

Kreativna okolja – Vloga visokega šolstva pri internacionalizaciji podjetij

Franci Pivec

1. Izziv Silicon Valleya

Vzorec Silicon Valleya je hvaležna rešilna slamica za politike, ki bi radi svojim volivcem na hitro pričarali rešitev iz razvojne krize. To ne velja le za Pahorja, ki je nameraval Slovenijo spremeniti v tehnološki Eldorado, ampak je nekaj takega s sloganom Startup Britain obljubljal tudi David Cameron, program Start-Up Nation je najavljen tudi za Izrael, Bela hiša pa ima papir z naslovom Startup America Initiative. Maribor se je s tem srečal v začetku devetdesetih, ko je naravnost iz Silicon Valleya prišel Stanford University Research Institute, da bi nas s projektom »Maribor jutri« rešil popolnega gospodarskega sesutja. Njihov poizkus ni trajal niti leto dni, ko so opravili obetaven analitični del projekta, ko pa so se srečali z menedžmentom za operativni del, so še isti dan pripravili kovčke za odhod. Prepričanje na mariborski strani, da za Silicon Valley ne potrebuješ nič drugega kot puščavo, ki jo prispevamo mi ter kontejner zelencev, ki naj ga pritorijo Američani, jim je vzelo vso voljo in namesto »Maribora jutri« nam je ostal »Maribor malo morgen«.

Razvojni klaster Silicon Valley je specifični izum, ki ga ni mogoče kar presaditi, je pa več kot poučen za vsakogar, ki razmišlja o sinergiji ali ko-evoluciji gospodarstva in visokega šolstva. Eno preglednejših zgodb o tem so napisali v pariški MINES/Cerna in jo ne tako davno predstavili na konferenci EURAM. (Weil, 2009) Seveda gre tudi v tem primeru za zgodbo treh slepcev, ki z otipavanjem spoznavajo slona, vendar pa je nekaj spoznanj neizpodbitnih:

- Na začetku je bilo kar nekaj izjemno daljnovidnih posameznikov, kot so bili Terman, Hawlett, Packard, Moore, Jobs, Wozniak in celo dva nobelovca Shockley in pred njim de Forest.
- Tehnologija integriranega vezja, na kateri so gradili, se je izkazala za »zlato rudnik«.
- Sploh ni res, da je bil Silicon Valley pred tem puščava (bolj točno »prestolnica suhih češpelj«), ampak je bila med obema vojnama eno od svetovnih središč za razvoj brezžične telegrafije, radia, televizije in radarja – množica takratnih radioamaterjev je igrala približno takšno vlogo kot skupnost računalniških navdušencev pol stoletja kasneje.
- Država, še posebej vojska, je znala ceniti prilagodljivost novih ekip, še posebej v primerjavi s togimi akademskimi okolji na Vzhodni obali. Nastal je Lockheed, Xerox, vzporedno pol-prevodniška industrija, sledil pa je roj spin-off podjetij, ki so neverjetno hitro zavzela svetovne vrhove inovativne industrije.
- Razrasel se je cel ekosistem komplementarnih institucij, brez katerih bi cel projekt zastal – visokošolske institucije s posluhom za inovacije, razumevajoče pravne instance, razvojno usmerjeni finančniki, za nove prijeme navdušeni menedžerji itd.
- Krepitev zaupanja in socialnega kapitala v skupnosti, ki je obenem spodbujala odprto sodelovanje med podjetji in njihovo ostro tekmovanje. Tudi tradicionalno rivalstvo med Vzhodno in Zahodno obalo je odigralo svojo vlogo.

- Strpnost do drugačnosti, ki je tako ali tako značilnost Zahodne obale, je privabljala številne talente, ki so znali izkoristiti priložnosti, ki bi šle drugod v izgubo.

Ne drži, da bi Silicon Valley nastala kot spin-off Univerze Stanford, kar pa ne zmanjšuje njenih zaslug, ker je nemudoma dojela, da se pred njenim pragom dogaja nekaj velikega in je od prvega trenutka dalje iskala priložnosti, kako bi se temu pridružila. Stanford Research Institute je nastal kot učilnica (Honors Cooperative Program) za dodatno usposabljanje vodilnih ljudi v Silicon Valleyu, ki so jim, takoj ko je to dopuščala tehnologija, napeljali video povezave v njihove pisarne. In temu so rekli »networking«. Steven Casper je napisal knjigo o težnjah po zasnovi Silicon Valleya v Evropi (Casper, 2007) in jasno je, da stvar ne uspe, če manjka kateri od naslednjih pogojev: obstoj do okolja odzivne univerze, podjetniška tradicija, solidarnost med partnerji v periferni regiji, tveganje z obetavnimi tehnologijami, podporna administrativna ureditev, interes »venture« kapitala, privlačna klima in spodbudno kulturno okolje. Da pa se o tem izplača pogovarjati, pričajo velike konference, kakršno sredi julija že devetič organizira Stanford University pod naslovom »Silicon Valley: Globalni model ali enkratna anomalija?«

