

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА МГЛУ И УНИВЕРСИТЕТОВ-ПАРТНЕРОВ (на материале интервью)

Имидж (от англ. *image* – образ) является сложным для определения понятием ввиду его многозначности и обширности сферы употребления. Значение имиджа варьируется в зависимости от дисциплин, их предметных областей, целей и задач исследования. В психологии имидж определяется как «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа сильно эмоционально окрашенный образ чего-либо или кого-либо, определенным образом влияющий на эмоции, поведение и отношения личности или группы» [3, с. 15]. Политолог и специалист в сфере имиджологии В. М. Шепель предлагает следующую трактовку: «Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения внимания» [6, с. 8].

Таким образом, *имидж* представляет собой некий собирательный образ объекта, явления или личности в результате запланированной целенаправленной деятельности.

Имидж учреждения высшего образования играет ключевую роль в его успешности и конкурентоспособности на образовательном рынке. Он формирует восприятие учебного заведения как среди потенциальных студентов, так и среди работодателей, партнеров и других заинтересованных сторон. Тщательно разработанный имидж учреждения высшего образования влияет не только на текущие образовательные и научно-исследовательские показатели, но и определяет долгосрочные перспективы вуза, его вклад в общество и влияние в академической среде.

Имидж учреждения высшего образования состоит из следующих элементов:

- 1) образовательные услуги вуза (востребованность специальностей, возможность трудоустройства);
- 2) руководитель учреждения высшего образования;
- 3) профессорско-преподавательский потенциал;
- 4) студенты университета (в том числе имидж выпускника);
- 5) научно-исследовательская работа;
- 6) внешние и внутренние социальные характеристики вуза (например, социальные программы по поддержке студентов, корпоративная культура организации);
- 7) визуальные характеристики;
- 8) бизнес-имидж учреждения высшего образования (как о субъекте деловой активности) [1; 2; 4].

Имидж ректора университета, его личный авторитет и профессиональная репутация являются одним из ведущих компонентов общего имиджа учреждения высшего образования, поскольку он не только символизирует руководство, но и отражает ценности, миссию и стратегическое направление развития вуза.

Перечисленные элементы имиджа университета отражаются в СМИ путем организации интервью с руководителями университетов. Средства массовой информации являются эффективными посредниками сообщений, позволяющие передавать информацию многочисленной аудитории, а интервью как жанр PR-текста остается актуальным, несмотря на развитие цифровых медиа и изменение стратегий коммуникации. Стоит отметить, что разнообразие видов интервью (интервью-диалог, интервью-монолог, интервью-сообщение, интервью-зарисовка, интервью-мнение, анкета) [5, с. 29] и их форматов (текст, видео, подкаст) увеличивает вероятность воздействия на разные сегменты аудитории, что указывает на универсальность и результативность данного инструмента.

Для выявления сходств и различий транслируемого имиджа учреждений высшего образования были выбраны Минский государственный лингвистический университет (МГЛУ) и вузы-партнеры – Санкт-Петербургский государственный университет (СПбГУ) и Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого (СПбПУ). Сравнительный анализ интервью ректоров выбранных вузов способствует более глубокому и всестороннему пониманию текущих трендов в высшем образовании, позволяет изучить и перенять успешные практики в управлении репутацией и усовершенствовать партнерские программы.

Санкт-Петербургский государственный университет – один из крупнейших научно-образовательных центров в Европе и мире. Сегодня здесь учатся более 20 тыс. студентов, созданы более 15 крупных лабораторий и 23 ре-

сурсных центра, входящих в ведущий Научный парк страны. Выпускники университета неоднократно становились лауреатами Нобелевской и Филдсовской премий. Университет обладает богатой историей и может по праву носить имя первого университета России. Ректором является Кропачев Николай Михайлович, юрист, доктор юридических наук, профессор, член-корреспондент РАН (Российская академия наук). На официальном сайте СПбГУ находится вкладка «Интервью ректора», что указывает на частое взаимодействие Николая Михайловича с различными информационными службами. Среди проанализированных интервью преобладающим видом является интервью-диалог. Основными темами и инфоповодами послужили юбилей университета (300 лет), партнерство, планы развития университета на ближайшее время и его миссия, открытие вузовской общеобразовательной онлайн-школы, комментарии о политической ситуации в стране, использование искусственного интеллекта в образовании. Николай Михайлович в своих интервью транслировал такие ценности университета, как важность международного сотрудничества: *уже 42 организации-партнера заключили договоры о сотрудничестве*. Он упоминал качество образования, востребованность и актуальность предлагаемых образовательных программ, специальные программы финансовой поддержки студентов, первенство в развитии многочисленных областей, объединение традиций и инноваций, высокотехнологичный научно-исследовательский подход в работе вуза: *начнем с того, что 90 % выделенных средств мы потратили на высокотехнологичное научно-исследовательское оборудование, на программы доступа к нему и на электронные научные ресурсы, которые вскоре стали у СПбГУ лучшими в стране*. Интервью ректора содержит большое количество статистической информации, фактов, цифр, детального описания образовательных программ и преимуществ университета, а также отсылок на всемирно известных выпускников вуза: *сегодня в СПбГУ более 500 основных образовательных программ, в Санкт-Петербургском университете работают выдающиеся ученые с мировым именем, здесь учились Ломоносов, Тургенев, Врубель, Блок, Мережковский, читал лекции Гоголь. Бывал здесь и Пушкин, работал Бродский*.

Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого – федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования. В 2010 году он получил статус национального исследовательского университета, что явилось признанием его роли и возможностей как в области подготовки кадров, так и в мультидисциплинарных научных исследованиях и разработках. В рейтинге технических университетов России СПбПУ неизменно занимает ведущие позиции. В 2021 году этот вуз вошел в первую группу победителей в треке «Исследовательское лидерство» Федеральной программы стратегического академического лидерства «Приоритет-2030». Ректор университета – Рудской Андрей Ивано-

вич, российский ученый, специалист в области термомеханической обработки металлов и широкого класса современных материалов, доктор технических наук, профессор, академик РАН. Преобладающими видами интервью является интервью-диалог и интервью-мнение, которые появляются в СМИ не так часто, однако следует отметить их объемность и содержательность. Основные темы и инфоповоды – юбилей университета (125 лет), создание Передовой инженерной школы «Цифровой инжиниринг», программа стратегического академического лидерства «Приоритет-2030», политехнический подход в образовании и науке, студенческие инициативы, информация для абитуриентов. Среди ценностей университета ректор отмечает важность зарубежного сотрудничества, но в то же время качество импортозамещения через переориентацию научно-технической базы, «знак качества» СПбПУ: прорывные научные исследования, высокий уровень образовательных услуг, насыщенная студенческая жизнь.

В интервью также фигурируют такие ценности, как сплоченность команды, европейский стандарт качества подготовки кадров: *подготовка в соответствии с задачами квалифицированных инженерных кадров с компетенциями мирового уровня, пять наших программ уже получили сертификат соответствия европейским стандартам качества, и с каждым годом мы будем расширять этот список.* Ректор часто упоминает передовые образовательные программы, мультидисциплинарный подход в образовании, развитие цифровых компетенций: *сегодня Петербургский Политех является основным центром компетенций в области создания изделий с помощью технологии цифровых двойников – ключевого инструмента цифровой промышленности.* Андрей Иванович часто ссылается на достижения университета, награды и первенство, разработки: *стратегия разработок Политеха направлена на охват ключевых потребностей биотехнологий, микроэлектроники, энергетической отрасли, беспилотного транспорта и управляемого термоядерного синтеза.* В минувшем году наши ученые разработали восемь аналогов зарубежных решений, в 2022 году наши ученые создали 21 продукт, готовый к внедрению в экономику страны, сегодня наш вуз занимает достойные позиции в трёх наиболее значимых международных рейтингах: *THE, QS и ARWU.* Ректор часто приводит статистические данные, точные факты, примеры для обоснования своих слов: *в университете разработаны 153 программы бакалавриата; 172 – магистратуры и 11 – специалитета. Сегодня в Политехе учатся более 33 тыс. студентов, в том числе свыше 7 тыс. иностранцев; 2,4 тыс. из них – студенты из Китая.* Он ссылается на результаты успешных выпускников, детально описывает насыщенную студенческую жизнь, патриотическую и волонтерскую деятельность.

