РОЗДІЛ 3

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМ МОЛОДІ ТА ОСВІТИ

УДК 316.42

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНИХ СИСТЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ В КОНТЕКСТІ ЗБЕРЕЖЕННЯ ЇХНЬОЇ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Хижняк Лариса Михайлівна – доктор соціологічних наук, професор кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

У статті акцентується на тому, що пошук концепцій, соціальних технологій та інструментів підвищення конкурентоспроможності національних систем вищої освіти стримує відсутність нових ідей щодо збереження їхньої культурної ідентичності. Національні системи вищої освіти формувалися як елемент національної держави, занепад останньої ставить під сумнів їхнє подальше існування. Прискоренню процесу переосмислення ролі національних систем вищої освіти посприяла їхня комерціалізація, наслідком чого є домінування економічних критеріїв оцінки функціонування установ вищої школи, зокрема такого універсального критерію, як конкурентоспроможність. Проблема конкурентоспроможності національної системи вищої освіти і збереження її культурної ідентичності актуалізується в суспільствах, які «губляться» в глобалізованому світі, втрачають характерні ментальні риси, не бачать перспектив власного розвитку, страждають від копіювальних експериментів і комплексу меншовартості.

Ключові слова: вища освіта, культурна ідентичність, конкурентоспроможність.

В статье акцентируется внимание на том, что поиск концепций, социальных технологий и инструментов повышения конкурентоспособности национальных систем высшего образования сдерживает отсутствие новых идей относительно востребованности сохранения их культурной идентичности. Национальные системы высшего образования формировались как элемент национального государства, упадок последнего ставит под сомнение и их дальнейшее существование. Ускорению процесса переосмысления роли национальных систем высшего образования способствовала их коммерциализация, следствием чего является доминирование экономических критериев оценки функционирования учреждений высшей школы, в частности такого универсального критерия, как конкурентоспособность. Проблема конкурентоспособности национальной системы высшего образования и сохранения ее культурной идентичности актуализируется в обществах, которые «теряются» в глобализированном мире, лишаются характерных ментальных черт, не видят перспектив собственного развития, страдают от копировальных экспериментов и комплекса неполноценности.

Ключевые слова: высшее образование, культурная идентичность, конкурентоспособность.

The article shows that searching for the concepts, social technologies and tools for improving the competitiveness of national higher education systems restrains the absence of new ideas as for demand of the preservation of their cultural identity. National systems of higher education were formed as an element of a national state and within the degradation their future existence began to be called in doubt. Its commercialization seriously accelerated the review process is the role of national higher education systems, resulting in a dominance of economic criteria of evaluation of functioning institutions of higher education, including such universal criteria as competitiveness. The problem of competitiveness of the system of higher education and the preservation of its cultural identity is up to date in societies that are «lost» in a globalized world, lose distinctive mental features, do not see prospects for its development, suffer from copying experiments and inferiority complex.

Keywords: higher education, cultural identity, competitiveness.

© Хижняк Л. М., 2014

Зі зміною базових парадигм сприйняття світу і ролі людини в ньому у соціальному просторі вищої освіти виникають нові норми, зразки, орієнтири, мотивації й очікування. В наші дні формується концепція знання, яка суттєво відрізняється від попередньої. Знання, яке впродовж тривалого історичного часу сприймалося в основному як абсолютна і безмежна цінність, почало трактуватися з утилітарних позицій, цінуватися стало більшою мірою «корисне знання», яке спрямоване на результат, який приносить миттєву економічну віддачу (прибуток). Поширюються віртуальні форми освіти, фундаментальні знання втрачають свою цінність як такі, що не дають прямого економічного ефекту. Формування та пропаганда вищими навчальними закладами універсальних цінностей і культурної спадщини почало поступатися виконанню ними суто професійної функції.

