

بررسی رویکرد تجاری آموزش عالی در عصر جهانی

تاریخ دریافت مقاله: ۹۳/۶/۱۰

زهره متقی *

تاریخ تأیید مقاله: ۹۳/۸/۳

محمد رضا نیلی احمدآبادی **

کمال نصرتی هشی ***

چکیده

فرایند جهانی شدن نوعی ارتباط جدید را در جهان شکل می‌دهد. در این میان اقتصاد جهانی، به‌عنوان یکی از پیامدهای این فرایند، جامعه و آموزش عالی را با تحولات اجتناب‌ناپذیری روبه‌رو می‌کند. از جمله این موارد مطرح شدن آموزش عالی با رویکرد تجاری است که هدف این پژوهش نیز بررسی آن می‌باشد. در این پژوهش پس از بازبینی منابع، شامل تحقیقات انجام شده در این زمینه، داده‌ها از طریق واکاوی اسناد، جمع‌آوری و براساس آن؛ مفهوم جهانی شدن، اقتصاد جهانی و پیامدهای آن بررسی می‌شود، و در مرحله تحلیل، رویکرد تجاری شدن آموزش عالی و پیامدهای آن استنتاج می‌گردد. یافته‌ها نشان می‌دهد که این رویکرد، فروش آموزش و خدمات دانشگاهی را به‌عنوان یکی از منابع تأمین سرمایه تعیین می‌کند و به‌نوبه خود جایگاه دانشگاه‌ها، کیفیت آموزش و گزینش دانشجو را تغییر می‌دهد. نکته حائز اهمیت تفکیک این مقوله از موارد مشابه است زیرا این پدیده عینی، اقتصادی و اجتماعی امری پیچیده و چندبعدی بوده و نمی‌توان زیرساخت فرهنگی آن را نادیده گرفت. در غیر این صورت آموزش فرهنگی در دانشگاه‌ها به اقتصادی محدود تبدیل می‌شود، آموزش را با آسیب‌های جدی روبه‌رو خواهد کرد و منش اخلاقی در آموزش عالی تغییر می‌یابد.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، اقتصاد جهانی، آموزش عالی، دانشگاه، سرمایه آکادمیک.

* دانشجوی دکتری رشته فلسفه تعلیم و تربیت دانشگاه اصفهان. Email: rozita2518@gmail.com

** استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه اصفهان. Email: m.nili.a[at]edu.ui.ac.ir

*** دانشجوی دکتری فلسفه تعلیم و تربیت، دانشگاه اصفهان. Email: kamalnosrati1367@yahoo.com

«جهانی شدن»^۱ در جامعه کنونی به موضوعی مهم و گسترده تبدیل شده است که هیچ حد و مرزی نمی‌شناسد و به سرعت در حال نفوذ در همه جوامع است. شناسایی این جریان کمک می‌کند تا جوامع بدانند در این تحولات چگونه و به چه صورت عمل کنند تا در معرض نابودی قرار نگیرند. هر چند صاحب‌نظران درباره معنای واقعی این واژه، نگرش ارزشی و حتی نسبت به عوامل پیدایش و زمان آغاز این فرایند دیدگاه متفاوتی دارند، اما وجود و حرکت رو به رشد این جریان امری روشن و انکارناپذیر است.

از سوی دیگر، اگرچه جهانی شدن پدیده‌ای صرفاً اقتصادی نیست، اما بی‌تردید بارزترین وجه تمایز جهان دیروز و امروز است زیرا شروع جهانی شدن بیش از هر چیز، با رشد سرمایه صنعتی و گسترش سرمایه مالی، همگرایی بازارهای جهانی و در مرحله بالاتر توسعه کالایی شدن در زمینه تکنولوژی‌های ارتباطات و اطلاعات همراه بوده و اقتصاد از عوامل اصلی شتاب این فرایند در عصر کنونی بوده است (شولت، ۱۳۸۲: ۱۳۷). به همین دلیل، بسیاری از جامعه‌شناسان تا مدت‌های مدید، جهانی شدن را منحصرأ در چارچوب اقتصاد و در رأس همه ابعاد مورد بررسی قرار می‌دادند. تا حدی که سبب شد تغییرات قابل توجه عصر جهانی در نظام آموزشی نیز بی‌تأثیر از اقتصاد نباشد.

بنابراین چشم‌اندازهای آموزش عالی که با چشم‌اندازهای جهانی در ارتباط است، از یک‌طرف به‌عنوان مهم‌ترین عوامل در ایجاد بنیان‌های تکامل هر جامعه، نیازمند یک تحول درونی و بازاندیشی ساختاری برای برخورد با این فرایند پرسرعت شد و از طرف دیگر به دلیل نقش بسیار تعیین‌کننده در رشد و توسعه اقتصادی به‌طور ناخودآگاه و در عین حال هدفمند تحت تأثیر تحولات اقتصادی قرار گرفت، به نحوی که آموزش در این شرایط بیش از آنکه اهمیت اجتماعی داشته باشد، جنبه اقتصادی یافته است (علاقه‌بند، ۱۳۷۳: ۱۳۸). افزون بر این، شرایط به‌نحوی است که اقتصاد جهانی در پوشش یک سیاست‌گذاری خاص آموزش عالی را تحت تأثیر خود قرار داده و در نواحی از این تلاقی، آموزش عالی را از شکل اولیه و خط اصلی خود خارج کرده و به گفته آرتور لویس^۲ در کتاب نظریه‌های رشد اقتصادی، آن را به دو نوع تربیت از نوع سرمایه‌گذاری

1. Globalization.

2. Arthur Lewis.



یا تربیت به‌عنوان کالای مصرفی متمایز کرده است (قرایی‌مقدم، ۱۳۷۵: ۱۴۸). انتخاب و رویکرد آموزشی کشور است که یکی از این دو نوع را در شرایط و موقعیت‌های گوناگون در اولویت اهداف خود قرار دهد، به رابطه متقابل اقتصاد و آموزش شکل جدیدی ببخشد و دامنه این تأثیرات را به‌طور مستقیم تا ارتقای کیفیت آموزشی بسط دهد. هرچند این رویکرد فرصت‌های جدیدی به‌وجود می‌آورد، اما آموزش عالی را با چالش‌های جدیدی مواجه می‌کند که هر دو قابل تأمل است.

در این پژوهش، این رابطه به‌عنوان رویکردی جدید در آموزش عالی مورد بررسی قرار می‌گیرد و این مسائل دنبال می‌شود:

- منشأ ظهور رویکرد تجاری در آموزش عالی،
- پیامدهای این رویکرد در تغییر جهت و رسالت آموزش عالی.

روش تحقیق

این پژوهش با رویکرد کیفی و با روش توصیفی - استنتاجی و مبتنی بر شواهد برگرفته از مطالعه اسناد است. از آنجاکه پژوهش توصیفی - استنتاجی شامل استفاده از مدارک و اسناد، واکاوی آنها و سپس تحلیل داده‌ها براساس هدف مورد نظر می‌باشد، محقق ضمن شناسایی تحقیقات قبلی و با استفاده از اسناد و مدارک، فرایند جهانی شدن را بررسی و داده‌ها را جمع‌آوری کرده است. این اسناد شامل کتب و مقالات معتبر در این زمینه است و تحلیل نهایی براساس ردپای اقتصاد در دانشگاه‌ها و آثار آن گام به گام صورت می‌گیرد.

