

ТРАНСФОРМАЦІЯ УНІВЕРСИТЕТУ ЯК ФОРМА ПРОЯВУ ЕКОНОМІЗМУ ТА КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ У СИСТЕМІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

THE TRANSFORMATION OF THE UNIVERSITY AS A FORM OF DEMONSTRATION OF ECONOMISM AND THE COMMERCIALIZATION IN THE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION

У статті здійснено аналіз трансформації університету та концептуалізацію поняття «підприємницького університету» як форми прояву економізму і комерціалізації у сучасній вищій освіті, розуміючи під підприємницьким університетом вищий навчальний заклад, що демонструє підприємницьку організаційну поведінку, а його співробітники наділені якостями підприємців та не вбачають у комерціалізації небезпеки для академічних традицій та якості вищої освіти.

Ключові слова: вища освіта, університет, підприємницький університет, парадигма, трансформація.

В статье осуществлен анализ трансформации университета и концептуализации понятия «предпринимательского университета» как формы проявления эгоизма и коммерциализации в современном высшем образовании, понимая под предпринимательским университетом высшее учебное заведение, которое демонстрирует предпринимательское организационное поведение,

а его сотрудники наделены качествами предпринимателей и не видят в коммерциализации опасности для академических традиций и качества высшего образования.

Ключевые слова: высшее образование, университет, предпринимательский университет, парадигма, трансформация.

The article deals with the analysis of the transformation of the University and the conceptualization of the notion "The Entrepreneurial University" as a form of demonstration of economism and the commercialization in modern higher education, understanding the entrepreneurial university, higher education institution, which demonstrates entrepreneurial organizational behavior and notifies that a staff has the qualities of entrepreneurs and do not see the danger of commercialization to academic traditions and the quality of higher education.

Key words: higher education, University, Entrepreneurial University, paradigm, transformation.

УДК 316.74:33:005.44:316.74:378(477)

Стригуль М.В.

к.соц.н., доцент кафедри соціології та політології
Національний авіаційний університет

Постановка проблеми. У ході модернізаційних та трансформаційних процесів в освітній сфері надзвичайно важливим є аналіз функціонування освітніх інститутів, наслідків реалізації їх функцій, способів взаємодії та суті тих соціальних процесів, на які вони впливають. Саме тому актуалізується розгортання соціологічного дискурсу стосовно сучасних інноваційних процесів в освітній сфері, таких як економізм, комерціалізація, диверсифікація, модернізація, трансформація.

В Україні внаслідок реформи вищої освіти почало формуватися своєрідне ринкове середовище освіти, невіддільними складовими якого стали економізм і комерціалізація, які потребують нових правил взаємодії, статусно-рольових взаємовідносин, ціннісно-нормативних стандартів. Зважаючи на це, всебічного соціологічного дослідження потребує перебіг цих процесів в Україні та аналіз появи своєрідних феноменів, таких як «підприємницький університет», «академічний капіталізм», «університет ринкового типу» тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Освітні інститути постійно перебувають у полі зору соціологічної науки. Помітну увагу приділяли їм класики соціології Е. Дюркгейм, К. Мангейм, П. Сорокін та інші. До аналізу ж теорій університетської освіти першими почали звертатися у XIX – на початку XX ст. М. Ве-

бер, Т. Веблен, Дж. Дьюї, К. Мангейм, Х. Ортега-і-Гассет, М. Шелер, К. Ясперс та інші. У другій половині XX ст. освітні інститути стали об'єктом вивчення багатьох спеціальних соціологічних теорій. Трансформаційні процеси в освітніх інститутах було розглянуто у працях Д. Белла, Г. Маркузе, О. Тоффлера, А. Турена тощо. Вкрай важливими для розвитку соціології освіти стали дослідження ролі інститутів освіти Дж. Коулмана, Р. Мертона та інших учених. Трансформаційні та модернізаційні процеси у структурі вищої освіти, поява явищ диференціації, коммодифікації, диверсифікації, консюмеризму, економізму і комерціалізації розглядаються у роботах американських учених Б. Барбера, Г. Гарднера, Дж. Джарі, С. Колліні, К. Лісмана, М. Мітровича, М. Паркер, Дж. Рітцера, Й. Ропке, Дж. Спрінга.

