

ПОЗИТИВНИЙ ІМІДЖ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В УМОВАХ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ

POSITIVE IMAGE OF MODERN UNIVERSITY IN THE CONTEXT OF INTERNATIONALIZATION OF HIGHER EDUCATION

Розглянуто проблему позитивного іміджу університету як фактора його конкурентоздатності на міжнародному ринку освітніх послуг у процесі інтернаціоналізації вищої освіти; виявлено суть і перспективи її існуючих стратегій; з'ясовано критерії рейтингування ЗВО в Україні і світі. Встановлено, що мережа навчальних закладів вищої освіти України сьогодні прагне надати відповідності навчальних програм кваліфікаційним запитам українського суспільства та світу, здійснювати постійний моніторинг якості вищої освіти, оцінювати діяльність навчальних закладів та оприлюднювати результати. Доведено, що в основі позитивного іміджу університету лежить реалізація концепції його стратегічного, інноваційного розвитку та діяльності.

Ключові слова: позитивний імідж, інтернаціоналізація, освітня стратегія, академічна мобільність.

Рассмотрена проблема положительного имиджа университета как фактора его конкурентоспособности на международном рынке образовательных услуг в процессе интернационализации высшего образования; выявлены суть и перспективы ее существующих стратегий; выяснены критерии рейтингования университетов в Украине и мире. Установлено, что сеть учебных заведений высшего образования Украины сегодня стремится предоставить соответствие учебных программ квалификационным запросам украинского общества и

мира, осуществлять постоянный мониторинг качества высшего образования, оценивать деятельность учебных заведений и обнародовать результаты. Доказано, что в основе положительного имиджа университета лежит реализация концепции его стратегического, инновационного развития и деятельности.

Ключевые слова: положительный имидж, интернационализация, образовательная стратегия, академическая мобильность.

Given study considers the issues of the university's positive image of as a factor for its competitiveness in the international market of educational services in the process of internationalization of higher education; the essence and perspectives of its existing strategies were elucidated. The criteria for ratings of higher educational institution in Ukraine and in the world were determined. It has been discovered that today the network of educational institutions of higher education in Ukraine aims to provide the correspondence of educational programs to the qualification demands of Ukrainian society and worldwide norms, to carry out continuous monitoring of quality efficiency of higher education, to evaluate the activity of educational institutions and to declare the results. It was proved that the basis of the positive image of the University lies in the implementation of the concept of its strategic, innovative development and activities.

Key words: positive image, internationalization, educational strategy, academic mobility.

УДК 378.4:378.014.25

Суліма Є.М.,

докт. філос. наук, професор,
член правління

Бізнес школи «DKLex Academy»
(м. Таллін, Естонія)

Постановка проблеми у загальному вигляді.

Інформаційно-технологічна революція кінця ХХ – початку ХХІ ст. спричинила нинішню хвилю глобалізації та, відповідно, інтернаціоналізацію вищої освіти, що несе загрозу витоку інтелектуального капіталу, зменшення глобальної конкурентоспроможності держави, а нехтування такою небезпечною перспективою загрожує увічненню нашої відсталості й «другосортності». Сказане не заперечує необхідності адекватно відповідати на виклики сучасного глобалізованого світу, а ставить питання створення регулятивних норм і механізмів управління процесами зовнішньої та внутрішньої інтернаціоналізації освіти як експорту та імпорту освітніх послуг.

Явище інтернаціоналізації вищої освіти є різноплановим, суперечливим і неминучим для діяльності кожного сучасного закладу вищої освіти (далі – ЗВО), причому реалізувати відкриті перспективи він [заклад] може на основі власної програми або стратегії інтернаціоналізації, що формує позитивний імідж ЗВО як на внутрішньому, так і на зовнішньому, міжнародному, ринку освітніх послуг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Проблема позитивного іміджу сучасного ЗВО, зокрема університету, та його формування в умовах інтернаціоналізації вищої освіти сьогодні є предметом міжгалузевих досліджень українських і зарубіжних педагогів, філософів, психологів, соціологів. Зокрема: А.В. Прохоров розглянув значення міжнародного іміджу у функціонуванні сучасного університету в умовах глобалізації та інтернаціоналізації під впливом ідей «академічного капіталізму та підприємницького університету» [2]; І.Є. Татарінов розробив методичні рекомендації щодо вивчення думки роботодавців і випускників стосовно рейтингу вищих навчальних закладів України [6]; К. Тремблей визначає форми інтернаціоналізації вищої освіти і пов'язані з ними політичні виклики в національному та світовому контекстах [7]; С. Вінсент-Ланкрін розглядає трансформовану вищу освіту в її тенденціях і перспективах [8] тощо. Невирішеною частиною загальної проблеми інтернаціоналізації вищої освіти в Україні і світі є проблема формування конкурентоздатності університету шляхом створення його позитивного іміджу у процесі експорту/імпорту як форм

виходу на міжнародний ринок освітніх послуг, що й зумовило вибір теми статті.

