

ИМИДЖ УНИВЕРСИТЕТА КАК МОТИВАЦИОННЫЙ ФАКТОР ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА (НА ПРИМЕРЕ ВИТЕБСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ П.М. МАШЕРОВА)

Гурская П.Ю.,

*ст. 2 курса ВГУ имени П.М. Машерова, г. Витебск, Республика Беларусь
Научный руководитель – Горегляд Е.Н., канд. филол. наук, доцент*

Важность поиска оптимальных путей формирования позитивного и эффективного имиджа современного вуза, обеспечивающего повышение лояльности целевых аудиторных сегментов (прежде всего потребителей образовательных услуг), а также привлечение новых стратегически важных партнеров для реализации приоритетных задач инновационной политики, неоспорима. Этим определяется актуальность проведенного нами исследования факторов, формирующих имидж Витебского государственного университета имени П.М. Машерова.

Цель исследования – посредством опроса студентов ВГУ имени П.М. Машерова изучить, проанализировать, осмыслить элементы, формирующие имидж вуза; выяснить способы удачной реализации имиджевых форм, ссылаясь на мнение современного студента и его родителей.

Материалы и методы. В качестве материала исследования нами использованы данные, полученные в ходе опроса респондентов, данные официального сайта университета, паблик социальной сети «ВКонтакте». Методологическую базу составили общенаучные методы анализа, опроса, наблюдения.

Результаты и их обсуждение. Сегодня принято утверждать: «Если информации о тебе нет в информационном пространстве, то это значит – тебя нет» [1]. Поэтому существует необходимость исследования факторов формирования имиджа вуза как принципиально нового явления. Интерес к этому явлению определяется необходимостью создания концептуальной модели медиа-имиджа вуза, выделения его смысловых доминант и структурных особенностей.

Витебский государственный университет имени П.М. Машерова – это современный культурно-образовательный центр, в котором удачно сочетаются вековые традиции и инновации высшей школы. Университет является многопрофильным учреждением высшего образования, где осуществляется подготовка высококвалифицированных кадров по самым востребованным специальностям. Научные школы университета реализуют задания государственных программ научных исследований. Признанию ВГУ на мировом уровне способствует международная деятельность, направленная на интернационализацию высшего образования. Это достигается за счёт продуктивного установления партнерских отношений с ведущими зарубежными образовательными учреждениями, интенсивного развития программ студенческой и преподавательской академической мобильности, активного международного научного сотрудничества, достойного представления университета в международных ассоциациях, объединениях и рейтингах.

Для эффективной деятельности ВГУ, взявшего курс на инновационное развитие, большое значение имеет установление позитивного системного диа-

лога с будущими абитуриентами и их родителями как потребителями образовательных услуг.

Нами был проведен опрос студентов университета и их родителей (всего 100 человек) с целью выявить основные источники получения информации о вузе. В результате обработки полученной информации нам удалось выделить три основных параметра, по которым устанавливается системный диалог вуза с будущими абитуриентами и их родителями.

1. Результаты проведенного опроса показали, что 45% респондентов для получения информации обратились к официальному сайту вуза (<https://vsu.by/>).

Существуют определенные требования к web-сайту как основному инструменту электронного маркетинга вуза: он должен быть удобным и информативным для потенциальных студентов, для академического и научного сообщества; должен содержать подробную информацию о программах обучения, включая бакалавриат, магистратуру, а также о научных исследованиях, проводимых в вузе. На сайте должна быть представлена информация о факультетах, профессорско-преподавательском составе, научных лабораториях, библиотеке и других ресурсах. Важно наличие раздела, информирующего о студенческой жизни, об общественных организациях и т.д., что определяет возможности для развития личности студента. Значимо наличие на сайте информации об актуальных проектах и стартапах, о возможностях международного обмена студентами и преподавателями, а также о партнерстве с другими университетами и компаниями.

Сайт ВГУ имени П.М. Машерова соответствует всем указанным требованиям, т.к. он:

- информативный (содержится актуальная информация),
- практичный (на главной странице все данные расположены в отдельных ячейках: Университет, Абитуриенту, Иностранным абитуриентам, Студентам, Магистрантам и аспирантам, Повышение квалификации и переподготовка);
- продуктивный (детально изложена информация об образовательной, научной, международной, воспитательной деятельности; доступны сведения о платных услугах, общественных организациях, подготовительных курсах, музее, спортивных объектах),
- визуально аттрактивный (красочная анимация, фотогалерея, проморолики).

Таким образом, интернет-сайт ВГУ имени П.М. Машерова формирует позитивный медийный имидж и является своеобразной «визитной карточкой» вуза.

2. 30% опрошенных нами респондентов получили информацию об университете в ходе Дня открытых дверей – мероприятия, которое предоставляет возможность потенциальным студентам и их родителям узнать больше об учебной программе, условиях поступления, инфраструктуре университета и жизни студентов. День открытых дверей является отличной возможностью для университета продемонстрировать свою профессиональность, современность и инновационный подход к образованию.

День открытых дверей в ВГУ – это ежегодное масштабное мероприятие. 2 декабря 2023 года в очередной раз посетители смогли принять участие в презентациях учебных программ, пообщаться с профессорско-преподавательским составом и студентами, посетить лекции и мастер-классы, осмотреть учебные и

спортивные помещения, задать все интересующие вопросы и насладиться ярким концертом. По отзывам абитуриентов, посетивших очередной День открытых дверей в ВГУ, внушительное большинство (85%) остались довольны организацией данного мероприятия. Таким образом, день открытых дверей – наглядный и практичный способ установления позитивного диалога с абитуриентами и их родителями [3].