۱. مفهوم‌شناسی

طی دهه گذشته، واژه جهانی شدن کاربرد گسترده‌ای پیدا کرده، اما همچنان معنا و مفهوم آن مناقشه‌آمیز بوده و با ظهور واژه‌های مختلفی همچون «جهانی شدن»، «جهانی‌سازی»، «جهان‌گرایی»، «غربی شدن»، «بین‌المللی شدن»، «آزادسازی»، «جهان‌گستری» و «قلمروزدایی» همراه است. هرچند که روابط فراج جهانی پدیده کاملاً جدیدی نیست، اما آهنگ و وسعت گسترده آن طی چهار دهه پایانی قرن بیستم کیفیتی استثنایی پیدا کرده است (شولت، ۱۳۸۲: ۱۱). یکی از مهم‌ترین برداشت‌های رایج



در این قسمت؛ بین‌المللی شدن^۱ است که در این معنا جهانی شدن صفت دیگری برای توصیف روابط برون مرزی کشورها و در واقع بیان توسعه مبادلات بین‌المللی و وابستگی متقابل است. واژه دیگر آزادسازی^۲ است که جهانی شدن در این معنا فرایند برداشتن محدودیت‌هایی است که دولت‌ها در فعالیت‌های میان کشورها برقرار می‌کنند و هدف آن ایجاد اقتصاد جهانی «آزاد» و «بدون مرز» است.

گاهی نیز جهانی شدن در معنای جهان‌گستری^۳، عمومی کردن و ادغام فرهنگ‌های دنیاست که انسان‌گرایی و انتشار تجربیات و هدف‌های گوناگون را برای مردم جهان دربرمی‌گیرد. در برداشت دیگری جهانی شدن به معنی غربی کردن^۴ و نوگرایی^۵ به‌کار می‌رود که در این کاربرد جهانی شدن نوعی پویایی است که از طریق آن ساختارهای اجتماعی نوگرایی، سرمایه‌داری، عقل‌گرایی، صنعت‌گرایی، دیوان‌سالاری و... در سراسر دنیا گسترش می‌یابند و به‌طور طبیعی فرهنگ‌های پیشین و خودمختار محلی را نابود خواهد کرد. در کاربرد جهانی شدن به معنای قلمروزدایی^۶، جهانی شدن گسترش قلمروگرایی و تجدید شکل‌بندی جغرافیایی را شامل می‌شود (آشفته، ۱۳۸۷: ۳۱). در واقع بسته به اینکه از چه زاویه و با چه نگرشی به آن نگریسته شود معنا و مفهوم متفاوتی پیدا خواهد کرد.

۲. چارچوب نظری

۲.۱. تعریف جهانی شدن

چندبُعدی بودن پدیده جهانی شدن و پیچیدگی خاص آن، سبب شده است تا ارائه تعریفی روشن و دقیق از آن دشواری باشد زیرا تقریباً هیچ وحدت نظری بین صاحب‌نظران وجود ندارد. شاید به این دلیل که این پدیده به حد نهایی تکامل خود نرسیده و همچنان دستخوش تحول است و هر روز وجهی تازه از ابعاد گوناگون آن نمایان می‌شود. در تعاریف ذکر شده گاهی جهانی شدن به‌عنوان فرایندی عام در نظر گرفته

1. Internationalization.
2. Liberalization.
3. Univirsalization.
4. Westernization.
5. Modernizaation.
6. Deterritorialization.



می‌شود که همهٔ تحولات را در ابعاد مختلف دربر می‌گیرد، و ابعاد مختلف آن به‌عنوان مصادیق این پدیده مطرح می‌شود. همچنین، گاهی این تعاریف با حول محور موضوعی خاص مانند حوزهٔ سیاسی، اقتصادی و فرهنگی مطرح می‌گردند که در این موارد بر بُعد خاصی از جهانی شدن به‌عنوان عامل اصلی تأکید می‌شود. در این پژوهش ضمن توجه به پیشینه، بنابر ضرورت تعاریفی با رویکرد اقتصادی مورد نظر است.

جهانی شدن در تعریف عام

پدیدهٔ جهانی شدن در تعریف عام فرایندی است که عرصه‌های گوناگون زندگی در آن گستره‌ای جهانی پیدا می‌کنند و در این فرایند، اقتصاد جهانی، نیروهای سیاسی و فرهنگی به سرعت دنیا را زیر نفوذ خود می‌برند و به ایجاد یک بازار تازه جهانی، سازمان‌های سیاسی فراملی و فرهنگ جهانی جدید دست می‌زنند. از دیدگاه این دسته از صاحب‌نظران، گسترش بازار جهانی سرمایه‌داری، زوال دولت ملی، گردش پرشتاب و بی‌امان کالا، سرمایه، اطلاعات و قالب‌های فرهنگی، مؤلفه‌هایی هستند که چشم‌انداز جهانی شدن یا جهانی‌سازی را پیش روی بشر قرار داده است و در واقع این ابعاد مصادیق جهانی شدن هستند.

از جمله دیوید هلد^۱ و تونی مک‌گرو^۲، جهانی شدن را فرایند یا مجموعه‌ای از آن معرفی کرده‌اند که دربرگیرندهٔ دگرگونی در سازمان فضایی روابط اجتماعی و تبادل‌هاست (شولت، ۱۳۸۲: ۷). دیوید هلد در کتاب دموکراسی و نظم جهانی (۱۹۹۶)، با وجود دیدی آسیب‌شناسانه به جهانی شدن، این پدیده را حرکت به‌سوی نوعی «دموکراسی جهان شهری» می‌بیند که کثرت فرهنگی اقتصادی را نیز در خود خواهد داشت. شارلوت بریترتون^۳ و جفری پانتون^۴ نویسندگان کتاب سیاست جهانی (۱۹۹۶) نیز تقریباً همین نگرش را ارائه کرده‌اند.

دیوید هاروی^۵ بحث از فراتجدد و جهانی شدن را بر مفهوم محوری فضا و زمان استوار می‌کند. از دیدگاه او جهانی شدن به معنای تجربهٔ متفاوتی از زمان و فضا یا

1. David Held.
2. Tony mcGrew.
3. Sh. Bretherton.
4. Geoffrey Panton.
5. David Harvey.

فشرده‌گی زمان - فضا است (بخشی، ۱۳۸۲: ۷۶). رونالد رابرتسون در کتاب نگره اجتماعی و فرهنگ جهانی، جهانی شدن را دوره‌ای می‌داند که در آن مردم، جهانی می‌اندیشند، محلی عمل می‌کنند، و افق دید آنها به تدریج گسترش جهانی می‌یابد (آشفته، ۱۳۸۷: ۵۹). همه این تعاریف بر شمول، همه‌جانبه بودن و تأثیرات گسترده جهانی شدن اشاره دارد و مواردی همچون فشرده‌گی فزاینده زمان و فضا را، که به واسطه آن مردم دنیا کم و بیش و به نحوی نسبتاً آگاهانه در جامعه جهانی واحد ادغام می‌شوند، دربردارد و یادآور افزایش تأثیرپذیری و تأثیرگذاری متقابل انسان‌ها در جهان هستند.

