# Исследование стратегий цифровой трансформации высшего образования

В последние десятилетия мир претерпел глобальные изменения, многие из них связаны с процессом цифровизации, наступления Индустрии 4.0 на все сферы жизни общества: от развития цифровых технологий и перехода к цифровой экономике до переосмысления роли человека в обществе. Система высшего образования одна из самых устойчивых, созданных человеком систем. В отличии от верхушки списка Fortune Global 500, где большинство организаций появились менее 50 лет назад, участники топ рейтинга Times Higher Education в большинстве своём исчисляют свой возраст веками. Система обладающая столь обширными традициями инерционна, но сейчас уже очевидно, что для успешного существования и функционирования в новом, быстроменяющемся мире организациям высшего образования необходимо трансформироваться.

Активная цифровизация различных областей жизни делает необходимым понимание будущих перспектив и последствий происходящих событий, что естественно приводит к росту спроса на высокопрофессиональные кадры. Стоит помнить, что развитие новых отраслей и сфер в обществе становится катализатором трансформации ранее невостребованных компетенций. За способности к овладеванию новыми компетенциями и возможности их нестандартных нешаблонных применений «отвечает» процесс образования, поэтому от общества к нему есть особо высокий запрос. При этом отчасти благодаря принципу академической свободы, а отчасти разнице в подходах, располагаемых ресурсах и накопленному символическому капиталу институты высшего образования существенно различаются в своих стратегиях цифровой трансформации.

Система высшего образования становится ключевым фактором в формировании нового человека цифрового общества. Однако лишь некоторые вузы публично взяли на себя обязательства по цифровой трансформации и зафиксировали их в документах, чаще собранных под агрегированным термином «Стратегия Цифровой Трансформации (СЦТ)». В виду относительной новизны данного феномена, научное сообщество также пока недостаточно его осветила.

В России с новой силой о внедрении современных технологий в систему образования стали говорить после принятия Указа Президента РФ «О Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017-2030 годы», и утверждения Правительством РФ Программы «Цифровая экономика Российской Федерации». Несмотря на то, что цифровизация образования получила широкую поддержку государства, коммуникационные стратегии в ведущих и в региональных вузах страны существенно различаются. В мире ситуация в целом похожа на российскую: не обнаружена система сравнения различных стратегий. В термин «стратегия цифровой трансформации» администрация каждого учебного заведения вкладывает, что-то своё. Это ведёт к разрыву между декларируемыми намерениями (обширная цифровизация высшего образования) и реальными шагами, зафиксированными публично (СЦТ). В связи с этим мы сформулировали исследовательский вопрос следующим образом: «Существует ли корреляция между известностью вуза в цифровой среде и степенью детализации утверждённой стратегии цифровой трансформации?».

Методология исследования строится на компаративном анализе опубликованных стратегий. На первом этапе исследования методом экспертных оценок, с привлечением данных из всемирно признанных рейтингов, исследуемые высшие учебные заведения определяются в три группы: (1) вузы из ТОП-100 известных рейтингов; (2) вузы из категории ТОП 101-500 и являющиеся системообразующими (значимыми) в своих регионах; (3) вузы не представленные в рейтингах, но реализующие стратегию цифровой трансформации (СЦТ). Сбор первичного материала будет производится путем сплошного наблюдения в первой группе и выборочного во второй и третьей группе. По итогам сбора ожидается собрать не менее тридцати стратегий в каждой из групп для дальнейшего анализа. Ограничением является языковое, детально исследоваться будут только интернет-страницы вузов на английском и на русском языках.

На втором этапе исследования отобранные СЦТ будут детально проанализированы по сравнительным шкалам авторской методики. По итогу будет получено многомерное шкалирование, для дальнейшей кластеризации полученных результатов. Проведя необходимые статистические преобразования, мы ожидаем получить модель цифровой стратегии высшего учебного заведения в каждой из выделенных групп. Собрать набор кейсов реальной и мнимой трансформации. Построить индекс цифровой трансформации высшего образования. Следом, полученные оценки будут соотнесены с маркетинговыми результатами вуза. На основе данных о посещаемости сайта, упоминаемости в системах Web of Science, Scopus, Google.scholar мы ожидаем обнаружить положительную корреляцию между более детальной проработанной СЦТ и высокими объективными показателями научной известности вуза.

Полученная работа будет полезна администраторам высших учебных заведений, раздумывающим над запуском и реализацией цифровой стратегии, а также учёным, интересующимся связью между цифровой трансформацией высшего образования и академической известностью вуза. Разделение на группы позволит выделить наилучшие примеры стратегий разных по возможностям вузов и расширит сферу применения полученных результатов.