

УДК-316.776:17.022.1(477)

Виникнення та розвиток «макуніверситету»: шлях до економізації освітньої галузі

М.В. КЛЮВ

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

Авторське резюме

Автор розглядає поняття «МакУніверситет», введене в 1995 році британськими соціологами М. Паркер та Дж. Джарі. Разом з тим, звертається увага на поняття макдональдизації, масовізації, які призводять до появи явищ економізації в освітній сфері. Зазначається, що за принципом макдональдизації створюються та працюють більшість бізнесових структур і організацій, а сам макдональдс є втіленням ефективності, передбачуваності та автоматизованості; поступово переходячи на університет, він проявляє себе в раціоналізації, надмірному споживанні, застосуванні реклами, що створює ілюзію у споживачів, співробітництві, котре акцентується на людській поведінці, свободі та неупередженості. В статті зазначається, що реформатори освітньої галузі доволі часто плутають економізацію освіти та її комерціалізацію. Процеси економізації освіти є одними із найважливіших чинників економічного розвитку країни та причиною змін. Адже освіта все більше починає розглядатися не як освіта заради освіти та отримання «чистого знання», а саме як потужний факт розвитку, що дозволяє країнам вийти на нові інноваційні технологічні рубежі. В цілому, освіта розглядається як головний фактор соціально-економічного прогресу і забезпечення стійкості соціальної системи. Тож концепція «МакУніверситету», введена в 1995 році, стає все більш актуальною в наш час, створюючи умови для розвитку економізації освіти в нашому суспільстві, адже сучасна епоха характеризується рейтингами університетів та факультетів на міжнародному та національному рівнях, зміцненням конкурентного духу серед факультетів і викладачів, створенням вузів і факультетів, що функціонують як підприємства у зв'язку з тим, що вони здійснюють управлінські принципи.

Ключові слова: макуніверситет, макдональдизація, споживання, масовізація, університет, бізнесова структура, освіта.

Origin and development of «mcuniversity»: course on economization the educational field

M.V. KLYOV

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

Abstract

The author examines the concept of «McUniversity», introduced in 1995 by British sociologists M. Parker and J. Jary. However, attention is drawn to the concept of McDonaldization, masovization that lead to the emergence of phenomena of economization in education. It is noted that the principle of McDonaldization is used by the most businesses organizations, and the McDonald's is the epitome of efficiency, predictability and automation; gradually moving to the University, it manifests itself in rationalization, excessive consumption, the use of advertising, which creates the illusion of consumer cooperation, which focused on human behavior, freedom and impartiality. The article states that the educational sector reformers often confuse economization of education and its commercialization. The processes of economization of education are one of the most important factors of economic development and cause change. After all, education is increasingly starting to be not as education for education and obtain «pure knowledge», namely as a powerful fact of development that allows countries to enter new innovative technological frontier. In general, education is seen as a major factor of social and economic progress and stability of the social system. So the concept of «McUniversity», introduced in 1995, is becoming increasingly important today, setting the stage for the development of the economization of education in our society, because the modern era characterized rankings of universities and faculties at the international and national levels, strengthening the competitive spirit among faculties and tutors, establishing schools and faculties that operate as businesses due to the fact that they perform managerial principles.

Keywords: McUniversity, McDonaldization, consumption, masovization, university, business, education.

Постановка проблеми. Досить часто реформатори освітньої галузі плутають економізацію освіти та її комерціалізацію. Комерціалізація освіти, по шляху якої пішла наша країна, роз-

глядає освіту як певний важіль для отримання додаткових доходів. Наприклад, кількість приватних ВУЗів в Україні сягає кількості 177, причому всі вони в основному готують еконо-

містів, юристів та менеджерів. Варто пояснити дану специфіку наступною тезою: в основі їхньої роботи лежить теза про комерціалізацію освіти. Проте, потрібно було б говорити про економізацію освіти, а це вже стратегічне завдання. В такому б випадку держава повинна регулювати потоки абітурієнтів.