تعریف جهانی شدن با رویکرد اقتصادی

به باور برخی، از آنجا که شرایط اقتصادی بعد از جنگ جهانی دوم؛ جریان جهانی شدن را پدید آورده، در تفکر اندیشمندان، نگرش اقتصادی بر دیگر ابعاد غالب است. در واقع با وقوع جنگ جهانی دوم اقتصاد بسیاری از کشورها متلاشی شد، بنابراین برای خروج از شرایط اسفناک اقتصادی، تلاش وسیعی برای جلب همکاری بین‌المللی به عمل آمد و روحیه تعاون، همکاری و تفاهم کلی در سطح بین‌الملل را به منظور قانونمند کردن تجارت بین‌الملل فراهم کرد. بر این اساس، در نیمه دوم قرن بیستم سازمان‌های بین‌المللی به وجود آمد و گسترش یافت؛ از جمله صندوق بین‌المللی پول، بانک جهانی، سازمان ملل متحد و موافقتنامه عمومی تعرفه و تجارت که در سال ۱۹۹۵ جای خود را به سازمان تجارت جهانی داد و این آغاز حرکتی جدی به سوی اقتصاد جهانی بود (سجادی، ۱۳۸۲: ۱۲۸-۱۱۳).

با این دیدگاه، تعریف این پدیده با اقتصاد امکان‌پذیر نیست. در تعریف فرایند جهانی شدن با رویکرد اقتصادی؛ جهانی شدن به سرعت دنیا را زیر نفوذ قرار می‌دهد، بر نیروهای سیاسی و فرهنگی نیز تأثیر می‌گذارد و به ایجاد یک بازار تازه جهانی، سازمان‌های سیاسی فراملی و فرهنگ جهانی تازه دست زده و یک برد گسترده جهانی می‌یابد (پوراحمدی، ۱۳۸۰: ۱۰۵). در این اثنا؛ بدیهی است که بر ساختارهای آموزشی نیز به جهت ادغام آنها در یک جامعه جهانی تأثیر می‌گذارد زیرا طی آن، جریان آزادانه و رو به رشد عقاید مردم همراه با کالاها، خدمات و سرمایه منجر به انسجام و ادغام اقتصادها و جوامع بشری می‌شود.



صاحب نظرانی همچون «پل هرست»^۱ و «گراهام تامپسون»^۲ جهانی شدن را جریان یافتن گسترده و رو به رشد تجارت و به کار انداختن سرمایه در میان کشورها می‌دانند که شواهد این نوع جهانی شدن نیز از قرار در تحرک و جابه‌جایی فزاینده مردم، پیام‌ها و اندیشه‌ها در میان کشورها قابل مشاهده است. در تعریفی دیگر، جهانی شدن عبارت است از نزدیک شدن کشورها و ملت‌های جهان که نتیجه آن کاهش شدید هزینه‌های حمل و نقل و ارتباطات و رفع موانع مصنوعی است که در راه جریان کالاها و خدمات، سرمایه، دانش و تا حدودی نیز افراد قرار دارد و هدف آن را به وجود آوردن اقتصاد جهانی آزاد و بدون مرز می‌دانند (شولت، ۱۳۸۲: ۷). برخی تحلیلگران مفهوم جهانی شدن را در آزادسازی در نظر گرفته‌اند. بنابراین جهانی شدن را به شعاری برجسته برای توصیف فرایند یکپارچه شدن اقتصادی بین‌المللی و لغو موانع تجاری و محدودیت‌هایی مانند ارزش خارجی و کنترل‌های سرمایه برای شهروندان سایر کشورها بیان می‌کنند، اما این به معنای کنار گذاشتن دیگر ابعاد مهم پدیده جهانی شدن نیست، بلکه صرفاً به معنای اولویت دادن به این بُعد در شروع، ادامه و عمق تأثیرات این فرایند است.

بنابراین، در عصر حاضر، که به قول الوین تافلر^۳ عصر دانایی است و نه تنها کالا، خدمات و سرمایه، بلکه افکار و دانش بشری نیز در بین کشورهای دنیا به‌آسانی به گردش درمی‌آید، نگاه به تغییرات سیاستگذاری آموزشی اهمیت دارد و از آنجا که هر یک از ویژگی‌های اقتصاد جهانی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم در آموزش عالی تأثیرگذارند، توجه به آن مفید است.

۳. محورهای اقتصاد جهانی

۳.۱. تغییر اقتصاد سنتی و تئوری‌های حاکم بر آن

با تغییرات اساسی در اقتصاد، دیگر تئوری‌های سنتی نمی‌تواند به تبیین روابط حاکم بر اقتصاد بپردازد. در جهانی شدن، اقتصادها و بازارها از شبکه‌های الکترونیکی به هم پیوسته تشکیل می‌شوند و کارکنان و فروشندگان نیازی به گردآمدن در یک مکان واحد

1. Paul Hirst.

2. Grahame Thompson.

3. Alvin Toffler.

به نام بازار ندارند. اقتصاد جهانی نه در یک مکان، بلکه در زمان واقعی به هم وابسته است و شبکه‌های الکترونیکی، اقتصادها و بازارها را با شتاب رهبری و اداره می‌کند. این وسعت باعث می‌شود فرایندهای مالی و اقتصادی دیگر نتوانند به‌طور کامل و در سطح ملی، تابع سازوکارهای داخلی و تصمیم‌گیری دولت‌های خود باشند و امنیت اقتصادی از چارچوب مرزهای ملی فراتر می‌رود. «افزایش وابستگی متقابل جهانی و افزایش منطقه‌گرایی، شرایط را برای افزایش این تغییرات فراهم و امنیت اقتصادی جهانی را مطرح می‌کند» (آشفته، ۱۳۸۷: ۴۶-۱۵۳). در تئوری‌های اقتصاد جهانی امنیت اقتصادی در اولویت امنیت کشوری قرار می‌گیرد.

۳.۲. بازتعریف کار و تغییر تحولات بازار

تغییرات بیان شده که در اثر جهانی شدن در بخش اقتصاد به‌وجود آمده تعاریف جدیدی برای واژه‌های اقتصادی از جمله واژه کار مطرح کرده است. در عصر جهانی شدن ویژگی «کار و تولید» و «عمل فیزیکی» بی‌واسطه نیست، بلکه «کار و تولید» در دو بُعد افقی و عمودی گسترش یافته، به عرصه فکر پا نهاده و سرمایه اطلاعات از شاخص‌های مهم اقتصاد در بحث کار و تولید شده است.

از طرف دیگر حساسیت تابع تقاضای نیروی کار و اشتغال را افزایش می‌دهد، بازار کار را زیر فشارهای فزاینده می‌گذارد و سیستم تقسیم کار را تغییر می‌دهد. شاید مهم‌ترین تأثیر جهانی شدن در حیطه اقتصاد و آموزش در بلندمدت را می‌توان در چارچوب تغییر تقسیم کار جهانی جستجو کرد، این ویژگی شامل تقابل‌های رایجی است که در آن کشورهای توسعه‌یافته و توسعه‌نیافته و همچنین کشورهای صنعتی و غیرصنعتی در مقابل هم قرار می‌گیرند. بر اثر این پدیده؛ مهاجرت بین‌المللی نیروی کار با توجه به کاهش هزینه و فرایند انتقال سریع اطلاعات آسان‌تر می‌شود و بر پیچیدگی‌های وضعیت اشتغال و توزیع فرصت‌های شغلی می‌افزاید (دادگر و ندیری، ۱۳۸۵: ۷۳).

