

Мир науки. Педагогика и психология / World of Science. Pedagogy and psychology <https://mir-nauki.com>

2023, Том 11, № 5 / 2023, Vol. 11, Iss. 5 <https://mir-nauki.com/issue-5-2023.html>

URL статьи: <https://mir-nauki.com/PDF/27PDMN523.pdf>

5.8.2. Теория и методика обучения и воспитания (по областям и уровням образования) (педагогические науки)

Ссылка для цитирования этой статьи:

Искандарова, О. Ю. Исследования по формированию актуальных ценностей, взглядов и убеждений в высшем образовании за рубежом / О. Ю. Искандарова // Мир науки. Педагогика и психология. — 2023. — Т. 11. — № 5. — URL: <https://mir-nauki.com/PDF/27PDMN523.pdf>

For citation:

Iskandarova O.Yu. Research on the formation of current values, views and beliefs in higher education abroad. *World of Science. Pedagogy and psychology*. 2023; 11(5): 27PDMN523. Available at: <https://mir-nauki.com/PDF/27PDMN523.pdf>. (In Russ., abstract in Eng.)

Искандарова Ольга Юрьевна

ФГБОУ ВО «Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет)», Москва, Россия

Профессор кафедры «Иностранных языков И-11»

Доктор педагогических наук

E-mail: U2004ror@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6143-4043>

РИНЦ: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=332748

Исследования по формированию актуальных ценностей, взглядов и убеждений в высшем образовании за рубежом

Аннотация. В статье обобщены и проанализированы результаты ряда зарубежных исследований вопроса взаимосвязи наличия высшего образования и формирования ценностей и убеждений. Выявлены две противоположные, но взаимосвязанные тенденции, такие как: осязаемое влияние глобализации и сохранение традиционных ценностей. Что отражает взаимодействие между социальными изменениями, связанными с модернизацией и глобализацией, влияющими на популярную культуру и традиционные ценности, характерные для конкретных стран. Подчеркивается, что увеличение числа людей с высшим образованием с новыми ценностями доминирует над уменьшающимся количеством людей с прежними ценностями. Были рассмотрены шесть базовых ценностей: семья, друзья, досуг, работа, политика и религия, и влияние высшего образования на воспринимаемую значимость каждой из них; степень значимости ценности в зависимости от пола, поколения и места проживания. Выявляется отсутствие статистических различий в оценке семьи и работы у лиц с высшим образованием и без него, а также статистически значимое положительное влияние на склонность выпускников вузов в оценке дружбы, досуга и политики, как и значимого понижения религиозности.

Ключевые слова: высшее образование; ценности; друзья; семья; работа; религия; политика; убеждения; научный обзор

Введение

Распространение высшего образования является глобальным явлением, и в недавнем докладе ЮНЕСКО отмечается, что «за первое десятилетие 2000-х годов показатели обучения в высших учебных заведениях выросли на 10 и более процентов в таких регионах как Европа,

Азия, Латинская Америка и Карибский бассейн»¹ [1]. Это следует за документально подтвержденным глобальным расширением университетских систем после Второй мировой войны, что привело к переходу высшего образования от «элитной» модели к «массовой» в большинстве развитых стран, в конечном итоге приближаясь к почти «всеобщему» уровню, когда до 50 % населения ряда стран получили высшее образование [2]. Статистические данные Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) за 2020 год показывают, что 45 % лиц в возрасте от 25 до 34 лет в ОЭСР получили высшее образование, в большей части с квалификацией бакалавра² [3].

Уровень высшего образования формирует общество во многих отношениях. Выпускники университетов получают более высокую заработную плату, чем лица, не имеющие высшего образования, даже если недавние данные свидетельствуют о снижении надбавок к заработку выпускников [4]. Кроме того, выпускники традиционно демонстрируют лучшие показатели в плане здоровья, долголетия и создания семьи [5–7].

Показатели уровня высшего образования сопровождалось серьезными изменениями в обществе, включая значительные сдвиги, такие как увеличение доли работающих женщин.

Становится уместным рассматривать высшее образование как важный фактор в формировании ряда ценностей во многих странах. Тем не менее, изучение ценностей в разных странах за последние три десятилетия было сосредоточено в основном на влиянии других основных движущих сил или изменениях, бросающих вызов принятым нормам и обычаям на национальном уровне. К ним относятся как экономические, так и культурные процессы, протекающие по общим векторам: глобальная торговля и путешествия; международные экономические и политические институты и группы; а также глобальные средства массовой информации и коммуникационные сети [8].