Вища (університетська) освіта впродовж багатьох століть сприймалася як дещо святе. І хоча в усі часи університети розвивалися, в тому числі, в економічному відношенні, просвітницька задача довгий час превалювала над всім іншим. Економічний бік університетського життя в основному зводився до гідної підтримки інфраструктури і гідної підтримки діяльності професури. Але нині все частіше говорять про кризу університетів, останніх підозрюють в тому, що вони не так витрачають суспільні кошти, навчають не так, виховують майбутніх фахівців не в тій системі норм і цінностей. Деякі практики пропонують як універсальний засіб вирішення питання відповідності університету сучасним вимогам зняти з них особливий статус і прирівняти їх до інших суб'єктів ринкових відносин за принципом: те, що не продається, просто не виготовляється. Тобто університетам пропонується виступати самостійними гравцями на ринку освітніх послуг. Університети поступово перетворюються на економічні корпорації, котрі навіть управляються як корпорації, але розглядаються як корпорації особливого виду – пов'язані з виробництвом і розповсюдженням знань. Всі університетські структури при цьому змушені самовизначатися за принципом конкурентоспроможності і доходності від реалізації освітніх послуг.

Під впливом ринкових трансформацій в межах університету-корпорації, де акцентується на науці як джерелі прибутку, «виживає той, хто не тільки може продукувати нове наукове знання і технології, але й має здатність вигідно його реалізувати на ринку» [1, с. 154]. Ще один наслідок комерціалізації університетських послуг – виведення на ключові позиції людей, котрі не належать до інтелектуального прошарку. З переходом до масової освіти університети готують не еліту, як в минулі часи, і це позначається на критеріях їхньої конкурентоспроможності.

Системний підхід до аналізу конкурентоспроможності вищої школи реалізував Т. Екшікеев. Він, вивчаючи взаємозв'язок компетенцій, конкурентних переваг та конкурентоспроможності вищого навчального закладу, запропонував конкурентні переваги університету диференціювати, виходячи з базових умов, що визначають характер їхнього джерела, а саме: конкурентні переваги, (1) засновані на економічних факторах, (2) на нормативно-правових актах, (3) на факторах структурного характеру, (4) викликані адміністративними заходами; (5) визначені рівнем розвитку інфраструктури ринку, (6) пов'язані з розвиненою науковою діяльністю ВНЗ, (7) пов'язані з ефективною організацією навчально-методичної роботи і високою якістю освітніх послуг, (8) засновані на географічних факторах; визначаються інформованістю керівництва вузу [2].

М. Квієк вважає знецінення усіх національних проектів (у т. ч. освітніх) наслідком глобалізації і застерігає від того, щоб не позбавляти вищі навчальні заклади ідеї нації, духу і національної культури, бо це може стати кінцем інституту освіти [3]. Хоча в останні роки соціокультурні підстави зміни освітніх практик активно вивчатися науковцями [4; 5], все ще бракує знання про зв'язок конкурентоспроможності національних систем вищої освіти з їхньою культурною ідентичністю. Якщо раніше конкуренція між вищими навчальними закладами була переважно на національному рівні, то наразі вона вийшла на глобальний рівень. З уніфікацією, стандартизацією виникає загроза втрати національного в освіті, це призводить до опору глобальним тенденціям і виражається в тому, що національні системи вищої освіти, з одного боку, прагнуть бути конкурентоспроможними і відповідати світовим стандартам освіти, а з іншого – намагаються не втратити своєї національно-державної ідентичності, яка підкреслює їх унікальність, неповторність, тобто риси, що можуть стати їхніми конкурентними перевагами на ринку освітніх послуг.

Мета цієї статті – з'ясувати співвідношення конкурентоспроможності національних систем вищої освіти і їхньої культурної ідентичності.

Кожна національна система вищої освіти формується і розвивається в конкретному соціокультурному просторі. Соціокультурний простір, за П. Бурдьє, можна розглядати як поле, де агенти займають різні позиції, тобто це структура соціальних позицій, часто багатовимірна. Ця багатовимірність спостерігається і в полі вищої освіти, адже в результатах освітнього процесу зацікавлена низка агентів (соціальних спільнот), а саме: студенти, батьки, роботодавець; промислові підприємства, фірми, бізнес-співтовариство; професорсько-викладацький склад; урядовий або регулюючий орган, орган акредитації тощо; підприємці або урядові агентства, які отримують консалтингові послуги та (або) використовують

науково-дослідні розробки, зроблені професорсько-викладацьким складом; держава і суспільство в цілому [6, с. 91-92]. Усі відмічені агенти не тільки зацікавлені в тому, щоб національна система вищої освіти була конкурентоспроможною, але й здатні цьому тією чи іншою мірою сприяти.

