

Креолизованные медиумы

Сайты сибирских университетов глазами зарубежной аудитории

Аннотация

Университету, претендующему на высокий статус в международном образовательном сообществе и желающему привлечь на обучение иностранных студентов, необходимо осуществлять эффективную политику в сфере новомедийных коммуникаций. С чего бы ни началось первое знакомство потенциальных зарубежных партнеров и абитуриентов с университетом (социальных сетей, блогов или электронных справочников), рано или поздно все они придут на его официальный сайт для получения самой актуальной и точной информации.

Очевидно, что первое впечатление от сайта во многом определяет дальнейшее отношение целевой аудитории к университету. От чего зависит это впечатление? Прежде всего, от качества *креолизованного текста* (Ю. Сорокин, Е. Тарасов), воплощенного в графическом дизайне сайта и представляющего собой синтез двух разнородных способов коммуникации – вербального и невербального. Заметим, что само понятие «креолизация» первоначально означало процесс образования новых этносов путем смешения крови представителей различных этнических групп.

В свою очередь, одним из показателей высокого качества креолизованного текста является наличие в нем неких *универсальных кодов*, распознаваемых представителями разных культур. Именно с этой точки зрения автор доклада решил «взглянуть» на графический контент сайтов некоторых сибирских университетов и оценить его эффективность. В данном конкретном случае автор изучал влияние культурных кодов на интерпретацию графического контента сайтов студентами из Китая.