2. Visoko šolstvo ni vulkan poslovnih priložnosti

V zadnjih desetletjih prejšnjega stoletja se je začelo širiti prepričanje, da bi moralo biti visoko šolstvo nekakšen vulkan, ki nenehno bruha nove uporabne tehnologije in donosne poslovne ideje, ki takoj vzklijejo in je treba pridelek le še pobrati. V tranzicijskih ekonomijah, kakršna je tudi slovenska, se je ta misel cepila s prvobitnim kapitalizmom, ki je kot domala ultimativna izbira nasledil prejšnjo samoupravno družbeno strukturo. Vsebinsko se visoko šolstvo dejansko ni spremenilo, se je pa čez noč soočilo s privatizacijsko dobičarsko logiko.

Richard Florida je opozoril, da opisana logika zamegljuje ključno funkcijo visokega šolstva v družbenem razvoju, da namreč skrbi za ustvarjanje novega znanja in za usposabljanje talentov. (Florida, 1999) Univerza neprimerno več naredi tudi za gospodarski razvoj svojega okolja, če s celega sveta pritegne pametne ljudi ali vsaj njihova dognanja in jih ponudi domačim uporabnikom bodisi v okviru svojih izobraževalnih bodisi raziskovalnih programov. To mora početi čim bolj odprto, s tem da dopušča čim širši vpis v svoje programe in da objavlja svoje raziskovalne dosežke. Bistveno je, da mu prav to dvoje prinaša tudi ugled in uvrstitev na lestvice najbolj kakovostnega visokega šolstva.

Visoko šolstvo pa potrebuje tudi denar in če ga lahko zasluži s prodajo znanja, je nad tem navdušena tudi država, ki lahko ustrezno zmanjša javne izdatke. Posledica je, da visoko šolstvo s prodanim privatiziranim znanjem ne razpolaga več avtonomno, ne more ga prosto objavljati in deliti uporabnikom, kar zmanjšuje njegov javni ugled. Zato ni točna ocena, da najboljše univerze v svetu tudi največ zaslužijo, kot seveda zelo dobro vemo, da tudi pri nas najvišjih plač ni treba iskati v najbolj kakovostnih visokošolskih programih.

Mnoge univerze so šle še korak dlje in so, namesto prodaje znanja podjetjem, začele same na veliko ustanavljati t. i. spin-off podjetja. Navadno zvmemo za svečano polaganje temeljnih kamnov, pospremljeno z evforičnimi napovedmi, za nastale izgube pa javnost le redko kaj sliši. In propade jih večina, pri čemer bi praviloma lahko ugotovili, da poslanstvu visokega šolstva niso prispevala kaj prida oz. so mu celo škodila.

Zgolj variacija takih spin-off podjetij so univerzitetni industrijski raziskovalni centri, ki so se po letu 1990 razširili po vsem svetu. O tem obstaja obširna mednarodna analiza (Cohen, 1997), ki kaže zelo nenavadno značilnost: tri četrtine jih nastane na predlog »akademiških podjetnikov«, zanje prispeva država večino sredstev, korporacije pa s svojim manjšinskim deležem preko njih monopolizirajo uporabo novega znanja. Vse več akademskih raziskav spada pod poslovno tajnost, med njimi prav vse, pri katerih se pričakuje patentiranje. Izrazit primer so raziskave, povezane s farmacevtsko industrijo.

Pohvalno je, če se je država namenila preko takih centrov pomagati pri prenovi starih industrijskih centrov, kot sta npr. Cleveland in Detroit, vendar je izkušnja Case Western Reserve University takšna, da poslovnega okolja v Clevelandu nikakor niso mogli pripraviti k uporabi ponujenega znanja in je na koncu šlo v Boston, San Francisco in New York, ker je za vse skupaj potreben tudi socialni kapital, ki ga nazadujoča okolja nimajo.