Метою статті є розгляд проблеми позитивного іміджу університету як фактора його конкурентоздатності на міжнародному ринку освітніх послуг у процесі інтернаціоналізації вищої освіти. У межах поставленої мети необхідно вирішити такі завдання: виявити суть існуючих стратегій інтернаціоналізації вищої освіти в Україні і світі; з'ясувати критерії рейтингування сучасного університету як допоміжного фактора формування його позитивного іміджу, конкурентоздатності на міжнародному ринку освітніх послуг у процесі інтернаціоналізації вищої освіти.

Виклад основного матеріалу. Позитивний імідж університету є цілісним уявленням про нього як про окремих вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності на певних рівнях вищої освіти, проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей [1], а також дає потрібні, соціально значимі результати і заслуговує на схвалення. Поняття позитивного іміджу є в ряду таких понять, як «рейтинг», «репутація», «популярність», «престиж», «авторитет» тощо. Аспектами вивчення позитивного іміджу сучасного університету є окреслення педагогічних умов, що забезпечують ефективність освітнього процесу, визначення критеріїв і рівнів дослідження цього феномена відповідно до загальноприйнятих стандартів і норм, а також здійснення моніторингу та рекомендацій щодо ефективності проведення освітньої та науково-дослідної діяльності. Опіраючись на таке розуміння іміджу розрізняємо в його структурі внутрішній і зовнішній рівні в градації чинників формування та критеріїв визначення. Суб'єктами внутрішнього іміджу університету є абітурієнти, студенти та викладачі, інші працівники університету; основними чинниками формування – належні педагогічні умови та організація навчально-виховної діяльності з метою гармонійного та всебічного розвитку особистості, психологічний клімат тощо; засобами формування та водночас критеріями оцінки іміджу виступають традиції університетського життя, наявність наукових шкіл, розроблення та застосування авторських методик, інноваційних технологій, дослідницьких теоретично та практично значимих проектів, економічна самостійність, автономність, своєчасне реагування на виклики навколишнього світу, впровадження нових спеціальностей, створення матеріальної, навчально-методичної бази їх забезпечення, якість, різноманітність і вартість пропонованих освітніх послуг, працевлаштування

випускників, участь у культурному, соціальному, економічному житті регіону, країни, світу, популяризація досягнень, відомі випускники та викладачі тощо.

Кожен університет має своє індивідуальне обличчя, яке визначає його конкурентні переваги над іншими, залучає висококваліфікованих працівників, абітурієнтів, студентів як із числа резидентів, так й іноземних.

Для іноземних студентів імідж університетів зі світовим ім'ям часто виступає візиткою всієї системи вищої освіти. Але ці ЗВО сконцентровані в небагатьох країнах і приваблюють кращих студентів з країн, які не в змозі забезпечити своїм громадянам світовий рівень вищої освіти. Отже, репутація є важливим фактором транснаціональної мобільності студентів і викладачів. Але об'єктивно оцінити академічну якість освіти, що дає той чи інший університет, освітні програми чи країна загалом, – завдання не з легких.

У сучасному глобалізованому світі оцінювання університетської освіти здійснюється за визначеннями на міжнародному рівні рейтингами, серед яких найвпливовішими є рейтинги «Таймз» – вища освіта» (Times Higher Education World University Rankings), світові університетські рейтинги «К'ю-Ес Кваквареллі-Симондз» (QS Quacquarelli Symonds World University Rankings) і так званий Шанхайський рейтинг (англійська аббревіатура – ARWU). У класифікації «Таймз» – вища освіта» в окрему групу «Інженерія та технології» (Engineering & Technology) виокремлено технічні університети. У процесі рейтингування діяльності університету умовно визначено максимальну теоретичну оцінку ЗВО, що становить 100 балів у розподілі відсотків і критеріїв за показниками чотирьох елементів їхньої суспільної місії: викладання, наукові дослідження, розповсюдження знань, міжнародна співпраця. Водночас для визначення інженерно-технічного рейтингу ЗВО до уваги взято показники викладання (навчальне середовище – 30%), дослідження (обсяг, дохід і репутація – 30%), розповсюдження знань (цитовання, вплив – 27,5%), міжнародну перспективу (співробітників, студентів і наукові дослідження – 7,5%), промисловий дохід (інновації – 5%). Як зазначає К. Тремблей, формування репутації міжнародної кваліфікації та рейтингу університетів відбувається під впливом низки факторів глобалізаційних процесів інтернаціоналізації вищої освіти: мови, географічної близькості країни походження та країни, що приймає на навчання, економічних умов тощо [6].

