

Ідея університету: нові підходи

Університет представлено як найдавніший вищий навчальний заклад, в якому поєднані наука і освіта, свобода мислення і розвиток культури, наявними є гуманітарні пріоритети.

Ключові слова: освіта, особистість, університет-корпорація, гуманістичні цінності.

Освіта є складним соціокультурним феноменом, що постає як еволюційний процес, як специфічний соціальний вплив, а також як соціальний інститут. В залежності від форми свого соціального вияву, освіта постає як складова, чинник та результат соціальних змін. Оскільки соціальні зміни – це результат людської діяльності, то значну роль відіграють інтелектуальні якості людини, її освіченість, усвідомлення інтересів, цінностей, індивідуальних та суспільних цілей [1, с.12]. В зарубіжній соціології університети та їх об'єднання з 1960-х рр. розглядаються як корпорації. Склався підхід, що поєднує організаційний і владний аспекти вивчення освітньої системи. Обґрунтованість віднесення університетів до корпоративних структур автори аргументують наявністю в них виділених А.І.Пригожиним ознак корпорації як складного утворення, що підноситься над первинними організаціями і протистоїть зовнішньому конкурентному середовищу як єдине ціле [2, с.105].

Все це пояснюється тим, що університети опинилися на ринковому полі в ситуації зростаючої конкуренції, яка з політичного суперництва за статус в очах регіонального і відомчого керівництва перетворилася на пряму боротьбу за доступ до ресурсів розвитку і джерел фінансування. Зміна положення університетів в зовнішньому середовищі активувала протиріччя і усередині університетів [3, с.30].

Сьогодні ідея університету-корпорації розуміється в двох сенсах. Перш за все, оскільки освіту все частіше сприймають як сферу послуг, університет-корпорація вважається виробником освітніх послуг. Безліч людей, об'єднаних загальним завданням, ефективно ці самі послуги виробляють і навіть продають. Університет-корпорація, іншими словами, – це не лише сукупність викладачів і студентів, це ще і результативний гравець на ринку освітніх послуг. Другий сенс корпорації передбачається першим. Університет єдиний тому, що його об'єднують корпоративний дух, солідарність, традиції, уявлення про місію тощо [4, с.51].

Мабуть, розмови про університет як корпорації, в будь-якому сенсі, мають одне важливе значення. Вони дозволяють орієнтувати дослідження на пошук базових інтуїцій і базових метафор. Підставою осмисленої поведінки є схема організації досвіду. Врешті решт, з нею співвідносяться ті визначені ситуації, які потім знаходять своє продовження в спостережуваній поведінці. Дві схеми, дві метафори, звані одним словом «корпорація»,

ніколи не зустрічаються в чистому вигляді і нічого не дають тому, хто спробує виявити їх в реальному житті університету. Втрата університетом головних ознак власної ідеї – універсальності та національності – призвела до пошугів іншого підґрунтя розвитку університету.

Як пише М.Зубрицька: «То хіба сьогодні в Україні таку місію творення нації виконують сумлінно і відповідально всі університети? Будемо відверті – ні. І це незалежно від того, що вони часто мають величну назву національний. Можна все списати на політичну, культурну і релігійну дезорієнтацію українського суспільства перехідної епохи, до того ж ще врахувавши аспект глобалізації, який підсилює мотиви «смерті» класичного університету з його історично осмисленим призначенням і покликанням.

Проте, всупереч цим викликам локального і глобального характеру, думається, в Україні повинні існувати окремі університети-острівці, врешті-решт, так відбувається в кожній державі, яка прагне підтримувати свої старі університети, – з якими ототожнюють національну інтелектуальну гордість і які є інтелектуальним сумлінням держави, а за своїм духом та змістом дійсно є національними. В інших же випадках статус «національний» перетворюється на формальну вивіску, яка випробувала не один раз процес девальвації свого призначення, місії, покликання, Сьогодні такі університети-острівці в Україні є, але їх, на жаль, дійсно дуже мало, і вони часто вимушені захищати своє право на таку відповідальну місію, як формування національне свідомих громадян своєї держави» [5, с.20-21].

І хоча у всі часи університети розвивалися, у тому числі і в економічних відносинах, просвітницьке завдання – поширення розумного, доброго, вічного переважало над всім іншим. Економічна сторона університетського життя в основному зводилася до гідної підтримки інфраструктури і настільки ж гідної підтримки діяльності професури. Сьогоднішня ситуація принципово змінює природу вищої освіти. Остання є підприємництвом з певними наслідками. Ці зовнішні макрозміни впливають на внутрішню структуру університетів і на характер їх освітньої діяльності [6, с.154]. Університети під впливом зовнішніх чинників перетворюються в економічні, які управляються як корпорації, але корпорації особливого роду – пов'язані з виробництвом і поширенням знань. Всі ланки університетської структури самовизначаються за ознаками конкурентоспроможності і прибутковості.

