

УДК-316.776:17.022.1(477)

Особливості прояву комерціалізації у системі вищої освіти Сполучених Штатів Америки

М.В. КЛЬОВ

Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна, E-mail: marinka_klyov@mail.ru

Авторське резюме

У статті зроблено аналіз сутності та особливостей комерціалізації в освітній системі Сполучених Штатів Америки.

Увага автора зосереджена на здійсненні всебічного аналізу американської системи освіти та виокремленні ряду особливих характеристик. Зважаючи на це, розглядається неолібералізм як тенденція зміни освітньої системи та неоліберальний університет, в основі якого ринкові відносини, засновані на обміні товарів, котрими наразі постають знання. Крім того, в статті здійснено соціологічний аналіз основних структурних утворень, потреб ринку, ролі викладачів та студентів – споживачів освітніх послуг. Автор застосовує історичний метод для аналізу комерціалізації, починаючи від появи перших приватних університетів, надалі – неолібералізму та неоліберальних університетів і, врешті-решт, сучасного суспільства споживання. В статті проведений аналіз праць провідних теоретиків американського суспільства, і на основі цього автор приходить до висновку, що викликає сумнів твердження відносно того, що університети поставали демократичними інститутами з альтруїстичними цілями. І, беззаперечно, зміни, які відбулися у зв'язку з неолібералізмом, не носять фундаментальний характер та не передбачають ціл-

© М.В. Кльов, 2014

ковитого перетворення ролі університету в суспільному житті. Тож у статті зазначається, що неоліберальний університет несе нову сферу і масштаби отримання прибутку, корпоративних цілей, освітньої політики та ідейних переконань, але в жодному разі не є тим структурним утворенням, яке кардинально перебудовує систему вищої освіти в США.

Ключові слова: комерціалізація, неоліберальний університет, коммодифікація, американська модель вищої освіти, ідеологія, ринок.

Features of commercialization in system of higher education in the United States of America

M.V. KLYOV

National aviation university, Kyiv, Ukraine, E-mail: marinka_klyov@mail.ru

Abstract

This article analyzes the nature and features of the commercialization of the education system in the United States.

Attention is focused on conducting the comprehensive analysis of the American education system and to underlining a number of special characteristics. Paying attention to this, neoliberalism is seen as a trend in the education system and neoliberal university, based on a market economy with exchange of goods, known as knowledge. In addition, the article gives a sociological analysis of the basic structural units, market demand, the role of lecturers and students, which are the consumers of education. The author uses the historical method for the analysis of commercialization, beginning from the appearance of the first private university to the neoliberalism and neoliberal university, and modern consumer society. The paper analyses the works of leading theorists of USA society, and based on this, the author concludes that it is doubtful that universities have been democratic institutes for altruistic purposes. And, undoubtedly, due to neoliberalism, changes are not of a fundamental nature and don't provide the complete transformation as the university in society. Therefore, the article states that the neoliberal university has a new scope and extent of profit, corporate objectives, educational policy and ideological beliefs, but there is no case as the structural entity which radically restricting the system of higher education in the United States.

Keywords: commercialization, neoliberal university, commodification, the American model of higher education, ideology, market.

Постановка проблеми. Співіснування державного та комерційного секторів у вищій освіті можна віднести до структурного різноманіття, оскільки джерело його лежить в історичному розвитку національних систем освіти розвинених країн. Зважаючи на це, культура розвитку англо-американської моделі дає приклад пріоритету комерційного сектора, а західноєвропейська вища школа, навпаки, приклад соціально орієнтованої вищої освіти, розвитку громадської освітньої системи. Отже, приватна вища освіта в США розвивалася в процесі еволюції і виступає важливим елементом американської культури. Формування комерційних вищих навчальних закладів спочатку не було пов'язане з потребою масової вищої освіти. Провідні університети США – це, перш за все, приватні навчальні заклади. Гарвард (1636), університет Вільяма і Мері (1693), Принстон (1746), університет Колумбії (1755) – всі ці приватні університети відносяться до «елітного сектора вищої освіти». Тим не менше, у США існує близько 4000 вузів, половина з яких – приватні навчальні заклади [12, с. 366].

У цих умовах необхідний глибокий аналіз існуючих теорій вищої освіти, яка сприяє координації досліджень окремих сегментів історичного, структурного та організаційного напрямків, котрі наразі досить мінливі. Крім того, соціологічного аналізу та узагальнення потребує явище комерціалізації в структурі вищої

освіти США. Згідно з вищезазначеним феноменом, на нашу думку, необхідним є розгляд ідеї неолібералізму та неоліберального університету, аналіз структурних утворень, потреб ринку, технічної освіти і професійної підготовки, які загалом формують цілісну систему взаємовідносин в освітніх інституціях.

