

РЕГИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ ПРОСТРАНСТВО ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ СОЦИОЛОГИИ П. БУРДЬЕ

Канашевич Дарья Анатольевна

старший преподаватель кафедры «Гуманитарные
дисциплины» Межгосударственного образовательного
учреждения высшего образования
«Белорусско-Российский университет»
(г. Могилев, Республика Беларусь)

Цель публикации состоит в постановке вопроса о том, что рыночные преобразования вызвали принципиально новые явления в системе высшего образования Беларуси, понимание которых требует привлечения различных методологических инструментов, в том числе теории социального пространства французского социолога П. Бурдьё.

Вопросы интерпретации современных тенденций в развитии образовательной среды учреждений высшего образования (далее – УВО) находятся в центре внимания белорусских гуманитариев. Обсуждаются трансформации в институциональной модели высшего образования (М. Г. Волнистая, О. Л. Жук, С. А. Касперович, В. Л. Лозицкий), формирование в республике информационно-образовательной среды (П.А. Лис, А. Б. Бельский, В. И. Слиж), влияние культурно-образовательной среды учреждения высшего образования (далее – УВО) на личностно-профессиональное развитие студентов (А. И. Жук, С. И. Коптева, Н. В. Жданович), формирование профессиональной компетентности (А. Н. Сендер, В. А. Симхович) и межкультурной толерантности (З. С. Левчук).

Вместе с тем изучение научных публикаций приводит к выводу, что исследование тенденций развития высшей школы осуществляется преимущественно с позиций системного, среднего, деятельностного подходов. Однако рыночные преобразования способствовали появлению принципиально новых явлений в системе высшего образования, понимание которых требует привлечения и других методологических инструментов. В советский период сфера высшего образования являлась неконкурентной областью общественного производства. Сегодня наличие конкуренции на рынке образовательных услуг определяет характер многих процессов в сфере высшего образования. Эти новые явления привлекают внимание преимущественно экономистов в плане поиска методов измерения конкурентоспособности УВО и состояния рынка образовательных услуг. Представляется, что пока упущены возможности использования потенциала имеющейся в арсенале социологической науки теории социального пространства, которая была заложена П. Сорокиным, развита П. Бурдьё, затем А. Лефевром, Э. Соджи.

П. Бурдьё считал, что социология, как своего рода «социальная топология», позволяет представить социальный мир в форме многомерного пространства позиций социальных акторов (агентов), которые действуют в реальных социальных практиках в границах определенных институциональных полей. Структура поля определяется соотношением сил между агентами, вовлеченными в конкурентную борьбу за присвоение дефицитных и престижных в социальном плане благ и ценностей. Шансы на успех зависят от владения ресурсами влияния или своего рода капиталами: экономическим (материальные, фи-

нансовые ресурсы); культурным (знания, престиж профессии, ценности); социальным (социальные связи); символическим капиталом («обычно называемый престижем, репутацией») [1, с. 56].

Российскими авторами Е. А. Игумновой (2011) и А. К. Орешковой (2013) поднимался вопрос о возможности использования методологии социального пространства применительно к образовательному пространству, но идея не получила развития. Другими авторами методология П. Бурдьё воспринимается «сугубо социологической и достаточно противоречивой... вносящей путаницу» [2, с. 11]. В качестве довода обращалось внимание, что в наших условиях позиции агентов образовательного процесса (директор–учителя–ученики) естественны и не стратифицируют образовательное пространство. «Когда мы говорим о социальных позициях, то априори проблематизируем существующее образовательное пространство, поскольку в нём отсутствует многообразие социальных позиций» [3].

С этим мнением можно согласиться лишь отчасти. За истекшие почти два десятилетия рыночных преобразований возможности и ресурсы, которые семьи могут предоставить школьнику или студенту, существенно различаются. Кроме того, иная ситуация возникает, если в качестве агентов образовательного процесса выступают сами учреждения высшего образования, действующие сегодня и как коммерческие организации по привлечению потребителей образовательных услуг. Считаем, что в современных условиях методология исследования социального пространства П. Бурдьё позволяет комплексно оценивать факторы, определяющие конкурентные преимущества региональных УВО на рынке образовательных услуг. Обратим внимание на ряд факторов.

Если применить понятийную матрицу П. Бурдьё к ситуации, когда социальными агентами выступают УВО, действующие сегодня и как коммерческие организации по привлечению потребителей образовательных услуг, то можно предположить, что значимость места-позиции, занимаемой учреждением образования в образовательном пространстве, также определяется ее обеспеченностью ресурсами. Позиция, обеспеченная ресурсами, определяет высокую конкурентоспособность занимающего ее социального агента (УВО), становится объектом притяжения многих социальных акторов (абитуриентов).

