

**Г.В. КОРШУНОВ**, проректор  
по внешним связям  
**Д.О. ЮРЬЕВ**, начальник отдела  
по международному информаци-  
онному сотрудничеству  
**В.А. ПУЛЬКИНА**, аспирант

## Медиа-сотрудничество как площадка для реализации научно-образовательных проектов и формирования имиджа территории

*В статье рассматривается Международный информационный проект отраслевого медиа-сотрудничества между вузами и предприятиями ТЭК. Описывается роль подобных проектов в реализации образовательных программ, внедрения новых форм сотрудничества и развития территорий посредством имиджмейкинга.*

*Ключевые слова: медиа-сотрудничество, имидж территории, медиа-ресурс, проект «UTiteneews – время университетов», единый портал университетов и компаний, межрегиональный научно-образовательный обмен опытом*

В XXI в. одним из ключевых факторов модернизации образования и науки является интернационализация. Этот процесс ускоряется в условиях развития международной экономической, социальной и культурной интеграции. Более трех миллионов студентов в настоящее время учатся за границей. А в связи с повсеместным и стремительным развитием Интернета у молодежи есть возможность получать образование в любом вузе, не покидая своего местожительства. Данные обстоятельства вынуждают образовательные учреждения изобретать новые формы взаимодействия друг с другом и профильными производствами, чтобы поддерживать лояльность аудитории, а также стимулировать талантливую молодежь оставаться учиться и работать на конкретной территории.

Благодаря сети Интернет стираются временные и географические границы, что способствует моментальному обмену данными. Организации и компании перенимают друг у друга положительный опыт работы, стремясь к усовершенствованию собственной деятельности. Они уподобляются друг другу, копируя модели, технологии и стратегии работы. Вместе с тем в борьбе за поддержку органов власти, за внимание СМИ и за свою аудиторию: абитуриентов, квалифицированные кадры,

клиентов – все без исключения стремятся выделиться на фоне конкурентов за счет грамотного позиционирования и построения положительного образа. Репутация и публичный капитал крупных предприятий и учреждений, в том числе вузов, сосредоточенных в одном регионе, напрямую влияют на мнение людей о данной территории. Так постепенно формируется имидж отдельных городов, областей, республик, округов и даже стран, способный как привлекать необходимые для развития территорий ресурсы и инвестиции, так и мешать этому процессу.



Основатель теории маркетинга Ф. Котлер полагает, что имидж территории – это упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и кусков информации, связанных с данным местом [1]. Этот имидж в первую очередь базируется на территориальной исключительности, историческом наследии, культуре и традициях. Однако большое влияние на него оказывают также целенаправленная деятельность крупных организаций и то информационное поле, которое создается вокруг них. Поэтому любой вуз или компания стремятся сообщить о себе как можно больше полезной информации, донести свое ключевое сообщение до целевой аудитории.

Для создания интересного информационного повода и инициации на его основе публичного дискурса сегодня мало провести крупное мероприятие на уровне города или даже региона. Важно, чтобы оно заинтересовало не только СМИ, но конечных потребителей информационного продукта. Данной цели проще достичь, консолидировав усилия и ресурсы в рамках одного информационного проекта. Такое взаимодействие, согласно модели Г. Лассуэла («отправитель – передатчик – сообщение – приемник – получатель») [2], также поможет оптимизировать работу всех составляющих процесса коммуникации.

Подобный отлаженный механизм коммуникации вузов, профильных компаний и студенческой среды будет рассмотрен в данной статье на примере сотрудничества Ухтинского государственного технического университета с профильными вузами и предприятиями. УГТУ осуществляет свою деятельность на родине первой российской нефти и является форпостом нефтегазового образования на Европейском Севере России. Вуз уделяет особое внимание своей информационной политике, поставив в качестве приоритетной цели не только наращивание партнерских связей для реализации собственных проектов, но и привлечение инвесторов и других стейкхолдеров в

Республику Коми и Ухту для развития данных территорий. Таким образом, Ухтинский университет становится субъектом территориального имиджмейкинга.

В апреле 2011 г. по инициативе УГТУ стартовал международный информационный проект отраслевого медиа-сотрудничества вузов и компаний минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов под названием «UTimeNews – ВРЕМЯ УНИВЕРСИТЕТОВ» (далее – «UTimeNews»). Он нацелен на повышение уровня интернационализации высшего образования, эффективности совместного развития научно-исследовательской работы, образовательного процесса и производства. Кроме того, подобное медиа-сотрудничество положительным образом сказывается на формировании и продвижении имиджа университета, а также Ухты и всего региона на международном уровне. Взаимодействие в таком формате уже доказало свою эффективность, позволяя интегрировать науку, образование и бизнес для реализации смежных проектов и достижения общих целей.

