

УДК 007 : 304 : 001

КОРПОРАТИВНІ САЙТИ УНІВЕРСИТЕТІВ ЯК ПЛАТФОРМА МЕДІАЛІЗАЦІЇ НАУКИ

САДІВНИЧИЙ Володимир,

д-р наук із соц. комунік., доц.; e-mail: v.sadiv@journ.sumdu.edu.ua;

КОРЯВКО Галина,

студент,

Сумський державний університет, вул. Римського-Корсакова, 2, Суми, 40007, Україна.

Мета дослідження – виявлення сутності процесу медіалізації науки на корпоративних сайтах п'яти вищих навчальних закладів України, що входять до рейтингу QS World University 2018. Аналізується новинний контент, у якому викладається наукова інформація чи подаються розповіді про науку й наукові події. Хронологічні межі моніторингу збігаються із 2016/2017 навчальним роком. За цей час на інтернет-платформах досліджуваних університетів розміщено 2289 новинних матеріалів. Із них лише 335 публікацій (14,6 %) може бути віднесено до наукової тематики. Доведено, що відсутні: цілісний процес розповсюдження інформації про науку на корпоративних сайтах ВНЗ України; професійна комунікація на теми науки; неперервність отримання суспільством інформації про науку; передумови для наукової публічності; відсутні засадничі чинники, щоб говорити про корпоративні веб-сайти університетів як платформу медіалізації науки.

Ключові слова: інформація, наука, новина, медіалізація, вищий навчальний заклад, комунікація.

Належачи до найважливіших соціальних інститутів, що впливають на розвиток усіх сфер суспільства та роблять значимий внесок у його інтеграцію, система науки опинилася на узбіччі масових інформаційних потоків. І хоча, без перебільшення, існування самого соціуму залежить від передового наукового знання, власне наукова інформація та інформація про науку самому соціуму виявляються непотрібними. І нехтують її поширенням не лише масові медіа, але й ті установи та організації, що за природою свого існування є центрами випрацювання наукових знань.

Цілісний процес наповнення інформаційного поля фактами, в нашому випадку науковими, передбачає залучення всіх рівнів, шарів, форм, режимів, механізмів, різновидів, способів, засобів, методів розповсюдження інформації. Однією зі значущих ланок цього ланцюга, особливо під час поточного інформування, є корпоративні сайти вищих навчальних закладів (ВНЗ) України. Адже в науковій мережі держави ВНЗ – важливий елемент, тож присутність цієї тематики на їх сайтах набуває особливої актуальності під час неперервності отримання суспільством інформації про науку.

Процес поширення інформації наукової та про науку в новинних повідомленнях на університетських корпоративних сайтах виступає осердям нашого наукового дослідження. *Мета* якого – виявлення сутності процесу медіалізації науки на корпоративних сайтах вищих навчальних закладів України. *Об'єкт* дослідження – сайти п'яти провідних ВНЗ України згідно з рейтингом QS World University. *Предмет* – новинний контент цих інтернет-платформ.

Хронологічний проміжок моніторингу склав період із 1 вересня 2016 р. до 30 червня 2017-го, що збігається із 2016/2017 навчальним роком.

Говорячи про історіографію означеної проблеми, слід сказати, що питання, пов'язані з медіалізацією науки, у різні роки вивчали Дж. Арнольд, Д. Аتكінсон, О. Бард, М. Бауер, В. Бут, М. Буччі, П. Вайнгарт, В. Волков, М.-М. Волперс, О. Володарська, Ю. Габермас, М. Гіббонс, М. Еріксон, Н. Ємельянова, Ж. Ліотар, Д. Локк, М. Маєвський, Л. Мікешина, М. Носов, У. Олаусон, В. Омелаєнко, Г. Пітерс, У. Плес-

нер, С. Рьоддер, П. Симонсон, О. Третьякова, Н. Федорова, С. Фунтовіч, Д. Шарон, У. Фельт, М. Фохлер, Ю. Хабермас та інші. Зауважимо також, що це дослідження є продовженням нашої вже оприлюдненої роботи «The peculiarities of information presentation on Internet-sites of the leading universities of Ukraine» [9].

