

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА  
ХУДОЖЕСТВЕННО-ГРАФИЧЕСКОГО ФАКУЛЬТЕТА  
МОСКОВСКОГО ПЕДАГОГИЧЕСКОГО  
ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**К.М. Зубрилин**

**Аннотация.** В статье рассмотрены особенности формирования имиджа художественно-графического факультета Московского педагогического государственного университета (МПГУ). Актуальность темы состоит в ее недостаточной изученности. Между тем, положительный имидж играет важную роль при выборе образовательной организации целевой аудиторией. Основная цель статьи заключается в выявлении и анализе особенностей формирования имиджа художественно-графического факультета МПГУ. Отмечается, что имидж факультета состоит из следующих факторов: истории и традиции факультета, потенциал профессорско-преподавательского состава факультета, перспективность и непрерывность обучения, трудоустройство выпускников, социальные факторы, деловые коммуникации и рекламная известность, возможность академической мобильности и подготовки для поступления в различные профессиональные сообщества, зарубежные стажировки и практики, получение двух дипломов о высшем образовании. Положительный имидж художественно-графического факультета играет огромную роль для целевой аудитории при выборе образовательного учреждения. Для его формирования требуется определенное количество времени и финансовых затрат, а также постоянная поддержка и корректировка с учетом вызовов времени.

**Ключевые слова:** художественно-графический факультет, имидж факультета, особенности формирования имиджа, целевая аудитория, факторы имиджа.

© Зубрилин К.М., 2019

Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License  
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

## FEATURES OF FORMING THE IMAGE OF THE ART AND GRAPHIC FACULTY OF MOSCOW PEDAGOGICAL STATE UNIVERSITY

**K.M. Zubrilin**

**Abstract.** *The article considers the features of forming the image of the Art and graphic faculty of Moscow Pedagogical State University. The relevance of the topic lies in its insufficient study meanwhile, a positive image plays an important role in choosing the educational organization of the target audience. The main goal of the article is to identify and analyze the features of the image formation of the art and graphic faculty of Moscow Pedagogical State University. It is noted that the image of the faculty consists of the following factors: the history and traditions of the faculty, the potential of the faculty, the prospects and continuity of education, the employment of graduates, social factors, business communications and advertising, the possibility of academic mobility, the possibility of preparation for admission to professional communities the possibility of foreign internships and practices, the possibility for obtaining two diplomas of higher education. The author comes to the conclusion that the positive image of the art and graphic faculty plays a huge role for the target audience in choosing an educational institution. Its formation requires a certain amount of time and financial costs, as well as constant support and adjustment taking into account the challenges of the time.*

**Keywords:** *Art and graphic faculty, image of faculty, features of forming the image of the faculty, target audience, information publication, factors of image.*

Актуальность и научный интерес к изучению имиджа мы рассматриваем как социально обусловленное явление, содействующее созданию обобщенного образа образовательного учреждения в качестве стереотипа восприятия общественностью. Для исследования важны объективно существующие противоречия, например, со стороны системы образования, человеческого капитала, научной деятельности, наконец, как потенциал развития общества при отсутствии достойного внимания к проблеме имиджа образовательного учреждения и системы образования в целом.

Имидж (от лат. imago — «изображение, образ») — это намеренно или целенаправленно созданный образ объекта, наделенный определенными ценностями, которые продуцируют такие впечатления, отношения и оценку, которые необходимы создателю этого объекта. Значение имиджа образовательного учреждения — в продуктивном взаимодействии с общественностью и с потребителями образовательных услуг. Имидж — это положительная и эмоциональная подача образа учреждения, его ценностных установок в достижении поставленных целей позитивно

настроенной личности при соотношении с желанием и мерой личности [1]. Не менее важна связь имиджа с требованиями, которые предъявляются современными социальными, политическими и экономическими структурами, а также учет ранее сложившейся репутации и традиций с дальнейшей перспективой развития в сложившихся новых экономических условиях с имеющимся преимуществом перед аналогичными образовательными учреждениями [2]. Отсюда необходимы ответы на вопросы — для кого, зачем и против кого.

