

SCIENTIFIC PAPERS
OF THE UNIVERSITY OF PARDUBICE
Series C
Faculty of Humanities
6 (2000)

**HUMANIZACE VÝUKY NA PROVOZNĚ-EKONOMICKÉ
FAKULTĚ MENDELOVY ZEMĚDĚLSKÉ A LESNICKÉ
UNIVERZITY V BRNĚ**

Jana Šindlářová

Ústav humanitních věd PEF MZLU Brno

Svůj příspěvek bych chtěla uvést reakcí na některé z ostatních autorů, kteří na konferenci *Humanizace univerzity* vystoupili.

Podle doc. Vítka je probíhající evaluace univerzit i zápasem o jejich humanistický charakter a humanizace znamená i respektování odlišnosti. Doc. Richterek zdůraznil téma pokory a pochybností, nutných v souvislosti s humanizací.

Navazuji na tato svým způsobem *klíčová slova* procesu humanizace zdůrazněným obtížností celého procesu. Jako příklad uvedu osobnostní a profesní charakteristiky, spojované tradičně s oborem, který se na naší fakultě vyučuje: od budoucích manažerů se očekává spíše sebevědomí než pokora a jsou trénováni spíše pro rozhodnost (a rozhodování obecně) než pro pochybnosti.

Na druhé straně jsou však od manažerů požadovány i takové vlastnosti, jako je flexibilita, adaptabilita, komunikativnost. To už přímo souvisí se schopností dialogu s odlišnými názory, postoji, kulturami. Dá se tedy zjednodušeně říci, že i současný odborný profil manažerů a ekonomů do jisté míry počítá s určitými prvky humanizace.

Perspektivně však se jeví tato míra jejich zastoupení jako nepostačující pro vyvážený a funkční způsob vedení lidských skupin. Ten, kdo vede lidi, nemůže pouze aplikovat způsoby řízení procesů výroby. Měl by být připraven právě na specifika sociálního charakteru, a proto by si měl v první řadě vůbec být vědom jejich významu.

Naše univerzity tedy potřebují humanizaci vzdělávání jako koncepci, nikoliv pouze její prvky. Z této potřeby vychází jak evaluace univerzit, tak jejich příprava na vstup České republiky do Evropské unie. Humanizace ekonomického vzdělávání se promítá jak do inovace kurikul již existujících učebních předmětů, tak do nově zaváděných: např. Provozně ekonomická fakulta připravuje v rámci Evropských studií předmět *Historické a kulturní tradice Evropy*.

Na druhé straně je situace humanitně orientovaných předmětů na naší fakultě podle nových učebních plánů vystavena u předmětů volitelných posunem do jiných ročníků tvrdé konkurenci v rámci celkem 42 volitelných předmětů. Dá se předpokládat, že velké části posluchačů z manažersko ekonomického oboru bude bližší vý-

běr např. Účetnictví, Veřejných financí nebo Živnostenského podnikání než třeba Filosofie.

V této situaci neexistuje jiná cesta než stálé intenzivní úsilí o prezentaci humanitních předmětů specifikovaných přímo pro dané obory studia, jejich průběžná inovace a kvalita obsahu i formy. Toto úsilí sebou přináší i tradiční a banální problém, který musí řešit všichni učitelé: kolik obecného a na jaké úrovni potřebují posluchači určitého oboru, aby bylo možno jim prezentovat právě to specifické, co pro ně má již na první pohled praktický přínos.

Na příkladu svého oboru sociologie to mohu ilustrovat názorně: vidíme na našich univerzitách jak přístup v podobě výuky naprosto obecné roviny základních sociologických pojmů a teorie (pro nehumanitní obory studia), takže studentům výuka připadá zbytečná a nekonkrétní, tak zařazení přímo oborové speciální sociologické disciplíny bez jakéhokoliv úvodu, takže vyučující stejně musí určité základy nejprve uvést, protože nemůže zatím spoléhat na nějaké středoškolské znalosti oboru.