Беззаперечно, наразі освіта в усьому світі зазнає значних змін. Перш за все, це пов'язано з процесом глобалізації, частиною якої є найпотужніші інтегративні процеси, що несуть у собі величезні переваги, але, одночасно, і величезні небезпеки. Освіті як фактору, що дозволяє ввійти у визначені тенденції та розвивати країни, належить особлива роль.

Можемо стверджувати, що одним із найважливіших чинників економічного розвитку країни та причиною змін виступають процеси економізації освіти. Адже освіта все більше починає розглядатися не як освіта заради освіти та отримання «чистого знання», а саме як потужний факт розвитку, що дозволяє країнам вийти на нові інноваційні технологічні рубежі. Тобто, освіта розглядається в цілому як головний фактор соціально-економічного прогресу і забезпечення стійкості соціальної системи. Тож значної актуальності набуває питання розгляду економізації освіти, її виокремлення з поняття модернізації, масовізації, а також розгляд на основі макдональдизації та концепції «МакУніверситету», котра розглядається рядом соціологів.

Аналіз досліджень і публікацій. Історія доводить, що існує широкий спектр думок про освіту і освітні інститути, сформовані в сфері педагогіки, філософії, психології, соціології, а згодом і в економіці. Категорія освіти займає важливе місце в роботі багатьох представників громадської думки, в тому числі Платона, Аристотеля, Ж.-Ж. Руссо, Е. Дюркгейма, М. Вебера, К. Мангейма, Ф. Знанецького і багато інших. Слід зазначити, що значні зміни в освітній галузі сталися саме тоді, коли наuzzi була відведена нова соціальна роль, зокрема, в царині матеріального відтворення. В той момент, увага науковців звертається на освіту, знання і економіку, науково-технічну революцію, яка змінила суспільні відносини. Дане явище зазнає аналізу в роботах Р. Арона, Д. Белла, Дж. Гелбрейта, П. Друкера, М. Дюверже, Е. Кросленд.

Австрійський соціолог К. Лісман стверджує, що освіта – це сфера, від якої найбільші індивідуальні очікування, надія робітничого класу, який вважав, що вони могли б використовувати знання, щоб досягти влади [2]. Потребують значного дослідження роботи Дж. Рітцера [6], М. Паркер та Дж. Джарі [5] та ін.

Мета дослідження – здійснити теоретико-методологічний аналіз виникнення та розвитку економізму в контексті освітніх інститутів крізь призму соціологічного аналізу.

Виклад основного матеріалу. Рівень освіти населення будь-якої країни є чи не найголовнішим чинником її стійкого розвитку. Фахівці Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначають, що «темпи базового довгострокового зростання економіки в країнах ОЕСР залежать від підтримки і розширення бази знань. У багатьох країнах ОЕСР реальне зростання доданої вартості в галузях, заснованих на знаннях, у минулі два десятиліття стійко перевищувало темпи загального економічного зростання. Процес глобалізації прискорює ці тенденції... Порівняльні переваги країн все менше і менше визначаються багатством природних ресурсів або дешевою робочою силою і все більше – технічними інноваціями та конкурентним застосуванням знань... Економічне зростання сьогодні є в такій же мірі процесом накопичення знань, як і процесом накопичення капіталу» [1, с. 7-8].

Якщо говорити про Україну, то нагальною проблемою є знаходження оптимального механізму фінансування освіти, адже сучасна освіта повинна досить швидко реагувати на ринкові запити, що неможливо здійснити без прямих інвестицій в освіту, які націлені на отримання певного результату і необхідної якості. Однак, прями інвестиції як бюджетного, так і приватного капіталу в освіту містять у собі суттєві небезпеки, пов'язані з втратою єдиної державної стратегії у даній сфері. Тож, співвідносячи інвестиції тільки з ринковими вимогами, можна спричинити руйнування системи підготовки фахівців, незатребуваних ринком праці, проте, необхідних для державного і суспільного розвитку.

