



PAUL VERDIN



PETER DE KEYSER



LUC SELS



PAUL HUYBRECHTS



JEF VUCHELEN



LUC SOETE

MASSIVE OPEN ONLINE CLASSES

Disruptieve innovatie in het onderwijs

Er waart sinds enkele maanden een spook in het hoger onderwijs met de naam MOOC. Dat letterwoord staat voor *Massive Open Online Classes*. Het begon vorig jaar in de Verenigde Staten met de oprichting van Coursera. Het privébedrijf van de Stanford-hoogleraren Daphne Koller en Andrew Ng kende een vliegende start. Coursera wil de beste cursussen van topuniversiteiten wereldwijd aanbieden. Op het eerste gezicht is dat niets nieuws. Het MIT begon al in 2001 met gratis online cursussen. Ook bij ons biedt de Open Universiteit online cursussen aan.

De MOOC's van Coursera lijken van een heel andere orde. Niet zozeer de inhoud, maar wel de opzet. Het online-onderwijs is sterk gericht op individuele ondersteuning en op interactiviteit met de *global community* van de duizenden virtuele medestudenten. In feite zijn MOOC's het best te vergelijken met de *mass customization* van de maakindustrie, de productie van gepersonaliseerde goederen op grote schaal.

In de maakindustrie vergt dat vooral innovatie van design, ook bij de MOOC's. De innovatieve kracht zit hem in het design van het aangeboden onderwijs en dat is vooral gericht op de personalisering van leren. We hebben met zijn allen, jong of oud, verschillende leerritmes. Die verschillen worden amper getolereerd in traditionele onderwijssystemen met als gevolg grote uitval, vooral in het eerste jaar. Die uitval aanpakken betekent praktisch altijd hogere onderwijskosten met studieadviseurs, mensen die remediëren of andere vormen van bijscholing.

Het is gemakkelijker voor de universiteiten, en ook voor hun

rendementscijfers, om studenten vooraf scherper te selecteren of sneller, soms zelf na enkele maanden, weg te sturen met bijvoorbeeld een bindend studieadvies. Zo kunnen uitvalpercentages verminderd worden. Al doende werden de universiteiten steeds meer selectie-instellingen dan onderwijsinstellingen.

Dat is precies wat de MOOC's niet beogen. Laat studenten die de toegangsselectie hebben doorstaan en ook het geld hebben om in Cambridge of Palo Alto te studeren, vooral hun gang gaan. MOOC's willen die miljoenen anderen niet zozeer selecteren, maar wel kennis bijbrengen.

De vraag blijft in hoeverre MOOC's de universiteiten onder druk zetten met hun gratis onderwijs? Zoals Clayton Christensen, de goeroe in 'disruptieve innovatie' van Harvard Business School stelt, het hoger onderwijs wordt voor het eerst geconfronteerd met een technologie die de kern raakt van het onderwijs als leerproces. In die zin vormen MOOC's een typische *disruptive innovation*.

In een eerste fase ontwikkelen deze vormen van innovatie zich als complementair, nadien voert de disruptieve aard van de innovatie de boventoon. "Harvard Business School investeert miljoenen dollars in online leren. Een ander businessmodel werkt nu *disruptief*, verwoestend, in aanvulling op dat online leren. Het is opleiding op maat. Met dat leermodel kom je een weekendje strategie aanleren en daarna ontwikkel je jouw eigen strategie. Je keert twee weken later terug om productontwikkeling te leren. Je leert iets en gebruikt het. Dat zijn compleet andere businessmodellen en ze maken ons kapot", zegt Christensen.

Dit is eerst en vooral een Amerikaans verhaal. MOOC's bieden een oplossing voor het erg dure hoger onderwijs in de VS. Bij ons ondergraaft het bijna gratis hoger onderwijs de *raison d'être* van MOOC's. Maar als MOOC's erin slagen het leerproces van jongeren en ouderen ontwikkelen terwijl universiteiten steeds meer opschuiven in de richting van selectie en hogere collegegelden, komen die laatste ook hier onder druk te staan. ©

De auteur is rector van de Universiteit Maastricht.

*** Het hoger onderwijs wordt voor het eerst geconfronteerd met een technologie die de kern raakt van het onderwijs als leerproces.**