Зважаючи на це, комерціалізацію вищої освіти в США не слід вважати новітнім процесом, що має місце в неоліберальних університетах та формує своєрідну філософію життя, а соціальним процесом в освітній системі, котрий з'являється разом із появою приватної освіти в США.

Аналіз досліджень і публікацій. На початку другого тисячоліття нашої ери разом із появою перших університетів з'явилися теорії університетської освіти. Згодом вони отримали розвиток у роботах XIX – початку XX ст. Т. Веблена, Х. Ортеги-і-Гассета, К. Ясперса, Е. Дюркгейма, М. Вебера, К. Мангейма, Дж. Дьюї, М. Шелера та інших, в яких зверталась увага на становлення систем вищої освіти, моделей університету, а також закладались основа досліджень соціальних процесів в освітньому середовищі. Із середини XX століття формування масових процесів у вищій освіті в усьому світі заклало основу для досліджень національних систем, котре отримало розвиток у роботах С. Белякова, Б. Вульфсона, А. Галагана, С. Зарецької, А. Кубишкіна, І. Федорова, Д. Джеймеджа,

Т. Малкольма. Адже, порівнюючи основні тенденції розвитку американської та європейських систем вищої освіти, вони акцентували увагу на загальному і особливому в структурі вищої школи, освітній політиці та традиціях.

Безумовно, не залишаються поза увагою роботи Дж. О'Брайена [11], М. Лукашенко, А. Єгоршина, Д. Пула та ін., які зосереджуються на розгляді вищого навчального закладу як організації з виробництва послуг. Інституційні та системні зміни вищої освіти останнього часу відображені в роботах Д. Белла, К. Керра, В. Нечаєва, Н. Смелзера, М. Троу, Д. Бока, Т. Петрової, Т. Попкевіца та інших. Відносно трансформаційних, модернізаційних процесів у структурі вищої освіти, появи явищ коммодифікації, диференціації, диверсифікації, консюмеризму та комерціалізації, звертаємось до робіт американських учених Д. Бока, Р. Барнетт, Г. Гарднера та Б. Барбер.

Мета дослідження – здійснити теоретико-методологічний аналіз процесу комерціалізації в системі вищої освіти США крізь призму соціологічної концептуалізації.

Виклад основного матеріалу. Загально-визнано і документально підтверджено, що приватна вища освіта постає найбільш швидкозростаючим сектором освіти в більшості регіонів світу. Це явище можна побачити в країнах з потужною системою вищої освіти, котра фінансується державою, як наприклад в Європі. Навіть у Китаї, з комуністичним урядом, протягом останніх двох десятиліть з'являється ряд нових університетів [6, с. 132].

Необхідно зауважити, що за останні тридцять років неолібералізм став домінуючим напрямком в Сполучених Штатах Америки і більшій частині світу [10, с. 132-140]. За цей час значно активізувався та розширився класичний лібералізм, визнаний економічною та соціальною політикою США протягом дев'ятнадцятого і початку двадцятого [7, с. 20-22]. В свою чергу це призвело до різкого скорочення державної підтримки соціальних послуг і програм, сприяло поширенню економічної раціональності на культурну, соціальну і політичну сфери, а також ідентифікувало індивідів не як громадян, а як автономних суб'єктів економічної діяльності [7, с. 21]. Стрімке поширення неолібералізму, призвело до появи коммодифікації (перетворення продукту в товар), комерціалізації і маркетинга, а також до розширення ринкової логіки, яка є першочерговим завданням економіки [5, с. 409-415]. Незважаючи на економічну нерівність, відсутність збільшення заробітної плати працівників, величезне зростання особистих боргів та діяльність, що переміщується від держави до транснаціональних корпорацій і світових фінансових установ, неолібералізм продовжує бути домінуючою ідеологією в Сполучених Штатах [9, с. 9-12].

Як неоліберальна політика, практики і ідеї, розроблені у США, паралельний процес неоліберального розвитку відбувався в США у сфері вищої освіти. Протягом останніх чотирьох десятиліть економіка, структури і цілі вищої освіти, а також пріоритети та принципи залучення студентів були змінені, аби відповідати неоліберальній ідеології. Наведені умови не змінили докорінно економічну і соціальну роль вищої освіти в Сполучених Штатах, так як мета нинішніх коледжів і університетів була аналогічна тому, як це було в 1976 році, коли Семюель Боулз і Герберт Гинтис опублікували свої праці, котрі суттєво критикували освіту в Сполучених Штатах. Замість цього, нові умови передбачали зміну існуючого ладу, а також створення системи вищої освіти, не спрямованої на служіння інтересам капіталу і правлячого класу.