Следуя этой логике, нельзя не признать наличие в секторе высшего образования конкуренции за ресурсы. Это конкуренция: за государственное финансирование, получение грантов, включение в государственные программы развития и занятие выигрышных позиций на рынке образовательных услуг; привлечение студентов, в том числе иностранных, как важный источник дохода и высококвалифицированные научно-педагогические кадры – главный ресурс интеллектуального капитала; нематериальные ресурсы, составляющие символический капитал – имидж учреждения образования, позиции в глобальных рейтингах, объем партнерских связей, признание высокого качества предоставляемых УВО образовательных услуг. Если материальные и финансовые факторы конкурентоспособности УВО активно исследуются экономистами, то такие ресурсы, как социальные связи, культурный и символический капитал практически не попадают в зону их внимания.

Между тем, позиции белорусских УВО на рынке образовательных услуг сегодня различаются по ресурсному обеспечению «капиталами» во всех смыслах этого понятия. Между областями Беларуси имеются несущественные различия по уровню экономического развития, материальному и кадровому обеспечению системы высшего образования, но между столицей и регионами эти различия весьма существенны.

Важнейшим преимуществом и фактором привлекательности ведущих столичных университетов для иностранных граждан выступают преимущества их локализации – в столице, где большая концентрация образовательных, культурных и развлекательных центров, более широкая возможность доступа к различным благам и услугам, приобретения опыта коммуникации в инокультурной среде. К конкурентным преимуществам ведущих столичных УВО следует отнести также их исторически сформировавшийся социальный образ как флагманов национального образования, роль в общегосударственном образовательном и культурном пространстве, активное участие в международных интеграционных проектах, обладание большим интеллектуаль-

ным (кадровый состав) и символическим капиталом (имидж экспортеров качественных образовательных услуг), позиции в мировых рейтингах.

Методология социального пространства П. Бурдьё позволяет комплексно рассматривать факторы, определяющие привлекательность для иностранных студентов обучения в белорусских УВО, что особенно необходимо при конструировании региональными УВО стратегии продвижения на внутреннем и внешнем рынке образовательных услуг. Считаем, что весьма актуально начать в научно-педагогическом сообществе Беларуси обсуждение вопроса о том, какими организационными, финансовыми, маркетинговыми, интеграционными инструментами привлечения иностранных абитуриентов региональные УВО могут компенсировать априори отсутствующие у них конкурентные преимущества по сравнению со столичными. Необходимо изучать имеющиеся в региональных университетах способы конкуренции за сильных абитуриентов и преподавателей.

Вместе с тем для такой сферы социального пространства, как система высшего образования, безусловно, необходимо учитывать ограничения в использовании методологии П. Бурдьё. В его теории социального пространства практически не учитываются другие практики социального взаимодействия агентов, кроме конкурентной борьбы, а именно: отношения сотрудничества, кооперации, интеграции, которые в условиях глобализации и интернационализации системы высшего образования стали определяющей тенденцией развития.

Объективная причина развития интеграционных процессов в сфере высшего образования состоит в том, что, выступая как конкурирующие коммерческие организации, УВО одновременно являются создателями стратегически важного общественного блага. Основными функциями белорусских университетов остается воспроизводство интеллектуального капитала, повышение качества человеческих ресурсов, обеспечение кадрового и научного потенциала страны в соответствии с современными запросами рынка труда, продвижение имиджа белорусского высшего образования.

Решение этих задач затратно и не всегда вписывается в контекст рыночных механизмов, что требует как финансового участия со стороны государства, так и развития интеграции и сотрудничества самих УВО на всех уровнях национального образовательного пространства. В условиях современных вызовов для национальной системы высшего образования необходима мобилизация всех ее компонентов, чтобы совместными усилиями добиваться продвижения белорусского высшего образования в международном образовательном пространстве.

Список использованной литературы

1. Бурдьё, П. Социология политики: пер. с фр. / П. Бурдьё, сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко. – М.: Socio-Logos, 1993. – 336 с.
2. Иванова, С. В. Образовательное пространство как модус образовательной политики: монография / С. В. Иванова, О. Б. Иванов. – М.: ООО «Русское слово – учебник», 2020. – 160 с.
3. Попов, А. А. Образовательное пространство: социология и технология конструирования [Электронный ресурс] / А. А. Попов // Педагогика развития: институциональные переходы в сфере образования: материалы конференции. – Красноярск: ИЦ Института естественных и гуманитарных наук, 2008. – С. 67–76. – Режим доступа: <https://www.fondgp.ru/old/lib/mmk/50/>. – Дата доступа: 05.11.2024.