«UTimeNews» работает в рамках Национального научно-образовательного инновационно-технологического консорциума вузов и компаний минерально-сырьевого и топливно-энергетического комплексов. Это именно тот самый механизм, который позволит объединить образование, науку и бизнес в единую силу для укрепления научного сотрудничества и обмена опытом проектов в области ТЭК в России и других странах. Кроме того, он будет способствовать популяризации научной деятельности и вовлечению в нее талантливой молодежи, активизации отраслевой профориентационной работы в масштабах страны с использованием современных технологий, будет служить пропаганде спорта, культуры и здорового образа жизни. Еще одним положительным результатом станет содействие установлению плодотворных межрегиональных, федеральных и международных

ных связей компаний и университетов отрасли, продвижению имиджа проектов ТЭК России и СНГ за рубежом.

«UTimeNews» реализуется в информационной среде, объединяя медиаресурсы (новости с официальных сайтов участников проекта, телевизионные продукты и другую информацию) технических, нефтегазовых, минерально-сырьевых, экономических и исследовательских вузов, компаний и организаций ТЭК России, СНГ, а в дальнейшем – различных стран мира. Участниками проекта в настоящее время являются более 60 вузов и 70 компаний профильных отраслей промышленности из различных уголков России, СНГ и мира. География пользователей, посещающих Интернет-ресурс, довольно обширна (в порядке убывания): Россия, Казахстан, Украина, Беларусь, Азербайджан, Армения, Абхазия, США, Канада, Франция, Германия, Великобритания, Норвегия, Финляндия, Китай, Индия, Таиланд, Бразилия, Венесуэла, Латвия, Южная Корея, Чехия, Индонезия, Италия, Нидерланды, Австрия, Швейцария, Кипр, Бельгия, Португалия, Венгрия, Исландия, Мальта, Малайзия, Австралия, Колумбия и другие страны.

Основными направлениями реализации проекта являются: единый портал университетов и компаний ([www.utimenews.org](http://www.utimenews.org)); уникальная совместная телевизионная новостная информационно-образовательная программа «UTimeNews»; единая база данных научных и инновационных разработок вузов-партнеров проекта; информационная система «Кадровая политика профильных предприятий стран СНГ и мира (в разработке); индексно-рейтинговая система будущих молодых специалистов.

В разделе *единого портала университетов и компаний* (новостной блок проекта) представлены актуальные информационные материалы от всех участников проекта по заранее определенной тематике. Представлены следующие тематические разделы:

- *образование и развитие* – обмен опытом в сфере образования, новые учебные программы, государственная и региональная образовательная политика, построение университетских комплексов, работа с абитуриентами;

- *наука и инновации* – научные исследования, инновации и создание новых решений и разработок для промышленности и общества;

- *сотрудничество и проекты* – ключевые проекты компаний в различных регионах мира, энергетическая безопасность, взаимодействие вузов с предприятиями, бизнесом и зарубежными партнерами, инициативы для глобального развития;

- *молодые профессионалы* – истории лучших студентов, выпускников и молодых руководителей производства и бизнеса;

- *информационные технологии* – ИКТ в промышленности и обществе, новые разработки, технологии и продукты;

- *социальная сфера* – культура, спорт, студенческая жизнь;

- *специальный репортаж/интервью*.

Единый портал позволяет рассказать о деятельности всех участников, о научно-инновационных проектах, мероприятиях и культурно-спортивных событиях в университетах и компаниях в разных уголках Рос-



сии и мира. Он позволяет наладить коммуникацию между участниками, всесторонне информировать широкую аудиторию, объединить информационные потоки участников проекта в единую информационную ленту с целью привлечения целевой аудитории, просматривающей контент, не только в конкретном регионе стран СНГ, но и в мире в целом. С момента запуска проекта в новостной ленте присутствует более 10000 различных информационно-новостных материалов.

