ВЕСТНИК
КЕМЕРОВСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА
ПОЛИТИЧЕСКИЕ, СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ И ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

оригинальная статья

Академическая мобильность как инструмент международного коммуникативного взаимодействия вузов

Квасова Юлия Андреевна
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург
https://orcid.org/0000-0002-3763-706X
yuliyakvasova@mail.ru

Леонтьева Вероника Леонидовна
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург

Пулькина Виктория Алексеевна
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Россия, г. Санкт-Петербург

Поступила в редакцию 20.09.2021. Принята после рецензирования 21.01.2022. Принята в печать 07.02.2022.

Аннотация: Статья посвящена анализу влияния академической мобильности на установку и поддержание международного коммуникативного взаимодействия вузов, а также стран. Цель – выявить роль академической мобильности в PR-деятельности высшего учебного заведения на международном уровне. Для теоретической части исследования был использован метод контент-анализа отечественной и зарубежной научной литературы, для эмпирической части – метод проблемных интервью с применением онлайн-анкетирования студентов – участников программ международных студенческих обменов разных вузов. Авторы рассматривают понятие *PR-технология* и специфику PR-деятельности в высших учебных заведениях. Описываются наиболее распространенные технологии PR-сопровождения деятельности вузов. Академическая мобильность выделяется как одна из эффективных PR-технологий высших учебных заведений, субъектами которой могут выступать студенты и профессорско-преподавательский состав. Приводится классификация видов академической мобильности; особое внимание уделяется международной академической мобильности как процессу, обеспечивающему международное коммуникативное взаимодействие. Рассматриваются особенности международной академической мобильности, ее влияние на восприятие учебного заведения на международной арене, а также воздействие на статус государства в геополитической, экономической и общественной сферах.
Ключевые слова: академическая мобильность, виды академической мобильности, международная академическая мобильность, виртуальная академическая мобильность, международное взаимодействие, высшие учебные заведения, иностранные студенты, PR-технология

Цитирование: Квасова Ю. А., Леонтьева В. Л., Пулькина В. А. Академическая мобильность как инструмент международного коммуникативного взаимодействия вузов. *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2022. Т. 7. № 1. С. 40–49. https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

original article

Academic Mobility as an Instrument of International Communicative Cooperation

Yulia A. Kvasova
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, Saint-Petersburg
https://orcid.org/0000-0002-3763-706X
yuliyakvasova@mail.ru

Veronika L. Leontyeva
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, Saint-Petersburg

Viktoria A. Pulkina
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Russia, Saint-Petersburg

Received 20 Sep 2021. Accepted after peer review 21 Jan 2022. Accepted for publication 7 Feb 2022.

Abstract: The present research featured the effect of academic mobility on international communicative interaction. The objective was to identify the role of international academic mobility in the PR activities of universities. The study relied on the method of content analysis of domestic and foreign scientific publications. The authors used the method of problem interviews to develop an online questionnaire for students involved in international student exchange programs. The authors described the term of *PR-technology*, as well as the most popular PR activities and types of international academic mobility in higher education institutions. Academic mobility proved to be one of the most effective PR-technologies of higher

© 2022. Автор(ы). Статья распространяется на условиях CC BY 4.0 International License

education institutions. The article introduces a classification of international academic mobility as a process that provides international communicative interaction. International academic mobility proved to have a significant impact on the image of universities and their students in the international arena, as well as on the status of the country in geopolitical, economic, and civil areas.
Keywords: academic mobility, types of academic mobility, international academic mobility, virtual academic mobility, international cooperation, higher education institutions, international students, PR-technology

Citation: Kvasova Yu. A., Leontyeva V. L., Pulkina V. A. Academic Mobility as an Instrument of International Communicative Cooperation. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriia: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki*, 2022, 7(1): 40–49. (In Russ.) https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

Введение

В настоящее время в науке и образовании проходят процессы глобализации и интернационализации, что обусловлено потребностью в высококвалифицированных кадрах, способных осуществлять международную коммуникацию с иностранными сотрудниками, а также перенимать их опыт и делиться своим. Академическая мобильность, выступающая в качестве PR-технологии, является одним из способов реализации данной тенденции. Студенты, преподаватели и научные специалисты, обучаясь или стажируясь за границей, представляют свое учебное заведение или научное учреждение на международной арене и получают информацию о зарубежных учебных заведениях и организациях. Более того, участники обмена как представители определенного государства и культуры являются носителями национальных и культурных особенностей, определенных взглядов, которыми они обмениваются с другими участниками. Поэтому вполне закономерно, что данный процесс выполняет функцию PR-технологии не только для учебного заведения, но и для государства в целом.

Важным аспектом изучения вопроса является понятие *PR* и его роль в деятельности высших учебных заведений. В статье анализируется понятие *академическая мобильность*, которая рассматривается как инструмент PR-деятельности вузов; приводится ее классификация. Особое внимание уделяется понятию *международная академическая мобильность* и специфике проведения ее у студентов.