Прямі приватні інвестиції більшою мірою орієнтуються на індивідуальні траєкторії освіти, як на рівні споживача, так і на рівні роботодавця, що може не збігатися з загальними завданнями держави. Стало ясным, що, з огляду на високий рівень необхідних інвестицій в сучасну освіту, від 4 до 6 відсотків валового внутрішнього продукту (ВВП), в якому «витрати на вищу школу, як правило, становлять від 15 до 20 відсотків усіх витрат на державне утворення» [1, с. 21], приватних інвестицій буде свідомо недостатньо.

Ідея відносно того, що знання є основним ресурсом глобальної економіки набула широкого поширення, коли вона була вперше введена в європейських університетах в 1960-х роках. З 1980-х років її сила значно зростає та набуває широкого поширення, оскільки застосування принципів Болонської декларації ініціює вищезгадані моделі. В даному контексті не можемо залишити без аналізу принцип «McUniversity» (існуючий в західному суспільстві та все більше пролангований в Україні).

У 1993 році американський соціолог Джордж Рітцер в своєму бестселері «Макдональдизація суспільства» зазначив, що макдо-

нальдізація – це процес, при якому все більше домінують принципи ресторану швидкого харчування, які впливають на всі сфери американського суспільства, а разом з тим – і на інші частини світу [6]. Тож принцип макдональдсу поступово переходить на університет, що полягає в наступному:

1) раціоналізації, яка використовується як один із способів, щоб позбутися непотрібних послуг, вона ж і передбачає можливість вибору;

2) застосування реклами, котру Дж. Рітцер називає «оманлива тісна дружба», що створює ілюзію у споживачів, застосовуючи найрізноманітніші маніпуляційні впливи;

3) співробітництві (акценті на поведінці споживача, створюючи свободу та неупередженість);

4) споживанні, а саме – використанні продуктів споживання для задоволення індивідуальних потреб.

Тож чи дійсно ми можемо визнавати, що сьогоднішні університети McUniversities? Ідея МакУніверситету була введена британськими соціологами М.Паркер та Дж.Джарі в 1995 році [5].

У 1996 році американський соціолог Дж.Рітцер у роботі «McUniversity in the Postmodern Consumer Society» зазначає, що університети повільно змінюються та стають все більше схожі на конвеєри споживання (торгівельні центри, Діснейленд, банкомати тощо). І саме на університети покладається залежність від нових засобів споживання, аби дозволити споживати освітні послуги в будь-якій країні світу. Режим організації споживання освітніх послуг може бути дещо зношеним, давним та громіздким, адже в межах університетів студенти та їхні батьки визнаються як споживачі, а університет поступово стає лише однією із складових суспільства споживання. Причому, зі світом споживання студенти знайомі перш ніж вступити до університету, а педагоги, розуміючи споживчу тенденцію, визнають студентів як клієнтів та сприймають освіту в якості продукту [6, с. 188-192].

Дослідження американського соціолога Дж. Левіна виявили, що: 1) вища освіта не є центром життя більшості студентів; 2) студенти бажають співпрацювати з університетами на подібних умовах, як вони співпрацюють з банками чи ресторанами швидкого харчування; 3) студенти розраховують на співвідношення ціни та якості, що не передбачає залучення додаткових коштів.

У свою чергу в основі ідеї МакУніверситету, введеної британськими соціологами М. Паркер та Дж. Джарі лежить скорочення і жорсткий контроль витрат, ліквідація негативних моментів, надзвичайна організованість. До послуг студентів таких університетів входять усі новітні технології, передові зручності, кредитні перекази, дистанційна освіта, передача знань

через засоби зв'язку (мережі, телебачення, Інтернет) [5]. У свою чергу французький соціолог Ж. Бодріяр стверджує про наявність у суспільстві споживання кібер-простору та так званого «розширеного університету», – університету, необмеженого в своїх правилах та встановлюючого власні закони існування. Основна функція таких університетів полягає у відтворенні знань, а не пошуку їх нових форм, але подібного роду університети, перш за все, повинні перетворити освіту в цікаву для споживача.