Все це нормальний еволюційний процес. Закони постмодерного, постіндустріального існування та масовості освіти і культури створюють такі умови, за яких університет повинен стати активним економічним суб'єктом. Ні у нас, ні в Європі університети в достатньому майбутньому не отримають від держави коштів, достатніх для задоволення своїх потреб. Як відзначає Аткинс, починаючи з 1990-х рр. європейські університети відчувають сильний тиск громадськості, що вимагає чітко сформулювати і оцінити завдання, наміри і вимоги до економіки і суспільства [7, с.31], перш за все для того, щоб обґрунтувати доцільність їх фінансування. Держава послідовно веде справу до того, аби поділити тягар відповідальності за вищу освіту зі своїми громадянами. Відповідно зростає увага громадськості до стану вищої освіти.

З моменту, коли вирішення абітурієнта і його батьків про вибір спеціальності і навчального закладу стає одночасно і вирішенням про перерозподіл фінансових ресурсів сім'ї, питання про якість вищої освіти

набуває для них особливої значущості. Студентів та їх батьків можна розглядати як первинних споживачів послуг, що надаються вищою освітою; як вторинні споживачі виступають працедавці, що побічно впливають на динаміку інтересу абітурієнтів до тих або інших спеціальностей. У цій ситуації університет несе повну відповідальність за забезпечення якості освіти, оскільки є виробником особливої продукції – освітніх послуг. Університет (бажає він того чи ні) стає виробничою організацією зі стандартними ринковими цілями, що поставляє продукт, званий «вища освіта».

Факультети, лабораторії, наукові центри і навіть окремі професори розглядаються тепер під кутом зору того, скільки студентів, що приносять прибуток вони змогли залучити, стільки зовнішніх грантів і дотацій вони внесли до загальної скарбнички, яким є їхній внесок у бренд університету на ринку освітніх послуг. У цьому сенсі передбачається, що кожен викладач повинен мати хоч би мінімальні таланти і в галузі менеджменту. Чисто академічна стратифікація як і раніше має значення, але вона аж ніяк не може бути альтернативою тенденції до підвищення ролі підприємницького таланту.

Виявляють себе і нові ролі студентів (магістрів, аспірантів). Тепер вони виступають як клієнти корпорації, покупці на ринку освітніх послуг, пропонованих університетом. І хоча відомі дисциплінарні обмеження відносно студентства існують як і раніше, але по всіх позиціях змінився статус студентів. Корпорація, як ніколи, виявляється залежною від своїх клієнтів – від їх запитів, бажань, життєвих цілей і навіть капризів.

Університет-корпорація максимально залучає до своєї діяльності всі ресурси розширення клієнтури. Приміром, ресурс зв'язку з місцевими співтовариствами, що називається «служінням суспільству». Будь-який університет прагне вирішувати місцеві проблеми і бути привабливим для мешканців (принцип зворотної дії локального на глобальне). І це прагнення – не лише побажання. Воно сповна прагматичне. Місцеві співтовариства, що володіють розгалуженою мережею, можуть стати або важливим союзником університету у всіх його починах, або (в разі конфлікту) стати його значимим опонентом [8, с.155].

Все це відбивається й на змісті освіти. Університет-корпорація вже не може дозволити собі відтворювати знання здебільше фундаментального характеру. Динаміка часу потребує як ніколи не тільки практичної та суто професійної диференціації, а й великої долі науковості під час навчання. Ці, з першого погляду протилежні завдання може виконувати дослідницький університет-корпорація, де існують різні форми підготовки фахівців. Існує ще міждисциплінарний підхід – одне з найпопулярніших понять, циркулюючих в університетах, яке означає, що практично жоден традиційний предмет викладання, традиційна спеціальність або галузь знання в чистому вигляді нікого не влаштовують і, перш за все, студентів. Постійно і у великій кількості потрібні нові складені освітні продукти, які в будь-якій комбінації міститимуть компонент бізнес-освіти і менеджменту. Вимагається і новий тип професури, що вміє легко перенастроювати своє викладання, фахівця в декількох суміжних галузях знання, що знаходить контакт з будь-якою аудиторією незалежно від рівня її підготовки, що легко володіє мультимедійними технологіями і повністю інтегрованою в Інтернет.