Методы и материалы

С целью выявления роли академической мобильности в PR-деятельности вуза на международном уровне проведен контент-анализ отечественной и зарубежной научной литературы по темам PR-технология, академическая мобильность и PR-сопровождение высших учебных учреждений. Нами рассмотрены и приведены статистические данные ЮНЕСКО[1] и Study in Russia[2], которые демонстрируют наиболее частые географические направления академической мобильности российских и иностранных студентов. С опорой на данные NAFSA[3] – некоммерческой ассоциации, посвященной международному образованию и обмену, – описан вклад академической мобильности в экономическую сферу жизни государств.

Эмпирические данные получены нами путем проведения проблемных интервью посредством онлайн-анкетирования студентов, принявших участие в программах международных студенческих обменов разных вузов. Интервью были направлены на выявление степени участия университетов в жизни студентов во время подачи документов на программы, в период осуществления обменов и по возвращению в первоначальное место обучения. Структура интервью состояла из закрытых и нескольких открытых вопросов.

Обзор литературы

В условиях современной экономики каждой организации необходимо воздействовать на свою целевую аудиторию для того, чтобы эффективно функционировать и достигать максимальной выгоды. С этой целью высшие учебные заведения применяют целый комплекс маркетинговых коммуникаций, включающий в себя рекламу, PR, прямые продажи, специальные события, интернет-маркетинг, паблисити и т. д. Связи с общественностью или public relations обеспечивают учреждения инструментами для эффективной реализации маркетинговой стратегии. Согласно оценке македонских исследователей, связи с общественностью на 57 % влияют на выбор учебного заведения студентами [1, с. 156]. Под связями с общественностью подразумевается постоянная и последовательная деятельность по осуществлению информационной кооперации, за счет которой достигается взаимопонимание между организацией и общественностью [2]. Организации при помощи

[1] Global Flow of Tertiary-Level Students. *UNESCO*. Режим доступа: http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow (дата обращения: 17.10.2021).

[2] Рекордное количество иностранных студентов выбрали Россию в 2020 году. *Study in Russia*. 25.02.2021. Режим доступа: https://studyinrussia.ru/actual/articles/rekordnoe-kolichestvo-inostrannykh-studentov-vybrali-rossiyu-v-2020-godu/ (дата обращения: 17.10.2021).

[3] New NAFSA Data: Despite Stagnant Enrollment, International Students Contribute Nearly $41 Billion to the U.S. Economy. *NAFSA*. 18.11.2019. Режим доступа: https://www.nafsa.org/about/about-nafsa/new-nafsa-data-despite-stagnant-enrollment (дата обращения: 17.10.2021).

PR-деятельности формируют свой положительный образ в глазах общественности. На имидж учреждения влияет ряд внешних факторов: ситуации, события, конкуренты, потребители и т. д. Поэтому легче предупредить спонтанное формирование нежелательного для компании образа, чем бороться с ним в дальнейшем [3, с. 106]. Из имиджа складывается репутация организации и лояльность потенциальной аудитории [4, с. 204].

Деятельность по связям с общественностью включает:

1) взаимодействие с аудиторией, осуществление процесса двусторонней коммуникации;
2) взаимовлияние двух сторон PR-коммуникации;
3) осуществление продвижения между компанией и общественностью с помощью стороны-посредника.

Образовательная деятельность не является исключением. Высшие учебные заведения как бренды тоже нуждаются в осуществлении маркетинговой деятельности, которая заключается в том числе и в PR-сопровождении [5, с. 265]. Значимость PR-кампаний для вузов обусловлена несколькими факторами:

1) высокой конкурентностью рынка с появлением альтернативных возможностей получения знаний и практического опыта, обуславливающей необходимость активного привлечения студентов;
2) потребностью поддержания репутации учреждения, позволяющей оказывать влияние на общественное мнение и на процесс принятия решений [2].

И. А. Ильина, А. Н. Приходько и Т. Р. Тэор подчеркивают, что при разработке коммуникационной стратегии образовательного учреждения следует обращаться к инструментам рекламы и PR [6, с. 151]. PR-технологии в образовательной сфере обеспечивают и поддерживают общение, слаженность и совместную деятельность организации (образовательного учреждения) и общества в целом [2].

Термин *PR-технология* довольно распространен в научной среде. Д. П. Гавра определяет PR-технологию как социально-коммуникативную технологию, позволяющую осуществлять контроль над внешними и внутренними коммуникациями субъекта PR-деятельности с целевыми аудиториями через средства PR [7, с. 10]. Субъектом являются инициаторы процесса коммуникации: агентства, PR-специалисты, пресс-центры и их работники. Объектом выступают те, на кого направлена коммуникация: целевые аудитории, широкая общественность, СМИ.

Чаще всего в образовательных учреждениях используются следующие PR-технологии: дни открытых дверей, форумы, конференции, фестивали, встречи, онлайн-встречи, выставки, лектории с участием известных спикеров. Создаются отдельные внутриорганизационные объединения и комитеты: студенческие собрания, кружки и клубы по интересам. Для высшего учебного заведения важно поддерживать международные связи и не забывать о возможных потребителях образовательных услуг из-за рубежа. Поэтому вузам надлежит разделять PR-деятельность на региональную, федеральную и международную.