Одним из ключевых направлений работы является *совместная телевизионная информационно-образовательная программа университетов и компаний ТЭК на русском и английском языках*. Она позволяет наглядно продемонстрировать молодежи перспективы развития отрасли и профессии через рассказы о карьере молодых специалистов, о реализации важных и интересных научно-инновационных проектов и мероприятий. Основные цели телепередач: продвижение образовательного, научно-инновационного сотрудничества, обмен опытом по проектам в сфере ТЭК, освещение основных мероприятий. Все выпуски телепередач транслируются на плазменных панелях в зданиях университетов – участников проекта. Планируется трансляция по кабельному телевидению в городах участников проекта, информация также доступна на сайте проекта и на канале YouTube.

Единая база данных научных и инновационных разработок вузов позволяет университетам и их стратегическим партнерам иметь полную информацию о научно-инновационном потенциале участников проекта в целом и о каждом университете в частности. Данный раздел проекта призван информировать потенциальных российских и зарубежных партнеров о новейших разработках (не раскрывая коммерческой тайны). Целевой аудиторией базы данных инновационных разработок являются компании топливно-энергетического и минерально-

сырьевого комплексов, кураторы науки и инноваций вузов и предприятий, молодые специалисты, аспиранты, магистранты, студенты, занимающиеся научной деятельностью. Эта база данных может стать хорошим инструментом внедрения научно-инновационных разработок в производство и поможет выстроить систему работы с потенциальными заказчиками инноваций – предприятиями и другими внешними партнерами. На сегодня в базу данных входит более 160 научно-инновационных разработок.

Информационная система «Кадровая политика профильных предприятий страны и мира» является одним из перспективных разделов данного проекта. Она создается для студентов профильных университетов, выпускников школ, ссузов, вузов и предприятий-работодателей из всех регионов РФ и мира. В этом разделе будет представлена информация о кадровой политике, вакансиях, историях успеха лучших выпускников и т.д., полученная от всех компаний и университетов – участников проекта. Выпускникам и студентам будет предоставлена возможность регистрации в данной информационной системе посредством создания личного аккаунта с персональными



ми данными и информацией об интересах. Вся информация будет сведена в единую интерактивную карту регионов мира, где все пользователи будут привязаны к определенному географическому району. Также здесь будет предусмотрена возможность рассылки полезной информации по введенным заранее запросам.

Еще одним разделом является «Индексно-рейтинговая система будущих молодых специалистов». На данный момент в УГТУ разработан уникальный сервис для студентов, который позволяет оценить деятельность всего контингента и каждого персонально по множеству показателей, сгруппированных в тематические блоки. Также он предоставляет возможность построить рейтинг студента за все время обучения в вузе. Система производит анализ и оценку достижений, на основе чего можно выбирать самых талантливых и преуспевающих студентов из различных вузов страны (в перспективе) в шести ключевых сферах деятельности. Благодаря этому для предприятий и компаний России станет возможным получение актуальных сведений о качестве обучения и результатах деятельности претендентов на работу, их рей-

тинге относительно других студентов и выпускников вузов, составление списка одаренных студентов (по интересующим критериям) для подбора кандидатов на работу, стажировки и для назначения именных стипендий из различных регионов страны. Студенты получают на выходе достоверное формализованное портфолио и увеличат свои шансы на трудоустройство в желаемой организации.

Таким образом, многогранное медиа-сотрудничество позволяет объединить информационное поле между профильными университетами и компаниями, а также включить вузы в процессы межрегионального и мирового научно-образовательного обмена опытом, установления рабочих контактов. Формирование единой информационной системы посредством новых коммуникативных технологий и использования Интернет-среды способствует повышению качества профильного образования в ТЭК и университетских комплексах стран СНГ в целом. Кроме того, с точки зрения территориального имиджмейкинга, благодаря подобным проектам решается несколько задач:

- ▼ продвижение собственной террито-



рии в других регионах и странах через медиа-порталы;

✓ улучшение имиджа собственной территории за счет освещения крупных мероприятий и проектов, демонстрации уникальности и идентичности, конкурентных преимуществ конкретного города и региона;

✓ применение положительного опыта (бенчмаркинг) профильных вузов и компаний по работе с целевыми аудиториями – абитуриентами и их родителями, СМИ, органами власти, общественными организациями, партнерами, инвесторами, студентами и сотрудниками и т.д.;

✓ установление долгосрочных полезных контактов с представителями разных сфер через совместные проекты в рамках комплексного медиа-сотрудничества.

#### Литература

1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб.: Изд-во Стокгольмской школы экономики в Санкт-Петербурге, 2005. С. 205.
2. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: Ваклер; К.: Рефл-бук, 2001. 656 с.