Методи дослідження. За основу під час виконання роботи взято описові методи, зокрема типологічний аналіз та класифікацію. Вони дозволили проникнути в причини того чи іншого явища, з'ясувати головні етапи його розвитку, вплив конкретної ситуації на характер подій; зіставити локальні події із загальними процесами. Застосовувався також загальнонауковий метод добору й систематизації матеріалу, який реалізований через прийоми та процедури реєстру опублікованих повідомлень про наукові події із зазначенням дати виходу матеріалу, джерел публікації та ін. Проведено кількісний аналіз офіційних сайтів університетів України, використано також метод порівняння (рейтингові виміри та зіставлення показників комунікаційної діяльності).

Результати й обговорення. Поняття «медіалізація науки» не набуло твердого визначення, що додає складності в однозначній характеристиці цього явища. Тим паче, існує не лише кілька значень слова «медіалізація», але й підходів щодо його визначення та застосування в практиці. Так, у медицині – це спосіб корекції переломів кісток. Як побудова певної теоретичної моделі пересічномірного споживача товару медіалізація потрактовується рекламістами. Філологи наголошують, що це «усереднення фонетичної форми слів, запозичених із кількох природних мов» і запропоноване Й. Вайсбартом «для подолання гетерогенності мов-джерел» [3]. У мистецькому середовищі, це «функціональна та семантична інтерпретація реальності за допомогою технології, яка неминуче змінить звичайний світ» [8]. На електронному ресурсі «Академіка» медіалізація трактується як «повсюдне зростання кількості та якості багатоманітних засобів доставки інформації для широкого загалу споживачів вільних ресурсів» [4]. Н. Смельянова та В. Омеласенко зауважують, що під медіалізацією «завичай розуміється посилений вплив на науку традиційних і нових медіа, що претендують на конституювання нової реальності» [2, с. 143].

Концепція медіалізації запропонована німецьким соціологом науки Петером Вайнгартом, який із кінця 1990-х рр. досліджує процеси комунікації між наукою та засобами масової інформації [10].

Загалом «медіалізаційний підхід передбачає взаємний резонанс між наукою та засобами масової інформації» [7, с. 834] – акцентує С. Роддер. При цьому наголошуючи, що «медіалізація науки повинна розглядатися в контексті змінюваних зв'язків між наукою та суспільством у цілому» [7, с. 835].

Як справедливо зазначає В. Волков, «зараз вектор розуміння медіалізації науки в соціогуманітарному дискурсі перемістився з можливостей медіатехнологій доповнювати наукове знання на можливості показу та репрезентації наукових досягнень через ЗМІ» [1, с. 124]. У дослідженні ж про світову наукову журналістику вказується, що «історична іронія полягає в тому, що коли суспільство найбільше потребує високоякісної наукової комунікації, її основа незалежного професіоналізму знаходиться в стані ерозії» [5, с. 5].

Ураховуючи різновекторність підходів та відсутність твердого визначення, пропонуємо поняття «медіалізація науки» розуміти як **цілісний процес розповсюдження інформації про науку в усіх видах медіа, що може ініціюватися як самими науковими установами, так і засобами масової інформації та масового впливу, що покликано необхідністю розвитку науково-дослідної діяльності, усунення невизначеності щодо впливу наукового знання на масову аудиторію, інтеграції наукової спільноти в світовий академічний простір.**

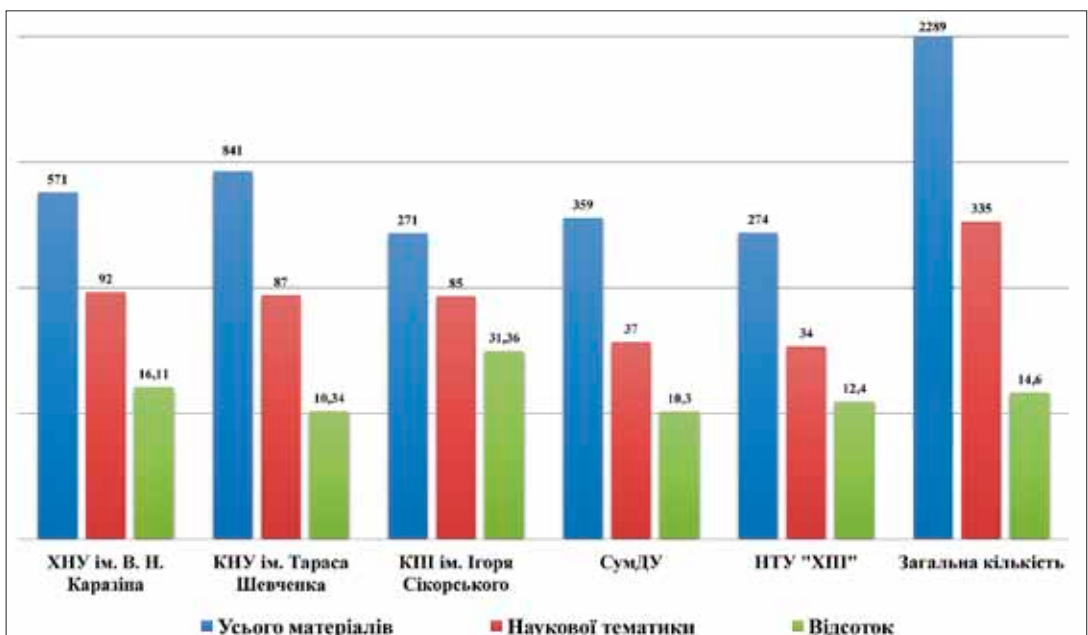
Засобами медіалізації створюються передумови для наукової публічності, для комунікації та зв'язку під час репрезентації результатів конкретних дослідницьких проєктів тощо.