۳.۳. جابه‌جایی تدریجی حاکمیت اقتصادی

یکی دیگر از شرایط «اقتصاد جهانی شده» تغییر نهادهای اجرایی اقتصادی از نهادهای محلی به شرکت‌های بین‌المللی و فراملیتی است. با تشکیل سازمان تجارت جهانی به‌عنوان یکی از نهادهای مهم «جهانی شدن» و از بین رفتن محدودیت حاصل از مرزها برای کالاهای کشورهای عضو، رد تعرفه‌های اقتصادی و به‌طور کلی، کم‌رنگ کردن قدرت





دولت‌های ملی در وادی اقتصاد جهان؛ زمینه حاکمیت اقتصادی شرکت‌های فراملیتی فراهم شد. این شرکت‌ها نقش‌های مختلفی را در حیطه اقتصادی انجام می‌دهند. آنها در آغاز به صورت چندملیتی و سپس جهانی ظهور یافتند و از دهه ۱۹۹۰ جای خود را به شرکت‌های جهانگیر دادند (بخشی و اویسی، ۱۳۸۲: ۲۶۷)، به طوری که مدیران شرکت‌ها در سطح جهانی سخن می‌گویند و جهان را به عنوان یک کل عملیاتی فرض می‌کنند و محل تولید را جایی تعیین می‌کنند که هزینه در سطح پایین‌تری باشد.

۳.۴. رواج مصرف‌گرایی جهانی

یکی از مهم‌ترین نتایج اقتصاد جهانی چیرگی فرهنگ مصرفی در زندگی مردم است. اقتصاد جهانی از دو طریق کلی مصرف‌گرایی با جهانی شدن رابطه نزدیکی دارد: - فراگیر شدن محصولات فراج جهانی و کالاهای مصرفی و مارک‌زنی جهانی به مصرف‌گرایی دامن زده است.

- بسیاری از ابزارهای تحقق میل به مصرف‌گرایی به طور مستقیم از تکنولوژی‌های ارتباطات جهانی پدید آمده و تکنولوژی ارتباطات جهانی مثل سرمایه‌گذاران عرضه‌کننده مد و خیال‌پرازی هستند و فرایند تبلیغات و تکنولوژی تبلیغاتی هر روز بر نیاز مردم می‌افزاید. شرایط جهانی نقش محوری را در ایجاد تمایلات لذت‌گرایانه داشته‌اند که اساس رشد مصرف‌گرایی هستند و از جمله این شرایط عمر کوتاه محصولات و تنوع آن و تولید آسان نسبت به گذشته است (تهرانیان، ۱۳۸۰: ۱۵).

۳.۵. توسعه فناوری ارتباطات اقتصادی

یکی دیگر از نتایج جهانی شدن اقتصاد توسعه «اقتصاد الکترونیکی» و یا مبادله از طریق رایانه است. این پدیده نوظهور فرصت قابل توجهی را در اختیار همگان قرار می‌دهد تا بتوانند در امور اقتصادی جهان تازه شکل یافته شرکت کنند و «تأثیر عمیق این پدیده تا به حدی است که جهانی شدن و پیامدهای آن بدون نوآوری‌های گسترده در زمینه‌های حمل‌ونقل و ارتباطات و داده‌پردازی امکان‌پذیر نمی‌شد» (شولت، ۱۳۸۲: ۱۲۰). ظهور فناوری اطلاعات، تقاضای نیروی کار را به سمت مهارت‌هایی کشانده که مکمل تکنولوژی‌های جدید است.

۳.۶. گسترش بازارهای مالی و اطلاعاتی جهانی

به‌زعم بسیاری از صاحب‌نظران؛ سرمایه‌داری تاکنون چهار دوره را پشت سر نهاده



است: تجاری^۱، صنعتی^۲، مالی^۳ و اطلاعات^۴. جهانی شدن انواع سرمایه‌ها را از سرمایه مصرفی به سرمایه مالی و سپس سرمایه اطلاعات و ارتباطات گسترش می‌دهد که مهم‌ترین تأثیر جهانی شدن در بخش سرمایه، رشد عمده سرمایه ارتباطات و اطلاعات است. انتقال آسان داده‌ها و اندیشه، تصاویر از طریق شبکه‌های الکترونیکی در فضای فوق قلمرویی و داده‌پردازی دیجیتالی در دهه‌های اخیر به منابع اصلی انباشت مازاد مبدل شده‌اند و خود در عین حال در گسترش سرمایه‌های کالایی در چهار جنبه مهم سخت‌افزار، نرم‌افزار، خدمات و محتوا سهیم می‌شود. اما تقویت صنایع اطلاعات و ارتباطات در قانون سرمایه‌داری بوده و تکنولوژی اطلاعات به حدی گسترش یافته که پیتز کراکر^۵ اذعان کرده است که جامعه ما بعد سرمایه داری ادعا شده ممکن است در واقع اقتصاد جهانی را تحت سلطه سرمایه داری اطلاعاتی قرار داده باشد (همان: ۱۵۱).

۴. آموزش عالی در عصر جهانی

علی‌رغم اینکه بحث جهانی شدن آموزش عالی امری بدیهی است، هنوز مفهوم‌سازی مشترک و یکسانی در این زمینه شکل نگرفته زیرا پیچیدگی بین‌المللی شدن آموزش عالی بیش از حد ساده تصور شده است. امکان دارد تصویری که برخی از این مسئله دارند به توان جابه‌جایی دانشجویان و اعضای علمی محدود باشد و برخی دیگر نیز به مبادله دانش میان کشورها از راه‌های گوناگون معتقد باشند یا آن را فرایندی برای تغییر در برنامه درسی تلقی کنند. نایت^۶ به‌دروستی درباره این اختلاف نظر می‌نویسد: «ملت‌های مختلف درک و معانی مختلفی از بین‌المللی شدن آموزش دارند و درهم‌آمیختگی بسیاری درباره مفهوم آن وجود دارد، اما آنچه بیشتر در بین کشورهای پیشرفته جهان به لحاظ سرزیر شدن عرضه آموزش عالی خودشان دنبال می‌کنند، دستیابی به بازارهای جهانی آموزش عالی است و از این‌رو به بین‌المللی شدن دانشگاه بیشتر با دیدگاهی اقتصادی می‌نگرند».

1. Commercial.
2. Industrial.
3. Financial.
4. Information.
5. Peter Druker.
6. Knight.



در همین مورد، دیم^۱ معتقد است چهار مفهوم اساسی، نظام‌های آموزش عالی را تحت تأثیر قرار داده است که مفهوم جهانی شدن آموزش عالی را روشن تر می‌کند: مفهوم اول شامل گسترش جهانی تجارت خدمات اقتصادی و فرهنگی و بازار جهانی می‌شود، مفهوم دوم بین‌المللی شدن مشارکت در اندیشه‌ها، دانش و نوگرایی مدیریتی را دربرمی‌گیرد و مفهوم سوم گسترش عملکرد تجاری و اندیشه‌بخش خصوصی را در نهادهای عمومی شامل می‌شود. آخرین مفهوم کارآفرینی در آموزش عالی است، موقعیتی که در آن اعضای علمی و اداری می‌کوشند با بنگاهی ساختن فعالیت‌های خود منابع بخش خصوصی را به‌خود جلب کنند. (Deem, ۲۰۰۱: ۷) در این تعاریف از جهانی شدن؛ رویکرد اقتصادی نقش برجسته‌ای دارد.

در این رابطه گاهی به مفهوم سرمایه‌داری آکادمیک نیز توجه می‌شود که برخی اندیشه‌پردازان آن را از نتایج جهانی شدن - بین‌المللی شدن دانشگاه‌ها می‌دانند. این مفهوم که گاه مفاهیمی نظیر کارآفرینی در آموزش عالی را نیز در پی دارد در واقع نشان‌دهنده تغییرات در اهداف و کارویژه‌های دانشگاه است که آن را به‌جای حقیقت دنباله‌روی صنعت و بازار می‌کند، بدین معنا که بخش صنعت و بازار با استفاده از اهرم مالی؛ دانشگاه را به انقیاد خود درمی‌آورند (جاودانی، ۱۳۸۸: ۱۱۴).

