Автор: Роман Евстифеев
23.05.2016 03:59 - Обновлено 23.05.2016 05:51

{jcomments on}Поколение-22. Смартфон важнее Университета?



Что важнее, знания или сертификат? Светлая голова или степень кандидата наук? Диплом университета или смартфон? Странные вопросы.

Но для Поколения-22 , то есть того поколения, которое будет определять содержание следующего XXII-го века, - не такие уж и странные. Им сегодня от 0 до 15, но именно они, судя по тенденциям роста продолжительности жизни, заглянут в следующий век, и не только заглянут, но и будут определять то, каким он будет.

В этом будущем веке наука, безусловно, останется важнейшим элементом нашего общества. Но вот где и как новое поколение будет постигать науки? Есть большие сомнения, что нынешние Университеты способны сохранить свое влияние и значение.

Именно об этом пишет Джим Клифтон (Jim Clifton), исполнительный директор исследовательского концерна Gallup:

Universities: Disruption Is Coming (*Университеты: Распад уже идет*)

Клифтон пишет:

"Нужны ли нам еще университеты? Что делать, если они лишатся потребителей?

Google объявила о приеме на работу сотрудников без высшего образования, аналогичное решение приняли в Ernst & Young относительно Великобритании осенью прошлого года. Обе организации уже не видят ценности в традиционном вузовском дипломе.

Ошибаются ли эти две из самых уважаемых компаний в мире, или они опережают свое время?

Ценность университетов, возможно, просто на всем ходу въехала в стену так же как это произошло с библиотеками, газетами и традиционными розничными магазинами. Наша потребность в обучении и заполнении своих голов как раз той информацией, в которой мы нуждаемся в нужное время, меняется быстрее, чем американские университеты.

Подумайте: без чего вы совершенно не можете обойтись в вашей работе – без вашего высшего образования или того университета, что есть в вашем кармане, без вашего смартфона?

Американские университеты должны измениться. Накопленный долг по студенческим кредитам в $ 1,2 трлн сокрушителен для выпускников. Суммарные остатки задолженности по студенческим кредитам выросли с 2003 года в три раза и являются второй по величине категорией заимствования после ипотеки.

Если такие крупные работодатели, как Google и Ernst & Young ощущают меньшую потребность в высшем образовании и если другие крупные компании последуют их примеру, то получается, что студенты просто платят несоразмерную цену за продукт, ценность которого падает.

Запуская, совместно с USA Funds, наш свежий проект ежедневного опроса по высшему образованию, Gallup помогает руководителям университетов лидировать в этом изменении. Каждый день, 350 дней в году, Gallup будет опрашивать национально репрезентативную выборку из примерно 500 взрослых американцев о их заинтересованности в высшем образовании, их опыте обучения и результатах. Впервые в истории мы озвучим "голос клиентов" по вопросам высшего образования.

Уильям Д. Хансен, президент и CEO USA Funds, сформулировал задачу так: "Это продолжающееся обследование позволит нам оценивать эффективность нахождения стратегий, способствующих тому, что мы называем "целевым завершением"- помочь большему числу студентов окончить вуз, будучи подготовленными к началу устраивающей их карьеры".

Основатель компании Gallup, покойный д-р Джордж Гэллап, как-то сказал: «Если считать, что демократия должна полагаться на волю народа, то кто-то должен выяснить, в чем состоит эта воля." Он считал, что, когда лидеры не правы в том, чего хотят люди, а затем пользуются этой неверной информацией в принятии решений, все становится еще хуже. Это применимо к студентам и их образованию, также как и к любой другой части нашего общества.

Цель нового партнерства Gallup- USA Funds состоит в том, чтобы сообщать волю народа относительно высшего образования. В настоящее время, когда колледжи и университеты проходят через массовое трансформационное изменение, лидеры американского образования могут быть правы, а не ошибаться относительно политики, стратегий, размещения вузов и практики обучения, как колледжи и университеты.

Так или иначе, изменения грядут. Университеты должны решить, хотят ли они лидировать в изменении или стать очередными жертвами трансформации".

Итак, вызов сделан. Крупнейший научный социологический центр начинает масштабное исследование, чтобы твердо понять, что и как надо менять в высшем образовании, чтобы оно приносило пользу молодым людям и стране в целом. Заметьте - не придумать что-то, не решить за людей, а изучить и понять, как сделать лучше и удобнее для всех.

Как будут изменяться университеты - пока не ясно. Но уже понятно, что ценности формального образования слабеют, "дипломы" и "степени" будут значить гораздо меньше, чем реальные знания и умения. Разрыв между квалификационной категорией и настоящей квалификацией будет, видимо, только расти. Отсюда вытекает рост ценности неформального образования, получения знаний, овладения навыками. Причем как для работодателей, так и для специалистов. Это и есть основа роста интереса к настоящей науке и научным знаниям. Наука - это не ученая степень и не диплом, подтверждающий квалификацию. Наука - это исследования и результаты, поиск и открытия.

Задача для XXI века - сделать так, чтобы новое поколение не потратило свои способности и потенции только на соблюдение придуманных нами правил и на получение всевозможных сертификатов, а занималось бы настоящим познанием и пониманием окружающего мира.

Есть ли у нас возможность решить эту задачу? Или мы будем использовать решения, разработанные другими? Возможность есть, надо только обеспечить понимание этой задачи в обществе, чтобы образование и наука не выглядели в глазах людей просто процессом получения необходимых сертификатов и дипломов. А для этого надо не только писать и говорить, но и изучать, проводить исследования, отстаивать свое будущее и будущее своих детей перед теми, кто тянет нас назад, обеспечивая светлое будущее только себе.

Автор: Роман Евстифеев
23.05.2016 03:59 - Обновлено 23.05.2016 05:51

Что и как будет изучать Поколение-22 - решаем мы, вернее, те из нас, кто об этом задумается. А кто не задумается, тот попадет в XXII век последним.