Рівень інтернаціоналізації вищої освіти донедавна вимірювався відсотком іноземних викладачів і студентів загалом у країні та в кожному ЗВО зокрема. Однак в останні роки формується новий вимір інтернаціоналізації – через систему міжнародних університетських рейтингів, у порівнянні

навчального та науково-дослідницького потенціалу університетів, його реалізації, визначенні шляхів реформування й подальшого розвитку [5]. В Україні теж зроблені кроки з розроблення свого вітчизняного рейтингу університетів. Рейтинг ЗВО України «200 найкращих вишів України» («Топ-200 Україна») складений співробітниками кафедри ЮНЕСКО «Вища технічна освіта, прикладний системний аналіз та інформатика» при Національному технічному університеті України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського». У ньому передбачена зовнішня експертиза проекту «Топ-200 Україна», яку здійснюють спеціалісти наглядової ради Міжнародної експертної групи з визначення рейтингів університетів (IREG Observatory). Діяльність ЗВО визначається за індексами: якості науково-педагогічного потенціалу, якості навчання, міжнародного визнання (сумарно – 80%), експертне оцінювання якості науково-педагогічного потенціалу та якості навчання (15%), показник інформаційних ресурсів – якість і функціональна повнота веб-сайтів університетів (5%). До рейтингу World University Rankings 2015/16 років за версією Times Higher Education вперше за історію рейтингу увійшли два українські університети: Київський національний університет імені Тараса Шевченка та Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна (позицій від 601 до 800). За основними показниками (репутація в академічному середовищі, цитованість наукових публікацій, співвідношення кількості викладачів і студентів, ставлення роботодавців до випускників, а також відносна чисельність іноземних викладачів і студентів) до рейтинг-листа QS World University 2018 року увійшли понад 900 університетів світу, зокрема шість українських: Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна посів місце у групі 401–420 у загальносвітовому рейтингу, Київський національний університет імені Тараса Шевченка – у групі 411–420, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» – у групі 501–550 місця, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут» – у групі 701–750 місця, Донецький національний університет імені Василя Стуса та Сумський державний університет – у категорії 801–1000 місця [3–5]. Укладачі рейтингу наголошують, що більшість університетів, які увійшли до «Топ-200 Україна» за останні 10 років, показують як позитивну динаміку роботи, так і недоліки: ізольованість від виробничої сфери, низький рівень інтеграції у світовий освітньо-науковий просторі, мала частка науково-інноваційної роботи в навчальних планах і загальному обсязі університетської діяльності.

Поява глобальних університетських рейтингів, таких як Shanghai і Times, здійснила великий вплив на студентську та академічну мобільність.

Адже створення університетом позитивного внутрішнього іміджу дає змогу використати перспективи інтернаціоналізації вищої освіти, зберігаючи та примножуючи досягнуте в міжсуб'єктній комунікації без кордонів та інтегруючись у міжнародний освітній простір.

Розглядаючи тенденції та перспективи, види транскордонної вищої освіти, аналітик Центру досліджень та інновацій у сфері освіти у межах Організації економічної стратегії та розвитку (Organisation for Economic cooperation and development) С. Вінсент-Ланкрін зазначає, що дедалі більше людей вибирає навчання за кордоном, проходить навчання за закордонними програмами або в іноземних вишах, що розташовані в їхній країні та функціонують як філіали, або просто використовують Інтернет для того, щоб пройти стажування, курс або програму підготовки, які пропонують закордонні університети. Аналітик вказує на фактори розвитку транскордонної вищої освіти: прагнення країн до академічних і культурних обмінів; зростаюча академічна мобільність кваліфікованих фахівців і професіоналів в умовах глобалізованої економіки; прагнення сучасних інституцій вищої освіти до отримання додаткових доходів або підвищення свого статусу і зміцнення репутації у національному та міжнародному просторі. С. Вінсент-Ланкрін умовно виокремлює чотири основні сучасні стратегії інтернаціоналізації вищої освіти, що відображають різноманітність політичних мотивацій і інструментів, які існують у цій галузі: 1) стратегія погодження – заснована на міжсуб'єктному взаєморозумінні та, крім освітніх, орієнтована на політичні, культурні, наукові цілі й цілі сприяння розвитку; санкціонує і заохочує міжнародну мобільність національних та іноземних студентів, викладачів і дослідників за допомогою розвитку систем грантів і програм академічного обміну, а також партнерства інституцій вищої освіти. Цей підхід заснований на політиці «відкритих дверей». Зусилля з координації зосереджені на сприянні розвитку національних геостратегічних пріоритетів. У рамках цього підходу управління програмами грантової підтримки найчастіше здійснюється зовнішньополітичними відомствами (перш за все МЗС). З погляду міграції цей підхід має на увазі повернення іноземних студентів у країну походження після завершення навчання; 2) стратегія залучення кваліфікованої робочої сили – передбачає більш активний і адресний підхід до рекрутингу іноземних студентів, заснована на змаганні за талант, що допомагає залучити талановитих студентів і вчених, які могли б стати інтелектуальною основою економіки приймаючої країни; 3) стратегія отримання доходу – заснована на генерації доходу, переслідує цілі, що відповідають першим двом стратегіям, але додатково орієнтована на комерційні завдання, які вирішуються