گاهی از مفهوم بین‌المللی شدن دانشگاه برای بیان جهانی شدن استفاده می‌شود. در این صورت چنانچه بین‌المللی شدن دانشگاه‌ها به‌مثابه پاسخی به جهانی شدن قلمداد شود، این فرایند با دو رویکرد در سه سطح قابل بررسی است، در سطح جهانی به‌دلیل مدیریت جریان حاکم بر نظام جهان از سوی مراجع قدرت نظیر بانک جهانی و سازمان جهانی و تجارت صندوق پول، رویکرد کالایی‌سازی و تجاری‌سازی در آموزش عالی مطرح است.

در عرصه منطقه‌ای و ملی، بسیاری از کشورهای در حال توسعه می‌کوشند تا برای کاهش مسئولیت‌های بخش عمومی با بهره‌گیری از ادبیات نوین و پیشرو نظیر خصوصی‌سازی، کارآفرینی، افزایش بهره‌وری و پاسخ‌گویی، نهادهای تولید علم خود را به‌سوی بازار و کالایی‌سازی سوق دهند. در قلمروی سازمانی و فردی نیز وضعیت مشابهی به‌چشم می‌خورد، به‌گونه‌ای که با تلقی کردن دانشگاه به‌مثابه بنگاه اقتصادی یا

1. Deem.

به عبارتی بنگاه دانش، هر دوی آنها را به‌سوی کسب درآمد بیشتر و افزایش بهره‌وری سوق می‌دهند.

بنابراین در همهٔ این تعبیرها؛ ارتباط اقتصاد و تحولات آموزش عالی وجه بارزتری دارد که بیان‌کنندهٔ ارتباط قوی بین این دو و در واقع نشان‌دهندهٔ ارتباط بین علم و تکنولوژی است که با پیامدهای خاصی در اقتصاد و آموزش آشکار می‌شود. از این‌رو با توجه به ارتباط بین اقتصاد و آموزش؛ بهترین تعریف از آموزش عالی جهانی درک تأثیرات اقتصاد بر آن می‌باشد که تجاری شدن حاصل همین تأثیرات و مهم‌ترین بازتاب‌های آن است.

۳. تأثیرات اقتصاد جهانی در آموزش عالی

امروزه آموزش عالی در فرایند جهانی شدن اقتصاد با پدیدهٔ رشد سریع فناوری‌های اطلاعات و افزایش تقاضا برای ورود به آموزش عالی روبه‌رو است. از این‌رو براساس رویکرد سیستمی، وظیفه و کارکرد دانشگاه‌ها دستیابی به اهداف اقتصاد دانش‌محور، تربیت نیروی انسانی کارآمد و انتقال دانش تعیین شده و اقتصاد مبتنی بر دانش در خط مقدم تعاملات جهانی قرار گرفته است (باقریان، ۱۳۸۲: ۱۷). بنابراین هر تغییری در اقتصاد با ایجاد تغییری در آموزش عالی همراه است و پیامدهای رویکرد جهانی آموزش عالی مطابق با تغییرات ذکر شده در بخش اقتصاد گام به گام آموزش عالی را به تجاری شدن نزدیک می‌کند.

گام اول - انتقال آموزش عالی از تفکر سنتی

الگوی سنتی آموزش عالی در قالب دانشگاه‌ها دربرگیرندهٔ ایده‌های کلاسیک نخبه‌گرایانهٔ افلاطونی و در جستجوی دستیابی به آرمان‌های خاص بوده است. این آرمان‌ها شامل تحقق رفاه از راه حرفه‌ها، جستجوی حقیقت از راه پژوهش و جستجوی نظم و آزادی از راه رهبری خردمندانهٔ جامعه بوده است و در کنار آن جستجوی نیکی‌ها از راه توسعهٔ اخلاقیات و پرورش انسان و جستجوی زیبایی از راه توسعهٔ قابلیت‌های زیبایی‌شناختی دنبال می‌شد (Scholte, ۲۰۰۰: ۲۲). اما آموزش عالی به‌عنوان نهادی پویا همگام با تحول ساختارهای اجتماعی تغییر کرد و در دورهٔ معاصر و عصر فرانونین در مسیر تحولات عصر اطلاعات و دانش قرار گرفت.



در این مرحله آموزش عالی علاوه بر مبانی فلسفی با تحولاتی در بخش اقتصادی روبه‌رو شد که به‌طور جدی رویکردهای سنتی را به چالش کشید، اعتبار بسیاری از ارزش‌های گذشته را از بین برد و تحولاتی را به‌وجود آورد که با نگرش سنتی قابل تبیین نبود. ناکارآمدی تفکر سنتی در آموزش عالی سبب شد که آموزش به دور از تمرکز و محدودیت، فرصت‌های جدیدی را برای کاربرد و استفاده از دانش فراهم کند.

راسکه^۱ (۲۰۰۳) در مقایسه بین پارادایم سنتی و جدید عقیده دارد که دانشگاه سنتی نهادی و متمرکز است، در حالی که دانشگاه جدید به‌سوی تمرکززدایی و شخصی شدن حرکت می‌کند. لیوتارد^۲ این تحولات جدید دانشگاه را با تأکید بر نقش مهم دانشگاه در دوره فرانونین همسو با تحولات دیگر می‌داند و بر این باور است که با دگرگونی معرفت‌شناختی، دانش براساس ارزش استفاده و فایده‌مندی مورد ارزیابی و داوری قرار می‌گیرد نه براساس میزان قدرت، توانایی و دقت در بازنمایی واقعیت‌های جهان (Harvey, ۱۹۸۹: ۱۲۲-۱۲۷). با این رویکرد، اندیشه‌پردازان آموزش و نهادهای آموزش عالی جهان را به دو دسته تقسیم می‌کنند:

- گروه اول آموزش آزاد و پرورش ماهیت بشری را اهداف عالی نهادهای آموزش عالی قرار می‌دهد.

- گروه دوم مهارت‌آموزی حرفه‌ای و پاسخ‌گویی به تقاضای بازار را در اولویت قرار داده که شکل‌دهنده ماهیت برخی دیگر از نهادهای آموزش عالی است.

اما به‌هر حال همه نهادهای آموزش عالی با فرایند تغییرات خواسته یا ناخواسته از تفکر سنتی وارد تفکر و ساختار عصر جهانی می‌شوند که این تغییرات بازاندیشی در راهبردها و سیاست‌ها را ضرورت می‌بخشد. از این رو می‌توان گفت که چهار موتور علوم، فنون، صنعت و سود، آموزش عالی را به جلو می‌راند (جاودانی، ۱۳۸۸: ۱۰۸ و ۱۱۲) و ادامه حیات آموزش عالی را تضمین می‌کند.

این تحولات موجب تغییراتی نسبتاً گسترده و گاه کاملاً متفاوت در نظام‌های آموزش عالی جهان شده است که از سیاستگذاری اقتصادی و مادی دانشگاه‌ها تا محتوای آموزشی را دربرمی‌گیرد. گاهی نیز به‌صورت هدف‌های سودآورانه برای تأمین‌کنندگان آموزش

1. Raske.

2. Jean-François Lyotard.

عالی آشکار می‌شود و دومین گام با تغییر جایگاه دانشگاه عصر جهانی شکل می‌گیرد.

