

УДК 378.4

ИМИДЖ РОССИЙСКОГО УНИВЕРСИТЕТА В НАЦИОНАЛЬНОМ И МИРОВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Л. С. Перевозчикова,
Е. Ю. Рождественская,
Е. М. Гурина

Воронежский государственный архитектурно-строительный университет

Поступила в редакцию 27 января 2015 г.

Аннотация: *исследуются факторы, влияющие на имидж российского университета в российской и мировой системах высшего образования, рассматриваются пути повышения рейтингов российских вузов.*

Ключевые слова: *имидж, рейтинг вузов, образовательное пространство, высшая школа.*

Abstract: *the authors investigate the factors affecting the Russian University image in Russian and world systems of higher education; consider ways to improve the ratings of Russian universities.*

Key words: *image, ranking of universities, educational space, higher school.*

Сегодня уже не нужно никого убеждать, что состояние и развитие российской высшей школы существенно зависят от процессов глобализации, с разной степенью интенсивности преобразующих мировое образовательное пространство. В информационном обществе появляются различные индикаторы характеристик качества результатов деятельности глобальных и территориальных систем высшего образования. На основе определенных наборов показателей формируются различные международные рейтинги университетов.

В ходе многочисленных дискуссий, посвященных проблемам определения миссии и разработки принципов стратегического планирования развития российской высшей школы, сформировалась позиция, заключающаяся в признании необходимости ее последовательной интеграции в мировое образовательное пространство и, следовательно, сопоставимости с системами университетского образования, принятыми в других странах.

Подчеркнем, позитивный международный имидж российского образования необходим для повышения мировой конкурентоспособности российских образовательных структур, привлечения иностранных инвестиций, расширения и внедрения новых форм международного сотрудничества, роста экспорта образовательных услуг. При этом основной задачей университетов является предоставление таких услуг в сфере образования, ко-

торые соответствуют потребностям глобального и территориальных рынков труда.

Каковы факторы, влияющие на формирование «имиджа российского высшего образования»?

В социогуманитарной литературе укоренилось представление об имидже¹ как о функционирующем в общественном сознании стереотипизированном, синтетическом образе объекта. В нашем исследовании такими объектами выступают российская высшая школа как национально-государственная система и ее системообразующие элементы – университеты. Университет имеет имидж, собственное представление о котором он предъявляет обществу, государству, профессиональным и творческим сообществам, всем потребителям образовательных услуг. Имидж университета – это не только идеализированный образ, внедряемый в сознание определенных социальных групп, но и университетские исторические традиции, корпоративная культура, этические нормы и т. д. Главной функцией имиджа является формирование положительного отношения академического, инженерного и творческих сообществ, а за этим следуют общественное доверие к организации, повышение престижа, авторитета и вли-

© Перевозчикова Л. С., Рождественская Е. Ю., Гурина Е. М., 2015

¹ Принято считать, что понятие «имидж» (от англ. *Image*) впервые появилось в статье В. Гарденера и С. Леви «Продукт и брэнд» (1955 г.). Авторы определили его как «совокупность знаний, представлений и предвосхищений человека об объекте из его окружения». Отметим, что сегодня существуют различные трактовки этого понятия.

яния. Положительный имидж способствует повышению рейтинга университета и, как следствие, обеспечивает доступность ресурсов, как правило, распределяемых на конкурсной основе.

В настоящее время формирование имиджа университета происходит в условиях жесткой, часто недобросовестной, конкуренции.

В условиях перманентной модернизации российского образования, экономического кризиса и «демографической ямы» российские вузы вынуждены активно бороться за каждого обучающегося. Качество контингента обучающихся становится важнейшей характеристикой имиджа университета.

Отметим, что подушевая система финансирования высшей школы приводит к необходимости выполнения вузом плана приема любой ценой. Недобор означает не только уменьшение объемов финансирования вуза в текущем году, но и обязательное сокращение контрольных цифр приема (следовательно, финансирования) на следующий год. Вопрос о том, способен ли будущий студент освоить образовательную программу, в этом случае часто уже вузом не рассматривается. В целях исключения из практики приема в вузы таких явлений Минобрнауки России включило в Мониторинг эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования показатель – средний балл ЕГЭ зачисленных на первый курс, установив его ниже пороговое значение. Таким образом, на вуз возлагается ответственность за результаты обучения в школе.