По данным колумбийских исследователей, репутация вуза расценивается как один из главных критериев выбора места обучения (10,6 % у абитуриентов, 24 % у студентов). При этом наличие в вузах программ мобильности в 4 % случаев определяет выбор университета потенциальными студентами и является немаловажным критерием восприятия учебного заведения уже зачисленными обучающимися [8]. Поэтому отдельно нами будет рассмотрена такая PR-технология вуза, как академическая мобильность, приобретающая популярность в связи с глобализацией и интернационализацией высшего образования.

Большинство респондентов связывают интернационализацию с развитием профессорско-преподавательского состава (ППС) и студентов, привлечением иностранных обучающихся, проведением партнерских программ между вузами за счет преподавательского сотрудничества [9, с. 423]. С. В. Рязанцев, Т. К. Ростовская, В. И. Скоробогатова и В. А. Безвербный отмечают, что понятие *академическая мобильность* не имеет однозначной трактовки в научной литературе. Согласно их определению, академическая мобильность подразумевает не только сам процесс территориального перемещения студентов и ППС с целью получения образования, но и готовность участников обмена к его осуществлению [10, с. 423]. С. И. Григашкина и С. М. Бугрова характеризуют академическую мобильность как организованный процесс перехода обучающихся / работников вуза в другое местное или зарубежное образовательное / научное учреждение для обучения (преподавания / проведения исследований) по своему направлению деятельности с последующим возвращением в первоначальное место обучения / работы [11].

Итак, академическая мобильность – это сложный процесс организованного и ограниченного по времени перемещения студентов, преподавателей или научных работников одного образовательного учреждения в другое с целью получения знаний и обмена опытом, а также их потенциал готовности к совершению этого перемещения. Академическую мобильность классифицируют по различным основаниям:

- *по географическому признаку*: внутрирегиональная, внутригосударственная, международная (входящая и исходящая);
- *по сферам деятельности*: образовательная, с целью повышения квалификации, научная, преподавательская;
- *по продолжительности*: краткосрочная и долгосрочная;
- *по субъекту*: преподавательская и студенческая;
- *по форме проведения*: виртуальная и реальная [10, с. 424; 12, с. 19].

Как отмечалось ранее, участниками академической мобильности вузов могут выступать различные представители высших учебных заведений: студенты и ППС. Основными формами преподавательской академической

мобильности являются проведение лекций, занятий и консультаций, участие в конференциях и семинарах, прохождение стажировок [13]. Студенческая академическая мобильность включает прохождение программ двойного диплома, образовательных практик, стажировок, языковых школ, участие в международных студенческих конкурсах и осуществление научной деятельности [11, с. 3].

Академическая мобильность является важным инструментом осуществления международного взаимодействия. Прочные связи с международными образовательными учреждениями обеспечивают репутационную стабильность и повышают рейтинг учебного заведения, что, несомненно, увеличивает поток абитуриентов и сотрудников, а также финансирование со стороны частных спонсоров и государства. Последние активно поддерживают развитие академической мобильности и интеграцию в международное образовательное пространство, обеспечивают студентов возможностью получить стипендиальные гранты, например, стипендии Президента РФ для обучения за рубежом, стипендиальные программы Европейского Союза [14, с. 120].

Международная академическая мобильность является подвидом академической мобильности и играет важную роль в установлении международных отношений вузов и позиционировании вуза. По Л. Н. Барановой, международная академическая мобильность представляет собой процесс обучения студентов / работы ППС в иностранных образовательных или научных учреждениях [15, с. 29].

По статистическим данным ЮНЕСКО, на 2019 г. наиболее популярными направлениями студенческой международной академической мобильности среди обучающихся из России стали Германия (9646 студентов), Чехия (4372), Великобритания (3640), Франция (2785) и Финляндия (2017). Общее число участников обменов составило 48160[4]. При этом в 2019–2020 гг. количество иностранных студентов в российских университетах составило 315 тыс. (около 8 % от числа студентов в РФ)[5].

Международная академическая мобильность обеспечивает узнаваемость бренда вуза на международной арене. Индекс цитируемости исследователей, принимающих участие в международной академической мобильности, на 20 % выше, чем у тех, кто ни разу не участвовал в программах обмена [16]. Это связано с установлением большого количества профессиональных связей, расширением опыта и поля исследования. Соответственно, цитируемость изданий, в которых публикуются исследования участников обмена, тоже возрастает. Такими изданиями могут стать корпоративные научные журналы принимающего учебного заведения, что, несомненно, благоприятно скажется на развитии научной деятельности университета и его значимости в научной сфере. В Санкт-Петербургском политехническом университете Петра Великого публикуются несколько научных изданий, которые принимают статьи как на русском, так и на английском языке, и индексируются в библиографических и реферативных базах данных Scopus и Web of Science[6].

При формировании успешной PR-политики высшего учебного заведения следует брать в расчет, что потребителями образовательных услуг международной академической мобильности являются не только отечественные студенты, преподаватели и научные работники, но и иностранцы. PR-стратегия организации должна содержать адаптацию иностранных участников обмена в российских университетах с учетом специфики государств-партнеров. Неотъемлемо оказание внутренней PR-поддержки: создание отдела по внутренним коммуникациям для осуществления взаимодействия с потенциальными участниками обменов, поддержка и развитие социальной активности участников, организация кампуса с возможностью общения на нескольких языках [17].