Ne vem, kako se vsa navedena vprašanja kažejo v slovenskem primeru, ker temeljitejša analiza ni bila narejena, čeprav bi zanjo porabili le zelo majhen delček sicer vloženega javnega denarja. Izjema je študija IER. (Stanovnik, 2004) Ni dvoma, da je komercializacija segla tudi v naše visoko šolstvo, saj lahko zadnjih dvajset let sledimo celi seriji ukrepov, s katerimi so predvsem država in občine skušale iz njega izbežati neke podjetniške nasledke.

Prva tovrstna kampanja se je začela že ob koncu prejšnjega režima in se je po osamosvojitvi še razmahnila. Nastalo je več desetinkubatorjev ter inovacijskih centrov, ki so zelo hitro poniknili. V Mariboru se je iz tistega obdobja obdržal Štajerski tehnološki park, za Mariborskim inovacijskim centrom pa ni ostalo ničesar.

Druga kampanja se je začela okoli leta 2002 in odtlej spremljamo nastajanje tehnoloških centrov, tehnoloških parkov, inkubatorjev, centrov odličnosti, kompetenčnih centrov itd. Ni prav enostavno razbrati, katere so bistvene razlike med njimi oz. kakšnemu poslanstvu sledijo. Njihove ustanoviteljice so predvsem občine ter država, tu in tam pa tudi zasebniki.

Če je Raziskovalna in inovacijska strategija Slovenije 2011–2020 mišljena resno, lahko pričakujemo že tretjo kampanjo za vzpostavitev podpornega okolja na znanju temelječega gospodarstva. Prav bi bilo, če bi se iz dosedanjih zablod kaj naučili in z mednarodnimi primerjavami pokazali, kaj vse odločilno vpliva na uspešnost takšnih projektov. Verjetno se bo izkazalo, da je najbolj pomembno prisluhni tistim strokovnjakom, ki so s trdim raziskovalnim delom prišli na sled res pravim idejam, kakršne ne nastanejo za vsakim vogalom.

3. Visoko šolstvo kot jedro kreativnega okolja

Priče smo nastajanju »kreativnega razreda«, ki je bistven za razvoj družbe znanja. (Florida, 2002). Uspešne ekonomije so vse bolj odvisne od delovnih mest, na katerih je mogoče dodano vrednost povečati z znanjem, zato so najboljša podjetja v stalnem lovu za pametnimi ljudmi oz. razmišljajo, s čim jih lahko pritegnejo. Vse bolj je jasno, da »kreativni razred« zanimajo povsem določene kvalitete kraja: odprte, raznolike skupnosti, v katerih so razlike dobrodošle in kjer je kulturna ustvarjalnost opazna na vsakem koraku. To so kraji »treh T-jev: tehnologije, talenta in tolerance«. Teh ljudi ni mogoče »ujeti« na denar, ampak dajejo prednost kvaliteti življenja, ki vključuje kulturo, izobrazbo, socialno vključenost in

povezanost, pri tem pa sta posebej cenjeni vrednoti socialne pravičnosti in svobodomiselnosti. Okolja, ki tega ne nudijo, ne morejo igrati vidne vloge v jutrišnjem razvoju. (Florida, Tinagli, 2004)

Srečujemo se tudi s pojmom »kreativne industrije«, ki je oximoron, saj povezuje dva nezdržljiva pomena: kreativnost meri na unikatnost, industrija pa na serijsko proizvodnjo. In v resnici gre za izdelke, namenjene pretežno masovni zabavi, ki pa imajo v izhodišču neko idejo, ki je zaščitena kot intelektualna lastnina. Ko »kreativno industrijo« pogledamo bolj od blizu, so v njej ustvarjalci očitna manjšina in povsem podrejeni prodajalcem. To nas v tej razpravi ne zanima.

Richard Florida je bil takoj deležen očitkov, da njegov pristop vodi v nesprejemljiv elitizem. (Haavisto, 2004) Njegov »kreativni razred« sestavljajo ljudje, ki so polno zaposleni z ustvarjanjem novih oblik. Delijo se na superkreativno jedro in na kreativne profesionalce. Kritike pa skrbijo vsi preostali, ki so s tem razvrščeni med neustvarjalne, kar da je krivično. To seveda ni res, saj je vsakdo izzvan, da se izkaže z ustvarjalnostjo, če ne v okviru zaposlitve, pa v prostem času in amatersko. Internet je v tem pogledu popolnoma spremenil pokrajino in če pogledamo npr. »odprtokodno gibanje«, vidimo, da diktira svetovni razvoj programske opreme povsem mimo klasičnih organizacijskih shem. Elitizma pa je danes v svetu kolikor hočete in samo ta, ki za kriterij razlikovanja jemlje ustvarjalnost, naj bi bil krivičen?