Сложившаяся ситуация принципиально изменила статус обучающегося в вузе. Сегодня абитуриент (имеющий достаточно высокие баллы ЕГЭ) имеет реальную возможность свободного выбора образовательного учреждения. Студент становится полноправным членом университетской корпорации, участвующим в финансировании ее основной деятельности.

Имидж познается только в сравнении, следовательно, особую роль играет сравнение результатов научной и образовательной деятельности вузов всего мира. Как мы уже отмечали, сравнение осуществляется с помощью различных рейтинговых систем. Имидж вуза должен зависеть от его места в рейтинге. Вхождение регионального университета в международный рейтинг существенно влияет на его репутацию, что позволяет ему расширить экспорт образовательных услуг и тем самым получить определенную финансовую независимость от государства.

Отметим, что существует достаточно большое число различных международных, национально-государственных и региональных рейтингов вузов.

В структуре глобальной системы высшего образования наибольшим весом и авторитетом

пользуется американская образовательная система. Попытка реализации Болонского процесса, имеющего целью создание единого Европейского образовательного пространства, способного реально конкурировать с лидером, не привела к успеху. Заметим, что участие России в Болонском процессе способствовало дальнейшему формированию либеральной образовательной парадигмы и привело к внедрению компетентностного подхода в высшую школу.

Наибольшим авторитетом в мировом академическом сообществе пользуются рейтинги Academic Ranking of World Universities (Shanghai Ranking Consultancy), THE World University Rankings (Times Higher Education), QS World University Rankings (Quacquarelli Symonds). В этих рейтингах ведущие российские университеты занимают чрезвычайно скромные места. Так, МГУ им. Ломоносова в рейтинге THE World University Rankings 2014–2015 занял 196-е место [1].

Ректор МГУ им. М. В. Ломоносова академик В. А. Садовничий такое положение объясняет тем, что международные рейтинги не учитывают специфики российской высшей школы, ее принципиальных отличий от западных университетов. Кроме того, по его мнению, чрезмерная интеграция российского высшего образования с мировой образовательной системой может повлечь не только бездумное внедрение рыночных отношений в высшую школу, но и привести к разрушению ее национальных основ и традиций.

Отметим, что в международных рейтингах университетов присутствуют специальные показатели публикационной активности ученых (например, количество публикаций и цитирований в WEB of Science). При этом для части российских ученых, активно работающих над решением важных проблем социально-экономического развития и в гуманитарной сфере, по разным объективным и субъективным причинам существуют реальные препятствия достижения достойных международных характеристик публикационной активности.

В. А. Садовничий в своем докладе на VII съезде Российского союза ректоров (2002 г.) привел известный исторический анекдот: «Рассказывают, что в конце 1812 года император Александр I вызвал к себе М. И. Кутузова и сказал, что русским армиям пора переходить границу и идти в Европу до Парижа. «Зачем нам идти в Европу, – возразил Кутузов. – Нам, Ваше Величество, в Европе делать нечего». «Но разве мы не Европа»? – спрашивает царь. «Нет, не Европа», – отвечает Кутузов. «А кто же мы? Может – Азия»? – горячится император. «Нет, мы и не Азия», – заявляет старый фельдмаршал. – «Так кто же мы все-таки»? – Мы, Ваше Величество, – Россия». И сегодня

этот вывод об исключительности и своеобразии России и самодостаточности российской системы образования разделяет значительная часть академического сообщества.