Кроме того, академическая мобильность позволяет устанавливать сетевое взаимодействие между вузами-партнерами программ. Такого рода коллаборация вузов позволяет на основе совместного использования ресурсов внедрять инновационные технологии в образовательный процесс. Например, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого проводит программы академической мобильности совместно с более чем 120 учебными заведениями по всему миру, среди которых вузы Австрии, Германии, Франции, Китая, Чехии, Финляндии. Иностранные представители этих вузов зачастую являются участниками международных конференций, которые проводит университет[7].

Однако академическая мобильность является не только PR-технологией для высших учебных заведений, но и «мягкой силой» для продвижения международной политики государств в интересующих их регионах [18, с. 2]. М. Де Мартино отмечает, что академическая мобильность может быть нацелена на изменение геополитической, экономической и общественной политики [19, с. 314]. Результатом изменения геополитики может стать распространение влияния одного государства на другие регионы мира. Вузы напрямую отражают инновационный потенциал страны, что сказывается на восприятии ее в мире [20, с. 136]. Выпускники зарубежных вузов по возвращении на родину распространяют политику стран обучения, а ученые и преподаватели меняют сознание и взгляды своих студентов [10, с. 425].

[4] Global Flow of Tertiary-Level Students…

[5] Рекордное количество иностранных студентов выбрали Россию в 2020 году…

[6] Периодические научные издания СПбПУ. Режим доступа: https://research.spbstu.ru/journals/ (дата обращения: 17.10.2021).

[7] Учиться за границей. Режим доступа: https://www.spbstu.ru/international-cooperation/international-activities/academic-mobility/study-abroad/ (дата обращения: 17.10.2021).

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

С экономической точки зрения страны проводят образовательные обмены для извлечения финансовых выгод. В ряде государств (США, Канаде, Великобритании, Австралии) одной из важных статей доходов являются образовательные взносы участников международных обменов. Помимо этого, иностранные студенты являются высококвалифицированными специалистами, которые потенциально могут остаться в принимающей их стране. Согласно данным, предоставленным некоммерческой ассоциацией NAFSA, за 2018–2019 учебный год студенты из разных государств, обучающиеся в США, принесли стране 41 млрд долларов[8], что подтверждает ценность иностранного человеческого капитала для экономики страны-реципиента.

Можно рассматривать международную академическую мобильность и как PR-технологию общественной политики государства. Такие программы помогают их участникам понять национальные особенности принимающей страны, менталитет ее жителей, формируют толерантное отношение к другим культурам. Более того, участники обмена совершенствуют коммуникативные навыки в использовании иностранного языка, повышают свою уверенность и осознанность в постановке профессиональных целей [21, с. 103].

Л. Г. Почебут и Е. Д. Степаняк также отмечают положительное влияние обучения в иностранном вузе: формируются межэтническая терпимость, эмпатия и этническая идентичность [22, с. 134]. Норвежские исследователи выделяют взаимодействие в неформальной обстановке, которое сопровождает процесс академической мобильности, как один из факторов социальной интеграции участников [23, с. 5]. Государства налаживают дружественные отношения через коммуникативное взаимодействие представителей своих стран.

По данным опроса, проведенного Л. В. Дериглазовой, большинство респондентов выделяют достижение профессиональных целей как главный мотивирующий фактор участия в обмене. Это и получение новых знаний, и практическое применение ранее полученных. Опрошенные отмечали значимость приобретенного ими профессионального опыта для их дальнейшего карьерного развития. Другими мотивами выступают ориентация на международное профессиональное сотрудничество, желание изучить другие культуры, познакомиться с другими народами [24, с. 146]. Участники данных программ совершенствуют не только профессиональные навыки и умения (hard skills), но и различные личностные навыки, необходимые для дальнейшей успешной деятельности вне зависимости от профессии (soft skills). Например, развивают креативность, учатся адаптироваться к постоянно изменяющимся условиям, вести переговоры и участвовать в командной работе. Информация о сферах влияния международной академической мобильности систематизирована в таблице.

Результаты

Нами были проведены проблемные интервью со студентами, ранее принимавшими участие в программах мобильности, с целью оценки их опыта участия, а также степени вовлеченности отправляющих и принимающих университетов. По результатам опроса можно сделать вывод, что большая часть студентов узнавала о возможности участия в программах мобильности от преподавателей или других студентов, а также на официальном сайте университета. Это означает, что вузы не используют в полной мере другие технологии PR: социальные сети и email-рассылку (рис. 1).