Слушною видається нам думка деяких дослідників проблем конкурентоспроможності вищої школи, що вищі навчальні заклади на практиці мають опікуватися своїм положенням на двох ринках – освітніх послуг і праці. При цьому важливим є врахування особливостей обох цих ринків. Так, на освітньому ринку вищі навчальні заклади виступають як специфічні суб'єкти ринкових відносин, адже вони в процесі реалізації своїх послуг отримують грошові кошти за надані освітні послуги « … від проміжного споживача – студентів (абітурієнтів), в той час як кінцеві споживачі – фірми і підприємства – виявляються звільненими від оплати готового продукту – молодого фахівця. Діяльність ВНЗ виявляється спрямованою на проміжну ланку в особі студентів (абітурієнтів) та їхніх батьків, у яких є свої очікування від системи освіти, тобто певні освітні потреби» [7, с. 68]. Контрактна форма навчання практично нічого не змінює в цій системі надання освітніх послуг проміжному споживачеві, який тільки на ринку праці дізнається про свою затребуваність і якість своєї освіти (одержаних у навчальному закладі освітніх послуг). Вмонтованість національних систем вищої освіти в соціокультурний простір не викликає сумнівів. При цьому соціокультурний простір – це «сконструйований кількома поколіннями простір сенсу, в якому відображена культурна специфіка соціальної організації досліджуваного соціуму» [5, с. 143]. Науковці наголошують на необхідності «…враховувати динамічний характер соціокультурного простору, що передбачає його перманентну трансформацію. …Соціокультурний простір має таку властивість, як відносність, тобто під впливом певних причин він може розширюватися або звужуватися. Як правило, розширення соціокультурного простору відбувається у результаті природної взаємодії з іншими культурами за принципом «виклик - відповідь. … Звуження соціокультурного простору відбувається там, де спостерігається агресія з боку інших соціокультурних світів. У цьому випадку спрацьовують захисні соціокультурні механізми, підвищується закритість простору. … Соціокультурний простір постсучасності наповнений такими процесами, як соціальна диверсифікація, диференціація, мультиплікація смислів і значень. Його необхідно розглядати не як простір сталого сенсу, а як вмістилище безлічі смислів, як місце перетину безлічі смислових полів, як акт взаємодії різних дискурсів, акт спільної творчості соціальних акторів» [5, с. 146]. За таких умов культурна ідентичність національних систем освіти піддається випробовуванням з боку тих чи інших міфів, забобонів, застарілих стереотипів, копіювальних експериментів тощо. Ще одне випробовування для національних систем освіти (особливо країн з низьким рівнем життя) – поглиблення соціальної диференціації. У багатьох країнах зростання соціально-економічної нерівності призвело фактично до створення двох систем освіти - для бідних і для багатих. Одночасно держава й суспільство покладають на освітні установи додаткові завдання, пов'язані з наданням освітніх та інших послуг для представників соціально вразливих груп, наприклад, людей з функціональними обмеженнями здоров'я. За будь-яких умов конкурентоспроможні національні системи вищої освіти мають орієнтуватися на освітні потреби, які вони мусять задовольняти, а саме: потреби матеріального зростання, статусного просування, професійного вдосконалення, морального самоствердження, соціальної адаптації та духовної самореалізації [8].

Одна з невизначеностей у сфері сучасної вищої освіти – співвідношення освітніх і наукових послуг у функціонуванні вищих навчальних закладів. Роль наукової складової у конкурентоспроможності національної системи освіти проблематична. Загально визнаним є те, що рівень розвитку освіти в країні, у т. ч. вищої, і розвиток економіки знань є взаємопов'язаними. Однак до цього часу не існує загальновизнаного підходу до вимірювання економіки знань. За однією з методик, яку використовує Світовий банк, індекс економіки знань включає чотири субіндекси, а саме: субіндекс економічного та інституційного режиму, субіндекс інновацій, субіндекс інформаційно-комунікаційних технологій, субіндекс освіти. Останній включає такі показники: середня кількість років навчання у школі; охоплення середньою освітою; охоплення вищою освітою. «За результатами розрахунків Світового банку серед 146 країн світу Україна за індексом економіки знань посіла 56 місце у загальному рейтингу з показником 5,73 та зайняла перше місце серед країн з рівнем доходу нижче середнього. Освіта наразі залишається основною конкурентоспроможною перевагою України (21 місце у рейтингу). Коефіцієнт охоплення вищою та середньою освітою серед населення віком від 17 до 21 років упродовж останнього періоду (2000-2012 рр.) становив 88%» [9, с. 52]. Наслідком суспільних трансформацій стало те, що «в останні роки в суспільній свідомості виникло уявлення про вищу освіту як про невід'ємну частину конкурентних переваг країни, що поряд з підвищенням значущості глобальних рейтингів зумовило якісну зміну сприйняття ролі і значення університетів» [10, с. 65]. Сьогодні в умовах гострої конкуренції між освітніми установами на глобальному ринку, а також національних і регіональних ринках освітніх послуг, вищі навчальні заклади взяли курс на розвиток наукових досліджень, які забезпечують