Уже на X съезде Российского союза ректоров (2014 г.), выступая от имени ректоров классических университетов, ректор Казанского (Приволжского) федерального университета И. Р. Гафуров подчеркнул: «Запад ... не только един в оценке нашей системы образования, но он един и монолитен в подходах к оценке всего мирового устройства. Здесь единые ценности, единый военный блок, они сплочены более, чем в свое время члены ЦК КПСС, – всего, что касается нас, нашей страны. А система образования – это одна из наших частей, и ждать, что нас сразу впишут в приоритеты, наверное, не приходится. Если хотим двигаться дальше, нам надо помнить, что мы, и, по сути, и по форме, другие, чем многие западные университеты». Но поскольку институт высшего образования интегрирован в мировое образовательное пространство, не следует изолироваться от его требований и критериев оценки, «участие в международных рейтингах позволяет видеть основные тренды и приоритеты развития мировой науки и образования, позволяет знать, кто, чем и где занимается, чтобы не повторять чужих ошибок, используя лучшие технологии, выработать свои эффективные пути развития» [2].

В. А. Садовничий и его сторонники предлагают создать новый справедливый международный рейтинг, учитывающий специфику российской высшей школы. Пока не удалось сколько-нибудь продвинуться в этом направлении. В связи с этим следует отметить уже созданные специальные версии международных рейтингов для стран БРИКС (Бразилия, Россия, Индия, Китай и Южная Африка). По версии THE World University Rankings для БРИКС МГУ занял 5-е место, по QS World University Rankings для БРИКС МГУ – 3-е [1]. Поскольку эти рейтинги являются упрощением соответствующих международных рейтингов, то полученные результаты слабо влияют на мировой имидж российских университетов.

К сожалению, российское академическое сообщество не смогло выработать единой консолидированной позиции по важнейшим проблемам реформирования национальной системы образования. Это связано с принципиальными отличиями в методологических основаниях.

В российском образовательном пространстве в настоящее время одновременно действуют консервативная и либеральная образовательные парадигмы. Именно дуальная оппозиция консервативной и либеральной парадигм в отечественном образовании лежит в основе противоречий, возни-

кающих в академическом сообществе при формировании и реализации государственной политики модернизации российского высшего образования. [3, с. 105–110]. Кризисные явления в социально-экономической сфере способствуют расширению и усилению межпарадигмальных конфликтов.

В этих условиях государство было вынуждено установить показатели развития для сферы образования и науки (указ Президента Российской Федерации от 7 мая 2012 г. № 599 «О мерах по реализации государственной политики в области образования и науки»). В указе, в частности, в число мероприятий в сфере образования и науки включено:

– «вхождение к 2020 году не менее пяти российских университетов в первую сотню ведущих мировых университетов согласно мировому рейтингу университетов»;

– «увеличение к 2015 году доли публикаций российских исследователей в общем количестве публикаций в мировых научных журналах, индексируемых в базе данных «Сеть науки» (WEB of Science), до 2,44 процента».

Таким образом, перед российской высшей школой сформулированы задачи повышения международного имиджа российских вузов.

Отметим ряд существенных препятствий в достижении поставленных целей.

Первое. Во множестве территориальных образовательных систем присутствуют вузы, которые предоставляют некачественное образование и используют методы недобросовестной конкуренции на рынке образовательных услуг (например, «закон очковтирательства» в медийном пространстве, демпинговые цены).

Теоретически ведущие университеты и академическое сообщество могли бы принять консолидированные усилия по ликвидации таких вузов (упорядочение рынка образовательных услуг, общественная аккредитация, взаимодействие с региональными органами власти и работодателями, моральное воздействие на оппортунистическую часть академического сообщества и др.). Однако и в этом случае в обществе нет даже принципиального осуждения имеющихся негативных практик.

В этом случае государство и Минобрнауки России вынуждены внедрять формальные критерии оценки деятельности вузов и территориальных систем высшего образования. Естественно, академическое сообщество выступает против любой придуманной чиновниками системы оценочных показателей.

В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» проводится обязательный Мониторинг эффективности деятельности

образовательных организаций высшего образования. Этот мониторинг по существу является национально-государственным многокритериальным рейтингом системы высшего образования с тремя позициями, условные названия которых: эффективные вузы; вузы, имеющие признаки неэффективности; неэффективные вузы, нуждающиеся в реорганизации. Система показателей мониторинга (особенно в сфере науки) имеет значительное пересечение с международными рейтингами.