Характерним є і те, що перспективні працедавці в сучасних умовах більше не відчувають потреби у випускниках університетів, що володіють фундаментальним знанням (за рідкими винятками). Для роботи в сучасній фірмі або корпорації цього просто не потрібно. Потрібне інше: здатність динамічно перенастроюватися на інші програми, володіти деякими базовими вміннями, володіння загальним рівнем культури, який не переходить у занадто енциклопедичність.

Існує ще один бік розвитку методології університету-корпорації. Перехід від індустріального до інформаційного суспільства зумовив перетворення освіти на потужний чинник соціального престижу з тими недоліками, які неминуче спливають на хвилі моди. Освіта перестає бути елітарною, а фахівець винятковим. Освіта набуває масового характеру і вже сама по собі не може слугувати фактором соціальної значущості та статусу. Крім того ринкові відносини, зробивши освіту товаром, у резонансі з потужними реформістськими потоками, що охопили національну систему вищої школи, зумовили появу різноманітних форм недержавних навчальних закладів. Це призвело до вельми суттєвої неоднорідності вузів, які мають формально однаковий статус. Більш того, вірус псевдопрестижу дуже швидко призвів до мутації «технікумів» в «інститути», «інститутів» – в «університети» чи «академії». Навіть унікальна за своєю історією і суттю Києво-Могилянська академія підстрахувалася додатковою назвою – університет [9].

Всі дослідники в розпачі: «В наші дні безліч установ, агентств, корпорацій і інших підприємницьких структур почали називати себе університетами, у зв'язку з чим, думається, настав час сказати «стоп» цій тенденції, негативним чином що впливає на номенклатуру і знання, і ученості» [10, с.39].

Аналіз показує, що основні напрями виникнення і формування нових вищих навчальних закладів, прагнучих отримати назву «університет», можуть бути різними. Так, за кордоном виникнення таких структур, які Ф.Г.Альтбах назвав «псевдоуніверситетами», більше пов'язано з приватним капіталом, корпораціями, вирішенням корпоративних проблем. Якщо перенести міркування Ф.Г.Альтбаха на український ґрунт, то заспокоїливим моментом є те, що такі приватні «корпоративні університети» у нас знаходяться доки на зародковому стані, оскільки на сьогодні переважає державна форма організації вищої освіти, особливо університетської. Але, випереджаючи події, слід допустити, що форма, подібна до «корпоративних університетів», розвиватиметься і в Україні. Ф.Г.Альтбах вважає, що немає сенсу забороняти існування таких вузів, адже на них є попит, але ні в жодному випадку не можна прирівнювати їх до традиційного (класичного) університету. Такі навчальні заклади повинні складати особливу групу, чітко визначену і позначену [11, с.40].

Але «стати «Університетом» «з великої літери» – це не змінити вівіску, не навісити прикметників, а створити освітній і науковий заклад з величезним інтелектуальним потенціалом, з освітніми і науковими традиціями, які визнають світова освіта і наука. Вирішення інших завдань, пов'язаних з підготовкою фахівців-професіоналів, завжди було важливою, але не домінуючою функцією університету» [12, с.69].

Університет ХХІ століття повинен бути: сильний за якістю освіти, дослідженнями на найвищому рівні, інноваціями; свідомий своєї місії, вартості і можливостей; добре фінансований, тобто має володіти необхід-

ними засобами для освіти, досліджень та навчання найвищої якості. Така модель насправді є ідеальною, тобто навіть найкращі неформальні заклади не повністю їй відповідають. Але усвідомлення шляхів реформування вищої освіти дає сподівання на те, що голос академічної спільноти не залишиться голосом волаючого в пустелі й буде почутий і підтриманий державами. Україна особливо потребує трансформації освітньої системи і державної освітньої політики. Перенесення відповідальності за якість освіти з держави на освітній заклад є вимогою часу, яку слід виконувати, беручи до уваги виклики сьогодення, історичні традиції та новітні ідеї.

Саме класичні університети мають бути еталонами освітньої системи, центрами кристалізації інтелектуального і культурного життя. У цьому була і повинна залишатися і на сучасному етапі їх соціальна місія. А це вимагає і усвідомлення самим класичним університетом своєї місії, і відповідного відношення суспільства до того, який вуз має право називатися університетом.