Постановка завдання. У дослідженні здійснено аналіз трансформації університету та концептуалізацію поняття «підприємницького університету» як форми прояву економізму і комерціалізації у сучасній вищій освіті, розуміючи під підприємницьким університетом вищий навчальний заклад, що демонструє підприємницьку організаційну поведінку, а його співробітники наділені якостями підприємців та не вбачають у комерціалізації небезпеки для академічних традицій та якості вищої освіти.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із чинників для розуміння більш широкого контексту поточних пропозицій перетворення університетів на корпоративних гравців є поняття революції парадигми. Поняття «парадигма» та «революційна парадигма» були введені Т. Куном у книзі «Структура наукових революцій» у 1962 році [9]. На думку вченого, парадигма є набором науково-метафізичних переконань, що складають теоретичну основу, або апіорні припущення про структуру об'єкта дослідження у науковій дисципліні. Т. Кун відреагував на позитивістські припущення, визнаючи, що прогрес пізнання є частиною тривалого кумулятивного процесу, в якому емпіричні факти – це вимушені зміни у теоріях [9].

Мислителі-економісти, такі як Г. Етцковітц і С. Юсуф, досліджуючи університет, дозволяють припустити, що ідея революції може бути використана для пояснення того, що сталося з університетами. Однак їхня ідея революції не така, як у Т. Куна, а збігається з позитивістською. С. Юсуф описує її так: університети були майже шістьсот років інститутами, які просто навчали професіоналів: адвокатів, духівництво й лікарів. Але коли у 1810 році Вільгельм фон Гумбольдт, засновник Берлінського університету, зробив дослідження важливим доповненням до функції навчання, то відбулася перша велика зміна парадигми з моменту створення університету як установи. До кінця XIX століття більшість технологічних досягнень (прикладна наука) почали застосовуватись у промисловості. У першій половині XX століття існує дуже невелика кількість університетів, що беруть участь у науково-дослідних розробках та технологіях. Лише згодом з метою стимулювання американської економіки уряд Сполучених Штатів дав суттєве державне фінансування досліджень. Тож відбулась поточна зміна парадигми, оскільки відмінність між «навчанням», «фундаментальними дослідженнями» і «прикладною наукою» має важливе економічне значення. За С. Юсуфом, цей розвиток можна розглядати як ознаку того, що наразі суспільство переживає другу велику парадигму в історії університету, розвиваються зв'язки між університетом і бізнес-сектором та стають одним з основних напрямків політики [8, р. 1-25].

Центральне місце у концепції «революції парадигми» Т. Куна займає радикальна зміна уявлень про те, що таке університет [10]. На думку Р. Кроу, нинішня трансформація перетворює університети на «підприємницькі інститути». Учений визнає «еволюційну траєкторію університетів» і стверджує, що це відбувається з традиційними місіями викладання, науковими дослідженнями та державною службою, але на додаток просуває інновації та підприємництво» [1, р. 1-17].

На думку таких учених, як Г. Етцковітц [2], Р. Вебстер і К. Терра, університети повинні пройти першу академічну революцію – включення досліджень як академічної місії. Згодом приступити до другої революції, за допомогою розширень обох своїх науково-дослідних і навчальних місій. Слід зазначити, що на думку Г. Етцковітца, економізація університету «є результатом роботи з внутрішньої логіки «академічного розвитку» [2, р. 64-77]. Учений стверджує, що академічне підприємство розширюється «від консерватора до відправника знань». Ядро першої революції полягало у додаванні досліджень до педагогічної діяльності університету. Економізація університетів є другим доповненням до цього центрального завдання університету. Етцковітц стверджує, що це друге доповнення (вчений називає його «революція») «є розквітом характеристик, які потенційно існують у будь-якому академічному підприємстві» [2, р. 64-77].

У цілому, мислителі-економісти зазначають, що необхідно розглянути та розширити попередні функції університету. Проте здається, що їх зміна передбачає зведення до революції парадигм Т. Куна, яка змінить функціонування та основні відносини університетів. Слід зауважити, що ця зміна може бути виражена у: 1) самооцінці університетів щодо їх ідентичності та внутрішнього функціонування; 2) новому баченні взаємин університетів у суспільстві у цілому; 3) особистісних відносинах між людьми, що належать до університетського співтовариства [9].

На думку вченого Й. Ропке, підприємницький університет повинен означати: 1) університет як організація повинен стати підприємницьким; 2) взаємодія між університетом і навколишнім середовищем повинна наслідувати підприємницькі моделі; 3) співробітники та студенти повинні перетворити себе у підприємців [5]. Учений стверджує, що всі ці три умови разом є необхідними і достатніми, аби перетворити університет на «підприємницький». Можна зробити висновок, що Й. Ропке припускає трансформацію, яка є систематичним і всеосяжним перетворенням, що починається з радикально нових уявлень про сутність університету [5, с. 66-69].