Табл. Влияние международной академической мобильности на сферы жизни общества
Tab. Effect of international academic mobility on different social spheres

Сфера	Суть влияния	Показатели
Политическая	распространение политического влияния на другие страны	установление дружественных отношений между странами, создание совместных международных проектов, влияние на политику стран
Экономическая	академическая мобильность является одной из статей доходов государств	ценность иностранного человеческого капитала для экономики страны, образовательные взносы участников составляют долю в экономике страны
Социальная	участники формируют терпимое отношение к представителям других стран и культур	участники имеют возможность понять суть особенностей и отличия стран, культуру общения другой страны, менталитет ее жителей, приобрести новые знакомства
Научная	повышение научного потенциала страны, продвижение университетов на международной арене	повышение индекса цитируемости научных изданий и отдельных статей из-за привлечения к научной работе иностранных исследователей, расширение профессиональных связей, возможность привлечения большего числа иностранных студентов в вузы, погружение в научное поле другой страны, приобретение колоссального исследовательского опыта

[8] New NAFSA Data: Despite Stagnant Enrollment, International Students Contribute Nearly $41 Billion to the U.S. Economy…

https://doi.org/10.21603/2500-3372-2022-7-1-40-49

Цели подачи документов у студентов разнятся, однако преобладающими являются возможность приобщиться к другим культурам, развлечение и отдых. Также многие студенты считают, что программы обмена обеспечивают повышение качества знаний (рис. 2). Препятствием к участию в студенческих обменах в первую очередь является финансовая недоступность многих программ, что может быть объяснимо ценами на перелет, проживание и разницей курса валют (рис. 3).

Опрос показал, что университеты активно содействуют студентам в участии в программах мобильности. Они оперативно предоставляют помощь в оформлении необходимых документов, организуют консультации и встречи с предыдущими участниками обменов, тем самым стараясь облегчить процесс реализации мобильности (рис. 4). Во время обучения за границей многие студенты обнаружили, что качество и стиль преподавания в зарубежных вузах значительно отличается, что в большей степени создавало трудности. Также проблематичными оказались: адаптация к новому месту, формирование круга общения, финансовая сторона, поиск места проживания, недостаточный уровень знания английского языка (рис. 5).

Для вуза-отправителя студенты по обмену выполняют функцию промоутеров, которые могут повысить узнаваемость своего университета за рубежом, а также привлечь новых иностранных участников входящей мобильности. Однако результаты опроса демонстрируют, что учебные учреждения в большинстве своем упускают возможность продвижения себя и своих услуг. Лишь 30 % респондентов имели возможность рассказать в принимающем вузе о вузе-отправителе. Один человек отметил, что ему была выдана атрибутика университета-отправителя для поездки, остальным опрошенным никаких материалов выдано не было, что говорит о низкой подготовленности вузов представлять себя на международной арене. При этом 20 % респондентов утверждают, что интерес к учебным заведениям России присутствовал. Раздача атрибутики или качественная презентация вполне содействовали бы изменению отношений к российским вузам у 80 % студентов, которые не показывали к ним видимый интерес.

Большая часть респондентов подтвердили, что обе стороны академического обмена обращались за получением обратной связи от студентов. Университет-отправитель запрашивал обратную связь об опыте прохождения программы обмена в 90 % случаев; принимающий университет оценивал опыт прохождения программы обмена в 60 % случаев. Это показывает заинтересованность как российских, так и зарубежных вузов в улучшении качества предоставляемого образования.

Данные опроса показывают, что учебные заведения в целом ответственно подходят к реализации программ студенческих обменов. Они сопровождают студентов

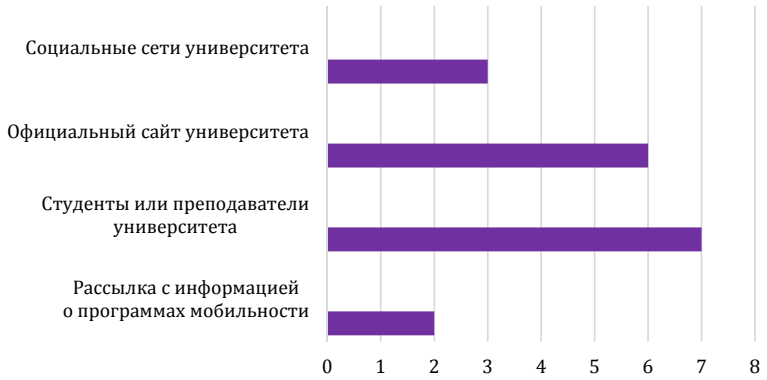

Рис. 1. Источники информации о возможности принять участие в программе международного обмена
Fig. 1. Sources of information about international exchange programs

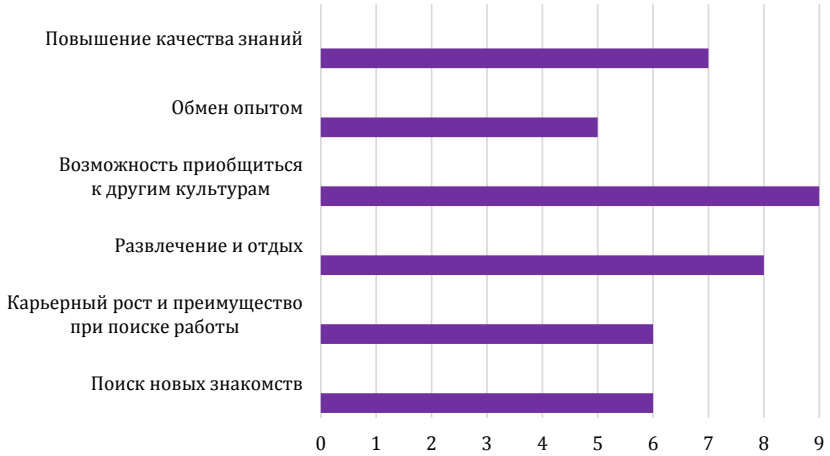

Рис. 2. Цели участия в программе студенческой академической мобильности
Fig. 2. Purposes of student exchange program