Рассмотрим особенности формирования положительного имиджа художественно-графического факультета (далее ХГФ) Московского педагогического государственного университета (далее МПГУ), учитывая, что имидж факультета в сфере высшего образования — очень важный критерий в выборе учебного заведения для абитуриентов, родителей и людей, которые хотят получить высшее и дополнительное образование. Основное внимание при выборе учебного заведения целевая аудитория обращает на репутацию, складывающуюся из многих элементов, составляющих имидж факультета определенного вуза. При создании позитивного имиджа, как правило, используются различные специальные мероприятия, визуализированная подача материала в виде рекламы с помощью средств массовой коммуникации, интернета, телевидения, стационарных носителей — стендов, щитов и др. [3]. Компоненты имиджа художественно-графического факультета МПГУ можно представить следующими факторами: историей и

традициями факультета; потенциалом профессорско-преподавательского состава; перспективностью и непрерывностью обучения; возможностью трудоустройства выпускников после завершения обучения; социальными факторами; деловыми коммуникациями и рекламной известностью, возможностью получения академической мобильности (продолжение обучения в различных странах); вступлением в профессиональные союзы (Московский союз художников, Творческий союз художников России и др.); получением зарубежных стажировок и практик, а также двух дипломов о высшем образовании (при наличии совместных образовательных программ).

Особо отметим, что традиция — это исторически сложившееся и передаваемые из поколения в поколение обычаи, нормы поведения, взгляды. Традиция играет огромную роль при создании имиджа учебного заведения [4]. Можно выделить основные черты традиций. Они складываются в течении всей жизни вуза и факультета, отражая ценности, присущие только факультету, благодаря мероприятиям, проводимым периодически или систематически и ориентированным на студентов, профессорско-преподавательский состав, ветеранов и др.

Итак, история ХГФ МПГУ началась с 11 декабря 1941 года. Приказом по Наркомпросу РСФСР за номером 81-к художественно-графический факультет МПГУ стал первым в нашей стране учебным заведением, начавшим подготовку учителей рисования и черчения с высшим педагогическим образованием. В основе обучения рисунку и живописи была взята система известных художников и пе-

дагогов П.П. Чистякова и Д.Н. Кардовского, базирующаяся на основах реалистического искусства. В последствии профессор Николай Николаевич Ростовцев и Владимир Сергеевич Кузин занимались вопросами методики преподавания изобразительного искусства в школе. Реалистическая школа рисования сохраняется на факультете и сегодня.

Традицией на художественно-графическом факультете стала слаженная работа высококвалифицированного профессорско-преподавательского состава, который отличается безупречной репутацией, высоким профессиональным и творческим потенциалом. На ХГФ работают 78 преподавателей, из них 1 академик РАО и РАХ, 11 докторов наук, 43 кандидата наук. Более 30 преподавателей состоят в профессиональных союзах. Многие активно и постоянно ведут творческую и научную деятельность.

Перспективность и непрерывность обучения на ХГФ представлена в следующих формах: курсы дополнительного образования по изобразительному искусству, подготовительные курсы к творческому экзамену при вступительных испытаниях, образовательные программы бакалавриата, магистратуры и аспирантуры, курсы повышения квалификации и переподготовки. Большое значение для научного потенциала педагогических кадров в области художественного образования имеет диссертационный совет Д 212.154.03. Это первый диссертационный совет в России, принимающий к защите диссертации по теории и методике обучения и воспитания (изобразительное искусство) и (черчение). Именно в совете происходит обсуж-

дение и корректировка последних научно-исследовательских достижений в художественном образовании, традиционно придавая особый статус факультету.

