

### References

1. Problems With Legal Education In Pakistan: Are Pakistan Bar Council Legal Education Rules 2015 Enough? [Electronic source]. – Access mode: <http://courtingthelaw.com/2016/03/16/commentary/problems-with-legal-education-in-pakistan-are-pakistan-bar-council-legal-education-rules-2015-enough/>
2. Ahmed Ali Khan. Legal education in Pakistan-a review [Electronic source]. – Access mode: <http://www.supremecourt.gov.pk/ijc/Articles/6/1.pdf>
3. Osama Siddique. Legal Education in Pakistan: The Domination of Practitioners and the “Critically Endangered” / Siddique Osama // Academic Journal of Legal Education. – Volume 63. – Number 3 (February 2014). – P. 499-511 [Electronic source]. – Access mode: <https://jle.aals.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1084&context=home>
4. Supreme Court directs committees to assess quality of legal education [Electronic source]. – Access mode: <https://www.pakistantoday.com.pk/2018/01/21/supreme-court-directs-committees-to-assess-quality-of-legal-education/>

УДК 378.1(043.2)

**Вовк В. М.**, д.ю.н., професор,  
Хмельницький університет управління та права,  
м. Хмельницький, Україна

### **КОМОДИФІКАЦІЯ І ФРАГМЕНТАРНІСТЬ У СФЕРІ СУЧАСНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

Людина і освіта сьогодні є невід’ємними одне від одного, остання з яких є умовою, засобом, інструментом соціальної реалізації першої. ХХІ століття у сфері освіти стикається з такими викликами, про які навіть не здогадувалися попередні епохи. Ці виклики є конкретизацією серйозних світоглядних, економічних, соціально-політичних і культурних змін, які характерні для сьогодення. Сучасне людство не може уявити себе без освіти як явища, так і як процесу. По-перше, освіта асоціюється із цивілізованістю і культурністю. По-друге, в значній кількості випадків, освіта є запорукою забезпеченого майбутнього.

Що відбувається сьогодні у сфері вищої освіти на теренах України? Особливістю сучасного етапу розвитку вищої освіти є її комерціалізація, яка одержала красиву назву комодифікації (від англ. commodity – предмет споживання, товар; commodity production – товарне виробництво). Вища освіта сьогодні – це, швидше, набір «освітніх послуг», а не процес формування мислення і знань у студентів. Товаризація практично усіх суспільних сфер (освіти, науки, медицини та ін.) є одночасно результатом і причиною глибоких культурно-антропологічних змін в області гуманітарних технологій формування особистості – соціалізації, ідентифікації, інкультурації. Освіта виявилася однією із найбільш

чутливою до таких змін, оскільки її сфера – це людина.

Комодифікація, на жаль, стала соціонормативним фактором сучасності, каналом переведення соціально-духовного досвіду освітянських традицій, у класично-традиційному значенні, в матеріальні реалії сучасного життя, а «людина в просторі комодифікації стає носієм чужої свідомості, оскільки вона не сама досягає істини, а заковтує наспіх приготовлений продукт з сильними мутагенними властивостями» [3, с. 60].

Комодифікація сучасної вищої освіти тісно пов'язана із фрагментарністю. Це відбувається тому, що комодифікація у сфері вищої освіти видається простором нових культурних символів, які створені культурно-суспільним прогресом. І з якими предметними формами комодифікаційно-фрагментарної вищої освіти ми сьогодні маємо справу? Перш за все, стикаємося із свідомим запереченням традиційного змістовного наповнення навчального процесу (непотрібними і застарілими проголошуються рефлексії, основні форми самосвідомості, класичні методи і методики викладання). Зате на авансцену виходить калейдоскоп освітніх стилів, навчальних програм, тренінгів, ігрових форм навчання. Комодифікація з легкістю дробить освіту на фрагментально розрізнені явища, основним призначенням яких, найчастіше, є задоволення миттєвих потреб соціуму (варто зазначити, що ці потреби є природними (в сенсі, що виростають із природи самого суспільства) і штучно змодельованими шляхом використання цілого арсеналу соціальних маніпулятивних практик).

Комодифікація і фрагментизація о-опредметнюються у явищі «надання освітніх послуг». Цілком можна погодитися із думкою О. Карпова, про те, що трактування освітнього процесу та інституту як супермаркету, а його учнів в якості покупців і споживачів, має серйозні культурно-економічні наслідки. Оголошення освіти і науки одним із секторів економіки породжує небезпеку втрати ідентичності освіти і науки, але значною мірою ревізюванню піддаються засади сучасної культури (особливо економіки, яка працює на знаннях) [2, с. 89]. В таких умовах «надання освітніх послуг» є новою формою соціокультурних відносин, з чітко виписаними позиціями «замовник – виконавець». І дуже часто виконавець прогинається під замовника (в наших реаліях – низький інтелектуально-культурний рівень студента-контрактника, залежність заробітної плати і збереження місця роботи викладача від кількості студентів-контрактників, необхідність наповнення спецфонду навчального закладу тощо). І що саме сумне, це явище менеджеризації діяльності вузів: «менеджеризація діяльності вузів, означає застосування ідеологій, технік і практик, які притаманні приватному сектору економіки, створила дивну ситуацію «умовно-рейдерського» захоплення простору, в якому навчають, і який перебуває під державним контролем. З'явилося

також, більш образне визначення цього процесу – «макдоналізація вищої освіти», тобто використання в його структурах принципів ресторану швидкого обслуговування – ефективність, передбачуваність і контрольованість навчального процесу» [3, с. 58].

Можливо у комодифікації і фрагментизації вищої освіти і виявляється «загибель ідеї університету». Оскільки із ідеєю класичного університету і класичної університетської (вищої) освіти несумісні такі міркування: «До основних досягнень останнього десятиліття в маркетингу вищої освіти можна віднести визначення продукту ВНЗ, його споживачів, покупців і цільової аудиторії, а також усвідомленні необхідності стратегічного підходу до маркетингової діяльності і її організаційного оформлення. Впровадження системи маркетингу в освітньому закладі означає по суті філософію ринкових стосунків в системі освіти, де забезпечується взаємодія споживачів і виробників освітніх і супутніх послуг і продуктів в умовах вільного ринку» [1].

#### *Література*

1. Білоусова С. В. Маркетинг освітніх послуг: стан, тенденції, перспективи // Бізнес-навігатор. – 2015. – № 1. – С. 39-41.
2. Карпов А. О. Коммодифікація образования в ракурсе его целей, онтологии и логики культурного движения // Вопросы философии. – 2012. – № 10. – С. 85-96.
3. Фортунатова В. А. Идеология коммодификации и стратегия современного образования // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7, Филос. – 2017. – Т. 16. – № 1. – С. 54-61.

УДК 004: 378.147 (043.2)

**Головко С. Г.**, к.і.н., доцент,  
Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна

## **ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ У ФОРМУВАННІ ПРОФЕСІЙНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МАЙБУТНЬОГО ЮРИСТА**

Закон України «Про освіту» серед пріоритетних напрямів розбудови вітчизняної освіти визначає систему заходів, спрямованих на ефективне використання в освітньому процесі інформаційно-комунікаційних технологій як необхідну умову надання якісних освітніх послуг. Згідно ст. 3 Закону кожен здобувачі всіх рівнів освіти, зокрема й вищої, має право на доступ до наукових та інформаційних ресурсів, зокрема, в мережі Інтернет, електронних підручників та інших мультимедійних навчальних ресурсів. Стаття 9 інституціалізує дистанційну форму здобуття освіти як індивідуалізований процес, який ґрунтується на опосередкованій взаємодії