Реалізація «ефективності» як економічної цінності має надзвичайне значення. Ч. Тейлор попереджає, що у сучасному суспільстві існує потужний механізм, який дозволяє здійснити вільний вибір. Це змушує прийняти стратегію максимізації, хоча може бути руйнівним або постає «проти людяності і здорового глузду». Утім, трансформація університетів в ефективні і продуктивні одиниці відповідно до економістської парадигми, спрямована не тільки на внутрішнє функціонування університетів, а й на їх взаємодію з соціальним, культурним

та природним середовищем [3]. Передбачається, що університети повинні стати «постачальниками послуг». А. Ліснер тлумачить цю метафору на більш глибокому рівні, вказуючи, що університети повинні функціонувати відповідно до принципів ринку (ці принципи, як правило, спрямовані на формування культури «турботи про клієнтів» і «конкурентоспроможність»), а також принципу, що «вільний ринок винагороджує тих, хто готовий досягти успіху». Проте, щоб зрозуміти цю зовнішню орієнтацію, необхідно вивести принцип ринку з «отримання прибутку» та зобразити це основною метою університетів у суспільстві у цілому [3, р. 483-485].

На думку Г. Етцковіца, для коммодифікації університетів повинні відбутися чотири взаємопов'язані зміни. По-перше, слід прийняти «припущення про економічну місію розвитку університетів». Ця «місія розвитку» є першим і найважливішим кроком у напрямку присвоєння вишам великої зовнішньої економічної задачі [2, р. 64-66]. По-друге, університети та підприємства повинні у сукупності провести перетворення, які просувають ідею підприємницького університету. Важливим прикладом останнього є спроба переглянути правила інтелектуальної власності для того, щоб університети мали змогу стати власниками такого майна [2, р. 66-68]. По-третє, «накладення тристоронніх зв'язків, мереж і організацій» між державами, підприємствами та університетами має бути створене для того, щоб інституціоналізувати і відтворювати інтерфейс, а також стимулювати творчий підхід та регіональну згуртованість. Г. Етцковіц має на увазі феномен університетських центрів і вчених з широкими бізнесовими та урядовими мережами, які можуть підтримувати зв'язок між університетами, підприємствами та урядом [2, р. 68-70]. По-четверте, підприємство та університет повинні існувати не відокремлено один від одного.

Продовжуючи вищезазначений аналіз, необхідно вказати, що подібного роду зовнішня трансформація у взаємопов'язаному підприємницькому університеті повинна мати істотний вплив на зміст і формат не тільки дослідження, але й викладання. Наприклад, Г. Етцковіц стверджує, що традиційне вчення про роль університетів повинне бути переосмислене, щоб допомогти модернізації фірм з низьким і середнім рівнем розвитку технологій [2]. Викладання слід спрямувати на застосування академічних знань студентів у реальному світі ситуацій. Це також означає, що викладачі мають намагатися створювати можливості для студентів стати інтернами підприємств, де останні матимуть змогу вдосконалювати свої знання та підвищувати професійний рівень [2, р. 64-78].

Західні дослідники Дж. Туїнайнен і Т. Кнуїтула [6] приводять аргументи з приводу того, що відбувається всеосяжна зміна університетів у комерційні одиниці. На основі результатів проведеного дослідження вони ставлять під сумнів твердження, що університети здатні об'єднати свої традиційні академічні функції зі зростаючими потребами комерціалізації. Учені стверджують, що ця комбінація з метою перетворення університетів в економічних гравців виявляється досить складною для управління і передбачає наявність конфліктних ситуацій, які включають [6, р. 684-704]:

- розділення й керування адміністративної влади між керівниками факультетів та навчально-підприємницькими лідерами; нечіткий розподіл робочих годин;
- використання університетського обладнання та персоналу приватних компаній, які фінансуються на громадському рівні;
- визначення прав інтелектуальної власності;
- розподіл економічних прибутків між дослідниками;
- розподіл академічних кредитів; зменшення відкритості наукової комунікації або зростаючі бар'єри у передачі знань між ученими, тому що знання передбачає особистий прибуток.