Минский государственный лингвистический университет – высшее учебное заведение в области языкового образования, ведущий университет в Республике Беларусь по подготовке высококвалифицированных пере-

водчиков, преподавателей иностранных языков, специалистов по межкультурной коммуникации. Вуз осуществляет подготовку по 23 иностранным языкам и 15 специализациям. В структуру МГЛУ входят 6 факультетов, магистратура, аспирантура, филиал МГЛУ «Лингвогуманитарный колледж», Институт повышения квалификации и переподготовки кадров, факультет русского языка для иностранных граждан, институт Конфуция, учебный центр «Вечерние курсы» МГЛУ. Ректором университета является Лаптева Наталья Евгеньевна, педагог, кандидат педагогических наук. Преобладающий вид интервью – интервью-сообщение и интервью-диалог, основной целью которых является информирование о процессе обучения в университете, правилах набора и вступительной кампании. Кроме того, инфоповодами служат мероприятия, которые проходят на базе университета (конгрессы, форумы, конференции), юбилей вуза: *МГЛУ является лидером в области языкового образования в Беларуси, а также удерживает передовые позиции на постсоветском пространстве.*

Информационными поводами для интервью ректора также служат открытие новых специальностей, проектирование новых образовательных программ магистратуры, диалог со студентами, открытие музея, международное сотрудничество: *мы предложили новые программы модульного типа с более глубокой, профессионально ориентированной подготовкой специалистов, университет сохраняет надежные традиции прошлого, впервые в Беларуси на базе нашего университета открыт Центр африканистики, мы установили сотрудничество с университетами Иваново, Санкт-Петербурга, Новосибирска, там, где занимаются специалисты компьютерной лингвистики, цифровыми технологиями.* Наталья Евгеньевна транслирует такие ценности, как непрерывное повышение качества образования и его практикоориентированность, реализация формулы успеха: *формула успеха каждого студента – это пять слагаемых: инновационные курсы, международные стажировки, научные форумы, практическая и внеаудиторная деятельность, которые обязательно приведут студентов к успешному профессиональному результату.* Ректор часто обращается к таким ценностям, как активная гражданская позиция, использование инновационных методов обучения, важность международного сотрудничества и обмена опытом, выполнение международных научно-исследовательских проектов.

Таким образом, ректоры белорусских и российских университетов в интервью транслируют схожие ценности высших учебных заведений. Полагаем, это обусловлено современными требованиями в академическом пространстве: внедрением инноваций, конкурентоспособностью на рынке, международным сотрудничеством с целью обмена опытом, созданием условий для научной и общественной деятельности. Различие некоторых тем, инфоповодов, способов донесения информации, а также частоты интервью

обусловлено сферой деятельности университетов (МГЛУ и СПбПУ занимают специализированную и, соответственно, меньшую долю на рынке образования), сложившимися коммуникативными практиками, налаженностью коммуникации между пресс-центром университета и пулом журналистов.

Можно утверждать, что интервью является успешным инструментом создания имиджа высшего учебного заведения, поскольку он позволяет продемонстрировать ценности университета, подчеркнуть его сильные стороны, сформировать привлекательный образ в сознании людей и убедить в успешности удовлетворения их потребностей. Понятный, логичный и запоминающийся транслируемый образ учреждения высшего образования улучшает его репутацию и формирует доверие к академическому сообществу в целом.

Полагаем, что для более эффективного использования интервью как инструмента формирования имиджа университетам следует расширить репертуар видов интервью, например, добавить портретное интервью. Личные истории ректоров с акцентом на их приверженности образовательным ценностям могут значительно обогатить содержание интервью и установить глубокую эмоциональную связь с аудиторией. Среди рекомендаций можно упомянуть регулярность проведения интервью, что способствует поддержанию интереса к университету и его деятельности, а также создает имидж динамично развивающегося учебного заведения. Использование социальных сетей для распространения интервью поможет сформировать широкую аудиторию и создать активное обсуждение затронутых тем.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Дагаева, Е. А.* Маркетинговые коммуникации как способ конструирования имиджа негосударственного вуза / Е. А. Дагаева // PR в образовании. – 2008. – № 4. – С. 66.
2. *Дагаева, Е. А.* Структура имиджа высшего учебного заведения / Е. А. Дагаева // PR в образовании. – 2007. – № 3. – С. 84.
3. *Зазыкин, В. Г.* Имидж организации: структура и психологические факторы эффективности / В. Г. Зазыкин // Материалы семинара «Практические аспекты связей с общественностью». – М., 2001. – С. 15–33.
4. *Карпов, Е. Б.* Имидж в образовании / Е. Б. Карпов // PR в образовании. – 2003. – № 6. – С. 40.
5. *Кодола, Н. В.* Интервью: Методика обучения. Практические советы : учеб. пособие для студентов вузов / Н. В. Кодола. – 2-е изд., испр., перераб. и доп. – М. : Аспект Пресс, 2011. – 174 с.
6. *Шепель, В. М.* Имиджелогия. Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – Ростов н/Д. : Феникс, 1994. – 8 с.