Руслан Алексеевич Лебедев

*Забайкальский государственный университет*

ruslan.lebedev.leo@gmail.com

**Имидж вуза в семиотике культуры**

Автор рассматривает имидж университета через оптику семиотики культуры для лучшего понимания оснований и важности концептуального подхода к формированию образа университетов для стратегического развития страны.

*Ключевые слова*: имидж вуза, семиотика, развитие университета.

Потенциал страны зависит от образованности и культурно-нравственного развития его граждан. Одним из важнейших институтов, формирующих направления этого развития, является высшее образование. Поэтому конструирование образов российских вузов может быть одним из ключевых шагов к достижению целей стратегии научно-технологического развития России.

В основе имиджа всегда лежит понятие «образ», который формируется на основе различной информации из СМИ и СМК, социальных норм, личного опыта человека, искусства и культуры. Они определяют эмоционально-эстетические установки человека, влияющие на этико-эстетическую оценку этого образа и формирование мнения о нём. Так, имидж можно определить как индивидуальный образ чего-либо, который подвергается различного рода оценке.

По аналогии, имидж высшего учебного заведения можно определить как индивидуальный образ вуза, подвергнутый различного рода оценке аудитории. Имидж университета представляет собой многоаспектное явление, поскольку он может складываться относительно разных оснований и объектов, это может быть как результат деятельности вуза (например, качество образования и компетентность его выпускников), так и территория, на которой он находится. Также имидж ориентирован на большое количество разных сегментов внешней и внутренней аудиторий. Все эти факты подталкивают нас к рассмотрению имиджа вуза как семиотического пространства, наполненного знаковыми системами и смыслами, – как семиосферы.

Семиосфера – понятие из области семиотики культуры, которая анализирует культурные феномены как тексты. Такие тексты могут представлять собой вербальные и невербальные формы выражения. Ю. М. Лотман утверждал, что в центральном компоненте семиосферы находится национальный язык, с которым соотносятся и на который опираются другие знаковые системы и формы коммуникации [1]. Семиосфера, как и сама культура, не статична – способна изменяться, заимствовать и генерировать разные формы выражения тех или иных смыслов, обращается к опыту прошлого и опыту других культур.

Если рассматривать имидж вуза через оптику семиотики культуры, то он также раскрывается как символическая система, в которой вуз понимается не только как образовательное учреждение, но и как культурный текст – символический конструкт, способный транслировать культурные ценности, социальные нормы и ожидания общества. Имидж университета может быть «прочитан» и интерпретирован. В роли «текста» могут выступать различные формы сообщений, например:

1. знаки и символы – это символическая репрезентация, чаще всего к ней относят названия, фирменные цвета, эмблемы, логотипы или гербы, девизы и слоганы вузов, содержащие и отражающие различные ценностные ориентиры, а также визуальные образы и ассоциации с тем или иным вузом;

2. культурные коды и идентичности – крупные университеты уделяют внимание описанию своей миссии, философии и ценностей, а опираясь на культурные коды в своих сообщениях, вузы могут точнее сформировать свой образ и привлечь необходимую аудиторию;

3. мифы и нарративы – на имидж вузов влияют их история и мифы вокруг неё, в брендинге это называется «история и легенда бренда» – это усиливает восприятие бренда и его культурную значимость в глазах аудитории, что может положительно влиять на образ университета.

Вузы формируют определенные социальные ожидания и роли, которые общество приписывает университету и его выпускникам. Образ университета как источника не только профессиональных знаний, но и культурных и моральных ценностей поддерживает важную функцию в формировании элиты, что является мощным культурным знаком с позиции семиотики культуры. Однако и сам вуз с помощью своей семиосферы способен влиять на восприятие ценностных установок студентов и аудитории, культивируя определённые нормы.

*Литература*

1. Лотман Ю. М. Семиосфера: культура и взрыв. Внутри мыслящих миров. Статьи. Исследования. Заметки (1968–1992). СПб.: Искусство-СПб, 2000.

2. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки. М.: Лабиринт, 2001.

3. Соссюр Ф. де Курс общей лингвистики. Екатеринбург: Изд-во УрГУ, 1999.