Досвід осмислення ідеї університету ясно показує, що університет є протиположною тим тенденціям в суспільстві, які загрожують його стабільності, з одного боку, і можливості розвитку, з другого. Стосовно сучасних умов це означає, що університет повинен задовольнити потребу суспільства у формуванні нового типу професіонала: професіонала-енциклопедиста, здатного через сформовані цінності і придбані навички діяльності протистояти процесам ентропії в суспільстві [13, с.80]. Розробкою цієї нової парадигми вирішення найгостріших проблем сучасного людства, яка б додала односторонність попередніх, згаданих вище, займались багато видатних мислителів ХХ століття. Найважливіші ідеї цієї парадигми полягають у наступному: 1) вимоги обов'язкового для усіх порядку повинні бути зведені до того мінімуму, який може бути вільно прийнятий представниками усіх різноманітних видів світогляду; 2) суперечності, що виникають між представниками різних видів світогляду, повинні вирішуватись завдяки їх доброзичливій комунікативній взаємодії; 3) головна мета цієї взаємодії полягає в пошуках кращого вирішення проблеми поєднання обов'язкового для всіх порядку з його проявами в різних формах світогляду [14, с.6].

Крім того, тенденції розвитку університетів наших днів, як представляється, не вимагають оцінки за принципом «добре-погано», «подобається не подобається». Це об'єктивні параметри системи, яка перенастроюється в нових умовах глобалізації і постіндустріального суспільства. І хоча реакції на це переорієнтування можуть бути самими різними (у тому числі різко негативними), слід визнати, що вища освіта на сучасному світі, швидше за все, йде вже новим шляхом [15, с.161].

Але є в цьому і позитив, оскільки корпорація – це носій так званого корпоративного духу, тому створення університетів-корпорацій – єдина можливість не втратити специфічну субкультуру університету, багатовікові традиції та дух.

Список використаних джерел

1. Прокопенко А.Л. Освіта як чинник соціальних змін (методологічний аспект): дис... канд. філос. наук: 09.00.03 / А.Л.Прокопенко. – Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2007. – С.12.
2. Иванов С.В. Университет как региональная корпорация / С.В.Иванов // Социол. исслед. – 2004. – №11. – С.105.

3.Кимберг А.Н. Университеты: противоречия развития / А.Н.Кимберг// Университетское управление. – 2003. – №1(24). – С.30.

4.Куракин Д. Возможность корпорации: к социологическому описанию университета / Д.Куракин, А.Филиппов // Неприкосновенный запас. – 2006. – №4 – 5. – С.51.

5.Зубрицька М. Філософський дискурс ідеї Університету: в складних лабіринтах пошуку істини // Ідея Університету. Антологія. – Львів: Літопис, 2002. – С.7-24.

6.Покровский Н.Е. Трансформация университетов в условиях глобального рынка / Н.Е.Покровский // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – Том VII. – №4. – С.154.

7.Кимберг А.Н. Университеты: противоречия развития / А.Н.Кимберг// Университетское управление. практика и анализ – 2003. – №1(24). – С.31.

8.Покровский Н.Е. Трансформация университетов в условиях глобального рынка / Н.Е.Покровский // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – Том VII. – №4. – С.155.

9.Лавриненко-Омецинська К. Університет – це повинно звучати гордо! / [Електронний ресурс] К. Лавриненко-Омецинська // Дзеркало тижня. – 2002. – №.6(381). – 16-22 лют. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/3000/3680/33814/>

10.Альтбах Ф.Г. Возвышение псевдоуниверситетов / Ф.Г.Альтбах // Alma Mater. – 2001. – №12. – С.39-41.

11.Альтбах Ф.Г. Возвышение псевдоуниверситетов / Ф.Г.Альтбах // Alma Mater. – 2001. – № 12. – С.40.

12.Михальченко М.І. Університети як рушійна сила модернізації України // Університетська освіта України ХХІ століття: проблеми, перспективи, тенденції розвитку. Матер. міжнар. наук.-практ. конф. 15-16 грудня 2000 р. Х., 2000. – С.69.

13.Огородникова И.А. Идея университета - проект воплощения идеальной образовательной формы / И.А.Огородникова, А.Г.Геринг // Вестн. Омского ун-та. – 1997. – Вып.4. – С.80.

14.Андрущенко В. Філософія і освіта / В.Андрущенко, В.Лутай // Вища освіта України: Теоретичний та науково-методичний часопис. – 2004. – №4. – С.5-12.

15.Покровский Н.Е. Трансформация университетов в условиях глобального рынка / Н.Е.Покровский // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – Том VII. – №4. – С.161.

Жижко Т.А. Идея университета: новые подходы

Университет представлен как древнейшее высшее учебное заведение, в котором объединены наука и образование, свобода мышления и развитие культуры, гуманитарные приоритеты.

Ключевые слова: образование, личность, университет-корпорация, гуманитарные ценности.

Zhizhko, T.A. The concept of the university: new approaches

The University is represented as the most prominent higher education establishment for uniting sciences and education, freedom of thought and development of the culture, and keeping up the humanitarian priorities.

Key words: education, a personality, a university-corporation, humanistic values.