

**Российские вузы в интернет-пространстве: официальный сайт и социальные сети**

**Научный руководитель – Гуреева Анна Николаевна**

*Самородова Элина Вадимовна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет журналистики, Москва, Россия  
*E-mail: elina\_samorodova@mail.ru*

В связи с нарастающей конкуренцией между российскими вузами как за абитуриентов, так и за грантовые программы, в современном интернет-пространстве значительное место занимают высшие учебные заведения. Одним из наиболее действенных способов эффективной коммуникации является создание веб-сайтов и страниц в социальных сетях, грамотное ведение которых способствует возрастанию популярности вуза, а также формированию устойчивого имиджа и доверия к нему.

Эффективность функционирования веб-сайта вуза возможно оценить по следующим критериям [Шевченко; 2014]: дизайн, навигация, контент, интерактивность, видимость сайта в Интернете.

Целевая аудитория сайтов высших учебных заведений - это, преимущественно, абитуриенты и студенты, которые активно пользуются социальными сетями. В связи с этим, эффективным методом коммуникации с ними является ведение страниц в наиболее популярных социальных сетях (Facebook, VK, Instagram, Youtube), что предполагает [Гуреева; 2015]:

1. Быстрое донесение информации до аудитории;
2. Постоянную связь с аудиторией, возможность оперативно отвечать на их вопросы (по сравнению с e-mail и обратной связью на сайте);
3. Удобное размещение фото, аудио и видеоматериалов;
4. Возможность виртуального образования;
5. Создание профессиональных сообществ среди студентов, абитуриентов, преподавателей, научных сотрудников.

Проведенное исследование (оценка эффективности работы сайта по методике Шевченко Д.И. и количественный анализ аккаунтов социальных сетей) показало, что в высшие учебные заведения, грамотно ведущие веб-сайты и социальные сети, желает поступить большее количество абитуриентов. Кроме того, это отражается на научной деятельности вуза (в том числе, на эффективности проведения конференций и профессиональных связях с российскими и зарубежными образовательными партнерами).

**Источники и литература**

- 1) Шевченко Д.А. Сайт вуза: методика и оценка // Социологические исследования №5, с. 143-152. М., 2014.
- 2) Гуреева А. Н. Социальные сети в составе современных медиакоммуникаций российского вуза // Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика, № 6, с. 148-161. М., 2015.
- 3) Фещенко А.В. Социальные сети в образовании: анализ опыта и перспективы развития // Открытое дистанционное образование, №3 (43). Томск, 2011.

- 4) Бабин Е.Н., Редько Н.В. Социальные сети как веб-сервис организации образовательного процесса в ВУЗе. Казань, 2011.