шляхом розвитку експорту освітніх послуг. Порівняно з резидентами, іноземні студенти, які оплачують повну вартість навчання, часто є джерелом додаткового доходу для закладів вищої освіти, що сприяє розвитку їхньої підприємницької активності на міжнародному ринку освітніх послуг; 4) стратегія розширення можливостей – заснована на розвитку потенціалу і полягає у підтримці та розвитку освітніх програм за кордоном й установі зарубіжних вишів на території приймаючої країни. Це переважно стосується країн, що розвиваються, транскордонна освіта може допомогти зміцнити потенціал національної системи вищої освіти завдяки розвитку пропозиції на освітні послуги і людських ресурсів для економіки та системи вищої освіти держави [7]. Як бачимо, стратегії «залучення кваліфікованої робочої сили» й «отримання доходу» працюють, перш за все, в напрямі експорту освітніх послуг, водночас стратегія «розширення можливостей» орієнтована на імпорт освітніх послуг. Українська стратегія інтернаціоналізації перебуває на етапі розроблення, у напрямі – від досвіду до теоретичного узагальнення та концептуального визначення, у поєднанні цінностей міжкультурної взаємодії та генерації доходу.

За даними МОН України, за останні роки інтернаціоналізація вищої освіти в Україні виявила себе в переважанні імпорту освітніх послуг над експортом. Навчання іноземних студентів в Україні здійснюється згідно з чинним законодавством на підставі загальнодержавних програм, міжнародних договорів України та договорів, укладених з юридичними та фізичними особами. Для навчання за кордоном українські студенти здебільшого обирають Польщу, Німеччину, Канаду, Італію, Чехію, США, Іспанію, Австрію, Францію та Угорщину. Станом на червень 2018 року за кордоном навчаються майже 70 тисяч українських студентів і лише 7% з їхнього числа планують повернутися назад, а 30% після закінчення навчання планують їхати в інші країни Євросоюзу. Водночас у 2017 році було видано 39 905 запрошень на навчання, що удвічі більше, порівняно з 2015 роком, усього сьогодні в Україні навчаються 66 310 іноземних студентів із 147 країн світу.

Висновки. Мережа навчальних закладів вищої освіти України сьогодні прагне подолати замкну-

тість у собі, надати відповідності навчальних програм кваліфікаційним запитам українського суспільства та світу, здійснювати постійний моніторинг якості вищої освіти, оцінювати діяльність навчальних закладів та оприлюднювати результати. В основі позитивного іміджу університету лежить реалізація концепції його стратегічного, інноваційного розвитку та діяльності. Однак імідж університету не може бути самоціллю, як і не може повноцінно функціонувати замкнено в часо-просторових його межах як суб'єкта. Імідж повинен знайти власне існування, бути основою розвитку матеріально-технічного та людського потенціалу. Перспективою подальших досліджень постає проблема виявлення теоретико-методологічних засад концепції стратегічного розвитку процесу інтернаціоналізації вищої освіти України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про освіту». Відомості Верховної Ради України. 2017. № 38–39. Ст. 380. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>.
2. Прохоров А.В. Аксиологические особенности формирования имиджа университета в условиях глобализации и интернационализации // Вестник Тамбовского университета. Серия: «Гуманитарные науки». Тамбов, 2010. Вып. 4 (84). С. 190–194.
3. Рейтинги ВНЗ. URL: <http://osvita.ua/vnz/rating/47847/>.
4. Рейтинги університетів світу. URL: http://osvita.ua/abroad/higher_school/university-raitings/47995/.
5. Татарінов І.Є., Герасимов О.В. Методичні рекомендації щодо вивчення думки роботодавців та випускників стосовно рейтингу вищих навчальних закладів України. Луганськ: ДУ НДІ соціально-трудових відносин, 2011. 85 с.
6. Tremblay K. Internationalisation: Shaping Strategies in the National context, in Tertiary Education for the Knowledge Society. Vol. 1: Special features: Equity, Innovation, Labour Market, Internationalisation. Paris: Organisation for Economic cooperation and development (OECD), 2008. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264046535-13-en>.
7. Vincent-Lankrin S. Cross-border Higher Education: Trends and perspectives. Vol. 2. Globalisation. Paris: Organisation for Economic cooperation and development (OECD), 2009. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264075375-4-en>.