

УДК 659 (571.54)
doi: 10.18101/978-5-9793-0054-2-2017-116-121

ИМИДЖ РЕГИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА В ПЕЧАТНЫХ СМИ БУРЯТИИ

© Башкеева Вера Викторовна

доктор философских наук, профессор, Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: oaelun@mail.ru

© Литвинчева Елена Александровна

студент 4-го курса, Бурятский государственный университет
Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а
E-mail: oaelun@mail.ru

Систематизирована с точки зрения формирования позитивного имиджа университета опубликованная в региональных печатных СМИ информация о вузах Бурятии. Представлены материалы за период 1 сентября – 31 октября 2015 г. в газетах «Информ Полис», «МК в Бурятии», «Номер один», связанные с субъектами БГУ, БГСХА, ВСГИК, ВСГУТУ, общее образование. Среди вузов наиболее полно представлен Бурятский государственный университет (57 материалов из 71). Отмечена недостаточность информации о вузах, лишь 0,23% новостей (5 сюжетов) напрямую посвящены высшей школе, 3% (71 новость из 2194 новостей) косвенно связаны с темой высшей школы. В анализе сюжетов отмечена относительная частотность групп «студенты», «эксперты (преподаватели)», «мероприятия» как имеющих потенциал для более широкого и важного позиционирования вузов региона.

Ключевые слова: имидж университета; Бурятский государственный университет; вузы Бурятии; региональные еженедельные газеты.

Изучение эффективного имиджа регионального университета приобретает в наше время особую значимость. Важнейший из факторов — необходимость все более точного и эффективного позиционирования системы высшей школы в условиях возросшей конкуренции, как с другими вузами Российской Федерации, так и с системой среднего профессионального образования.

Нас в целом интересуют формы позиционирования регионального вуза, прежде всего Бурятского государственного университета, в средствах массовой информации различного формата [1]. В данном случае задача связана с тем, чтобы понять, каков имидж университета в региональных печатных еженедельниках.

Если иметь в виду структуру имиджа вуза Н. К. Моисеевой, Н. Н. Пискуновой, Г. Д. Костиной [2, с. 78], то ряд имиджевых характеристик не может получать отражения в СМИ и, соответственно, подвергаться анализу. Так, «визуальный имидж» выявляется путем анкетирования либо иным образом. Имидж ректора вуза и ученого совета в выбранный период был подчинен политическим вопросам. Внутренний имидж организации, включающий представления преподавателей и студентов о вузе, в значительной степени внутрикорпоративная задача.

Другие же компоненты имиджа в той или иной форме могут быть представлены в СМИ. Имидж персонала, оцениваемый на уровне экспертов, профессионалов, значим для организации. Бизнес-имидж организации, точнее сказать — деловая репутация, связанная со знаменитыми выпускниками, инновационными технологиями, новыми или модными специальностями, также может быть освещен в СМИ. Социальный имидж, как то: «бесплатное обучение инвалидов, сирот», «отсрочка от армии», «организация социальных проектов», и имидж образовательной услуги, связанный с качеством образования, презентацией специальностей и направлений, аспирантуры и интернатуры, уровнем зарубежных связей, интересует целевую аудиторию. Таким образом, в том или ином виде различные стороны имиджа могут быть отражены в СМИ.

Имидж региональных университета, образ университета изучались в интернет-вариантах печатных еженедельников «Информ Полис», «Номер один», «МК в Бурятии». Был проведен контент-анализ заголовков и содержания статей с 1 сентября по 31 октября 2015 г. Были определены 5 субъектов анализа: вузы Бурятии БГУ, ВСГУТУ, БГСХА, ВСГИК, «высшее образование».

Результаты анализа показали следующее: в исследуемый период в отобранных источниках новости, напрямую посвященные высшей школе, минимальны. Это всего 5 сюжетов, в том числе 3 из них посвящены БГУ: «БГУ бросает вызов самым умным», «Двадцатилетний юбилей отмечает классический вуз Бурятии БГУ», «БГУ: 20 лет спустя». Все статьи напечатаны в газете «Номер один», можно предположить, что юбилейные материалы были иницированы университетом.