Основной и главной задачей ХГФ является формирование и совершенствование системы получения всех уровней высшего и дополнительного образования в области преподавания изобразительного искусства, дизайна, истории мировой художественной культуры, декоративно-прикладного искусства и др. Особая роль дополнительного образования заключается в объединении задач самореализации и актуализации личности, развитии мотивации к творчеству и освоении технологий творческой деятельности, формировании нравственных и эстетических качеств, развитии способности к восприятию искусства и др. Такая система дополнительного образования позволяет готовить абитуриентов к вступительным экзаменам, проводить различные мероприятия по профориентации детей (студии на постоянной основе и мастер-классы), а также организовывать актуальные курсы повышения квалификации и переподготовки преподавателей системы художественного образования. На этих курсах — целенаправленно и в творческой атмосфере вырабатывать приемы ориентации в художественном пространстве, формировать способности к оценочной деятельности в эстетической сфере. Программы такой переподготовки открыты всем современным технологиям и методикам изобразительного, декоративно-прикладного и дизайнерского искусства различных общеобразовательных школ, среднего профессионального образования, школ искусств и

непрерывного образования. Качество образования повышается во многом благодаря перспективности обучения на ХГФ с ее направлениями обучения и уровнем получения образования: бакалавриат, магистратура, аспирантура. Причем число выпускников-бакалавров факультета, поступающих в магистратуру, ежегодно увеличивается (диаграмма 1 и 2). Растет и уровень их подготовки.

Выпускниками ХГФ являются молодые специалисты — учителя изобразительного искусства и черчения, педагоги дополнительного образования, художники, дизайнеры,

художники декоративно-прикладного искусства и т.д. В процессе обучения студентов закладываются фундаментальные знания, основанные на сложившихся традициях. В этой связи у работодателей вырабатываются высокие ожидания в отношении выпускников ХГФ МПГУ. Кроме того, профессиональная подготовка, трудоустройство выпускников, возможность продолжения обучения является основными критериями при выборе факультета. Качество профессиональной подготовки выпускника факультета проверяется личным портфолио, отзывами и реко-

Диаграмма № 1  
Количество поданных заявлений

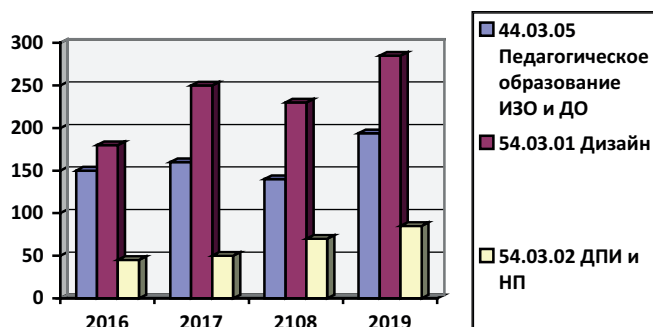
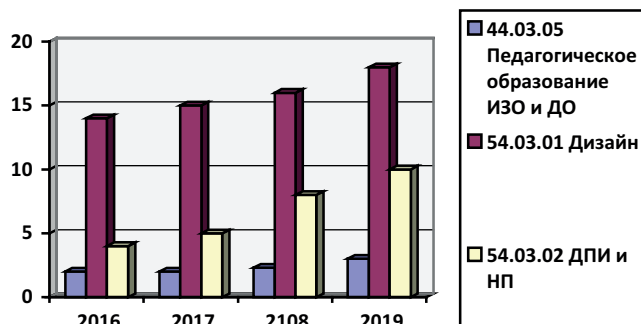


Диаграмма № 2  
Количество человек на место



мендациями с производственной, учебной и научной практик.