Учені стверджують, що ця зміна може мати місце для деяких підрозділів (наприклад, «наукових парків», «бізнес-інкубаторів» тощо), але навряд чи буде характерною для університетської організації у цілому [6, р. 684-704].

На думку таких учених, як С. Юсуф та Г. Етцковіц, перша революція є переходом від збереження знань до отримання нових знань. Вищезазначена зміна радикальна, а отже, є гідним маркером «революції». Проте перехід має бути поступовим, оскільки викладачі повинні оволодіти знаннями, перш ніж вони могли б зберегти і передати їх наступному поколінню. Таким чином, на думку Г. Етцковіц, передача та накопичення знань є частиною того ж механізму дії, який можна назвати «академічна місія». Питання полягає у тому, чи може комерціалізація знань розглядатись також як частина «академічної місії» [2].

Навіть представники економістської моделі мають сумніви з приводу комерціалізації знань і комерціалізації університетів.

Необхідно зазначити, що прикладна наука винайшла комерційні технології (тобто комерціалізувала товари). Хоча, як стверджує С. Юсуф, важко оцінити, наскільки вагому роль відіграє ця політика для економізації університетів [8, р. 1-7]. У той же час, С. Юсуф ставить запитання, яке полягає у тому, чи можуть університети фактично бути перетворені у двигуни технологічних змін, не відхиляючись серйозно від своїх головних завдань. Учений також розглядає проблему з іншого боку, адже при умові виконання останнього ситуація може

розвиватися так: великі фірми будуть доволі небайдужі до вузівської науки [8].

Таким чином, ставиться під сумнів трансформація університетів у великі економічні суб'єкти і саме твердження про те, що парадигма припускає, що фундаментальні та прикладні дослідження не були частиною первісної ідеї університету. Однак, якщо дослідження було від початку частиною наукової діяльності університетів, то твердження парадигми Т. Куна [9] зазнає неправильного тлумачення. Б. Вентер зазначає, що тоді дійсно можна стверджувати, що «ліцей» Арістотеля міг вже бути визнаний університетом, який здійснював як викладацьку діяльність, так і наукові дослідження [7, р. 275-318]. Щоб зупинитися на цій точці зору, необхідно визначити, що прикладні дослідження (наприклад, технічні науки) також можуть бути частиною наукової діяльності університетів.

Університети, які залежать від фінансування з боку промисловості, уразливі до деформацій. Тим не менше, у тому ж положенні знаходяться університети, які фінансуються державою. Останні є вразливими до етатизму, тобто нав'язування влади держави та її ідеології. Проте багато державних університетів протягом багатьох років зберігають свою незалежність. У таких умовах стає реальною небезпека одномірного мислення, оскільки багато вчених виступає проти ідеї запровадження нових видів отримання знань в університеті.

Висновки з проведеного дослідження.

Аналізуючи вищезазначене, варто зауважити, що університет як установа має бути місцем, що формує людей, які сприяють розвитку

цивілізації. Тож економізм швидше є явищем деформованої, регресивної нової парадигми.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Crow M.M. Building an entrepreneurial university. Third annual Kauffman Foundation. Max Planck Institute Entrepreneurship Research Conference, Munich, Germany, June 8, 2008. P. 1-17. URL: <http://economiceducation.us/dotAsset/693823.pdf>.
2. Etzkowitz H. The evolution of the entrepreneurial university. *International Journal of Technology and Globalisation*, 2004. № 1(1). P. 64-77.
3. Liesner A. Education or service? Remarks on teaching and learning in the entrepreneurial university. *Educational Philosophy and Theory*. 2006. № 38(4). P. 483-495.
4. Lynch K. Neo-liberalism and marketisation: the implications for higher education. *European Educational Research Journal*. 2006. № 5 (1). P. 1-17.
5. Röpke J. The entrepreneurial university: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. 1998. URL: <http://www.staff.uni-marburg.de/~roepke/Documents/entreuni.pdf>.
6. Tuunainen J. Intermingling academic and business activities: a new direction for science and universities? *Science, Technology & Human Values*. 2009. № 34(6) November. P. 684-704.
7. Venter J. A human(e) "university": resisting scientism, technicism, and economism. *Koers*. 2006. № 71(1). P.275-318.
8. Yusuf S. University-industry links: policy dimensions. / In: S. Yusuf, K. Nabeshima, (eds). *How universities promote economic growth*. Washington DC: The World Bank, 2007. Pp. 1-25.
9. Кун Т. Структура научных революций. М.: Прогресс, 1975. 256 с.