Ж. Бодріяр у даному аспекті зазначає, що освіта буде все більше поставати в якості симулянта, все більше модельованого, проте позначаючого заміну реального знаками. Тут основне те, що освіта буде скрізь, все буде освітнім, але ніхто не буде освіченим у повній мірі. Цілком ймовірно, що університети поступово втрачатимуть конкуренцію, а комерційне споживацтво забезпечуватиме стандарти, котрі очікують студенти. Навчальна діяльність, на думку Ж. Бодріяра, стає комерційною, оскільки характеризується односторонньою передачею, а не обміном, а переважання валютних цінностей домінує над символічним обміном. Дж. Рітцер влучно зазначає, що нове споживацтво значно вплине на відносини з університетом.

Тож концепція МакУніверситету, введена в 1995 році, стає все більш актуальною в наш час, створюючи умови для розвитку економізації освіти в нашому суспільстві, адже сучасна епоха характеризується рейтингами університетів та факультетів на міжнародному та національному рівнях, зміцненням конкурентного духу серед факультетів і викладачів, створенням вузів і факультетів, що функціонують як підприємства у зв'язку з тим, що вони здійснюють управлінські принципи. Зокрема, вища освіта в даний час діє на основі бізнес-логіки.

Сербський соціолог А. Лолік зазначає, що основне нововведення в цій університетській концепції полягає в прагненні розглядати університети як підприємства, які виробляють знання і продають освітні та академічні послуги на вільному ринку. У минулому ця концепція має ідеальне використання для відображення, передачі та здобуття знань і компетенцій і в зміцненні людських потенціалів. В даний час, коли ми говоримо про ідеали і цілі освіти, ми часто використовуємо економічні умови чи ринкову лексику: ефективність, мобільність, продуктивність, конкурентоспроможність, ринок [4, с. 115-117].

Система освіти є ключовим питанням виживання та ефективного розвитку суспільства, тому вона не може розглядатись відокремлено від економічного, політичного і культурного розвитку. Було б безглуздо розглядати систему освіти та освітніх установ у відриві від економічної кон'юнктури та її факторів. Тим не менш наразі вища освіта набуває типу бізнесу,

тому до чого може призвести надмірна економізація? Якщо освіта розглядається як товар, то вона стає менш загальним благом і суспільною справою, як це традиційно визначається, а більш приватною та комерційною послугою. У цій концепції, яка відбувається в результаті поточної реформи освіти на всіх рівнях, студенти перетворюються на клієнтів, споживачів, факультети та університети стають виробниками та постачальниками, які рекламують свої товари, що відображається в програмах з виробництва високоякісних фахівців для ринку праці. Про що також зазначає в 2010 році сербський соціолог С. Лаушевіч в праці «Економізація знань і освіта: шлях в неосвіченість» [3, с. 85-90].

Реформи, що почалися на початку двадцять першого століття привели до широкого діапазону змін у структурі досліджень, змісту курсів, раціоналізації навчальних планів і програм, високого рівня мобільності тощо. Всі ці зміни випереджають впевнені позитивні зміни в багатьох сферах вищої освіти.

Ортега-і-Гассет зазначали, що ідеал загинув давно. Згідно із цим ідеалом, університет є місцем, де звичайна людина може отримати високий рівень освіти, тому основна мета університету повинна полягати у створенні культурної людини, підняти її освітнього рівня і дозволити їй робити судження на основі останніх подій, так щоб сам індивід міг стати відповідальним учасником цих подій. Коли, як визнають Ортега-і-Гассет, ідеал професорів і студентів замінює конкурентоспроможність, мобільність, ефективність і продуктивність, які стоять за підсумками вищої освіти в сучасну епоху,

освіта і освіченість отримують свою справжню роль. До тих пір економізація вищої освіти не буде займати своє місце.

