

Сторчовий Богдан Андрійович (Запоріжжя) – аспірант кафедри соціології та соціальної роботи, Класичний приватний університет.

СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ: СОЦІАЛІЗАЦІЯ АБО СИМУЛЯКРИЗАЦІЯ

Освіта як соціальний інститут постійно привертає увагу соціологічної професійної спільноти. У вітчизняній соціології було сформовано базис досліджень, присвячених аналізу різноманітних поведінкових рис молоді й студентства. Водночас, і до сьогодні, питання вивчення інституту освіти як окремої сфери споживання й діяльності соціальної групи споживачів у ринкових умовах недостатньо розроблені.

Ринок освіти в багатьох країнах є однією із найперспективніших сфер економіки. Обсяги попиту та пропозицій освітніх послуг швидко зростають, особливо у вищій. Відзначено зростання потреби в здобутті освіти у вищих навчальних закладах країни, особливо в умовах економічних трансформацій і демократичних перетворень, які передбачають функціонування українського суспільства в нових умовах інформаційної відкритості.

Російський дослідник В. Щетинін відзначає, що освітні послуги є сукупністю знань, інформації, умінь і навичок, що використовуються для задоволення різноманітних потреб людини, суспільства і держави. Ці послуги забезпечують реалізацію пізнавальних інтересів осіб, що навчаються, створюють умови для їх самовизначення та самореалізації [3]. Споживання послуг вищої освіти детермінується комплексом культурних норм, цінностей, регулюється соціальним контролем та відчуває вплив інших компонентів соціального середовища [2].

Вибір вищої освіти, залежить від дії соціальних норм, але обумовлений внутрішньою активністю, специфічною реакцією. Суб'єктивне відображення конкретного значення соціальних норм може бути не адекватним. Так, для сучасної молоді на перший план виходить саме здобути вищу освіту, а її зміст стає другорядним. Зокрема, тут ми бачимо прояв симулякризації, молодь надає перевагу заочній формі навчання, що є менш ефективною, але більш дешевою; обирають дешевші спеціальності, а не ті, що відповідають інтересам та нахилам особистості. Термін «симулякр» ввів Ж. Бодрійяр у «Системі речей», маючи на увазі, що симулякр є сконструйований привабливий символічний за своїми характеристиками об'єкт, орієнтований на задоволення бажань споживача. Це помилкове подоба, умовний знак чого-небудь, що функціонує в суспільстві як його замітник [1]. Тому, можна казати про те, що споживач вищої освіти у сучасному суспільстві відходить від цінності соціалізації особистості, та надає перевагу симулякризації. Яка проявляється у тому, що значній кількості молоді потрібен лише диплом про освіту, а не сам зміст отриманої освіти.

Освіта, побудована на ринковій основі, природно й органічно допускає існування суб'єктів взаємовідносин. По-перше, це клієнт – носій корисної функції послуг, що отримує їх за винагороду. Другим суб'єктом взаємовідносин на ринку послуг вищої освіти є вищі навчальні заклади. Їх функції полягають у продукуванні професіоналів, професійній соціалізації, передачі професійного знання, регулюванні ринків професійних послуг завдяки засвідченню рівня набутих знань у дипломі, легітимація професійного знання [4, с. 131]. За суттю, високий рівень знань повинен бути складовою частиною їх послуг або показником якості. Але в ринкових відносинах організація, що надає послуги, повинна реагувати на потреби й запити клієнта і, відповідно, корегувати характер необхідної послуги. Досить часто в змісті цих запитів важливішими є не знання, а його зовнішні ознаки, а тому освітній заклад, керуючись ринковими принципами, реагуватиме на цей запит. У даному

випадку мотив навчання є запитом на послугу. Тут володіння дипломом не в повній відповідності зі знаннями не є проявом безвідповідальності, а проявом безпосередньої відповідності ринковим відносинам. Якщо клієнт буде вимагати знання, то освітня установа надасть їх; буде клієнт вимагати диплом – надасть диплом (звичайно із дотриманням визначених формальностей та створенням уяви навчання і складання іспитів).

Третій учасник ринкових відносин – суспільство – воно делегує відповідним державним структурам контроль за якістю наданих послуг за рівнем знань. Інтерес суспільства полягає в приведенні до відповідності рівня знань, що отримують споживачі, і рівня надання послуг освіти цим закладом. Держава використовує засоби контролю, інші інституціональні важелі впливу: стандарти, ліцензії, сертифікати про акредитацію тощо. Якщо заклади освіти будуть орієнтовані на інструментальні мотиви споживачів, то ВНЗ надаватиме диплом, а не освіту.

Водночас існує чимала категорія тих споживачів, мета яких не набуття знань, а одержання соціального статусу. Для певної частини клієнтів саме диплом, а не знання, є свідченням досягнення загальноприйнятого, „нормального” статусу. Це модифікує функції освіти та призводить до симулякризації споживання послуг вищої освіти. Акцент головної функції переноситься з „передачі знань і культури” до функції передачі статусної позиції. ВНЗ будуть відгукуватися на цей запит доти, доки буде достатньо клієнтів, для яких вирішальною умовою досягнення бажаного статусу є диплом, а не знання. У цьому явищі розкривається „недомодернізаційний” характер суспільства, що сполучає комбінацію постмодерного інформаційного суспільства, модерного і традиційного суспільств, де важливе не знання (освіченість), а його зовнішнє свідчення – рівень освіти як ознака соціального статусу. Від інформаційного суспільства надходить запит на освіту (рівень знань) як критерій і показник культурного капіталу та статусу споживача. У модерному суспільстві таким показником було багатство, тому запит надходить саме на зростання капіталу особистості завдяки зростанню культурної складової – рівня освіти. У традиційному суспільстві основним символом була сила, тому запит сформовано на отримання певного рівня освіти для відчуття сили свого становища. Виконуючи функції, характерні для модерного суспільства (накопичення багатства – культурного капіталу), люди фактично мають потребу в зовнішніх критеріях статусу (наявність диплома, який засвідчує відповідний культурний капітал), що потребує інформаційне суспільство. Це об’єктивне протиріччя викликає ефект ілюзії освіти, суть якого – заміна реального знання відповідними знаками, тобто дипломами. Освіта стає симулякром, що симулює справжню якість та рівень знань.

В українському суспільстві за останні роки спостерігається стрімке зростання попиту на „формальну” освіту не заради її цінності, а з метою отримання переваг зайнятості. Можна вважати, що відбувається процес формалізації, а в споживанні освітніх послуг домінує потреба в одержанні саме посвідчення (диплома). Це призводить до заміни основного змісту освіти його символом (симулякром) у певному споживацькому секторі. У цьому символічному споживанні проявляється суспільство споживання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Демченко В.И. Симулякризация социокультурного пространства – Режим доступу: <http://vestnik.stavsu.ru/61-2009/15.pdf>
2. Зоська Я.В. Соціокультурні чинники споживання послуг вищої освіти у регіоні. Автор. канд. соціол. наук: 22.00.04 / гуманітарний університет “ЗІДМУ”. – 3., 2007. – 17 с.
3. Мамонтов С. А. Сфера образования как многоуровневая маркетинговая система

// Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 5. – С. 3–12.

4. Парсонс Т. О структуре социального действия. – М.: Акад. Проект, 2000. – 879 с.