова Н.С. Значение инфографики как средства визуализации учебной информации / Н. С. Власова // Новые информационные технологии в образовании: материалы VII международной научно-практической конференции. – Екатеринбург, 2014. – С. 392–394.

3. Литвинова О. А. Возможности использования технологии скрайбинг в образовательном процессе / О. А. Литвинова, М. В. Храмова, А. Д. Барышева, М. А. Чабан // Информационные технологии в образовании: Материалы VI Всерос. научно-практ. конф. – Саратов : ООО «Издательский центр «Наука», 2014. – С. 115–118.

4. Мозолевская А. Н. Скринкастинг как элемент образовательной технологии / А. Н. Мозолевская [и др.] // Проблемы и перспективы развития регионального отраслевого университетского комплекса ИрГУПС. – Иркутск : ИрГУПС, 2011. – 156 с.

5. Рогова А.В. Краудсорсинг как инструмент социально-экономического развития региона /А. В. Рогова // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 5.

7. Тужикова Л. В. Нарративная коммуникация в геобрендинге / Л. В. Тужикова // Малые и средние города России как проблемное поле геобрендинга. – Екатеринбург, 2011. – С. 73–79.