Хоча було б неправильно визначити неоліберальний університет як принципово нове втілення вищої освіти в США, значимі зміни, що відбулися за останні сорок років, привели університет до неоліберальної ідеології, спричиняючи суттєві відмінності між неоліберальним університетом та його попередниками. Для того щоб компенсувати зменшення коштів в результаті різкого скорочення фінансування соціальних послуг відповідно до неоліберального режиму, коледжі та університети за пріоритетами стають все більш залежними від приватних джерел фінансування.

Задля отримання прибутку, університети поступово зосередилися на прикладних та комерційних дослідженнях, натомість вища освіта все частіше розглядається як приватне благо, а студент розглядається в якості клієнта.

Оскільки неолібералізм став домінуючою соціально-економічною політикою США і його ідеологія все частіше приймається, то в структурі вищої освіти відбувся паралельний процес неоліберального розвитку.

Варто відзначити, що освітній процес не в змозі існувати без студентів, викладачів, технологій та потребує постійної взаємодії. Один із американських дослідників Г. Гарднер визнає, що, по суті, університет двобічний: одна сторона направлена на питання фінансового характеру, інша – на студентів та їх очікування. В одному із номерів журналу «Вища освіта» в 1972 році в США він публікує статтю відносно того, що університети уже увійшли в ринок, і що процес поступово здійснився. Протирічними виявляються погляди Девіда Л. Кіпра, який зазначає, що переважна частина науковців сприймають вищезазначене твердження як протилежне традиційним поглядам. Тим не менше, ще 30 років тому зв'язок бізнесу і вищої освіти розглядався ніщо інше, як суспільно небезпечне зло. На сьогодні, незважаючи на несприйняття менеджеризму в управлінні вищих навчальних закладів та розширення спів-

праці між університетами та бізнес-сектором, комерціалізація вищої освіти – явище досить традиційне. Засоби масової інформації, наукова література та громадська думка приділяють неабияку увагу цьому феномену. В даній статті зроблено аналіз найбільш протирічних дискусій, тривалість яких понад 30 років.

Тож чітко зазначені цілі постають головними у комерціалізації університетів та коледжів. Наприклад, колишній президент Гарвардського університету Д. Бок, у своїй праці «Університети в умовах ринку» зосереджує увагу на тому, що наразі університет, не маючи чітко поставленої мети, може зосередитися виключно на заробітку грошей, забуваючи при цьому про власну фундаментальну мету. Аналогічну позицію представив Говард Гарднер, який свідчить, що коледж чи університет повинен відкрито говорити про свою центральну місію, і що люди, відповідальні за установи, повинні бути вірними цій місії, так само, як лікар вірний клятві Гіппократа [4].

У світі, яким керує комерціалізація, центром доходів постає кожен індивід, зацікавленою стороною є кожна соціальна група, кожен студент постає в якості клієнта, професор – в ролі підприємця, а будь-яка освітня інституція стає такою, котра шукає прибуток (грошової форми або в формі людського капіталу).

Тим не менше, так звана «вступна компанія», як зауважує Кіпр, не більше того, ніж маркетингова стратегія. Аби залучити нових студентів та з метою набуття університетом бренду, він витрачає значну кількість коштів на вступну компанію. В якості прикладу можна привести своєрідну «хворобу» рейтингів. Наприклад, перебуваючи в супермаркеті, можна простежити, які товари користуються найбільшим попитом. Схожий процес відбувається і з університетами: їх ранжування має розмірність чистого споживацтва. Отже, потенційний клієнт має вчинити так, як було зроблено попередніми.

Проте, на думку багатьох дослідників, завдання ВУЗів не тільки залучити клієнта (студента), а й задовольнити його вимоги. У праці «Суспільство споживання» З. Бауман визнає, що кінцева мета всіх товарів – споживання, крім того, люди, котрі купують їх, захочуть придбати товари народного споживання, тільки якщо їх споживання принесе реалізацію їхніх потреб. Бауман зазначає, що ціна, яку потенційний клієнт готовий заплатити за пропонований товар залежатиме від довіри та задоволення власних потреб [2, с. 167].