Рис. 3. Препятствия для участия в программах академической мобильности
Fig. 3. Obstacles to student exchange programs

Рис. 4. Роль университетов в подготовке респондентов к участию в программах обмена
Fig. 4. The role of respondent universities in preparing students for exchange programs

Рис. 5. Трудности во время участия в программе академической мобильности
Fig. 5. Difficulties that students face during exchange program

от начала сбора необходимых документов до возвращения в страну, однако университеты зачастую упускают ценную возможность продвижения своих услуг среди иностранных студентов и преподавателей, т.к. не предоставляют флаеры, брошюры, визитки, презентации или атрибутику вуза. Несмотря на то, что многие иностранные студенты принимающих университетов не проявляли энтузиазма в изучении программ другого университета самостоятельно, наличие раздаточных материалов могло бы повысить узнаваемость учебного заведения и привлечь целевую аудиторию.

В эпоху цифровизации образования набирает популярность одна из форм академической мобильности – виртуальная академическая мобильность. Данная форма соответствует тенденциям развития современного образования в digital-сфере и значительно облегчает доступ к программам обмена без территориальных перемещений. Международная виртуальная мобильность способствует оперативному межкультурному и международному обмену знаниями и практическим опытом через использование новейших информационно-коммуникационных технологий [25, с. 13]. В условиях пандемии COVID-19 и пост-карантинных мер, когда территориальные перемещения запрещены или осложнены, данный вид академической мобильности позволяет возобновить обмен знаниями и практическим опытом с соблюдением ограничительных мер.

В аспекте PR-деятельности возникновение международной виртуальной академической мобильности стало эффективным инструментом в интернет-поле. Онлайн-доступность и простота использования университетских программ для иностранных студентов и преподавателей способствуют расширению возможностей международной коммуникации и привлечению большего числа участников программ обмена. Это, в свою очередь, повышает узнаваемость учебных заведений в виртуальном сообществе, дает возможность коллаборативного сотрудничества нескольких вузов и развития партнерских отношений между ними.

Основными формами международной виртуальной академической мобильности являются проведение онлайн-школ, онлайн-стажировок, лекций и семинаров в дистанционном формате, создание отдельных электронных платформ для эффективного обучения и взаимодействия. Многие университеты практикуют смешанную или гибридную форму обучения. Студенты могут посещать несколько занятий в неделю, а остальное время уделять самообразованию с возможностью консультаций у тьюторов. Такая форма обучения способствует развитию самостоятельности у обучающихся, при этом не исключается приобретение необходимых практических навыков в ходе очных занятий с преподавателями. Гибридная форма обучения приобрела особую популярность с приходом пандемии COVID-19, внесшей значительные коррективы в образовательный процесс.

Заключение

PR-деятельность необходима не только коммерческим организациям, но и коммерческо-социальному институту высшего образования. Присутствие в информационном поле, положительная репутация и лояльная аудитория – результат грамотной PR-политики учреждения.

Академическая мобильность оказывает эффективное влияние на общественное мнение, т.к. ее участниками и спонсорами выступают стейкхолдеры учреждений высшего образования: абитуриенты, студенты, ППС, научные работники, вузы-партнеры, государства. Организация вузами программ международной академической мобильности не только повышает их узнаваемость и рейтинг на мировой арене, но и способствует развитию международных связей с зарубежными вузами, укреплению политических отношений стран. Академическая мобильность может быть рассмотрена с двух сторон: как последствие глобализации образования и как инструмент отстаивания экономических и геополитических интересов государств.

Вузам необходимо оптимально использовать академическую мобильность как технологию установления доверительных отношений не только в своей стране, но и с международными целевыми аудиториями (например, путем привлечения потенциальных иностранных абитуриентов, участников программ обменов и других образовательных проектов, ППС). Учебные заведения активно поддерживают связь со студентами – участниками обменов, помогают им в оформлении документов, устраивают вебинары и встречи с другими студентами, просят предоставить обратную связь о качестве пройденной программы. Роль международной академической мобильности в установлении контактов осознают и сами государства, поэтому существуют различные правительственные стипендиальные программы и гранты для стимулирования данного процесса.

В эпоху цифровизации необходимо искать новые пути осуществления процесса обмена. Популярность набирает виртуальная академическая мобильность, которая позволяет принимать участие в международной образовательной деятельности без территориальных перемещений. Данная тенденция положительно сказывается на репутации высших учебных заведений, т.к. с ее помощью расширяется целевая аудитория вуза.

Конфликт интересов: Авторы заявили об отсутствии потенциальных конфликтов интересов в отношении исследования, авторства и / или публикации данной статьи.
Conflict of interests: The authors declared no potential conflict of interests regarding the research, authorship, and / or publication of this article.

Критерии авторства: Авторы в равной степени участвовали в подготовке и написании статьи.
Contribution: All the authors contributed equally to the study and bear equal responsibility for information published in this article.