Численні зміни та модернізація освіти відбулися після застосування принципів Болонської декларації. Вони також стимулювали перегляд освітніх методів, цілей і тверджень щодо якості освіти. Безумовно, у всіх країнах реформи не можуть мати однаковий результат. Тому в процесі реформ виникає різноманітність освітніх систем, що відображається в політичних, культурних, релігійних та інших видах різноманітності. Саме цей важливий факт призвів до раціоналізації навчальних програм, більш високої мобільності студентів і викладачів та підвищення ефективності навчання. Тим не менш, всі реформи, включаючи реформи вищої освіти, супроводжуються певними негативними наслідками.

Висновки. Сербський соціолог С. Жижек писав про другу смерть неолібералізму. Тим не менш, ми все ще під натиском неоліберальної ідеології, завдяки якій сучасна держава припиняє свою діяльність у різних сферах суспільного життя, включаючи освітню [7]. Ми бачимо, що ринок, як механізм розподілу соціальних ресурсів, проявляється в галузі освіти шляхом економізації вищих навчальних закладів, тобто через університетські та факультетські рейтинги, функціонування вузів і факультетів на основі принципів управління, політики реєстрації, заснованої на придбанні прибутку тощо. Тож, у цілому, макдональдизація та концепція МакУніверситету дає розвиток виникненню та існуванню економізації в освітній сфері.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ:

1. Формирование общества, основанного на знаниях. Новые задачи высшей школы [Текст] / Доклад Всемирного банка. – М.: Образование, 2003. – 54 с.
2. Liessmann K. P. Teorija neobrazovanosti. [Text] / K.Liessmann. – Zagreb: Jesenski i Turk, 2009. – 128 p.
3. Laušević S. Ekonomizacija znanja i obrazovanje: put u neobrazovanost? [Text] / S. Laušević. – Serbia: Sociološka luča, 2010. – No 4 (1). – P. 85-98.
4. Lolić M. Univerzitet i nauka u Srbiji u kontekstu evropskih integracija [Text] / M. Lolić. – Serbia: Filozofija i društvo, 2006. – No 31. – P. 115-126.
5. Parker M. The Mc University: Organization, Management and Academic Subjectivity [Text] / M. Parker, D. Jary. – Boston: Organization, 1995. – Vol. 2 (2). – P. 319-338.
6. Ritzer G. McUniversity in the Post modern Consumer Society in Quality in Higher Education [Text] / G. Ritzer. – Vol. 2. – No 3. – P. 185-199.
7. Žižek S. Druga smrt neoliberalizma [Text] / S. Žižek. – Zagreb: Fraktura, 2010. – 138 p.

Стаття надійшла до редакції 15.09.2014

REFERENCES:

1. Formirovanie obschestva, osnovannogo na znaniyah. Novyye zadachi vysshey shkoly (). *Doklad Vsemirnogo banka*. M.: *Obrazovanie*, 2003. 54 p.
2. Liessmann K. P. Teorija neobrazovanosti. Zagreb: Jesenski i Turk, 2009. 128 p.
3. Laušević S. Ekonomizacija znanja i obrazovanje: put u neobrazovanost? Serbia: Sociološka luča, 2010. № 4 (1). P. 85-98.
4. Lolić M. Univerzitet i nauka u Srbiji u kontekstu evropskih integracija. Serbia: Filozofija i društvo, 2006. № 31. – P. 115-126.

5. Parker M. The Mc University: Organization, Management and Academic Subjectivity. Boston: Organization, 1995. Vol. 2 (2). P. 319-338.
6. Ritzer G. McUniversity in the Post modern Consumer Society in Quality in Higher Education. Vol. 2. № 3. P. 185-199.
7. Žižek S. Druga smrt neoliberalizma. Zagreb: Fraktura, 2010. 138 p.

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