Методы исследования

1. Поиск данных.
2. Метод аналитического обзора информации из сетевых баз данных с использованием систем Google Scholar, PubMed, Web of Science, Scopus и eLibrary.
3. Метод анализа взаимосвязи получения высшего образования и его отсутствия на формирование ценностей, убеждений. Был произведен анализ взаимосвязи наличия высшего образования и его отсутствия на формирования ценностей, убеждений. Сделаны выводы по взаимосвязи между наличием высшего образования и формированием ценностей по отношению к семье, друзьям, досугу, работе, политике и религии.

Постановка проблемы

1. Необходимо определить уместность рассмотрения высшего образования как важный фактор формирования ряда ценностей во многих странах.
2. Выяснить, является ли усиление «взаимосвязанности» национальных культур в глобальных условиях общей чертой этих двух понятий после окончания холодной войны [9].

¹ UNESCO. Towards universal access to higher education: International trends. [Электронный ресурс] // UNESCO (International Institute for Higher Education in Latin America and the Caribbean).

² OECD. Education at a glance 2021: OECD indicators. OECD Publishing, 2021.

3. Происходит ли смещение акцента в изучении национальных культур и влияния глобалистских сил на национальные культурные ценности [10].
4. Необходимость определить основных тенденции в оценке Всемирного исследования ценностей и важности основных ценностей.
5. Определить основные наиболее важные ценности, выделенные респондентами.

Таким образом, при рассмотрении данных проблем было выявлено, что наблюдаемая конвергенция национальных культурных норм и ценностей, вытекающих из них, в значительной степени характеризуется двумя взглядами на влияние этих сил на национальную культуру: модернизацией, процессом, посредством которого традиционные ценности заменяются «современными»; и глобализацией, при которой стандартизация в промышленных, культурных и образовательных структурах приводит к созданию однородной транснациональной культуры [11].

R. Inglehart & W. Baker (2000) выделяют конкурирующие эффекты, отражающие результаты этого процесса, а именно конвергенцию, при которой ценности разных стран и групп становятся все более похожими с течением времени, и устойчивость, при которой сохраняются традиционные ценности [8]. Данные о ценностях были собраны на страновом уровне с помощью Всемирного исследования ценностей (ВИЦ), глобального исследования, в котором отслеживаются изменения в сообщаемых ценностях с 1981 года [12].

Были проанализированы данные за период 1995–1998 годов, чтобы определить, в какой степени экономическое развитие приводит к изменениям в ценностных ориентациях. Это в первую очередь отражает глобальное сближение ценностей. Они описывают ориентацию от традиционной до светско-рациональной, когда благодаря экономической и технологической интеграции, связанной с модернизацией, происходит конвергенция ценностей в сторону светско-рациональной, включая уменьшение центральной роли религиозных или национальных общественных убеждений в выражении ценностей. В рамках второй ценностной ориентации, направленной на выживание для самовыражения, население начинает придавать особое значение ценностям и предпочтениям, которые благоприятствуют потреблению и самовыражению, а не связанным с выживанием и защитой. Они обнаружили доказательства сочетания эффектов, демонстрирующих, что «массовые культурные изменения и сохранение отличительных традиционных ценностей» были очевидны в данных ВИЦ, поскольку социальные изменения, связанные с модернизацией, смягчались или сдерживались традиционными институтами и практиками, что делало влияние на конкретную страну зависящим от истории отдельных стран — большая часть из них разделялась группами стран с общим географическим, культурным и религиозным происхождением.

M. Matei & M. Abrudan (2018) изучили тенденции и выявили шесть основных ценностей по мнению респондентов ВИЦ, в которые входят такие ценности как: «семья, друзей, досуга, работы, политики и религии». Было обнаружено, что за многолетний период сбора данных для ВИЦ изменения во взглядах респондентов на ценности на национальном уровне происходили быстрее в странах, претерпевающих серьезные устойчивые изменения, главным образом экономические [13].

В этой статье мы фокусируемся на достижении высшего образования как потенциально важном факторе, влияющем на ценности, сосредоточив внимание на данных ВИЦ об оценке респондентами важности шести ценностей ВИЦ. В частности, мы изучили, в какой степени важность, придаваемая этим ценностям, различалась между лицами с высшим образованием и без него в самой последней подборке ВИЦ (2017–2020 годы).

Были изучены различия между лицами с высшим образованием и без него в шести рассмотренных ценностях: семья, друзья, досуг, политика, работа и религия. Были проанализированы данные о важности, которую респонденты придают базовым ценностям. В исследование были включены ответы из 48 стран. Например, по отношению к друзьям 91,1 % выпускников вузов назвали эту ценность важной по сравнению с 87,3 % от общей численности населения, при этом очевидны другие различия (например, в политике: 50,4 % против 46,7 %). Кроме того, ценностные предпочтения были изучены по подгруппам с точки зрения пола, поколения и места проживания. В этих случаях различия действительно проявились.