Саме з цього й виходитимемо, аналізуючи представлення наукової інформації та інформації про науку на корпоративних сайтах вищих навчальних закладів України.

При виборі ВНЗ для моніторингу орієнтувалися на QS World University Rankings, що вважається одним із найбільш впливових глобальних рейтингів. Із рейтингу QS 2018 [6] обрали п'ять українських вишів: Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (у рейтингу знаходиться в групі, що посідає місця 401–410, сайт <http://www.univer.kharkov.ua>); Київський національний університет імені Тараса Шевченка (у групі 411–420, сайт <http://www.univ.kiev.ua>); Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (у групі 501–550, сайт <http://kpi.ua>); Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» (у групі 701–750, сайт <http://www.kpi.kharkov.ua/ukr>); Сумський державний університет (в групі 801–1000, сайт <http://sumdu.edu.ua>).

Для кількісно-якісного вивчення обрано розміщені на інтернет-порталах новинні матеріали, що розповідали про отримані нові знання та способи їх застосування; здобуті науково-технічні результати; роботи, пов'язані з доведенням нових наукових і науково-технічних знань до стадії практичного використання; виготовлення дослідних зразків або партій науково-технічної продукції; проектно-конструкторські, дослідно-технологічні, технологічні, пошукові та проектно-пошукові роботи; про відкриті лекції відомих фахівців; проведення науково-теоретичних і науково-практичних конференцій та участь у них викладачів; залучення студентів до вироблення та використання теоретично систематизованих об'єктивних знань про дійсність; про публікацію наукових творів; різноманітні науково-популярні заходи тощо.

За оглянутий період, а це 2016/2017 навчальний рік, на сайтах Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (ХНУ ім. В. Н. Каразіна), Київського національного університету імені Тараса Шевченка (КНУ ім. Тараса Шевченка), НТУ «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (КПІ ім. Ігоря Сікорського), НТУ «Харківський політехнічний інститут» (НТУ «ХПІ»), Сумського державного університету (СумДУ) розміщено 2289 новинних матеріалів. Із них лише 335 публікацій (14,6 %) розповідають про наукові відкриття та інформують про заходи, що стосуються наукової тематики (див. графік). Тобто такі, що підпадають під розуміння медіалізації науки.



Графік візуально показує, що найбільша кількість публікацій досліджуваної тематики розміщена на корпоративному сайті ХНУ ім. В. Н. Каразіна – 92 матеріали. КПІ ім. Ігоря Сікорського є найбільш активним у відсотковому відношенні – 31,36%. Найменша кількість матеріалів, пов'язаних із науковою діяльністю, опубліковано на корпоративному сайті НТУ «ХПІ» – 34. Найменше матеріалів наукової тематики у відсотковому відношенні – 10,3% – на сайті СумДУ.

Слід наголосити, що значна кількість опублікованого – це звіти з засідань Учених рад навчальних закладів, презентації наукових видань та матеріали про участь студентів, аспірантів і викладачів у наукових конференціях, семінарах, інших форумах.

Наприклад, у публікації «Наукова конференція “Проблеми історії та археології України”: розпочато роботу» розповідається, що 4 листопада 2016 р. в Каразінському університеті відкрилася X однойменна наукова конференція, присвячена 125-річчю від дня народження професора Костянтина Гриневича. Також у рамках заходу відбулася звітно-виборна конференція членів Харківського обласного історико-археологічного товариства, під час якої представлено звіт про роботу товариства та переобрано склад правління і ревізійної комісії.

