

Доля класичного університету в постнекласичному світі

Поняття «постнекласичне» спочатку використовували для характеристики поступу сучасної науки. Йдеться про так звану четверту наукову революцію (з кінця ХХ ст. і до сьогодні). Якщо третя революція була пов'язана із становленням некласичного природознавства (передовсім розуміння відносної істинності), то четверта – із застосуванням наукових знань у всіх сферах життя, а також радикальними змінами в засобах зберігання та отримання інформації. В науці в наш час на перший план вийшли міждисциплінарність та комплексність дослідницьких програм. Об'єктами сучасних досліджень стали відкриті динамічні системи, які мають здатність до саморозвитку та самоорганізації. Відповідно до цих стадій, вчені почали казати й про різні типи наукової раціональності (способи мислення): класичний, некласичний, постнекласичний. Ці типи не є лише позначкою стадіальності, вони позначають певну сферу їх дії, певні проблеми та завдання, що виступають на перший план. Тобто, класичний тип концентрує увагу на об'єкті, некласичний – на методі, постнекласичний – на суб'єкті. До речі, останній варіант напряму пов'язаний із ціннісними та мотиваційними аспектами.

По суті, йдеться про те, що змінився оточуючий світ, він також став «постнекласичним». В наш час наука перетворилася на визначальну силу сучасного суспільства і, очевидно, лише в такий спосіб, спираючись на науку, можна регулювати складні й масштабні процеси сучасності. Втім, можна побачити, що чимало процесів у суспільстві скоріше відбуваються «за традицією», тягар старих стереотипів мислення зумовлює ретроградні тенденції, тож не дивно, що сучасне суспільство перетворилося на «суспільство ризику» (Ульріх Бек), а його розвиток характеризується як непередбачуваний.

Таким чином, надзвичайний динамізм сучасного світу, який характеризується складною взаємодією, вимагає від людини й відповідного мислення. Якщо дотримуватися думки, що такими центрами, де формується інтелектуальна еліта, залишаються університети, то, звісно, ми маємо відповідним чином визначати й завдання цих університетів. Мається на увазі формування такої особистості, яка здатна на поєднання когнітивних та ціннісних параметрів науки, яка здатна до соціальної відповідальності та «планетарного мислення». Якщо зважити на декларації (як на рівні «Великої хартії університетів»), так і рівні стратегій розвитку освіти в окремих країнах чи навіть окремих університетів), то все так і є: університети готують саме таких інтелектуалів. В стандартах освіти, якими ми керуємося, можна прочитати про те, що випускник університету має набути «здатність життєво й фахово реалізовувати себе на основі ціннісно-світоглядних надбань людства (зокрема сприйняття людини не як засобу, а як цілі й цінності), що нерозривно поєднана з навичками критичного мислення, опануванням і обстоюванням громадянських чеснот і прав, соціальною відповідальністю, а також патріотичним піклуванням про продуктивний розвиток держави і суспільства». Втім, якщо звернути увагу

на інші декларації та практику життя, можна помітити протилежні явища та процеси.

Звісно, у сучасному світі спостерігається значне різноманіття університетів. Вони можуть істотно відрізнятись за характером та масштабом діяльності, цілями та завданнями, структурою та функціями. Більшість із них як «ідеальний тип», принаймні, декларативно, орієнтуються на модель класичного («гумбольдтівського») університету, що завоювала в ХІХ столітті величезний авторитет. Але на практиці лише незначна їх частина сповідує у своєму житті та діяльності принципи автентичного класичного університету. Ось чому, говорячи про сучасні університети, часто й небезпідставно вдаються до таких визначень, як «посткласичний», «масовий», іноді «підприємницький». Перше з визначень орієнтує нас на те, що «гумбольдтовські» принципи для багатьох університетів уже не є актуальними, або просто стали недосяжними, а друге – означає суттєві зміни у складі студентів. Третє визначення – вказує на те, що все частіше університети стали запозичувати та практикувати форми діяльності та організації, характерні для бізнесу.