#### Авторы:

КОРШУНОВ Георгий Владимирович – проректор по внешним связям – советник при ректорате (руководитель аппарата ректора), Ухтинский государственный технический университет, gkorshunov@ugtu.net

ЮРЬЕВ Даниил Олегович – начальник отдела по международному информационному сотрудничеству и проектам, Ухтинский государственный технический университет, dyuriev@ugtu.net

ПУЛЬКИНА Виктория Алексеевна – зам. начальника отдела по учебно-воспитательной работе и досуговой деятельности, преподаватель кафедры связей с общественностью, аспирант, Ухтинский государственный технический университет, vgasteva@ugtu.net

#### **KORSHUNOV G. V., YUR'EV D.O., PUL'KINA V.A. MEDIA COOPERATION AS A PLATFORM TO IMPLEMENT SCIENTIFIC AND EDUCATIONAL PROJECTS AND TO FORM THE TERRITORY IMAGE**

**Abstract.** The international informational project of branch media-cooperation between higher education institutions and the enterprises of fuel and energy complex is described in the article. Also the role of similar projects for realization of educational programs, introduction of new forms of cooperation and development of territories by means of imagemaking is analyzed. The project «UTimenews» is accomplished within the framework of innovation and technology consortium uniting the universities and companies of mineral sources and fuel and energy complex.

**Keywords:** media-cooperation, image of a territory, media resource, project «UTimenews»

#### References

1. Kotler F., Asplund K., Rein I. (2005) *Marketing test. Privlechenie investitsii, predpriyatii, zbitel'ei i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Evropy* [Placemarketing. Attracting investments, enterprises, inhabitants and tourists to the cities, communes, regions and the countries of Europe]. St. Petersburg: Publishing house the Stockholm school of economy in St. Petersburg, 205 p.
2. Pocheptsov G.G. (2001) *Teoriya kommunikatsii* [Communication theory]. Moscow: Vakler Publ.; Kiev: Refl-book Publ., 656 p.

#### Authors:

KORSHUNOV Georgiy V. – Vice-rector on Organizational Issues and External relations. Head of the Rector's Office, Ukhta, Russia, gkorshunov@ugtu.net

YUR'EV Daniil O. – Head of Department for International Information Cooperation and Projects, Ukhta State Technical University, Ukhta, Russia, dyuriev@ugtu.net

PUL'KINA Viktoriya A. – Deputy Head of Educational and Leisure Activities Department, lecturer, Ukhta State Technical University, Ukhta, Russia, vgasteva@ugtu.net

**О.А. СОТНИКОВА, профессор,  
проректор по учебно-  
методической работе  
О.И. БЕЛЯЕВА, начальник отдела  
стратегических коммуникаций**

## Второе дыхание Воркутинского горного

*В статье рассматривается важное для экономики и социальной сферы Республики Коми событие – реорганизация Воркутинского филиала Национального минерально-сырьевого университета «Горный» путем присоединения к Ухтинскому государственному техническому университету. Анализируются причины и следствия реорганизации.*

*Ключевые слова: Воркута, Печорский угольный бассейн, северный вуз, арктическая стратегия, Арктическая зона, моногород*

В 2013 г. Воркутинский филиал Национального минерально-сырьевого университета «Горный» был реорганизован путем присоединения к ФГБОУ ВПО «Ухтинский государственный технический университет». Вся инфраструктура и кадровый состав Воркутинского горного института вошли в состав Воркутинского филиала УГТУ. Чтобы понять значение этого события, нужно обратиться к истории главного вуза заполярной Воркуты.

Воркутинский горный институт (ВГИ) – один из старейших вузов Республики Коми, региона, располагающего богатейшими запасами полезных ископаемых. Открытый в 1959 г. в самом северном промышленном центре республики как вечерний факультет Ленинградского горного института им. Г.В. Плеханова, воркутинский вуз на протяжении более чем полувека выполнял стратегически важную для Республики Коми миссию: обеспечивал ее горнорудную, в частности угледобывающую, промышленность квалифицированными инженерными кадрами. За время существования филиала здесь подготовлено около пяти тысяч специалистов с высшим образова-

нием. С институтом связано зарождение в заполярной Воркуте традиций высшей школы, город во многом обязан вузу развитию своей социально-экономической среды.

Однако около десяти лет назад для института началось трудное время, которое стало для его коллектива жесточайшим ис-