Два оставшихся материала посвящены субъекту «высшее образование»: «Ярмарка учебных мест состоится в Улан-Удэ 26 октября 2015» («МК в Бурятии»), «Алдар Дамдинов: «Повышение стипендии не помешало бы!» (Информ Полис)». Причем последний материал связан с комментированием законодательной инициативы «Справедливой России» и не является новостью регионального уровня. Таким образом, можно констатировать минимальный интерес СМИ к вузам или же минимальный интерес вузов к печатным СМИ.

Второй особенностью презентации вузов в печатных СМИ является то, что наблюдается диспропорция материалов, в которых новость о вузе является основной, и материалов, в которых упоминание вуза на периферии сюжета. Подавляющее количество новостей с упоминанием в том или ином контексте вузов является неосновной новостью.

Таблица частотности новостей

Субъекты	Информ Полис (1711)		МК в Бурятии (200)		Номер Один (283)		Итого (2194)
	Основная новость	Неосновная новость	Основная новость	Неосновная новость	Основная новость	Неосновная новость	
БГУ	-	33 (1,93%)	-	7 (3,5%)	3 (1,06%)	14 (4,95%)	57 (2,6%)
БГСХА	-	3 (0,18%)	-	-	-	1 (0,35%)	4 (0,18%)
ВСГИК (ВСГАКИ)	-	2 (0,12%)	-	-	-	1 (0,35%)	3 (0,14%)

ВСГУТУ	-	1 (0,6%)	-	2 (1%)	-	2 (0,71%)	5 (0,23%)
Высшее образование (общие новости)	1 (0,6%)		1 (0,5%)		-		2 (0,09%)
Итого	1 (0,6%)	39 (2,28%)	1 (0,5%)	9 (4,5%)	3 (1,06%)	18 (6,36%)	71 (3,24%)

Как можно видеть, из суммарного количества новостей за период — 2194 — лишь 5 новостей (0,23%) напрямую связаны с темой высшей школы. И только с учетом неосновных новостей можно говорить о большем количестве — 71 новость (3%). Сравните данные по телевизионным новостям: 0,46% (15 новостей из 3276), то есть в 2 раза больше в процентном отношении, в 3 раза в количественном [1, с. 32].

Что касается рубрик, тем и сюжетов всех новостей, они представляют для нас в такой ситуации достаточный интерес. Необходимо понять вначале, в каких выделенных в СМИ рубриках появляется материал о вузах и в какой связи упоминаются в них университеты. Включение в ту или иную рубрику — образование, право, спорт, общество, политика, культура, экономика — связано с принятой в газетах рубрикой, а также с задачей специального выделения материалов о вузах для потенциального читателя.

Таблица газетных рубрик

Субъекты	Основная новость	Неосновная новость	Итого
БГУ	Культура 2+ Образование 1+	Образование 17+, 1– Право 8–, 3+ Спорт 8+, 1– Общество 7+ Политика 1+, 4+– Культура 2+ Экономика 2+	Образование 18+, 1– Право 8–, 3+ Спорт 8+, 1– Общество 7+ Политика 1+, 4+– Культура 4+ Экономика 2+
БГСХА		Образование 1+, 2– Спорт 1+	Образование 1+, 2– Спорт 1+
ВСГИК (ВСГАКИ)		Культура 1+ Образование 1– Общество 1+	Культура 1+ Образование 1– Общество 1+
ВСГУТУ		Образование 1+, 1– Экономика 2+ Общество 1+	Образование 1+, 1– Экономика 2+ Общество 1+
Высшее образование	Образование 1+ Экономика 1+		
Итого	Образование 2+ Культура 2+ Экономика 1+	Образование 20+, 4– Право 8–, 3+ Спорт 9+, 1– Общество 9+ Политика 1+, 4+– Культура 3+ Экономика 2+	Образование 23+, 3– Право 7–, 4+ Спорт 9+, 1– Общество 8+ Культура 6+ Политика 1+, 4+– Экономика 3+

Таблица рубрик позволяет увидеть, что рубрика «образование» количественно доминирует, так как все научные, культурные, учебные мероприятия,

упоминавшиеся в СМИ, были отнесены к данной рубрике. Знаками + и – отмечена направленность новости, позитивная или негативная.