конкурентоспроможність за рахунок здійснення трансферу високих знань і технологій. Невипадково у визначенні провідних університетів світу ключовим є поняття «освіта, що базується на наукових дослідженнях». При цьому відбувається комерціалізація як освітніх послуг, так і наукових досліджень, що трансформує національну систему вищої освіти, змінює уявлення про її функції і соціальне призначення.

Якщо національна система освіти сприймається соціумом як така, що відтворює соціокультурну єдність населення певної держави, то вона відчуває на собі кризи ідентичності, які в процесі свого існування не можуть уникнути соціокультурні спільноти. Останні «... проходять низку криз ідентичності, подолання яких неможливо через просте відновлення кризою традиції, апеляції до історичного минулого. «Історія» ані як об'єктивний процес, ані як наше знання про своє минуле сама по собі не може забезпечити, гарантувати збереження ідентичності. Щоб зберегтися, соціокультурна спільнота повинна сформулювати новий проект, розуміння свого минулого і майбутнього» [11, с. 144]. Історія вищого навчального закладу – важливий чинник його конкурентоспроможності. Так, відомо, що «світову вищу лігу університетів сьогодні становлять найстаріші виші, і це не випадковість. Кращі десять університетів, згідно з рейтингом ARWU 2011 р., що складається шанхайським університетом Jiao Tong, були засновані до 1900 р., а двом з них більше 800 років. Тривалість існування є перевагою для більшості університетів: йдеться про ефект репутації, що полягає в тому, що університети з довгою і багатою історією залучають кращих вчених та студентів і за рахунок цього утримують планку високої якості. Висока академічна якість, як хороші вина, вимагає глибоких знань, уважного ставлення і тривалого періоду дозрівання» [10, с. 65].

На пострадянському просторі університети шукають нові методи просування своїх програм. Особливо важливим це стає у разі їхнього прагнення підвищити свою конкурентоспроможність для виходу на міжнародний ринок освітніх послуг. Тоді всі підрозділи навчального закладу починають орієнтуватися на конкурентоспроможність. Наразі запропоновано такий універсальний методичний підхід до підвищення конкурентоспроможності, як бенчмаркінг. Останній є одночасно інноваційним маркетинговим інструментом і являє собою концепцію, що дає можливість університетові використовувати нові ідеї на практиці і підвищувати свою конкурентоспроможність [12].

На конкурентоспроможність національних систем вищої освіти суттєво впливає перехід до «суспільства знань», який призвів до зміни характеру конкуренції, а саме: «відбувся перехід від «людини організації», яка грала ключову роль у суспільному виробництві індустріальної епохи, до «індивідуалізованої корпорації», характерної для економіки знань. Оскільки знання локалізовані у свідомості окремої людини, в наш час організації зацікавлені в людях більше, ніж люди – в організаціях. Звичайно ж, мова йде не про всіх працівників, а про тих з них, хто є носієм важливого для організації знання або здатний це знання генерувати» [13, с. 60-61]. Це актуалізує підтримку індивідуальної конкурентоспроможності. Відмічена тенденція знаходить відгук у концепціях конкуренції. Наприклад, критичний аналіз сучасних трактовок сутності конкуренції, що базуються на концепціях мальтузіанства та соціал-дарвінізма, здійснив Б. Злобін, що дозволило йому дійти висновку про необхідність переходу до конкуренції в інтересах особистості і суспільства, а не з метою придушення конкурента в боротьбі за існування. Однак це стане можливим, якщо будуть «… розкриті об'єктивні механізми відтворення всебічно розвиненої особистості» [14, с. 86].