Говорячи про «масовий» університет, насамперед констатується безпрецедентне збільшення кількості студентів. Наразі практично кожен випускник середньої школи в Україні має реальну можливість вступити до університету. В останні роки до вищих навчальних закладів України вступає до 80% випускників шкіл. Нові потреби суспільства поставили підготовку фахівців на «конвеєр». Зростання кількості студентів та нові технологічні можливості зумовили низку інших змін: посилення прагматизму, розповсюдження дистанційного навчання, розвиток індикаторних технологій в оцінюванні та ін. Маємо суттєві зміни в мотивації тих, хто приходить до університету. Зазвичай, молоді люди в наші дні часто мають завищені очікування щодо наслідків здобуття університетської освіти, при цьому не турбуючи себе напруженим навчанням. Багато в чому ці установки визначаються позиціонуванням університету як організації, що пропонує «освітні послуги». Сьогодні в лексичі управлінців у сфері освіти дуже часто можна почути не лише про «ринок освітніх послуг», а й про «задоволення запитів споживачів освітніх послуг». У цьому ж ряду «студентоцентричний підхід» (клієнт завжди правий) та «компетентнісний підхід», який передбачає затребуваність випускника на «ринку праці» як свого роду «товару». Критично оцінюючи такі тенденції, Ж. Ліотар свого часу зазначив: «...Університети та інститути вищої освіти підпорядковуються відтепер вимогам формування компетенцій, а не ідеалів... Передача знань не виглядає більш як те, що покликане сформувати еліту, здатну вести націю до звільнення, але постачає системі гравців, здатних забезпечити належне виконання ролі на практичних постах, які потрібні інститутам» [1, с. 43].

Таким чином в університеті запанувати принципи з сфери маркетингу, де панує орієнтація на попит, а «конкурентоспроможність» – це завжди найвигідніше співвідношення витрат і прибутку (тобто мета бачиться так: менше витрат, але більше прибутку). Однак університет – це не ринок, система освіти й науки працює на інших принципах. І це не мої слова. Так нещодавно сказала ректорка Оксфордського університету Луїза Річардсон. На жаль, подібні думки

в нашій країні поки не висловлюються, бо надто сильна влада «ринкового дискурсу». Тож, далеко не всі університети світу прийняли «як вимогу часу» компетентністний підхід. Як зазначав Ліотар, коли одні зорієнтовані на відбір та відтворення професійних компетенцій, інші – на просування та «максимальне прискорення» здатності до «уяви». Канали передачі, віддані у розпорядження перших можуть бути спрощені і набути надзвичайного поширення, а другі існують у маленьких групах, що працюють в режимі аристократичного егалітаризму. При цьому спрощений варіант, на його думку, означає кінець «ери Професора», бо той уже не зможе конкурувати з приладами передачі встановленого знання [1, с. 48].

Маркетингізація освіти, тобто перетворення університету на корпорацію з продажу «освітніх послуг» тягне за собою безліч наслідків. Це і орієнтація навчальних планів на смаки споживача, і боротьба університетів за ринок за допомогою недобросовісної самореклами, і демпінгування у ціновій політиці, і оцінювання викладачів студентами тощо. Це також скорочення обсягу наданих студентам знань задля подальшого їх додаткового продажу під вивіскою «безперервної освіти»; скорочення часу навчання, і т.і. Ясна річ, відбувається зменшення ролі фундаментальної науки в університеті, адже вона не приносить очевидної та швидкої «користі». Це ж стосується й культури. Тепер університети все частіше виробляють «культуру масового споживання», «культуру одномірної людини». Врешті, це призводить до занепаду того «університетського духу», який завжди відрізняв класичні університети. Не дивно, що той самий Ліотар констатував: «Ідея «університетської вольності» сьогодні вже минулий день» [1, с. 45].