Литература / References

1. Veseli-Kurtishi T., Veseli N. Effects of promotion techniques at higher education institutions: the case of the Republic of Macedonia. *Proc. of the ENTRENOVA*, Dubrovnik, 7–9 Sep 2017. Zagreb: IRENET, 2017, vol. 3, 154–157.
2. Ларионова Д. С. Специфика PR-технологий в образовательной сфере. *Гуманитарное образование в экономическом вузе*: мат-лы IV Междунар. науч.-практ. заоч. интернет-конф. (1–10 ноября 2015 г.) М.: РЭУ им. Г. В. Плеханова, 2015. Режим доступа: http://sdo.rea.ru/cde/Conference/20/file.php?fileId=69 (дата обращения: 16.10.2021).
Larionova D. S. Specification of PR-technologies in education. *Teaching Humanities at Economic University*: Proc. IV Intern. Sci.-Prac. Correspondence Internet-Conf., 1–10 Nov 2015. Moscow: PRUE, 2015. Available at: http://sdo.rea.ru/cde/Conference/20/file.php?fileId=69 (accessed 16 Oct 2021). (In Russ.)
3. Бюллер Е. А., Тлехурай-Берзегова Л. Т. Роль связей с общественностью в коммуникационном обеспечении реформ высшего образования. *Вестник Адыгейского государственного университета. Сер.: Экономика*. 2017. № 3. С. 105–109.
Buller E. A., Tlekhurai-Berzegova L. T. The role of public relations in the communicative support of higher education reforms. *Bulletin of the Adyghe State University. Ser.: Economics*, 2017, (3): 105–109. (In Russ.)
4. Назарова О. Г., Мацаева А. М. Особенности связей с общественностью в современных маркетинговых коммуникациях. *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2020. № 6. С. 204–207. https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10560
Nazarova O. G., Matsaeva A. M. Peculiarities of public relations in modern marketing communications. *Ekonomika i biznes: teoriia i praktika*, 2020, (6): 204–207. (In Russ.) https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10560
5. Воронкова И. Е. Рекламная и pr-деятельность в образовательных учреждениях. *Образование и наука без границ: фундаментальные и прикладные исследования*. 2017. № 5 С. 265–267.
Voronkova I. E. Advertising and PR-activity in educational institutions. *Obrazovanie i nauka bez granits: fundamentalnye i prikladnye issledovaniia*, 2017, (5): 265–267. (In Russ.)
6. Ильина И. А., Приходько А. Н., Тэор Т. Р. Роль PR и рекламы в повышении конкурентоспособности высшего учебного заведения. *Новые технологии оценки качества образования*: мат-лы XII Форума экспертов в сфере профессионального образования. (Москва, 18 ноября 2017 г.) М.: Гильдия экспертов в сфере проф. обр., 2017. С. 150–155.
Ilina I. A., Prikhodko A. N., Teor T. R. The role of PR and advertising in increasing the competitiveness of higher education institutions. *New technologies of education quality assessment*: Proc. XII Forum of the Guild of Experts, Moscow, 18 Nov 2017. Moscow: Guild of Experts in the Sphere of Professional Education, 2017, 150–155. (In Russ.)
7. Гавра Д. П. Социально-коммуникативные технологии: сегодня и завтра. *PR диалог*. 2019. № 2/3. С. 10–13.
Gavra D. P. Social and communication technologies: today and tomorrow. *PR dialog*, 2019, (2/3): 10–13. (In Russ.)
8. Cristancho G. J., Cancino Gómez Y. A., Palacios Rozo J. J., Manjarrez Leytón C. I. Brand positioning as a factor in the choice of the candidate for higher education. *Revista Espacios*, 2019, 40(41). Available at: https://www.revistaespacios.com/a19v40n41/19404112.html (accessed 18 Oct 2021).
9. Castro P., Woodin J., Lundgren U., Byram M. Student mobility and internationalisation in higher education: perspectives from practitioners. *Language and Intercultural Communication*, 2016, (3): 418–436. https://doi.org/10.1080/14708477.2016.1168052
10. Рязанцев С. В., Ростовская Т. К., Скоробогатова В. И., Безвербный В. А. Международная академическая мобильность в России: тенденции, виды, государственное стимулирование. *Экономика региона*. 2019. Т. 15. № 2. С. 420–435. https://doi.org/10.17059/2019-2-9
Ryazantsev S. V., Rostovskaya T. K., Skorobogatova V. I., Bezverbny V. A. International academic mobility in Russia: trends, types, state stimulation. *Ekonomika regiona*, 2019, 15(2): 420–435. (In Russ.) https://doi.org/10.17059/2019-2-9
11. Григашкина С. И., Бугрова С. М. Академическая мобильность в вузе. *Управление экономическими системами: электронный научный журнал*. 2015. № 4. Режим доступа: https://cyberleninka.ru/article/n/akademicheskaya-mobilnost-v-vuze (дата обращения: 18.10.2021).
Grigashkina S. I., Bugrova S. M. Academic mobility at the institute of higher education. *Economic Systems Management: electronic scientific journal*, 2015, (4). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/akademicheskaya-mobilnost-v-vuze (accessed 18 Oct 2021). (In Russ.)
12. Богословский В. И., Писарева С. А., Тряпицына А. П. Развитие академической мобильности в многоуровневом университетском образовании. СПб.: РГПУ им. А. И. Герцена, 2007. 95 с.
Bogoslovskiy V. I., Pisareva S. A., Tryapitsyna A. P. *The development of academic mobility in a multilevel system of education.* St. Petersburg: Herzen State Pedagogical University of Russia, 2007, 95. (In Russ.)
13. Бабакишиева П. И. К. Система усовершенствования программы академической мобильности преподавателей вуза. *Вестник молодежной науки*. 2019. № 4.
Babakishieva P. I. K. System of improvement of the academic mobility program of university teachers. *Vestnik molodezhnoi nauki*, 2019, (4). (In Russ.)