EU spremlja celo vrsto indeksov, ki naj bi odražali stanje kreativnosti v družbi:

- evropski indeks talentov, ki ga sestavljata indeks človeškega kapitala (delež prebivalstva med 25. in 64. letom z najmanj višjo šolo) in indeks znanstvenih talentov (število raziskovalcev in razvojnikov na 1000 zaposlenih);
- evropski tehnološki indeks, ki ga sestavljajo indeks R&D (delež izdatkov za znanost v GDP), inovacijski indeks (število patentov na milijon prebivalcev) in inovacijski indeks visokih tehnologij (število hi-tech patentov na milijon prebivalcev);
- evropski indeks tolerance, ki zajema stališča, vrednote in izražanje drugačnosti;
- evropski indeks kreativnega razreda, ki iz klasifikacije ILO zajema vsa tista delovna opravila, ki se nanašajo na ustvarjanje in oblikovanje konceptov, kar v razvitih okoljih počne okoli 30 % ljudi.

Po vseh navedenih indeksih so v prednosti skandinavske države, na prvem mestu pa Švedska.

Iz opisov in indikatorjev kreativnosti jasno sledi, da ima visoko šolstvo pri tem odločilno vlogo. Zelo bi zožili njegov pomen, če bi upoštevali le izobrazbeno statistiko, ker gre za veliko več in se mora videti v vseh naštetih indeksih. Predstavljati mora vzor kreativnega okolja, ki aktivno žarči v lokalno, nacionalno in mednarodno skupnost. Če bi uporabil neko proslulo geslo, bi rekel, da mora biti visoko šolstvo avantgarda kreativnega razreda. Postavljati mora kriterije ravnanja z znanjem, s talenti, z nekonvencionalno ustvarjalnostjo, javno kritizirati neumnost in biti ombudsman razuma.

4. Strategije internacionalizacije visokega šolstva

Visoko šolstvo je od svojih začetkov naravnano v mednarodni prostor in šele dobrih sto let nazaj se je pustilo vpeti v nacionalne okvire. Ni presenetljivo, če se je projekt evropske integracije najprej oprl prav na ta segment in je predvideno, da bo skoraj zaživel »evropski visokošolski prostor«, ki nastaja skozi »bolonjski proces«.

Potrebno je razlikovati globalizacijo, internacionalizacijo in evropeizacijo visokega šolstva. Pri evropeizaciji gre za proces, ki ga usmerja EU na podlagi sprejete splošne ureditve regionalne integracije in posebnih dokumentov o visokem šolstvu. Internacionalizacija visokega šolstva je proces, v katerega po lastni odločitvi vstopajo nacionalni visokošolski sistemi ali njihovi deli, pri čemer varujejo svoj enakopravni položaj. Globalizacija visokega šolstva pa je proces, ki ga obvladujejo najmočnejši »igralci«, drugi pa se hočeš nočeš predajajo glavnemu toku, ne da bi lahko nanj vplivali. (Luijten-Lub, 2007)

Ko govorimo o internacionalizaciji visokega šolstva, se nam tema členi na naslednje sklope:

- mobilnost študentov in učiteljev;
- medsebojno vplivanje visokošolskih sistemov;
- internacionalizacija študijskih programov;
- internacionalizacija institucionalnih strategij;
- transfer znanja;
- kooperacija ali/in kompeticija;
- nadnacionalna regulacija.

Napačna pa je predstava, da je mednarodna vpetost samoumevna za sleherno visoko šolo in celo za sicer opevano britansko visoko šolstvo velja, da je mednarodno usmerjenih le 37 % njihovih visokošolskih institucij, preostale pa so glede internacionalizacije le »zgube«, »čvekači« in »nastopači«. (Dodge, 2009) V OECD se trudijo, da bi z analitičnimi pregledi preprečili lažno predstavljanje mednarodne veljave, ko za to ni nikakršne realne podlage, ampak zgolj namen, da bi premamili študente in lokalne financerje. (Marginson, 2006)

Večina študij o internacionalizaciji visokega šolstva se ukvarja le s vplivi na procese znotraj institucij, čeprav ni dvoma, da se prelivajo tudi v družbeno okolje:

- Mobilnost študentov zagotavlja večjo razgledanost diplomantov v mednarodni stroki in če bi bodoči zaposlovalci pokazali več interesa, bi lahko to povezali tudi z njihovimi izvoznimi načrti
- Mobilnost učiteljev omogoča dogovorno vabljenje tujih strokovnjakov, ki bi bili zanimivi ne le za šolo, ampak tudi za druge organizacije, bodisi podjetja ali družbeno infrastrukturo.
- Primerjanje (včasih tudi prepisovanje) tujih študijskih programov je že uveljavljena praksa, pri izbiri pa bi lahko v večji meri upoštevali tudi obseg in načrte izvozne vpetosti našega gospodarstva.
- Nacionalni program visokega šolstva 2011–2020 bo od visokošolskih organizacij zahteval, da v letu dni pripravijo svoje institucionalne strategije internacionalizacije in več kot koristno bo, če bodo v to vključile tudi partnerje iz gospodarskega in družbenega okolja.
- Kot smo pokazali na primeru Stanforda, se je njegov vzpon v povezavi s Silicon Valleyem začel s ponudbo znanja oz. s smotno organizacijo njegovega transfera do vodilnih ljudi v podjetjih, za kar danes obstajajo odlične možnosti, če le hočemo vedeti, kaj jim je potrebno.

- Znanje kot javno dobro in odprt dostop do njega je pogoj, da visoko šolstvo lahko združi sodelovanje in konkurenčnost, javni ugled in financiranje, zaradi česar mora obrzdati komercializacijo in privatizacijo znanosti.
- Slovensko visoko šolstvo ni dovolj prisotno pri določanju mednarodnih pravil na svojem področju in se raje predaja upanju, da se bo vse vrnilo na staro. Ne bo se, pač pa bo zamudništvo povzročalo vse večjo škodo in beg najboljših strokovnjakov in študentov.

Za konec si bom izposodil Altbachovo oceno stanja internacionalizacije visokega šolstva danes: »Post-sekundarno izobraževanje je bolj internacionalizirano kot kdaj koli izza srednjeveške Evrope, ko se je vse šolanje dogajalo v latinščini. Velikansko število študentov – več kot milijon – študira zunaj meja svoje države. Obstaja mednarodni trg akademskega dela s profesorji in raziskovalci, ki vsakodnevno prestopajo meje zaradi zaposlitve. Verjetno najpomembnejše pa je, da je ustvarjanje in ponudba znanja že v temelju internacionalna, s preko-mejnimi raziskovalnimi skupinami, z intenzivno znanstveno komunikacijo, pretežno v angleščini – "latinščini 21. stoletja". Tudi študijski programi postajajo postopoma internacionalizirani; in posamezni deli sveta, predvsem pa EU, se razvijajo v smeri enotne strukture diplom in vzajemnega priznavanja akademskih kvalifikacij.« (Altbach, 2006,4–5)

Literatura

- ALTBACH, G. P. (2006). International higher education: reflections on policy practice. Chesnut Hill: Center for International Higher Education, Boston College.
- CASPER, S. (2007). Creating Silicon Valley in Europe. Oxford: Oxford Scholarship Online.
- COHEN, W., FLORIDA, R. (1997). For knowledge and profit: university-industry research centers, federal science policy and the research university. Oxford University Press.
- DODGE, K. (2009). Internationalization trends: a review of global, national, provincial and local perspectives. Calgary: University of Calgary.
- FLORIDA, R. (1999). The role of the university: leveraging talent, not technology. Issues in Science and Technology, Summer 1999.
- FLORIDA, R. (2002). The rise of the creative class: and how its transforming work, leisure, community and everyday life. New York: Basic Books.
- FLORIDA, R., TINAGLI, I. (2004). Europe in the creative age. Carnegie Mellon Software Industry and DEMOS
http://www.creativeclass.com/rfcgdb/articles/Europe_in_the_Creative_Age_2004.pdf
- HAAVISTO, V. (2004). Towards a creative society: embracing the diversity of creativity. The Finish Economy and Society, FES, št. 3/2004, str. 79–85
- LUIJTEN-LUB, A. (2007). Choices in internationalisation: how higher education institutions respond to internationalisation, europeanisation and globalisation. Entschede: CHEPS/UT.
- MARGINSON, S., WENDE, M. (2006). Globalization and higher education. Paris: OECD.
- STANOVNIK, P., KAVAŠ, D. (2004). Ekonomika tehnoloških sprememb. Ljubljana: IER.
- WEIL, T. (2009). Silicon Valley Stories. EURAM annual conference, Liverpool, May 2009

O avtorju

Mag. Franci Pivec, Svet RS za visoko šolstvo, e-naslov:franci.pivec@izum.si