گام دوم - تغییر جایگاه دانشگاه

تغییر جایگاه دانشگاه از نهادی فرهنگ‌محور به یک نهاد اقتصادی خودگام دوم تأثیرگذار در جهانی شدن بود. با نفوذ اقتصاد جهانی در آموزش عالی، دانشگاه‌ها از یک نهاد عمومی در خدمت جامعه و جهان به یک نهاد خصوصی در خدمت بازار و تولید سود، نزدیک و با جهت‌گیری به سمت سرمایه‌آکادمیک به یک بنگاه دانش تبدیل شدند. در کنار آن از نظر سیاسی؛ آموزش به‌عنوان بُعد چهارم سیاست خارجی قلمداد و همکاری آموزشی به منزله نوعی سرمایه‌گذاری برای آینده روابط دیپلماتیک میان ملت‌ها محسوب شد. اغلب نخبگان سیاسی از میان دانشگاهیان برگزیده شدند و اقتصاد در قالب علم؛ نقش تعیین‌کننده‌ای در بازی سیاسی کشورها یافت (Rose and Rose, ۱۹۶۹). بنابراین دانشگاه‌ها از خدمت به نخبگان و قدرت، به خدمت به تجار و صنایع تغییر کرد. با ورود متولیان امر آموزش عالی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین بازیگران عرصه اقتصاد و کاربرد گسترده دانش در اکثر فعالیت‌های اجتماعی و اقتصادی که برآمده از تنوع نیازهای انسانی بود، مقدمه تحول روند آموزشی در رویکرد تجاری آغاز شد (هیرش، ۱۳۸۱: ۱۰۲). امروزه افزایش تقاضا برای آموزش مهارت‌های متناسب با نیازهای در حال تغییر صنایع و تجارت، محتوا و برنامه آموزشی دانشگاه‌ها را تغییر و غلبه ارزش‌های کاربردی بر ارزش‌های سنتی را افزایش داده است. حتی در نظریه‌های یادگیری مشارکتی و یادگیری فعال، به‌جای بُعد شناختی بیشتر بر بُعد اجتماعی و اقتصادی آموزش تأکید می‌شود و این امر انقلابی در روش‌های تدریس و آموزش به‌وجود آورده که در بهترین حالت؛ تقاضا را برای تغییر جهت دانشگاه به سوی پژوهش‌محور بودن و تولید دانشی که مستقیماً در صنعت و تجارت و مؤسسات اقتصادی و بازار به کار آید افزایش می‌دهد (پورعزت و دیگران، ۱۳۸۷: ۶). همین روند همراه با تقاضای آموزش دائمی و مادام‌العمر، دانشگاه‌ها را بیش از هر زمانی با گسترش کمی و کیفی مواجه کرده است. این پدیده باعث پرورش افراد زیادی شده است که با روش‌های پژوهش آشنا بوده و درعین حال از مهارت‌ها و دانش‌های متفاوت برخوردارند. متقابلاً فرایند توسعه تقاضا برای دانش تخصصی در بخش صنعت، همکاری‌های مختلف را با دانشگاه‌ها و مراکز علمی الزامی می‌کند.



این همکاری با تلاش دانشگاه‌ها برای شکل‌دهی به منابع فیزیکی و انسانی با کاربری خاص ادامه و با تشدید این رقابت؛ تعداد این زمینه‌ها گسترش داد زیرا با توجه به پویایی بازارها؛ کم و بیش مشکلات جدیدی مطرح و باعث حرکت مراکز تولید علم و شبکه‌های ارتباطی می‌شوند. بنابراین دانشگاه‌ها را با تغییر محتوا و برنامه‌ریزی مداوم در جهت تولید اشکال جدید دانش و شکل‌دهی به سرمایه انسانی روبه‌رو می‌کند (توسلی، ۱۳۸۶: ۳۷۶-۳۷۷).

مجموع این تقاضای متقابل اقتصاد و دانشگاه همراه با رقابت نهادهای آموزش عالی برای تولید دانش مشارکتی سبب می‌شود راه‌های مختلف جذب حمایت‌های مالی پیگیری شود. بنابراین دانشگاه تعداد همکاری‌ها و قراردادهایی را که خود نیز بخشی از آن است را افزایش می‌دهد. همچنین اعضای علمی و دیگر منابع خود را در ابعاد جهانی جستجو می‌کند و وارد گروه‌های حل مسئله جهانی می‌شود. از این رو سازمان‌بندی متفاوتی دارد و با این رویکرد دانشگاه‌ها نسبت به جامعه، وسیع‌تر، بارزتر و انعطاف‌پذیرتر عمل می‌کند (همان: ۳۸۲).

این انعطاف و حجم درخواست ورود به مراکز آموزش عالی که با گسترش کمی دانشگاه‌ها خود عامل رقابت دیگری بین دانشگاه‌هاست، راه را برای استقلال اقتصادی آنها باز می‌کند و منابع مالی تجاری شدن را در آموزش عالی کاهش می‌دهد.

گام سوم - تجاری شدن آموزش عالی

دانشگاه‌ها از یک طرف به دلیل مأموریت‌ها و کارکردهای اقتصادی و از طرف دیگر اهمیت وسعت دادن و افزایش امکاناتشان به دلیل انبوه دانشجویان، ناگزیرند پاسخ‌گو باشند و ملزم به اتخاذ استانداردهای ارزشیابی، مدیریت شفاف و دموکراتیک باشند و با مشارکت عدهٔ بیشتر مردم امکان بیشتری برای مستقل شدن دانشگاه‌ها از دولت فراهم کنند.

همهٔ این مراحل به خصوصی‌سازی نهادهای آموزش عالی ختم می‌شود و تغییرات اقتصادی در بخش مالی نظام‌های آموزشی را با اصلاحات اساسی روبه‌رو می‌کند. تغییر هزینه‌های عمومی آموزش از سطوح بالاتر به پایین‌تر آموزش یکی از مهمترین این تغییرات است. در این طرح با خصوصی‌سازی آموزش عالی و کاهش یارانهٔ تحصیلات تکمیلی برای عده‌ای، تلاش می‌شود فرصت بیشتری برای شمار فراوانی از دانش‌آموزان دورهٔ ابتدایی فراهم

شود (کارنوی و دیگران، ۱۳۸۴: ۵۷-۵۶). در نتیجه افزایش نیاز دانشگاه‌ها به بودجه، بهره‌گیری از سرمایه‌های خیرخواهانه و غیرانتفاعی، مشارکت دانشجویان و متقاضیان آموزش عالی در تأمین بخشی از هزینه‌ها از راه پرداخت شهریه یا دریافت کمک‌های عمومی در سراسر جهان به ضرورتی اجتناب‌ناپذیر تبدیل شده است (پورعزت و دیگران، ۱۳۸۷: ۶).

از این مرحله به بعد به منظور تأمین بودجه و رقابت بر سر جذب سرمایه بیشتر در بین نهادهای آموزشی عالی سیاستگذاری می‌شود. اصلاحات با محوریت خودگردانی اقتصادی بخش آموزش و تربیت افرادی که بتوانند به دنبال سود فردی خود باشند؛ آغاز می‌شود، به این منظور مهارت‌آموزی گسترش می‌یابد. بنابراین سیاستگذاری اقتصادی ناخودآگاه دانشگاه‌ها را وارد بازار رقابت جهانی می‌کند (کومبز، ۱۳۷۳: ۱۳-۱۲).