Університетська освіта сприймається з точки зору товарів, адже індивіди знаходяться в суспільстві споживання і, знаходячись у подібних умовах, було б дивно, якби «споживаючи» (використовуючи термін, запропонований Б. Барбер) не хотіли б споживати освіту. В той же час Р. Барнетт, порівнюючи університети із

торговими центрами, зазначає, що університети стали місцем і сакральним, і зганьбованим. Більш того, це порівняння також представляє ще одне явище, яке відбувається в сучасних університетах – масовість. Торгові центри пропонують те, що бажають споживачі, і все частіше і частіше це ж роблять і університети [8].

Тим не менше, Д. Бок звертає увагу на основні відмінності між університетом та компаніями. Перш за все, відсутність стимулу в управлінській сфері. По-друге, інтелектуальні лідери відіграють вагомішу роль, аніж класичні менеджери, оскільки основним завданням університетів постає створення і проведення наукових досліджень [4].

Крім того, якщо, наприклад, немає попиту на певний навчальний предмет, він не може бути виключений з програми. Хоча, з точки зору ринкового механізму, ці предмети повинні бути відкинуті відразу, як зазначає Г. Гарднер. Університети і академічні знання завжди слугували суспільним благом, однак, як зазначає Альтбах: університети ввійшли в ринок, і відповідно змінилося ставлення суспільства до вищих навчальних закладів, академічні знання все більше сприймаються як «суспільне благо». Звертаючи увагу на вищезазначене, освіта, на думку Альтбах, повинна бути оплачена так само, як і будь-який інший сервіс. Знання, таким чином, стають ще одним пунктом комерційної угоди [1, с. 39-42].

Тож перейдемо до фундаментального питання. Студент постає клієнтом і / або споживачем? Дійсно, можна припустити, що сучасні студенти стали більш вимогливими, тому що є так багато конкуренції, викликаної зростанням попиту на освіту – з цієї причини ми не можемо називати їх клієнтами. Студенти були б клієнтами, якщо вони були б здатні оцінити те, що університет може запропонувати. Вони не є, однак, у змозі виконати цю оцінку, тому що вони не володіють достатніми знаннями для цього. Студенти стають клієнтами, коли вони оцінюють університет з точки зору його об'єктів, тим не менш, вони не є клієнтами, коли вони відвідують заняття.

Вони не в змозі судити тему по суті, бо вони мали б бути експертами в конкретній сфері. Таким чином, у кращому випадку вони можуть оцінити, чи викладач чітко пояснив щось і т.д. Проте, у багатьох аспектах студенти є клієнтами, оскільки у них є обов'язковий договір на товари та послуги, а також для можливості вивчення в організації, яка, діючи як бізнес, продає можливість вчитися. Згідно з угодою, студенти мають можливість висловити свої потреби, очікування і задоволення, і їхні голоси мають бути почуті.

У поточних дебатах, з одного боку, можна почути, що насправді університети та інші центри вищої освіти стали предметом ринкової гри. Адже багато американських професорів

вважають, що вища освіта стала величезним знаряддям стимулювання економічного розвитку. Однак, з іншого боку, ці ж учені вважають, що вищі навчальні заклади це – не просто бізнес. Вони займають позицію, що, перш за все, їх робота полягає в інтелектуальному розвитку особистості.

Висновки. Отже, приватизація і комерціалізація бюджетних організацій поширились і на вищу освіту, в результаті чого ці установи стали більш залежними від приватних фондів. Була також змінена роль викладачів і їх інституційних пріоритетів, з акцентом на отримання доходу і меншу роль у прийнятті рішень. Разом з тим, студенти, як раціональні економічні суб'єкти, змінили свої цілі, розробили своєрідну філософію життя.

Все це постало прямим результатом використання неоліберальної політики конкретними особами і освітніми установами, регулювання університетів, як об'єктів традиційного бізнесу, а разом з тим – викладачів і студентів. Багато хто з учених, які обговорюють вплив неолібералізму на вищу освіту, зіставили неоліберальний університет, який фокусується на задоволенні потреб ринку, технічну освіту і професійну підготовку. Варто зауважити, що беззаперечно все це призвело до драматичних змін інституційних пріоритетів, навчальної програми, що не було присутнім у попередніх втіленнях університету. Проте, викликає сумнів твердження відносно того, що університети були коли-небудь демократичними інститутами з альтруїстичними цілями. Як зазначає Барроу, акціонування американської вищої освіти дійсно почалося в XIX ст. Отже, це дозволяє стверджувати, що зміни, які відбулися у зв'язку з неолібералізмом, не носять фундаментальний характер і цілісне перетворення ролі університету в суспільному житті, а є лише акцентуацією його попередніх функцій.