Имидж любого образовательного учреждения также складывается из следующих социальных факторов: оснащением мастерских и аудиторий, наличием общежития, материальной обеспеченностью и возможностью получения различных именных стипендий, стоимостью образовательных программ и курсов повышения квалификации, соотношением цены — количества часов — качества обучения, месторасположением, транспортной доступностью, наличием хорошей материальной базы. В период обучения на ХГФ есть возможность в рамках академической мобильности на первом семестре пройти стажировку в вузе-партнере МПГУ с целью ознакомления с художественным образованием различных стран. Так, МПГУ имеет более 150 договоров с вузами всего мира. За последний год студенты ХГФ выезжали в Китай, Польшу, Корею, Румынию и другие страны [5]. Наряду с этим, во время обучения на старших курсах студентам предлагают участвовать в различных по тематике выставках, конкурсах, проводимых профессиональными союзами, что, при активном участии в этих мероприятиях, дает им возможность вступления в эти союзы. Важно также и то, что в МПГУ реализуется различные совместные и сетевые образовательные программы, направленные на получение двух дипломов о высшем образовании. Причем второй диплом выдается при условии сдачи экзаменов. На факультете в рамках образовательной программы 44.03.05 Педагогическое образование «Изобразительное искусство и

Дополнительное образование» есть возможность получить второй диплом Лондонского университета.

Целевая аудитория ХГФ состоит из абитуриентов, родителей, студентов, преподавателей, работодателей, конкурентов, деловых партнеров, государственных органов и др. Для грамотного и эффективного взаимодействия с аудиторией, необходимо поддержание положительного имиджа ХГФ МПГУ и привлечения внимания с помощью хорошо продуманной внешней атрибутики. Внешние атрибуты имиджа ХГФ состоят из фирменного стиля, информации, размещенной на официальном сайте МПГУ, дизайна и информационных раздаточных материалов, грамотного ведения страничек в социальных сетях. Один из инструментов внешних знаков привлечения внимания целевой аудитории — это сувенирная продукция. На ХГФ можно встретить следующую сувенирную продукцию: футболки, толстовки, годовые календари, ежедневники, ручки, значки, медали, декоративные тарелки, пресс-воллы, оригинальные флешки, ручки, блокноты, бейджи, открытки и др. Это подчеркивает наличие фирменного стиля и стабильность работы МПГУ, которые оставляют положительное впечатление и доверие у целевой аудитории, сближает работников, идентифицирует МПГУ среди других вузов, повышает силу духа у студентов [4]. На формирование положительного имиджа ХГФ МПГУ оказывает ведение аккаунтов в социальных сетях (<https://vk.com/iimpгу>, и другие) и функционирование официального сайта МПГУ (<http://mpgu.su/ob-mpgu/struktura/faculties/institut-is-kusstv/hgf/o-fakultete/>). Наличие офи-



циального сайта МПГУ позволяет целевой аудитории получить следующую информацию: официальную информацию о ХГФ, об истории, традициях, успехах и наградах факультета, а его структурных подразделениях и работниках, о приеме, переводах, восстановлениях на образовательные программы, о документах регламентирующих деятельность факультета, об основных образовательных программах и дополнительном образовании, о событиях, происходящих в жизни ХГФ в виде фотоотчетов, видеороликов и др. Ведение аккаунтов в социальных сетях формирует образ ХГФ МПГУ в сознании целевой аудитории. Неформальное общение в социальных сетях позволяет получить интересную информацию от целевой аудитории и о событиях, происходящих на факультете. В них выложено большее информации, чем на официальном сайте МПГУ, это фотоматериалы, видеоматериалы, переписки и т.д. Аудиторию привлекает анонимность, интерактивность и распространенность социальных сетей. Ведение социальных сетей сотрудниками факультета также можно отнести к одному из факторов формирования имиджа в настоящее время. К специфике имиджа ХГФ относится форма проведения большей части учебных занятий, которые носят практический характер, что явно отражается на активной выставочной деятельности не только студентов, но и преподавателей.