سیاستی که آموزش عالی در تجاری‌سازی دانشگاه در پیش گرفته، عمدتاً فروش آموزش بوده است. این رویکرد تجاری‌سازی در دانشگاه برگرفته از آموزه‌های سرمایه‌داری دانشگاهی بوده و ناظر بر همه فعالیت‌هایی است که به منظور جذب منابع خارجی از جانب دانشگاه انجام می‌شود و این فعالیت‌ها هم دربرگیرنده کنش‌های مبتنی بر نیازهای بازار است که به منظور کسب سود انجام می‌شود و مواردی چون واگذاری حق ثبت اختراع، لیسانس‌دهی و تأسیس شرکت‌های زایشی و همچنین رفتارهای شبه‌بازاری را دربرمی‌گیرد که با هدف رقابت بر سر جذب منابع است و نه الزاماً کسب سود.

فروش فضا و دیگر امکانات مادی دانشگاه نیز کالایی سخت‌افزاری است که دانشگاه با فروش آن به مردم و بخش خصوصی بخشی از سرمایه‌اش را تأمین کند.

امروزه دانشگاه‌ها در سطح جهانی از فرصت برخورداری از انبوه مشتریان در میان اشخاص حقیقی بهره می‌برند و در رقابت‌اند تا این بازار را از دست ندهند. بنابراین به نوعی می‌توان گفت دانشگاه ناچار است بخشی از ظرفیت موجود را به کار بگیرد و بخشی از منابع مالی خود را از این راه تأمین کند.

درگام سوم دانشگاه‌ها به‌عنوان بنگاهی اقتصادی‌اند که در آن دانش، پژوهش و مشاوره سه کالای نرم‌افزاری عمده‌ای است که دانشگاه برای عرضه به جامعه در اختیار دارد. یعنی خدمات آموزشی، پژوهشی و مشاوره‌ای سه کالای قابل فروش دانشگاه محسوب می‌شوند. این رویکرد مزیت‌ها و معایبی دارد که در بحث و نتیجه‌گیری مطرح خواهد شد.

بحث و نتیجه‌گیری



جدول شماره ۱: فرایند حرکت آموزش عالی در فرایند جهانی شدن اقتصاد



جهانی شدن، زنجیره‌ای از دگرگونی‌هاست که عرصه‌های گوناگون فرهنگ، سیاست و اقتصاد کشورهای جهان را دربر گرفته و روابط متنوع و متقابلی برقرار می‌کند. در این میان، بُعد اقتصادی جهانی شدن، با توجه به قدرت تأثیرگذاری آن در سیاست و فرهنگ، اهمیت ویژه‌ای دارد. جهانی شدن اقتصاد را می‌توان به معنای باز شدن مرزها، توسعه تجارت و سرعت بخشیدن به تحولات صنعتی جهان دانست. به طوری که تمام ابعاد اقتصادی یک کشور با اقتصاد سایر کشورها ارتباط پیدا کرده و این ارتباط، انتقال نیروی انسانی متخصص، کالاها و خدمات، واحدهای تولیدی و منابع سرمایه‌ای را به دنبال داشته است.

این تحولات اقتصادی وابستگی و نیاز کشورهای جهان را به علم افزایش داده، شکل تازه‌ای از وابستگی «اطلاعاتی» و «علمی» را میان کشورهای جهان ایجاد کرده و آموزش عالی را نیز به طور جدی تحت تأثیر قرار داده است. رویکرد اقتصادی آموزش عالی ادامه روندی است که با رویکرد تلفیقی علم و صنعت پس از جنگ جهانی دوم آغاز شد. در این روند؛ علم و صنعت در یک مسیر قرار گرفتند و این ارتباط به جایی رسید که اقتصاد و دانشگاه را در عصر جهانی در تعامل مداوم قرار داد. در پدیده جهانی



شدن، توسعه علمی و تقویت آن در مسیر این تحولات شرایط را برای تحقق زمینه‌های اقتصادی فراهم می‌کند. با این پیوند عمیق؛ درک صحیح از آموزش عالی بدون شناخت ویژگی‌های اقتصاد جهانی غیرممکن است. دگرگونی‌های فراوان و شتابان ناشی از اقتصاد و توسعه دانش محور، جایگاه این آموزش و نهادهای تابعه را به شدت متحول کرده و برنامه‌ها و راهبردهای آن را تغییر داده است. با این رویکرد، رسالت آموزش عالی تغییر می‌یابد و دانشگاه‌ها را ملزم می‌کند با دقت بیشتری به دیدگاه‌های اقتصادی توجه کنند. تعاملات راهبردی بین دانشگاه‌ها و مراکز مهم تولید و صنعت در سطح جهان، توسعه دسترسی به منابع آموزشی منعطف، و بهره‌گیری از قابلیت‌های یادگیری الکترونیک برای تسریع فراگردهای آموزشی راهبردی عصر جهانی است که دانشگاه‌ها با آن روبه‌رو هستند و متقابلاً تنوع دانشجو و کمیّت دانشگاه‌ها و کاهش منابع مالی نیز تأثیرات این راهبرد است.

بنابراین کارآمدی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی در پاسخ به انتظارات بخش تولید علم و نوآوری، به اطلاع بهنگام از واقعیت‌های موجود در عرصه تولید عمل جهانی و آمادگی کافی به منظور همراهی با این دگرگونی‌ها وابسته است که البته لازمه این همراهی، برخورداری از توان مالی و اقتصادی کافی بوده و همین امر نهادهای آموزش عالی را به سمت تجاری شدن سوق داده است.

در ایران؛ این موضوع در دانشگاه‌های دولتی آغاز و روند تجاری‌سازی آموزش عالی با واحدهای دانشگاهی غیردولتی تداوم یافت: دانشگاه‌هایی که کمترین وابستگی مالی را به دولت دارند، از این رو دانشگاه‌هایی پدید آمد که به علت خدماتی که به جامعه عرضه می‌کردند، می‌بایست منابع مالی خود را نیز تأمین می‌کردند. پس به سمت خصوصی‌سازی، تنوع سرمایه و امور غیرانتفاعی کشانده شدند. این فرایند با گام‌هایی آغاز شد که در جدول ۱ مشخص شده است.

یکی از مهم‌ترین گام‌ها در این مسیر، شناخت مقوله توسعه، اقتصاد دانش محور و رویکرد اقتصادی آموزش عالی از مقولات مشابه است. هرچند این مقوله پدیده‌ای عینی و اقتصادی - اجتماعی بوده، اما امری پیچیده و چند بُعدی است و به سادگی نمی‌توان از آن گذشت و تغییرات اساسی کیفی و زیرساخت فرهنگی آن را نادیده گرفت. در غیر این صورت؛ آموزش آزادی‌های بنیادی در دانشگاه‌ها به آزادی‌های اقتصادی تبدیل می‌شوند



و به جای تعامل نهادهای علمی؛ دانشگاه‌ها با تکیه بر ارزش‌های بازار، و پول و سود بیشتر وارد بازار رقابت اقتصادی شده و به صورت مقاطعه‌کار و دلال دانش نمود می‌یابند. این روند علی‌رغم تأثیرات مثبت، در بهترین حالت نیز دارای آسیب‌هایی است که در نظر گرفتن آنها به کاهش آن کمک می‌کند.

می‌توان گفت در مواردی روند پذیرش دانشجو در سیاست تجاری‌سازی می‌تواند به‌نحوی باشد که دانشگاه‌های تجاری شده چندان کوششی در ارزیابی و سنجش صلاحیت داوطلبان ندارند زیرا این دانشگاه‌ها چندان به لزوم برخورداری داوطلبان از صلاحیت‌های لازم برای ورود به مقاطع مختلف دانشگاهی اعتنا نمی‌کنند که این مسئله کیفیت آموزش را در دانشگاه‌های تجاری به شدت کاهش می‌دهد. این مسئله باعث افزایش نابرابری اجتماعی، مدرک‌گرایی، ناتوانی در تولید علم، جدایی دانشگاه از جامعه و ناتوانی در کاربردی کردن علم می‌شود.