Однак до матеріалів, що представляли б результати конкретних дослідницьких проєктів, із корпоративного сайту ХНУ ім. В. Н. Каразіна можемо віднести лише 3. Один із них – «Наука, що рятує життя: розробки вихованців університету» (19 червня 2017 р.) – розповідає про спеціальний магніт, розроблений у Національному науковому центрі «Харківський фізико-технічний інститут» спільно з медиками військового шпиталю. Це устаткування допомагає вилучати осколки з глибоких ран, де скальпель застосовувати небезпечно.

Публікація «Каразінські вчені реалізують проєкт із вдосконалення роботи наукового та медичного приладобудування» (18 листопада 2017 р.) повідомляє про реалізацію проєкту «Аналіз і синтез заданого просторового розподілу електромагнітного випромінювання антенних решіток на довільних відстанях», результати якого можуть використовуватись у галузі наукового приладобудування, охоронних систем та в медицині (мікрохвильова томографія, гіпертермія, діагностична й терапевтична апаратура та ін.).

Матеріали корпоративного сайту КНУ ім. Тараса Шевченка також широко висвітлюють участь студентів, викладачів, аспірантів і докторантів у різноманітних наукових форумах, а ще презентації навчально-методичних та наукових видань.

Як приклад може слугувати матеріал «На філософському презентували «Практичну філософію науки» (22 лютого 2017 р.). Указане видання спершу називається книгою, а в іншому реченні – збірником. Автор – завідувач кафедри філософії та методології науки, доктор філософських наук, професор Ірина Добронравова. Книга присвячена її 70-річчю.

Тематична особливість матеріалів наукової тематики КПІ ім. Ігоря Сікорського – це переважно розповіді про візити представників різних наукових інституцій та компаній до київських політехніків. Саме про це «Візит представників IEEE Industry Applications Society» (12 жовтня 16 р.). Мовиться про відвідини університету президентом Міжнародної організації Інституту інженерів з електротехніки та електроніки Девідом Дюрошеном та керівником відділу учасників і членів організації Пітером Мар'яром. Учасники зустрічі обговорили питання розвитку партнерських стосунків і наукової співпраці.

Науково значущими матеріалами на корпоративному сайті СумДУ є публікації, присвячені нагородженню науковців університету: головний редактор міжнародного журналу «Sociétés» Мішель Маффесолі вручив премію асистентові кафедри економічної теорії Віталію Омеляненку за входження його дослідження (присвячене розробці шляхів вирішення економічних конфліктів на основі методології еволю-

ційного управління з урахуванням соціально-культурних факторів) до топ-групи праць міжнародного конкурсу молодих учених, що проходив в рамках семінару (2 червня 2017 р.); почесний академік Української технологічної академії, академік Міжнародної академії холоду, к.т.н., професор Герман Бондаренко став лауреатом Державної премії України в галузі науки й техніки за роботу «Підвищення ефективності розробки родовищ вуглеводнів на основі використання компресорного устаткування нового покоління» (14 квітня 2017 р.).

Високу оцінку наукових досягнень колективу підтверджує матеріал «Вчений ХПІ відзначений Державною премією України в галузі науки і техніки» (14 грудня 2016 р.): доктору технічних наук, завідувачеві кафедри «Інформаційні технології та системи колісних і гусеничних машин» Дмитрові Волонцевичу присуджено Державну премію України в галузі науки й техніки за активну участь у розробці та вдосконаленні колісного бронетранспортера БТР-4.

На корпоративному веб-сайті звертається увага й на те, що «Вчені ХПІ виграли грант німецького фонду» (24 жовтня 2016 р.): вчені кафедри електричних апаратів отримали грант німецького фонду Олександра фон Гумбольдта на придбання обладнання для наукових досліджень (20 тис. євро), завдяки чому на кафедрі з'явилися електромеханічні та напівпровідникові апарати комутації, управління і захисту, сучасний 3D принтер, індукційна плита, цифрові осцилографи, тепловізор, пірометр, шумометр, флюксометр, мультиметри та інше.

Якщо ж говорити про увесь проаналізований новинний контент веб-платформ п'яти ВНЗ України, то значно переважає позанавчальна тематика – 854 публікації із 2289, що складає 37,31 %. Найбільше її подають у НТУ «ХПІ» – 44,53 %; найменше (28,04 %) – КПІ ім. Ігоря Сікорського. Про організацію та проведення навчального процесу розповідається у 680 матеріалах (29,71 %). Про перемоги студентів на різноманітних олімпіадах, конкурсах, спартакіадах тощо (навчальних, наукових, спортивних, художньо-самодіяльних та ін.) реципієнти могли прочитати у 420 повідомленнях (18,35 %). Детальний аналіз поданих тем представлено в таблиці 1.