Важной частью формирования имиджа факультета и его узнаваемости среди общественности становятся решения ряда задач, включающих:

- деловые мероприятия: семинары, конференции, презентации, мастер-классы, круглые столы, конкурсы и фестивали;
- информационные мероприятия: дни открытых дверей, интервью с руководителями подразделений и руководителей программ, экскурсии по факультету, экскурсии в музеи МПГУ;
- культурно-массовые мероприятия: общеуниверситетские праздники, юбилейные торжества, открытие творческих выставок, награждение победителей и участников различных мероприятий, концерты, встречи с известными педагогами, художниками, мультипликаторами и т.д.
- выездные мероприятия: учебные и производственные практики (летние педагогические, пленэрные практики и т.д.) конференции, мастер-классы, выставки творческих работ студентов и преподавателей и др.;
- профессионально выполненная реклама с использованием различных визуальных технологий с целью привлечения обучающихся на основные и дополнительные образовательные программы.

К формированию имиджа факультета относятся также: издания раздаточного информационного материала, юбилейные каталоги, отчеты выставочных печатных изданий; результаты конференций; издание монографий, учебных пособий, учебников и др. Все это является показателями научно-методического потенциала факультета, создавая единое информационное поле для формирования его положительно-го имиджа среди целевой аудитории, особенно при выборе образовательного учреждения для получения соответствующего образования.

## СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Давыденкова, О.В. Социально-психологическая структура ПР-сообщения как механизм формирования имиджа высшего учебного заведения: дис. ... канд. психол. наук. М., 2009. 153 с.
2. Валева, О.Н. Педагогический потенциал образовательной организации как средство формирования имиджа студента: дис. ... канд. пед. наук. Оренбургский государственный педагогический университет, 2016.
3. Ананченкова, П.И. Совершенствование имиджа как фактор конкурентоспособности высшего учебного заведения: организационно-методические аспекты: дис. ... канд. эконом. наук. М., 2009. 163 с.
4. Зуева, Е.И. Подходы к формированию имиджа образовательного учреждения. URL: <http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/2002/zueva.html> (дата обращения: 10.08.2019).
5. Зубрилин, К.М., Иванова, Н.С., Скворцов, К.А. Художественно-творческий потенциал школьников. М.: Издательство НИИ ИЭП, 2018. 148 с.

## REFERENCES

1. Ananchenkova P.I. *Sovershenstvovanie imidzha kak faktor konkurentosposobnosti vysshego uchebnogo zavedeniya: organizacionno-metodicheskie aspekty: PhD dissertation (Economy)*. Moscow, 2009. 163 p. (in Russian)
2. Davydenkova O.V. *Socialno-psihologicheskaya struktura PR-soobshcheniya kak mekhanizm formirovaniya imidzha vysshego uchebnogo zavedeniya: PhD dissertation (Phycology)*. Moscow, 2009, 153 p. (in Russian)
3. Valeeva O.N. *Pedagogicheskij potencial obrazovatelnoj organizacii kak sredstvo formirovaniya imidzha studenta: PhD dissertation (Pedagogy)*. Orenburgskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet, 2016. (in Russian)
4. Zubrilin K.M., Ivanova N.S., Skvortsov K.A. *Hudozhestvenno-tvorcheskij potencial shkolnikov*. Moscow, Izdatelstvo NII IEP, 2018, 148 p. (in Russian)
5. Zueva E.I. *Podhody k formirovaniyu imidzha obrazovatel'nogo uchrezhdeniya*, available at: <http://aeli.altai.ru/nauka/sbornik/2002/zueva.html> (accessed: 10.08.2019). (in Russian)

**Зубрилин Константин Михайлович**, кандидат педагогических наук, и.о. декана художественно-графического факультета, Институт изящных искусств, Московский педагогический государственный университет, [km.zubrilin@mpgu.su](mailto:km.zubrilin@mpgu.su)

**Zubrilin K.M.**, PhD (Pedagogy), Acting Dean, Art and Graphics Faculty, Institute of Fine Arts, Moscow Pedagogical State University, [km.zubrilin@mpgu.su](mailto:km.zubrilin@mpgu.su)