Например, в гендерных подгруппах наблюдались различия между женщинами и мужчинами, особенно в отношении политики. Однако порядок расположения ценностей был идентичен тому, который наблюдался в основной выборке в обоих случаях.

Различия между поколениями были наиболее выражены на обоих концах возрастного спектра, как и ожидалось, отражая разницу в возрасте и естественный сдвиг в озабоченностях на протяжении жизненного цикла. Например, только 68,7 % послевоенного поколения, в основном вышедшего на пенсию, назвали работу важной по сравнению с 94,6 % миллениалов. Изучение порядка ценностей указывает на широкий раскол между поколениями: у более молодых поколений, поколения X и миллениалов, порядок ценностей одинаковый, идентичный основному образцу. Молодые бумеры (бумеры II) придавали большее значение друзьям, чем работе, хотя и незначительно, а два старших поколения, бумеры и послевоенные, уделяли больше внимания досугу, чем работе.

Анализ с использованием двух групп стран, переменных категории валовых внутренних продуктов (ВВП) на душу населения и переменных категории Инглхарта-Вельцеля, позволил классифицировать респондентов на наднациональном уровне. Выявлено, что уровни доходов в странах (выраженные в ВВП на душу населения), коррелируют с двумя эффектами, также наблюдаемыми в отношении наличия высшего образования: при наличии высшего образования возрастает роль друзей, а не религии; также выявлена большая ценность друзей, а не семьи.

До получения высшего образования политика не считалась важной. При получении высшего образования ценность политики увеличилась. Респонденты, проживающие в странах со средним ВВП на душу населения не считали важной ценностью политику.

В странах со средним уровнем ВВП семья находится на первом месте. Работа была второй ценностью, которую респонденты назвали важной, составив около 91,6 % от основной выборки.

В странах с низким и средним ВВП 70,3 % религию оценили высоко. Выпускники высших учебных заведений были менее религиозны (высшее образование: 0,817, $p < 0,01$). Уровень высшего образования родителей негативно влиял на отношение к религии. Можно отметить также уровень высшего образования значительно повысил ценность друзей, досуга и политики и снизил ценность религии. Таким образом можно сделать вывод, что повышение уровня образования приводит к уменьшению ценности религии и семьи, а повышает уровень ценности друзей и работы по мере повышением доходов [14; 15].

Однако достижение высшего образования было значительным в моделях четырех других ценностей. Оно было положительным и весьма значимым для объяснения вероятности того, что респонденты придают повышенное значение друзьям и досугу. Хотя эти эффекты были сопоставимы между полами, они были дифференцированы между поколениями, причем у старших поколений существенных эффектов не наблюдалось. Что касается друзей, то группы респондентов из трех молодых поколений — бумеров II, поколения X и миллениалов — показали, что лица с высшим образованием примерно на 33 % чаще, чем лица без него, называли наличие друзей важным.

Что касается досуга, то более выраженный эффект был связан с получением высшего образования в более молодых когортах, причем выпускники вузов поколения X и миллениалы почти на 40% чаще, чем лица со средним образованием, называли эту ценность важной.

Общие значения выборки показывают рост доли всех респондентов, оценивающих политику как важную при сравнении поколений по сравнению со снижением ценности религии. Из этого следует, что уровень вовлеченности в политику, если не в политические институты, широко распространен среди молодых поколений, в то время как снижение упоминания религии как ценности все чаще наблюдается среди выпускников высших учебных заведений.

Заключение

В статье мы рассмотрели, в какой степени уровень высшего образования влияет на значение шести базовых ценностей. Достижения не имели существенного значения для объяснения взглядов респондентов в отношении семьи — ценности, которую почти все признают важной, или работы — другой ценности, разделяемую большинством. Центральное место этих ценностей в самовосприятии респондентов было одинаковым для выборок по полу и поколению, а также для выборок по разным странам. Однако статистически значимые эффекты присутствовали и в других местах, поскольку получение высшего образования увеличивало склонность респондентов называть важными друзей, досуг и политику и снижало их интерес в отношении религии.

Изучение широкой выборки, охватывающей пол, поколение и возраст респондентов, уровень доходов и культурные особенности, показало, что измеряемый эффект получения высшего образования был относительно последовательным для всех ценностей. Это поднимает вопросы о влиянии высшего образования на ценности, поскольку выпускники вузов делают выбор в пользу дружеских отношений, досуга и политики.