Внутри рубрик возможно тематическое уточнение по заголовкам, касающееся прежде всего неосновных новостей. Неосновные новости в газете «Информ Полис» связаны со следующими темами: *физкультура и спорт* («В Улан-Удэ ушуисты и лучники не могут поделить спортзал», «В Бурятии появится региональный спортивный центр за 200 млн рублей», «Жители Бурятии будут сдавать нормативы ГТО» и др., всего 12), *образование* («Выпускники школ Бурятии, возможно, будут сдавать ЕГЭ по китайскому языку», «Бурятские абитуриенты предпочитают БГУ и ВСГУТУ», «Куда уходят выпускники Бурятии?» и др., всего 6), *политика* («Новый расклад политических сил в Бурятии», «В Бурятии не утихают споры вокруг Конституционного суда», «В Бурятии власть и общественность готовы идти рука об руку» и др., всего 6), *конкурсы* («В Бурятии выбрали “Мисс Улан-Удэ-2015”», «В Бурятии начался сбор заявок на конкурс «Оюунбэлиг», «В Улан-Удэ подвели итоги детской олимпиады» и др., всего 5), *международные связи* («”Китайский мост” соединил Бурятию с Поднебесной», «Монгольский в тренде», всего 2), *город* («Москва даст Улан-Удэ деньги на 350-летний юбилей», «Улан-удэнец возглавит кадровый департамент Центробанка России», всего 2), *праздники* («Пожилые люди не остались без внимания», всего 1),

В газете «МК в Бурятии» отметим темы *политика*, современная и связанная с историей («Сессия парламента покажет усиление политического кризиса», «Чем аукнутся выборы в Иркутской области для Бурятии», «Избрание главой представителя титульной нации, только потому, что он титульный, не приведет к улучшению жизни в Бурятии», «В Бурятии зачитают имена всех жертв политических репрессий», всего 4), *физкультура и спорт* («Команда ИНК победила в международном корпоративном турнире по волейболу», всего 1), *город* («Как в Улан-Удэ выбирали заммэра», всего 1), конкурс («В Бурятии выбрали лучших волонтеров года», всего 1).

В газете «Номер Один» отметим темы *политика* («Дело Калмыкова: вопросы остались», «Прямо сейчас: в Хурале выбирают заместителя спикера», «Как выбирали тройку кандидатов на пост министра спорта Бурятии», «”Стратегия-2030” в Бурятии уйдет в народ» и др, всего 6), *образование* («Студенты Бурятии резко разбогатеют», «БГУ проведет семинар по нововведениям в сфере трудового законодательства», «БГУ рассказал профессионалам о новых рисках в сфере труда», всего 3), *город* («Страсти вокруг мэра», «Мэрия жаждет дизайнерских идей», всего 2), *криминал* («Рискнуть и взять большой куш», всего 1), *природа* («Редчайшее явление — парад планет — смогут увидеть жители Бурятии», всего 1). Заметна политическая активность газеты, в том числе противоречиво освещающей деятельность БГУ.

Что касается других вузов, то ВСГУТУ раскрывается в темах *образование* («Студенты Бурятии резко разбогатеют», «В Улан-Удэ выбрали лучшего студента»), по одному разу в темах *политика* («”Стратегия-2030” уйдет в народ»), *криминал* («Диплом бывшего советника мэра Улан-Удэ и замминистра строительства Бурятии признан незаконным»), *конкурсы* («Открытый экзамен по финансовой грамотности прошел сегодня в Улан-Удэ»). БГСХА, ВСГИК — темы *образование, спорт, конкурсы*.