در سطوح بالای تجاری شدن؛ دانشگاه آموزش را نه به اشخاص حقوقی یعنی سازمان‌ها، بلکه به افراد یا اشخاص حقیقی می‌فروشد که این مسئله پیامدهای گوناگونی را در آموزش عالی رقم خواهد زد. بنابراین به این دلیل که دانشگاه آموزش را همزمان به تعداد بسیاری از افراد ارائه می‌دهد، کیفیت آموزش در دانشگاه‌های تجاری شده بسیار تنزل می‌یابد، به طوری که تجارت به صورت مستقیم انجام می‌گیرد و اگر اشخاص حقیقی در زمان مقرر پول را پرداخت نکنند از دریافت بسته آموزشی و مدارک مربوط محروم می‌شوند. همچنین اعطای وام‌ها به شیوه کنونی نیز بیش از آنکه به نفع اشخاص دریافت‌کننده آموزش باشد به نفع دانشگاه برای حفظ مشتری است، در واقع نوعی لحاظ کردن آستانه فشار وارده بر آنهاست تا به کلی قید تحصیل و کسب مدرک را نزنند.

با توجه به اجتناب‌ناپذیر بودن این روند؛ کاهش آسیب‌ها، که نمونه‌هایی از آن اشاره شد، یکی راهبردهای عاقلانه است. بنابراین واحدهای دانشگاهی باید در مسیر تجاری شدن، سیاست جایگزینی فروش خدمات پژوهشی و خدمات مشاوره‌ای را دنبال کنند زیرا دانشگاه باید بتواند خود را به‌نحوی تقویت کند که بازار مشاوره و تحقیق پررونقی را پدید آورد و در این مورد نیز آموزش عالی می‌تواند به کمک واحدهای دانشگاهی بیاید. همچنین سیاست فروش آموزش به اشخاص حقیقی باید به تدریج جای خود را به سیاست فروش آموزش به اشخاص حقوقی یعنی شرکت‌ها و سازمان‌ها بدهد. در صورت

وجود کمک‌های مالی دولتی، دانشگاه‌هایی که بیشتر مانند بنگاه‌های اقتصادی عمل می‌کنند و استانداردهای کار حرفه‌ای را رعایت نمی‌کنند، از آن محروم یا بسیار محدود شوند و دانشگاه‌ها از این روش یا راه‌های مشابه دیگر برای تجدید نظر تحت فشار قرار گیرند.

در کنار این موارد در صورتی که برای جذب سرمایه از طریق فروش مستقیم آموزش نظام‌مند و متناسب با هزینه‌های سالانه هر واحد دانشگاهی تعیین شود، از تبدیل دانشگاه به بنگاه‌های اقتصادی صرف و کاهش کیفیت به دلیل افزایش کمیّت جلوگیری می‌شود. نکته‌ای که در این میان باید مدنظر داشت این است که رویکرد اقتصادی آموزش عالی نباید با تبدیل کردن اخلاق و منش علمی به منش بازاری؛ به پویایی و قداست نهادهای آموزش عالی آسیب وارد کند تا تعهدات اجتماعی و فرهنگی با تعهد اقتصادی جایگزین شود. همچنین نباید با تأثیرات اقتصاد در تحولات آموزش عالی بدبینانه برخورد کرد بلکه باید آنها را شناخت و برای‌شان راهبردهای منطقی و واقع‌بینانه اتخاذ کرد و این نکته را در نظر گرفت که این تحولات می‌تواند زمینه‌ساز پویایی در نظام آموزش عالی باشد.

منابع

- آشفته تهرانی، امیر (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی جهانی شدن، تهران: نشر دانژه.
- بخشی، عباس و حسین اویسی (۱۳۸۲). مجموعه مقالات همایش جهانی شدن (بیم‌ها و امیدها)، انتشارات حدیث روز.
- باقریان، محمد (۱۳۸۲). چالش‌های اساسی توسعه و روندهای جهانی، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- پورعزت، علی‌اصغر، حمزه خواستار و جمعی از نویسندگان (۱۳۸۷). «الگوی مطلوب دانشگاه‌ها و آموزش عالی در عصر جهانی»، مجله دانشگاه اسلامی، سال دوازدهم، ش ۴.
- پوراحمدی، حسین (۱۳۸۰). «فرایندهای جهانی شدن و چالش‌های مفاهیم در رخداد یازده سپتامبر»، فصلنامه سیاست خارجی، سال پانزدهم، ش ۴.
- تهرانیان، مجید (۱۳۸۰). «جهانی شدن فرهنگ و فرهنگ جهانی شدن»، نشریه پل فیروزه، ش ۱.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی و آموزش و پرورش دیروز، امروز، فردا، تهران: انتشارات علم.
- جاودانی، حمید (۱۳۸۸). «جهانی شدن و آموزش عالی، گسست بین نظریه تا کنش، راهبردهای نوین برای توسعه آموزش عالی ایران»، فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ش ۵۳.
- دادگر، یدالله و محمد ندیری (۱۳۸۵). «جهانی شدن و بازار کار در کشورهای در حال توسعه»، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی، سال ششم، ش ۱.
- سجادی، سید مهدی (۱۳۸۲). «جهانی شدن و پیامدهای چالش برانگیز آن برای تعلیم و تربیت»،

- فصلنامه علوم تربیتی و روانشناسی، ش ۱۰، صص ۱۱۳-۱۲۸.
- شولت، یان (۱۳۸۲) **نگاهی موشکافانه بر پدیده جهانی شدن**، ترجمه مسعود کرباسیان، تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- علاقه‌بند، علی (۱۳۷۳) **جامعه‌شناسی آموزش و پرورش**، چاپ سوم، تهران: انتشارات بعثت.
- قرایی مقدم، امان الله (۱۳۷۵). **جامعه‌شناسی آموزش و پرورش**، کتابخانه فروردین، چاپ دوم.
- کومبیز، فیلیپ (۱۳۷۳). **بحران جهانی شدن آموزش و پرورش**، ترجمه فریده آل آقا، تهران: نشر کمسیون ملی یونسکو.
- کارنوی، مارتین، محدحسن میزاحمدی و محمدرضا فریدی (۱۳۸۴). **جهانی شدن و اصلاحات آموزشی**، تهران: انتشارات یسپرون.
- هیرش، ورنر زوی (۱۳۸۱). **چالش‌های فراروی آموزش عالی در هزاره سوم**، گروه مترجمان، به کوشش یوسفیان، تهران: دانشگاه امام حسین.
- Deem, Rosemary (2001). **Globalization, New Managerialism, Academic Capitalism and Entrepreneurialism in Universities: Is the Local Dimension Still Important?**; Comparative Education, Vol. 37, No. 1, PP. 720-, outledge,uk.
- Rose H. & S. Rose (1969). **Science & Society**, Allen Lane the Penguin Press.
- Scholte, J. A. (2000). **Globalization: A Critical Introduction**, London: Macmillan.
- Golam, S. (2002). **Globalization and the University Responsibilities**, IAUP Sydney.
- Harvey, D (1989). **The Condition of Post Modernity**, Oxford: Basil Blackwell.