S tím souvisí potřeba na jedné straně neslevit z odborné úrovně předmětu, na druhé straně přistoupit na srozumitelný jazyk, oslovující a získávající posluchače pro humanitní předmět, který by měl kompletovat, dotvářet jejich vzdělanostní potenciál.

Sociologie i ve vysokoškolské výuce prodělává posun, odpovídající zhruba přechodu od pozitivistického, analyticko-objektivistického pohledu na sociální fakta ke snaze o kvalitativní přístupy, o porozumění sociálním faktům, o jejich interpretaci. Tento postup aktivizuje posluchače (ale i učitele), rozvíjí nejen jejich vědomosti, ale i postoje k sociální skutečnosti, je spojen i s řadou potřebných dovedností (techniky získávání empirických dat, empatie, komunikace). Přispívá k humanizaci v širokém slova smyslu.

To však neznamená zavržení výuky kvantitativních postupů při sociologickém výzkumu, protože bychom se tím zbavovali nástroje, který může být velmi užitečný pro určitá výzkumná témata. Tato podoba empirického výzkumu může také být velmi užitečná, jestliže chceme získat zájem některých velmi analyticky a *nehumanisticky* orientovaných posluchačů o sociologii, poněvadž kvantitativní výzkum mluví řečí jim blízkou. Teprve pak je naděje, že budou přístupní i dalším paradigmatům.

Snahy o humanizaci univerzit musí počítat v našich podmínkách i s nežádoucími asociacemi a konotacemi některých pojmů: po roce 1989 byl sám pojem *společenské vědy* zdiskreditován natolik, že se s ním setkáme velmi vzácně, pokud vůbec. Ani *humanitní vědy* nebyly příliš populární, takže na řadě vysokých škol se ústavy nebo katedry, které se jimi zabývaly, nazývaly původně jinak.

Mohu uvést jako malý příklad vývoj názvu svého pracoviště, kdy v roce 1990 byla před uvažovaným názvem *Katedra humanitních věd* dána přednost názvu *Katedra sociologie řízení a psychologie práce*, což mělo vlastně navenek odlišit, obhájit a deklarovat specifické zaměření na předměty nepochybně prospěšné odbornému profilu budoucích absolventů. Přes *Ústav práva a sociologie* (změna názvu souvisela s organizační změnou, katedry byly přejmenovány na ústavy) jsme dospěli od 1. 9. 1997 k vlastně původně navrhovanému názvu *Ústav humanitních věd*.

Po roce 1990 se na našem pracovišti vyučoval nejprve předmět Sociologie řízení a psychologie práce, *Sociologie venkova* a *Sociální psychologie*. Pak teprve přibyla *Obecná sociologie a psychologie a Filosofie*.

V současné době jsou povinné předměty v 1. ročníku *Sociologie* (1 semestr) a *Psychologie* (1 semestr), *Sociologie venkova*, *Sociální psychologie* a *Filosofie* jsou volitelné předměty ve 3. ročníku.

Jako projev postupné humanizace ekonomického studia lze chápat zavedení některých nových předmětů naším ústavem do studia: v roce 1994 povinný předmět v 1. ročníku *Kultura projevu*, ukončený zápočtem, v r. 1996 volitelný předmět *Podnikatelská etika* pro 3.-5. ročník, od letošního roku volitelný předmět *Výchova a vzdělávání dospělých a Environmentální etika*.

Humanizace studia našich manažerů a ekonomů jistě nespočívá v co největším počtu přednášených humanitních oborů a vlastně ani v jejich počtu vůbec. Obecný souhlas asi bude v tom, že jde o celkové pojetí, o vyváženost úzké - třeba technické - odbornosti na jedné straně a vzdělanosti a kulturnosti v širokém slova smyslu na druhé straně. Naši absolventi by neměli být omezení a jednostranní technokrati, ale tento názor již není třeba obhajovat nebo probíjívat. Spíše jde o hledání a nalézání cest takové univerzity, která ve smyslu vyjádření UNESCO nekalkuluje jen s *lidskými zdroji*, ale také s *lidskými bytostmi*. Hledání cest humanizace znamená přínos pro studenty i učitele. Tím, že se učitel snaží *humanizovat* posluchače, *humanizuje* i sebe.