

Пацукевич Ольга Васильевна, старший преподаватель кафедры философии и политологии, Белорусская государственная сельскохозяйственная академия, г. Горки, Беларусь.	<i>Влияние глобализации на институт высшего образования.</i>
--	---

ВЛИЯНИЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ НА ИНСТИТУТ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Пацукевич О. В.

Белорусская государственная сельскохозяйственная академия

Эпоха глобализации интенсивно воздействует на все сферы общественного бытия в мировом масштабе, в том числе и на институт высшего образования. В первую очередь речь идет об изменении самой внутренней парадигмы университетского образования, то есть о возникновении в высшей школе новых образцов, норм, ориентиров и мотиваций.

Изменение базовых парадигм восприятия мира, связанных с процессами глобализации привели к формированию новой концепции знания, существенно отличающейся от предшествующей. Ее основные черты проявились в преобладании перемен над состоянием стабильности, в появлении новых типов взаимодействия локальных и глобальных практик, в виртуализации многих сфер жизни. Если ранее знание и наука основывались на просветительской картине мира и рассматривались в основном как некая абсолютная ценность, то отныне возобладало понятие «полезного знания», то есть знания сфокусированного на конкретике и нацеленного на конечный результат, приносящий немедленную экономическую отдачу.

Это привело к «перенастройке» основных параметров и всей системы университетского образования, а также повлекло за собой развенчание образа ученых как людей, приобщенных к недоступным истинам, превращение их в группу экспертов, ничем не отличающихся от других субъектов рыночных отношений.

Вступление университетов в эпоху глобализации способствовало возникновению разнообразных виртуальных форм знания и образования, противостоящих фундаментальности в традиционном смысле этого слова. Доминирование хорошо обоснованных теорий исчезает, уступая место искусственно гибридизируемым форматам практических навыков и

технологий с ограниченной зоной социальной ответственности. Подобные гибриды – яркие по форме, привлекательные – легко распадаются на составные части, но зато столь же быстро возникают в новой конфигурации. На этом фоне фундаментальные знания вытесняются на периферию, представляют интерес для немногих и, соответственно, обслуживая их интересы. Все в меньшей степени такое знание (прежде всего в гуманитарных и социально-экономических дисциплинах) сохраняет свою привлекательность для студентов и университетских структур. Его место постепенно занимает знание экзотическое, то есть ориентированное на некую необычность, неповторимость, уникальность и при этом раскрывающее свои новые потребительские качества на ранке профессий. На поиски новых комбинаций и междисциплинарного синтеза направлены усилия руководителей академических программ. В известной мере сами фундаментальные знания, прежде всего в области социально-экономических наук, также приобретают экзотический характер, так как ими занимаются лишь немногие студенты и столь же немногочисленные профессора, по разным причинам не вписавшиеся в основной поток корпоративной деятельности и отвечающие традиционным требованиям. Их статус и дальнейшая судьба определяются по-разному. Иногда их оставляют в покое, не требуя практической эффективности, по соображениям престижа университета в целом, особенно если благоприятная экономическая конъюнктура дает для этого основания. Но в случае ее ухудшения подобные «островки» истинной науки приносятся в жертву в первую очередь. В то же время университет-корпорация по-прежнему выступает и в роли центра экспертизы по тем или иным научным вопросам. Для поддержания этой функции университета также необходима узкая специализация, основанная на фундаментальном знании.

Тенденции к междисциплинарности, динамичности, рыночной ориентированности вступают в конфликт с традиционными ценностями преподавания в университетах. А поскольку успехи университета-корпорации в большей степени зависят от качественного состава преподавателей, то университеты в спешном порядке и не жалея средств организуют программы переподготовки преподавателей по наиболее привлекательным направлениям. Причем лидирующие университеты стремятся захватить рынок этих услуг в национальном и даже международном масштабе.

Для развития современного социума характерна такая тенденция, что в настоящее время перспективные работодатели более не нуждаются в

выпускниках университетов, обладающих именно фундаментальным знанием. Для работы в современной фирме или корпорации этого просто не требуется. Возникает потребность в активизации способности динамично перестраиваться на другие программы, в овладении некими базовыми умениями, в обладании общим уровнем культуры, не переходящим в сверхобразованность.

Таким образом, для большинства студентов университетское образование потеряло характеристику «судьбоносности» (экзистенциальности). Отношение студентов и их родителей к университетскому образованию становится все более потребительским. Большое значение приобретают такие компоненты выбора университета, как широко известный бренд, хорошая реклама, наличие современного сайта и др. Кроме того, а может быть, и в первую очередь, принцип «цена-качество» превращается в ведущий в определении высшего учебного заведения будущим студентом и его родителями.