Відповідно змінилися й очікування суспільства від університету. Іншими словами, на університети тепер дивляться інакше, ніж у ХІХ ст. Лише подекуди сьогодні почуєш визначення, які тоді досить часто звучали щодо університетів: «Осередки вільної думки», «мости в майбутнє», «маяки», «барометри суспільства», «надія нації». Чому? Бо змінилися і суспільство, і університети. Зокрема, зростаюче значення так званої «сервісної функції» університету перебудовує відносини університету та влади: багато політиків використовують університети для свого піару, а університети готові пожертвувати своєю «вільною думкою» на угоду постулатам, що нав'язуються владним дискурсом.

Сьогодні, один із найпопулярніших способів міркування про університет, пов'язаний з темою «кризи» та «кінця» університету (початок цієї хвилі поклала книга Білла Рідінгса «Університет у руїнах» [2]). Б. Рідінгс, а тепер його однодумці, сприймав кризу університету як абсолютно невідворотний процес, якому неможливо протистояти, у кращому випадку можна спробувати протиставити окремі заходи, здатні лише відтермінувати загибель університету. Ці інтелектуали не пропонують жодної конструктивної програми, пропонуючи «жити на руїнах університету», «якось улаштуватися на них». І все ж дозволимо висловити надію, що університет зможе продовжувати класичні традиції в постнекласичному світі, бо інакше світ приречений на загибель. Однак для цього треба спочатку відмовитися від аксіом, а почати критично оцінювати засадничі

постулати, на яких будується наше розуміння як розвитку освіти та науки, так і суспільства в цілому.

Список бібліографічних посилань

1. Лиотар, Ж.-Ф. (1998). *Состояние постмодерна*. [online]. Available at: <https://moreknig.org/reader/128294/> [Accessed 21 Dec. 2023].
2. Readings, B. (1996). *The University in Ruins*. Cambridge: Harvard University Press.

References

1. Lyotard, J.-F. (1998). *Sostojanie postmoderna* [The Postmodern Condition]. [online]. Available at: <https://moreknig.org/reader/128294/> [Accessed 21 Dec. 2023].
2. Readings, B. (1996). *The University in Ruins*. Cambridge: Harvard University Press.

Посохов Сергій Іванович. Доля класичного університету в постнекласичному світі

У тексті йдеться про долю класичного університету в сучасному суспільстві. Зазначається, що класичні університети традиційно визнаються такими центрами, де формується інтелектуальна еліта. Втім, в умовах суспільства споживання та маркетинга освіти, коли постав «масовий»/«підприємницький» університет, суттєво змінилися його функції, а також мотиваційний фон студентів та умови діяльності викладачів. За таких обставин «криза університету», про яку писав Б. Рідінгс, бачиться як перманентна, а слова Ж. Ліотара про кінець «ери Професора» вже виглядають як пророцтво, що здійснюється на наших очах. Тим не менш, якщо бачити оптимістичний сценарій розвитку «суспільства ризику» (концепт У. Бека), то слід переосмислити актуальні завдання сучасних університетів. Мається на увазі проблема формування такої особистості, яка здатна на поєднання когнітивних та ціннісних параметрів, здатна до соціальної відповідальності та «планетарного мислення».

Ключові слова: класичний університет, сучасний світ, маркетингація освіти.

Posokhov Sergiy. The Fate of the Classical University in the Post-non-classical World.

The author deals with the fate of the classical university in modern society. It is noted that classical universities are traditionally recognized as such centers where the intellectual elite is formed. However, in the conditions of the consumer society and the marketing of education, when the "mass"/"entrepreneurial" university was established, its functions, as well as the motivational background of students and the working conditions of teachers, changed significantly. Under such circumstances, the

"university crisis" that B. Readings wrote about is seen as permanent, and J. Lyotard's words about the end of the "Professor's era" already look like a prophecy that is being fulfilled before our eyes. Nevertheless, if we see an optimistic scenario of the development of the "risk society" (U. Beck's concept), then the current tasks of modern universities should be reconsidered. It refers to the problem of forming such a personality, which is capable of combining cognitive and value parameters, capable of social responsibility and "planetary thinking".

Key words: classical university, modern world, marketing of education.