Наразі національні системи вищої освіти постали перед викликом міжнародної конкурентоспроможності. А для цього необхідно не тільки відповідне фінансування, але також розробка відповідних управлінських стратегій. Одна з них – розвиток центрів видатних досягнень і системи постбакалавріата на базі провідних ВНЗ. Науковці зазначають, що «практика модернізації національних систем вищої освіти свідчить про те, що основною стратегією руху до більшої глобальної конкурентоспроможності вищих навчальних закладів стають заходи з об'єднання і модернізації існуючих вишів. Така стратегія використовується в більшості держав, що вирішують аналогічні завдання, хоча в деяких країнах (Гонконг, Казахстан, Саудівська Аравія, Сінгапур) з цією метою створено також нові університети» [10**,** с. 27].

У підсумку підкреслимо, що конкурентоспроможність системи вищої освіти і збереження її культурної ідентичності актуалізується в суспільствах, які «губляться» в глобалізованому світі, втрачають характерні ментальні риси, не бачать перспектив власного розвитку, страждають від копіювальних експериментів і комплексу меншовартості. Процес перегляду ролі національних систем вищої освіти прискорила їхня комерціалізація, наслідком чого стало домінування економічних критеріїв оцінки функціонування установ вищої школи, зокрема такого універсального критерію, як конкурентоспроможність. На національні системи освіти наразі впливають дві протилежні тенденції розвитку: перша тенденція наголошує на подальшому розповсюдженні ринкової стратегії, при якій освіта все більше перетворюється на послугу, що продається, предмет торгівлі, комерції, бізнесу, об'єкт маркетингу; друга – передбачає відновлення принципів немеркантильного служіння культурі, самореалізації в освітній і науковій діяльності, збереження культурної ідентичності.

Література:
1. Покровский Н. Е. Трансформация университетов в условиях глобального рынка / Н. Е. Покровский // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – Том VII. – № 4. – С. 153-161.
2. Екшикеев Т. К. Конкурентоспособность и конкурентные преимущества ВУЗа / Т. К. Екшикеев // Проблемы современной экономики. – 2009. № 4(32). – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2925
3. Квієк М. Глобалізація і вища освіта / М. Квієк // Вища школа. – 2001. – № 4. – С. 107-118.
4. Нестеренко Ю. Социокультурные основания изменения образовательных практик / Ю. Нестеренко // Власть. – 2006. – № 9. – С. 56-69.
5. Шакирова Е. Ю. Общее представление о строении и динамике современного социокультурного пространства. Часть 2. / Е. Ю. Шакирова // Власть. – 2014. – № 2. – С. 143-146.
6. Спиридонова А. А. Исследование удовлетворенности студентов: подход, ориентированный на запросы потребителей / А. А. Спиридонова, Е. Г. Хомутова // Университетское управление: практика и анализ. – 2012. – № 3. – С. 91-96.
7. Борисова И. Мониторинг как инструмент гарантии качества образования и обеспечения конкурентоспособности вуза / И. Борисова, Е. Ливанова // Власть. – 2014. – № 2. – С. 66-82.
8. Попова Е. С. «Новые концепты» социологии образования: возникновение и проблемы операционализации / Е. С. Попова // Вестник Института социологии. – 2012. – № 5. – С. 202-215.
9. Жукович І. А. Інтегральні індекси у вимірюванні економіки знань за методологією Світового банку / І. А. Жукович // Статистика України. – 2013. – № 1. – С. 47-54.
10. Салми Дж. Как государства добиваются международной конкурентоспособности университетов: уроки для России / Джамил Салми**,** Исак Фрумин // Вопросы образования. – 2013. – № 1. – С. 25-68.
11. Горюнов А. Социокультурная идентичность как проект / А. Горюнов, Л. Потанина, Е. Шабалкина // Власть. – 2013. – № 12. – С. 143-145.
12. Масюк Н. Н. Бенчмаркинг как инновационный способ повышения конкурентоспособности университета на международном рынке образовательных услуг / Н. Н. Масюк, П. В. Петрищев // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – Режим доступа: URL: www.science-education.ru/106-7683.
13. Филонович С. Р. Life-long learning: последствия для высшей школы / С. Р. Филонович // Вопросы образования. – 2009. – № 4. – С. 55-66.
14. Злобин Б. К. Конкуренция в теориях эволюции природных и общественных систем / Б. К. Злобин // Социология власти. – 2012. – № 3. – С. 81-86.