Відповідно до всього вищезазначеного слід підкреслити, що неоліберальний університет несе нову сферу і масштаби отримання прибутку, корпоративних цілей, освітньої політики та ідейних переконань, але в жодному разі не є тим структурним утворенням, яке кардинально перебудовує систему вищої освіти в США.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Альтбах Ф.Г. Высшее образование и WTO: безумие глобализации / Ф.Г. Альтбах // Alma Mater. Вестник высшей школы. – 2001. – № 6. – С. 39-42.
2. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества: Пер. с англ. / З. Бауман. – М.: Изд-во «Весь мир», 2004. – 188 с.
3. Бауман З. Образование – при, для и несмотря на постмодернити / З. Бауман // Индивидуализированное общество: Пер. с англ. / Под ред. В.И. Иноземцева. – М.: Логос, 2002. – С. 155-175.
4. Бок Д. Университеты в условиях рынка. Коммерциализация высшего образования: Пер. с англ. С. Карпа / Д. Бок. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 224 с.
5. Apple M. Comparing neo-liberal projects and inequality in education / M. Apple. – Comparative Education. – № 37 (4). – P. 409-423.
6. Aronowitz S. The knowledge factory: Dismantling the corporate university and creating true higher learning / S. Aronowitz. – Boston: Beacon Press, 2000. – 232 p.
7. Baez B. Neoliberalism in higher education. Paper presented at the meeting of the Association for the Study of Higher Education / B. Baez. – Louisville: KY, 2007. – 27 p.
8. Barnett R. The Idea of Higher Education / R. Barnett. – Buckingham: Open University Press and SRHE, 1997. – xii, 242 p.
9. Dumenil G. The neoliberal (counter-) revolution in A Saad-Filho / G. Dumenil, D. Levy // Neoliberalism: A critical reader. – 2005. – P. 9-19.
10. Harvey D. A brief history of neoliberalism / D. Harvey. – New York: Oxford University Press, 2005. – 145 p.
11. O'Brien G.D. All the Essential Half-truths about Higher Education / G.D. O'Brien. – Chicago; L.: Univ. of Chicago Press, 1998. – xxi, 243 p.
12. Teixeira P. Private Higher Education and Diversity: An Exploratory Survey / P. Teixeira; A. Amaral. – Higher Education Quarterly. – 2001. – № 4. – P. 359-395.

Стаття надійшла до редакції 19.05.2014

REFERENCES:

1. *Altba F. G. Vysshee obrazovanie i wto: bezumie globalizacii (Higher Education and the WTO: Globalization madness). Moscow, 2001, no 6, pp. 39-42*
2. *Bauman, Z. Globalizaciya. Posledstviya dlya cheloveka i obshhestva: per. s angl (Globalization. Consequences for the individual and society). Moscow, 2004, 188 p.*
3. *Bauman, Z. Obrazovanie - pri, dlya i nesmotrya na postmoderniti (Education - with, for and in spite of postmodernity). Moscow, 2002. - pp. 155-175.*
4. *Bok, D. Universitety v usloviyach rynka. Kommercializaciya vysshego obrazovaniya (Universities in market conditions. Commercialization of higher education). Moscow, 2012, 224 p.*
5. *Apple, M. Comparing neo-liberal projects and inequality in education, USA, no 37(4), pp. 409-423.*
6. *Aronowitz, S. The knowledge factory: Dismantling the corporate university and creating true higher learning, Boston, 2000, 232 p.*

7. Baez, B. Neoliberalism in higher education. Paper presented at the meeting of the Association for the Study of Higher Education, Louisville, 2007, 27 p.
8. Barnett, R. The Idea of Higher Education / R. Barnett, Buckingham, 1997, 242 p.
9. Dumenil, G., Levy, D. The neoliberal (counter-) revolution. In A Saad-Filho, Britain, 2005. - pp. 9-19
10. Harvey, D. A brief history of neoliberalism, New York, 2005, 145 p.
11. O'Brien, G. D. All the Essential Half-truths about Higher Education, Chicago, 1998, 243 p.
12. Teixeira, P. Private Higher Education and Diversity: An Exploratory Survey, New York, 2001, no4, pp. 359-395.

Кльов Марина Василівна – викладач
Національний авіаційний університет
Адреса: 03680, м. Київ, просп. Космонавта Комарова, 1
E-mail: marinka_klyov@mail.ru

Klyov Maryna Vasylivna – lecturer
National aviation university
Address: 1, Komarova Av., Kyiv, 03680
E-mail: marinka_klyov@mail.ru