Общий итог по тематическому делению: политика — 16, спорт — 13, образование — 10, конкурсы — 7, город — 5, международные связи — 2, криминал — 2, природа — 1, праздники — 1. Отметим, что велика включенность упоминаний университетов, прежде всего БГУ, в политические и спортивные новости. Темы «конкурсы», «город», «международные связи» также потенциально интересны для позиционирования вузов. Очевидно, что для позиционирования тематика новостей более важна, нежели формальная рубрикация.

Наконец, третий аспект, интересующий нас, — какие моменты, события, лица, в целом сюжеты из жизни высшей школы оказались в поле зрения журналистов. Здесь выделяется 6 групп сюжетов — *студенты, эксперты, мероприятия, площадки, социальные вопросы, выборы ректора*, причем последняя группа «выборы ректора» связана с политическими и кадровыми вопросами по процедуре смены ректора вуза.

1. Студенты, выпускники, их достижения — 15 новостей (спорт — 4, социальная активность — 3 (волонтеры, помощь пожилым, социальная помощь), КВН — 3, конкурсы красоты — 2, успешная карьера — 2, работа по специальности — 1).

2. Эксперты (преподаватель, кафедра, факультет, другая образовательная структура внутри вуза) — 12 новостей.

3. Выборы ректора — об экс-ректоре БГУ С. В. Калмыкове — 11.

4. Мероприятия (конференции, семинары, курсы, фестивали, праздники: научные мероприятия, праздник китайской культуры, тотальный диктант, фестиваль финансовой грамотности) — 10.

5. Площадки (вузы как площадки для проведения чего-либо) — 4.

6. Социальные вопросы (бюджетные места, повышение стипендий, трудоустройство выпускников) — 4.

С одной стороны, присутствие этих групп в печатных СМИ необходимо усиливать. С другой стороны, значимо отсутствие групп «инновации», «участие в экономике региона», «учебные и научные успехи студентов», «известные преподаватели».

Таким образом, можно констатировать, что позиционирование вузов в печатных СМИ региона весьма недостаточно, возможно, в том числе и из-за политики, проводимой газетами. Лишь 0,23% новостей (5 сюжетов) напрямую посвящены высшей школе, и 3% (71 новость из 2194 новостей) косвенно связаны с темой высшей школы. Отнесение к рубрикам во многом вещь формальная, важнее темы и сюжеты новостей. В тематической классификации политика и спорт, отражающие читательские и журналистские приоритеты, доминируют. В анализе сюжета отмечена относительная частотность групп «студенты», «эксперты (преподаватели)», «мероприятия» как имеющих потенциал для более широкого и важного позиционирования вузов региона.

Литература

1. Башкеева В. В., Литвинчева Е. А. Имидж регионального вуза: на материале бурятского телевидения // Актуальные проблемы в современной науке и пути их решения: XXV Междунар. науч.-практ. конф. 2016. Ч. 1, № 5(26). С. 131–133.

2. Моисеева Н. К., Пискунова Н. Н., Костина Г. Д. Маркетинг и конкурентоспособность образовательного учреждения // Маркетинг. 1999. № 5. С.77–89.

IMAGE OF THE REGIONAL UNIVERSITY
IN THE PRINT MEDIA OF BURYATIA

Vera V. Bashkeeva
Ekaterina A. Litvincheva
Buryat State University
24a, Smolina St., Ulan-Ude, 670000 Russia

Here is a systematization of regional print mass-media information about Buryat regional universities from the point of view of «university's image». There are materials from newspapers «Inform Polis», «MK in Buryatia», «Number 1» (1.9.2015 – 31.10.2015). The most number of materials are devoted to Buryat State University (57 articles from 71). There is lack of information about universities, only 0,23% news directly devoted to universities. Headings, themes, plots were classified. Groups of such plots as «students», «experts», «events» have good potential for universities' image.

Keywords: university's image; Buryat State university; high education of Buryatia; Buryat weekly newspapers.