Таблиця 1.

Кількісні показники тематики новинних повідомлень

	Наукова тематика	Навчальна тематика	Позанавчальна тематика	Перемоги студентів	Разом
КНУ ім. Тараса Шевченка	87	323	330	101	841
ХНУ ім. В. Н. Каразіна	92	161	209	109	571
СумДУ	37	80	129	113	359
КПІ ім. Ігоря Сікорського	85	62	76	48	271
НТУ «ХПІ»	34	54	110	49	247
Загалом	335	680	854	420	2289

Висновки та перспективи. У результаті проведеного кількісно-якісного вивчення контенту корпоративних інтернет-сайтів п'яти ВНЗ України із рейтингу QS World University 2018 щодо виявлення сутності процесу медіалізації науки, загалом зафіксовано 2289 новинних матеріалів. Інформація про науку й наукові події подана лише у 335 публікаціях, що складає 14,64 %. Наука на корпоративних сайтах ВНЗ

не постає у форматі опису суті наукової діяльності, у площині експертних оцінок, у видозміні умовиводів репрезентації результатів конкретних дослідницьких проєктів тощо. Переважно це звіти з засідань Учених рад, презентації наукових видань, розповіді про участь студентів, аспірантів і викладачів у різноманітних наукових заходах. Із новинного контенту переважає позанавчальна тематика – 854 публікації із 2289, що складає 37,31 %. Тобто найбільше університети розповідають про конкурси художньої самодіяльності, спортивні змагання, візити до університетів чиновників різного штибу, діяльність волонтерських загонів тощо.

Проведене дослідження дає підстав говорити, що відсутні: цілісний процес розповсюдження інформації про науку на корпоративних сайтах п’яти ВНЗ України, що входять до рейтингу QS World University 2018; професійна комунікація на теми науки; неперервність отримання суспільством інформації про науку; передумови для наукової публічності; засадничі чинники, що давали б підстави говорити про корпоративні веб-сайти університетів як платформу медіалізації науки.

Подальше тематичне дослідження дозволить скласти повну картину висвітлення питань науки на корпоративних сайтах вищих навчальних закладів та випрацювати практичні рекомендації щодо медіалізації науки.

1. Волков В. А. Медіалізація в інформаційному полі культури / В. А. Волков // Сохранение национальной идентичности белорусского общества: прошлое, настоящее : материалы Респ. науч. конф., Барановичи, 21 апр. 2016 г. / М-во образования Респ. Беларусь, Баранович. гос. ун-т ; редкол.: А. В. Никишова (гл. ред.), А. В. Демидович (отв. ред.), Э. Н. Козлова [и др.]. – Барановичи : РИО БарГУ, 2016. – С. 124–127.

2. Емельянова Н. Н., Омелаенко В. В. Российская наука в медийном контексте / Н. Н. Емельянова, В. В. Омелаенко // Философия науки и техники. – 2015. – Т. 20. – № 2. – С. 142–163.

3. Кузнецов С. Н. Краткий словарь интерлингвистических терминов : Л-Я [Электронный ресурс] / С. Н. Кузнецов // Мир эсперанто/The world of esperanto. – Режим доступа : http://miresperanto.com/esperantologio/interlingv_vortaro-2.htm. – Дата доступа: 19.11.2017.

4. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс] // Академик. – Режим доступа : <https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F&stype=0>. – Дата доступа: 19.11.2017

5. *Global Science Journalism Report*. – London. – January, 2013. – 38 p.

6. *QS World University Rankings* [Электронный ресурс] / Режим доступа : https://uk.wikipedia.org/wiki/QS_World_University_Rankings. – Дата доступа : 02.12.2017

7. Rödder S. Science and the Mass Media – ‘Medialization’ as a New Perspective on an Intricate Relationship / Simone Rödder // *Sociology Compass*. – 2011. – Volume 5, Issue 9. – P. 834–845.

8. «Rīgas galerija» piedalās «Art Moscow 2010» [Электронный ресурс] // Studija : vizuālo mākslu portāls. – Режим доступа : <http://www.studija.lv/index.php?parent=2449>. – Дата доступа: 19.11.2017.