По результатам мониторинга российских вузов учредители принимают решения по оптимизации сети высших учебных заведений (в 2013 г. были приняты решения о реорганизации 23 образовательных учреждений и 116 филиалов).

Вторым препятствием повышения имиджа является наличие конфликта заниженных и завышенных самооценок результатов деятельности российских вузов. Понятно, что вывод достаточно большой части академического сообщества о полном крахе российской высшей школы отрицательно сказывается на ее имидже. К этому следует добавить периодически распространяемую правоохранительными органами, СМИ и недобросовестными конкурентами информацией о реальных и вымышленных коррупционных проявлениях в конкретных вузах.

Мы уже говорили о преувеличении самодостаточности и самобытности высшей школы России. При этом очевидные недостатки современного образования часто оправдываются недостаточным государственным финансированием. К сожалению, это не совсем верно, точнее, совсем не верно. Потенциал российской высшей школы, в основном созданный в советское время, исчерпан. Нужны принципиально новые механизмы и алгоритмы повышения качества российской высшей школы. По этим причинам, в том числе при дефиците финансовых ресурсов, было принято решение о создании в высшей школе сектора ведущих вузов: вузы, имеющие особый статус – МГУ им. М. В. Ломоносова и СПбГУ; федеральные университеты, национальные исследовательские университеты. По замыслу чиновников эти вузы должны были стать локомотивами развития российского высшего образования. Однако ведущим вузам за весь период существования не удалось предъяснить сколько-нибудь значительных прорывных достижений. По-прежнему в первые 200 вузов авторитетнейшего рейтинга THE World University Rankings входит только МГУ им. М. В. Ломоносова [1].

Минобрнауки России в качестве основания необходимости продолжения поддержки ведущих вузов (в том числе финансовой) предъясняет заключение о том, что в некоторых регионах ведущие вузы являются системообразующими центра-

ми интеграции науки и образования. Заметим, что этим качеством обладает любой крупный региональный университет. В качестве примера можно привести Воронежский государственный университет, не получивший статуса ведущего, но имеющий более высокие показатели международных рейтингов, чем многие ведущие вузы.

В заключение отметим, что имидж высшей школы и вузов зависит от многих факторов. Конечно, он существенно зависит от качества разработки и реализации различных маркетинговых программ, структура и содержание которых определяются общими правилами маркетингологии. Однако специфика научно-образовательной деятельности вносит в процедуры формирования и внедрения имиджа в общественное сознание существенные дополнения.

Подчеркнем, какое бы важное значение мы ни придавали престижу и имиджу вуза в мировом и российском образовательных пространствах, важнейшей для него задачей является эффективное управление продажей образовательных услуг в условиях усиливающейся конкуренции.

Отметим, что формирование устойчивого спроса на предлагаемый университетом набор образовательных услуг лишь опосредованно зависит от имиджа. Дело в том, что каждый университет имеет свое образовательное пространство. Только в локальном образовательном пространстве имидж университета определяет его престиж и востребованность. Единственный «слабый вуз» в маленьком провинциальном городе практически при любых условиях имеет устойчивый контингент абитуриентов на всех направлениях подготовки, в том числе и определенное число покупателей образовательных услуг.

Минобрнауки России в качестве организационного инструмента повышения престижа и рейтинга вуза использует реорганизацию путем присоединения «неэффективного вуза» к «эффективному вузу». Однако автоматического повышения качества научно-образовательной деятельности в присоединяемой структуре не происходит. Требуется достаточно длительная и сложная работа по преодолению существенных различий в корпоративной культуре, традициях, механизмах управления и технологиях образовательной деятельности.

Одним из самых эффективных инструментов повышения престижа и имиджа высшей школы и университетов является расширение экспорта высшего и дополнительного образования. Мы уже отмечали, что расширение экспорта образования способствует повышению финансовой независимости от учредителя и обеспечению устойчивого развития. Однако существенное расширение контингента иностранных обучающихся требует развития социальной инфраструктуры. Эта задача

также может быть решена путем кооперации ресурсов российских вузов и средств зарубежных партнеров. Например, используя уже реально работающие механизмы сотрудничества в социально-экономической сфере между Воронежской областью и различными регионами КНР, можно предложить реализацию совместного инвестиционного проекта по строительству в г. Воронеже гостиницы-общежития для китайских студентов.