ЛИТЕРАТУРА

1. UNESCO. Towards universal access to higher education: International trends. [Электронный ресурс] // UNESCO (International Institute for Higher Education in Latin America and the Caribbean). URL: <https://www.iesalc.unesco.org/wp-content/uploads/2020/11/Towards-Universal-Access-to-HE-Report.pdf> (Дата обращения 29.09.2023).
2. Trow, M. Problems in the transition from elite to mass higher education. in Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD) (ed.). Policies for Higher Education. OECD: Paris, 1974. — P. 1–55.
3. OECD. Education at a glance 2021: OECD indicators. OECD Publishing, 2021. URL: <https://doi.org/10.1787/b35a14e5-en&> (Дата обращения 29.09.2023).
4. Boero, G., Nathwani, T., Naylor, R. and Smith, J. Graduate earnings premia in the UK: Decline and fall? // The Warwick Economics Research Paper Series. Department of Economics, The University of Warwick: Coventry. 2021. — No. 1387 — URL: <https://EconPapers.repec.org/RePEc:wrk:warwec:1387>.
5. Hartog, J., & Oosterbeek, H. Health, wealth and happiness: Why pursue a higher education? // Economics of Education Review. 1998. — № 17(3). — P. 245–256.

6. Atherton, G., Dumangane, C., & Whitty, G. Charting equity in higher education: Drawing the global access map. Pearson, 2016. URL: https://www.newcastle.edu.au/_data/assets/pdf_file/0008/297971/Charting-Equity-in-Higher-Education.pdf.
7. Becker, G.S. Human capital: A theoretical and empirical analysis with special reference to education. National Bureau of Economic Research. Publisher: University of Chicago Press, 2010. URL: https://www.researchgate.net/publication/224892199_Human_Capital_A_Theoretical_and_Empirical_Analysis_with_Special_Reference_to_Education.
8. Inglehart, R., & Baker, W. Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values // *American Sociological Review*. 2000. — № 65(1). P. 19–51.
9. Buell, F. National culture and the new global system. The Johns Hopkins University Press, 1994. URL: <https://archive.org/details/nationalculture0000buel>.
10. Yeganeh, H. Cultural modernization and work-related values and attitudes: An application of Inglehart's theory // *International Journal of Development Issues*. 2017. — № 16(2). — P. 130–146. URL: <https://doi.org/10.1108/IJDI-10-2016-0058> (Дата обращения 29.09.2023).
11. Ritzer, G. The McDonaldization of Society: An investigation into the changing character of contemporary social life. Pine Forge Press, 1996. URL: https://archive.org/details/mcdonaldization0000ritz_u5c8.
12. Haerpfer, C., Inglehart, R., Moreno, A., Welzel, C., Kizilova, K., Diez-Medrano, J., Lagos, M., Norris, P., Ponarin, E., Puranen, B., et al. (Eds.). World values survey: Round seven — country-pooled datafile. Madrid: JD Systems Institute, 2020. URL: <https://doi.org/10.14281/18241.1> (Дата обращения 29.09.2023).
13. Matei, M.-C., & Abrudan, M.-M. Are national cultures changing? Evidence from the World Values Survey // *Procedia — Social and Behavioral Sciences*. 2018. — № 238. — P. 657–664. URL: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2018.04.047> (Дата обращения 29.09.2023).
14. Einolf, C.J. The link between religion and helping others: The role of values, ideas, and language // *Sociology of Religion*. 2011. — № 72(4). — P. 435–455. URL: <https://doi.org/10.1093/socrel/srr017> (Дата обращения 29.09.2023).
15. Glaeser, E.L., & Sacerdote, B.I. Education and religion // *Journal of Human Capital*. 2008. — № 2(2). — P. 188–215. URL: <https://doi.org/10.1086/590413> (Дата обращения 29.09.2023).

Iskandarova Olga Yuryevna

Moscow Aviation Institute (National Research University), Moscow, Russia

E-mail: U2004ror@yandex.ru

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6143-4043>

RSCI: https://www.elibrary.ru/author_profile.asp?id=332748

Research on the formation of current values, views and beliefs in higher education abroad

Abstract. The article summarizes and analyzes the results of a number of foreign studies on the relationship between the availability of higher education and the formation of values and beliefs. Two opposing but interrelated trends have been identified, such as: the tangible impact of globalization and the preservation of traditional values. Which reflects the interaction between social changes associated with modernization and globalization, affecting popular culture and traditional values characteristic of specific countries. It is emphasized that the increasing number of people with higher education with new values dominates the decreasing number of people with old values. Six core values were examined: family, friends, leisure, work, politics and religion, and the influence of higher education on the perceived importance of each of them; the degree of importance of value depending on gender, generation and place of residence. It is revealed that there are no statistical differences in the assessment of family and work between persons with and without higher education, as well as a statistically significant positive effect on the propensity of university graduates in assessing friendship, leisure and politics, as well as a significant decrease in religiosity.

Keywords: higher education; values; friends; family; work; religion; politics; beliefs; scientific review