3. 15% респондентов получили необходимую информацию об университете благодаря профориентационным мероприятиям.

Профессиональная ориентация имеет огромное значение, поскольку помогает будущим абитуриентам определить свои интересы и цели, оценить способности, способствует повышению мотивации учеников, помогает понять ценность образования. Данные нашего опроса показали, что профориентация является одним из наиболее успешных способов установления диалога высшего учебного заведения и будущего абитуриента.

С начала нынешнего учебного года ректор ВГУ профессор В.В. Богатырева, представители Лицея ВГУ, профессорско-преподавательского состава провели ряд встреч с учащимися средних школ Полоцкого, Шумилинского и других районов, г. Новолукомля, Дубровно и др. Выступающие проинформировали потенциальных абитуриентов о специальностях, о сроках, правилах проведения вступительных испытаний и о льготах, о проживании и питании иногородних лицеистов. Не остался в стороне и вопрос организации образовательного процесса, факультативных, поддерживающих и стимулирующих занятий. Учащиеся школ смогли задать интересующие вопросы и получить на них ответы [2].

Нами было проведен дополнительный опрос студентов Витебского государственного университета имени П. М. Машерова с целью выяснить, какую информацию наиболее перспективно транслировать для массового привлечения абитуриентов. Студентам был задан вопрос: «На какие факторы вы ориентировались, выбирая вуз?»

Результат показал, что внимание абитуриентов направлено на:

- качество образования – 23 %;
- доступность обучения – 25 %;
- активную культурно-массовую жизнь вуза – 20 %;
- стоимость обучения – 15 %;
- наличие военной кафедры – 13 %;
- наличие общежития – 4 %.

Отметим также, что в ВГУ имени П.М. Машерова абитуриентам предлагается участие в университетских олимпиадах, по результатам которых победители имеют право на зачисление в университет без вступительных испытаний на бюджетную форму обучения по соответствующим специальностям.

Заключение. Ориентируясь на данные опросов, нам удалось выяснить основные компоненты, формирующие основу имиджа ВГУ имени П.М. Машерова. Университет должен уметь смело заявлять о своих сильных сторонах, иметь сильный преподавательский состав и успешные общественные и творческие объединения. Транслируя информацию в медиaprостранстве по выявленным

нами приоритетным направлениям деятельности университета, Витебский государственный университет имени П.М. Машерова способен привлечь более широкую аудиторию.

Литература

1. Исенко, С. Имидж и коммуникативная культура экспертов в сфере образования / С. Исенко // Народное образование. – 2007. – №8. – С. 115-125 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lib.vsu.by/e-katalog> – Дата доступа : 11.12. 2023 г.

2. Лицей ВГУ имени П.М. Машерова [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://lyceum.vsu.by> – Дата доступа : 14.12.2023 г.

РОДАВЫЯ НАМІНАЦЫІ ЕЖЫ Ў СТАРАБЕЛАРУСКАЙ МОВЕ XIV–XVII СТСТ.

Дземідовіч А.М.,

*ст. 1 курса ВДУ імя П.М. Машэрава, г. Віцебск, Рэспубліка Беларусь
Навуковы кіраўнік – А.С. Дзядова, кандыдат філал. навук, дацэнт*

У тэматычным разрадзе побытавай лексікі старабеларускай мовы XIV–XVII стст. значнае месца займаюць назвы ежы і прадуктаў харчавання. Заўважым, што ежа на любым этапе гісторыі з’яўлялася не толькі неад’емнай часткай чалавечага жыцця, але і адным са складнікаў матэрыяльнай культуры. Гэта можа быць пацверджана наяўнасцю ў нашых продкаў мноства абрадаў і звычаяў, звязаных як з пэўнымі прадуктамі харчавання, так і працэсам прыняцця ежы. Значнасць сегмента культуры, звязанага з ежай і рознымі стравамі, спараджае даследчыцкі інтарэс не толькі ў галіне філалогіі, але і ў іншых галінах, у тым ліку гісторыі і археалогіі. Між тым асноўнай крыніцай звестак пра асаблівасці ежы ў славян застаюцца старажытныя пісьмовыя крыніцы.

Нягледзячы на значную колькасць навуковых прац і дасягнуты поспех сучасных мовазнаўчых даследаванняў у галіне гістарычнай лексікалогіі, актуальнасць нашага даследавання вызначаецца неабходнасцю больш дэталёвага структурна-семантычнага аналізу асобных груп побытавай лексікі, у тым ліку назваў ежы, якія дастаткова шырока функцыянавалі на старабеларускай моўнай глебе ў XIV–XVII стст. А гэта дае магчымасць больш глыбока пазнаёміцца з лексічным багаццем беларускай мовы ў старажытныя часы. Мэта нашага навуковага артыкула – выявіць асаблівасці структурнага складу, семантыкі і паходжання родавых назваў ежы ў старабеларускай літаратурна-пісьмовай мове XIV–XVII стст.

Матэрыял і метады. Даследаванне праведзена на аснове наступных лексікаграфічных крыніц: “Гістарычны слоўнік беларускай мовы”, вып 1–37 [1] і “Кароткі гістарычны слоўнік беларускай мовы” [2]. Матэрыялам для аналізу паслужылі родавыя намінацыі ежы – больш за 20 лексічных адзінак, выбраных з указаных вышэй лексікаграфічных даведнікаў. Асноўнымі метадамі даследавання выступаюць класіфікацыйны, апісальны метады і метады сістэмнага аналізу.