Современная социальная инфраструктура необходима высшей школе и для повышения имиджа за счет развития традиционных и новых форм международного сотрудничества. Здесь принципиальное значение имеют академические обмены преподавателями и обучающимися, различные формы встроенного обучения, двойные дипломы, совместные научные и творческие проекты, издательская деятельность, конкурсы, конференции и т.п. Вуз должен иметь свое узнаваемое лицо в мировом пространстве. В этом случае экспертам международных рейтингов будет доступен образ российского вуза.

Вообще представляется целесообразным провести работу по сравнению объективных результатов деятельности российских университетов с ведущими зарубежными вузами. Было бы интересно, например, познакомиться со сравнительными характеристиками МГУ им. М. В. Ломоносова и Гарвардского университета или Массачусетского технологического института, чтобы, наконец, увидеть, по каким показателям у российского университета есть преимущества.

Итак, имидж вуза под воздействием различных факторов формируется как результат взаи-

модействия комплекса его образов в отечественном и мировом общественном сознании. При этом имидж университета определяется, прежде всего, его корпоративной культурой.

Корпоративная культура составляет важнейший внутренний конструкт имиджа университета. На основе университетских традиций формируются система ценностей, профессиональные и нравственные нормы, создаются идеальные образцы поведения. Консолидированная корпоративная оценка результатов деятельности, трансформаций и изменений за весь пройденный исторический путь, определение четких целей и приоритетов развития позволяют предъявить обществу идеальный образ современного университета.

Поэтому интеграция в мировое образовательное пространство, дальнейшая интернационализация высшей школы должны осуществляться на основе принципа сохранения и развития многообразия российских университетских корпоративных культур.

ЛИТЕРАТУРА

1. Times Higher Education World University Ranking. – Режим доступа: <http://www.timeshighereducation.co.uk/world-university-rankings/2014-15/world-ranking/range/001-200>

2. Съезд Российского союза ректоров. – Режим доступа: <http://news.kremlin.ru/news/46892/print>

3. *Перевозчикова Л. С.* Либеральная парадигма высшего профессионального образования и компетентностный подход / Л. С. Перевозчикова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Проблемы высшего образования. – Воронеж, 2012. – № 1. – С. 105–110.

Voronezh State University of Architecture and Civil Engineering

Perevozchikova L. S., Doctor of Philosophical Sciences, Head of the Philosophy, Sociology and History Department, Vice-President for Educational Policy

E-mail: perevozch@vgasu.vrn.ru

Tel.: 8 (473) 276-39-75

Rozhdestvenskaya E. Yu., Candidate of Political Sciences, Associate Professor of the Philosophy, Sociology and History Department, Chief of the Executive Officer Educational Centre «Green Street»

E-mail: green_street05@mail.ru.

Tel.: 8 (473) 220-84-03

Gurina E. M., Post-graduate Student of the Philosophy, Sociology and History Department

E-mail: egurina@vgasu.vrn.ru

Tel.: 8 (473) 271-50-04

Voronezhskiy gosudarstvennyy arkhitekturno-stroitelnyy universitet

Перевозчикова Л. С., доктор философских наук, заведующая кафедрой философии, социологии и истории, проректор по образовательной политике

E-mail: perevozch@vgasu.vrn.ru

Tel.: 8 (473) 276-39-75

Рождественская Е. Ю., кандидат политических наук, доцент кафедры философии, социологии и истории, генеральный директор Автономной некоммерческой образовательной организации «студия иностранных языков «Зеленая улица»

E-mail: green_street05@mail.ru

Tel.: 8 (473) 220-84-03

Гурина Е. М., соискатель кафедры философии, социологии и истории

E-mail: egurina@vgasu.vrn.ru

Tel.: 8 (473) 271-50-04