14. Алиева Л. Р., Фомина Е. А. Организация исходящей академической мобильности в вузе: современная ситуация и направления развития. *Вестник Северо-Кавказского федерального университета*. 2019. № 5. С. 119–127. https://doi.org/10.37493/2307-907X-2019-74-5-119-127
Alieva L. R., Fomina E. A. Organization of outgoing academic mobility at the university: modern situation and directions of development. *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal'nogo universiteta*, 2019, (5): 119–127. (In Russ.) https://doi.org/10.37493/2307-907X-2019-74-5-119-127
15. Баранова Л. Н. Академическая мобильность как самый важный компонент высшего образования. *Проблемы педагогики*. 2018. № 6. С. 28–32.
Baranova L. N. Academic mobility as the most important component of higher education. *Problemy pedagogiki*, 2018, (6): 28–32. (In Russ.)
16. Polkovnikova N. A., Balk I. V., Panzabekova A. Zh., Yarygina A. B. Global sustainable development and academic mobility. *IOP Conf. Ser.: Earth Environ. Sci.*: Proc. Intern. Conf. on Sustainability and Climate Change, Moscow, 22 May 2020. Bristol: IOP Publishing Ltd, 2020, vol. 534. https://doi.org/10.1088/1755-1315/534/1/012009
17. Шакирова А. А. Академическая мобильность студентов как инструмент сетевого взаимодействия вузов. *Современные проблемы науки и образования*. 2017. № 4. Режим доступа: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26619 (дата обращения: 18.10.2021).
Shakirova A. A. Academic mobility of students as an instrument of universities networking. *Sovremennye problemy nauki i obrazovaniia*, 2017, (4). Available at: http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=26619 (accessed 16 Oct 2021). (In Russ.)
18. Wojciuk A., Michalek M., Stormowska M. Education as a source and tool of soft power in international relations. *European Political Science*, 2015, 14(3): 298–317. https://doi.org/10.1057/eps.2015.25
19. De Martino M. Promotion of political values through international programs of academic mobility. *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология*. 2020. Т. 22. № 2. С. 312–319. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2020-22-2-312-319
De Martino M. Promotion of political values through international programs of academic mobility. *RUDN Journal of Political Science*, 2020, 22(2): 312–319. https://doi.org/10.22363/2313-1438-2020-22-2-312-319
20. Родионова М. Е. Международное позиционирование российского вуза: особенности коммуникационной политики. *Коммуникология*. 2016. Т. 4. № 1. С. 135–140.
Rodionova M. E. International positioning of a Russian university: features of communication policy. *Communicology (Russia)*, 2016, 4(1): 135–140. (In Russ.)Marciniak D., Winnicki M. International student exchange – motives, benefits and barriers of participation. *Zeszyty Naukowe. Organizacja i Zarządzanie / Politechnika Śląska*, 2019, (133), 93–105. https://doi.org/10.29119/1641-3466.2019.133.8
21. Почебут Л. Г., Степаняк Е. Д. Академическая мобильность как средство повышения межкультурной коммуникативной компетентности и социального капитала личности студента. *Психология человека в образовании*. 2019. Т. 1. № 2. С. 126–136. https://doi.org/10.33910/2686-9527-2019-1-2-126-136
Pochebut L. G., Stepaniak E. D. Academic mobility as a way to increase intercultural communicative competence and students' personal social capital. *Psychology in Education*, 2019, 1(2): 126–136. (In Russ.) https://doi.org/10.33910/2686-9527-2019-1-2-126-136
22. Greek M., Jonsmoen K. M. Transnational academic mobility in universities: the impact on a departmental and an interpersonal level. *Higher Education,* 2021, 81(3): 591–606. https://doi.org/10.1007/s10734-020-00558-7
23. Дериглазова Л. В. Международная академическая мобильность: мотивация и проблемы адаптации молодых ученых из России и Европы. *Вестник Томского государственного университета. История*. 2019. № 59. С. 142–149. https://doi.org/10.17223/19988613/59/19
Deriglazova L. V. International academic mobility: motivation and adaptation problems of young scientists from Russia and Europe. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Istoriya*, 2019, (59): 142–149. (In Russ.) https://doi.org/10.17223/19988613/59/19
24. Ковба Д. М., Грибовод Е. Г. Международная академическая мобильность сквозь призму теории «мягкой силы». *Образование и наука*. 2019. Т. 21. № 10. С. 9–31. https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-10-9-31
Kovba D. M., Gribovod E. G. International academic mobility through the prism of soft power theory. *The Education and Science Journal*, 2019, 21(10): 9–31. (In Russ.) https://doi.org/10.17853/1994-5639-2019-10-9-31