9. Sadvinychy V. The peculiarities of information presentation on Internet-sites of the leading universities of Ukraine / V. Sadvinychy, H. Koriavko // *Образ*. – 2017. – Вип. 1. – С. 28–33.

10. Weingart P. Science and the Media // *Research Policy*. – 1998. – Vol. 27. – № 9. – P. 869–879.

UDC 007 : 304 : 001

Corporate sites of universities as a platform for science medialization

Sadvinychy Volodymyr, D.Sc. (Social Communications), Associate Professor, v.sadiv@journ.sumdu.edu.ua;

Koriavko Halina, student,

Sumy State University, 2, Rymsky-Korsakov St., Sumy, 40007, Ukraine

The aim of study is to identify the essence of science medialization on the basis of corporate sites of five higher education institutions of Ukraine, which are rated by QS World University 2018. The news content covering research findings, information about science or scientific events is analyzed. The monitoring was carried out during 2016/2017 academic year. 2289 news materials were posted on the Internet platforms of the studied universities during this period. Only 335 publications (14.6%) can be referred to

science topic. It is proved that there is no the holistic process of disseminating information about science on corporate sites of higher educational institutions of Ukraine; professional communication on science topics; continuity of obtaining information about science by society; prerequisites of scientific publicity; there are no underlying factors to consider corporate sites as a platform for science medialization.

Key words: information, science, news, medialization, higher educational establishment, communication.

Корпоративные сайты университетов как платформа медиализации науки Садовничий Владимир, Корявко Галина

Цель исследования – выявление сущности процесса медиализации науки на корпоративных сайтах пяти высших учебных заведений Украины, входящих в рейтинг QS World University 2018. Анализируется новостной контент, в котором излагается научная информация или подаются рассказы о науке и научных событиях. Хронологические рамки исследования совпадают с 2016/2017 учебным годом. За это время на интернет-платформах исследуемых университетов размещено 2289 новостных материалов. Из них только 335 публикаций (14,6 %) рассказывают о научных открытиях и подают информацию о научных мероприятиях. Доказано, что отсутствуют: целостный процесс распространения информации о науке на корпоративных сайтах вузов Украины; профессиональная коммуникация на темы науки; непрерывность получения информации о науке; предпосылки для научной публичности; отсутствуют основные факторы, позволяющие говорить о корпоративных веб-сайтах университетов как о платформе медиализации науки.

Ключевые слова: информация, наука, новость, медиализация, высшее учебное заведение, коммуникация.

1. Volkov, V. A. (2016), «Medialization in the information field of culture», *Sohranenie natsionalnoy identichnosti belorusskogo obshchestva: proshloe, nastoyashee. Materialy Respublikanskoj nauchnoy konferentsii* [Preservation of the national identity of the Belarusian society: the past, the present. Materials of the Republican Scientific Conference], Baranovichi, Baranovich. gos. un-t, April 21, 2016, pp. 124–127.

2. Emelyanova, N. N. and Omelaenko, V. V. (2015), «Russian Science in the Context of Media», *Philosophy of Science and Technology*, vol. 20, no 2, pp. 142–163.

3. Kuznetsov, S. N., «A brief dictionary of inter-linguistic terms: L-Ya», The world of esperanto, available at: http://miresperanto.com/esperantologio/interlingv_vortaro-2.htm (access November 19, 2017).

4. Dictionaries and encyclopedias on Academician, available at: <https://dic.academic.ru/searchall.php?SWord=%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D1%86%D0%B8%D1%8F&stypе=0> (access November 19, 2017).

5. Global Science Journalism Report (2013). – London.

6. QS World University Rankings, available at: https://uk.wikipedia.org/wiki/QS_World_University_Rankings (access December 02, 2017).

7. Rödder, S (2011) Science and the Mass Media – ‘Medialization’ as a new perspective on an intricate relationship. *Sociology Compass*, 5 (9), pp. 834–845.

8. «Rīgas galerija» piedalās «Art Moscow 2010», Studija: vizuālo mākslu portāls, available at: <http://www.studija.lv/index.php?parent=2449> (access November 19, 2017).

9. Sadivnychy, V. and Koriavko H. (2017), «The peculiarities of information presentation on Internet-sites of the leading universities of Ukraine», *Obraz*, vol. 1, pp. 28–33.

10. Weingart P. (1998), «Science and the Media», *Research Policy*, vol. 27, no. 9, pp. 869–879.

Стаття надійшла до редакції 03.12.2017