

РАЗДЕЛ 1 ИЗМЕНЕНИЕ НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

Е. В. Астахова

*Харьковский гуманитарный университет «Народная украинская академия»
(Харьков, Украина)*

РАЗВИТИЕ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ: ВЛИЯНИЕ ПРОЦЕССОВ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ НА СОДЕРЖАНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА

Аннотация. Предпринимается попытка показать хотя бы в первом приближении, что коммерциализация высшего образования уже произошла и это наложило заметный отпечаток не только на содержание, но и на научно-методическое сопровождение образовательного процесса.

Автор не стремится давать какие бы то ни было оценки процессу коммерциализации. Речь о другом: попытка рассматривать образование исключительно с позиций практик бизнес-моделей приводит к выхолащиванию сути современного университетского образования, призванного не только удовлетворять, но и формировать потребности человека и общества.

Ключевые слова: коммерциализация образования, общество потребления, образование — не услуга, гуманитаризация, целостность.

Утрата традиционной устойчивости, характерной совсем в недавнем прошлом для системы высшего образования, привела к тому, что для университетов всего мира наступила тревожная эпоха.

Поскольку темпы и разновекторность изменений едва ли будут снижаться, рассчитывать на возвращение к некоему устойчивому состоянию едва ли целесообразно [1, с. 11]. И в этих условиях, когда горизонт прогнозирования упал до года, максимум до двух лет, университетам все же надо определяться со стратегией своего развития, которая самым непосредственным образом влияет на содержание образовательного процесса и подходы к его методическому обеспечению. Выход видится только в том,

чтобы учиться, постоянно экспериментируя [1, с. 12]. Речь может идти о широком экспериментировании, позволяющем нащупать пути в будущее.

А. Д. Тойнби считал, что развитие любого общества происходит по правилу «Вызов-и-Ответ», т. е. вызов побуждает к росту. Ответом на вызов общество решает вставшую перед ним задачу, чем переводит себя в более высокое и более совершенное с точки зрения усложнения структуры состояние [5, с. 99]. Если данное общество не способно дать ответ на вызов истории, то оно деградирует и может погибнуть.

Конечно, всякая аналогия хромает. Но в данном случае, представляется, сравнение может быть уместно. Университетский мир, во всем его разнообразии, должен найти ответы на новые вызовы. Должен найти быстро и точно. При определенном запаздывании или неадекватности мир университета может понести невосполнимые утраты. Слишком мощны, разнообразны и квазидинамичны современные вызовы.

Одним из таких вызовов, представляется, является коммерциализация образования, которая приобрела угрожающие размеры. Процессы, прекрасно описанные Дерекком Боком [2], однозначно подтачивают опорные конструкции академического этоса и «устойчивого мира университетов» [8], что уже сегодня нашло отражение в организации и содержании учебного процесса.

Нельзя сказать, что проблема коммерциализации образования имеет слабую историографию. Напротив, опубликованы только в последние годы интересные монографии Б. Р. Кларка [1], М. Нуссбаум [11], Г. Розовски [14], исследования диссертационного уровня [9]. Но в целом представляется, становление проблемы, как и ее аналитика, только происходят.

Можно по-разному относиться к процессу коммерциализации образования — и в литературе прослеживаются диаметрально противоположные позиции, — но необходимо признать, что на сегодня это данность и она ощутимо «подтачивает» академическую сущность образования, превращая его в услугу, что явно отражается в содержании научно-методического сопровождения. Это уже то, что свершилось и является фактом. А, значит, есть необходимость изучать, анализировать, сопоставлять и искать пути к компромиссу, дабы не допустить полного превращения университетов в бизнес-структуры.

Сегодня утверждение о формировании общества потребления стало общим местом, своеобразным клише. Не удивительно, что общество потребления накладывает отпечаток и на мир университета, на содержание его деятельности, подходит к нему со своих, только ему присущих, позиций. Одним из результатов таких перемен стало сужение того социального пространства, в котором разворачивается и протекает жизнь человека. Это пространство сузилось до минимума, оно практически совпало с телесной оболочкой человека, вся интеллектуальная жизнь которого свелась к стремлению заработать. Идеал как-то незаметно растворился, ушел. С человеком рядом осталось только то, что он сможет съесть, приобрести, сделать своим.

Такие изменения стимулировали превращение образования в сферу услуг, что, однако, создает реальную опасность его трансформации из способа формирования и развития потребностей в место их удовлетворения. И, надо признать, эта опасность уже очень хорошо «просчитывается» в содержании многих образовательных программ, в их научно-методическом обеспечении.

Коммерциализация подчиняет себе образовательный организм все больше и больше. Практически аксиомой стало применение к образованию экономических подходов и клише. Его рассматривают исключительно в экономических категориях и оценках.

Достаточно четко эта позиция прочитывается у известного американского специалиста в области образования Э. Дельбанко, который утверждает, что те критерии, которые сегодня оценивают университеты (объем целевого капитала, квадратные метры учебных площадей, уровень зарплат преподавателей и т. д.) очень мало говорят о том, что университет реально делает для студента [6, с. 14]. Университет должен сегодня помогать формировать: критическое мышление, способность устанавливать связи между не связанными внешне явлениями; умение ценить мир природы, подкрепленное знанием науки и искусства; готовность рассматривать жизненный опыт с точек зрения, отличных от собственной; чувство моральной ответственности и т. д. «Эти качества трудно приобрести, но еще труднее сохранить. Абсурдно вообразить, что эти качества могут быть товаром, который покупается студентом–потребителем» [6, с. 16].

Глубже и диверсифицированное развивает позиции «нетоварности» образования директор института комплексных исследований образования МГУ им. М. В. Ломоносова Л. Гребнев, который считает, что необходимо четко различать три совершенно разных явления: образование, образовательные услуги и услуги в сфере образования. «Образование, как мне представляется, отнюдь не процесс “передачи” знаний от одного поколения к другому. Образование как таковое — это процесс становления и развития личности в процессе ее приобщения к культуре общества, осуществляемое человеком в общении и совместной деятельности с другими людьми» [3, с. 28].

В другой своей работе проф. Л. Гребнев отмечает: «...человек не “получает” образование, а “берет” его» [4, с. 55]. Образование является не «благом» в ряду других внешних по отношению к человеку благ, а стороной, неотчуждаемым свойством его собственной жизни [4, с. 56]. И дальше — весьма образная сентенция, которую есть смысл процитировать дословно: «...можно сказать, что образование — это очень своеобразная разновидность “натурального хозяйства”; особенность которого заключается в следующем. Традиционное натуральное хозяйство представляет собой некую социальную общность, микрокосмос, всесторонне взаимодействующий с большим космосом, вырабатывающий и сам же потребляющий внешние материальные предметы. В случае же образования человека “микрокосмосом” становится отдельный индивид, преобразующийся со временем в личность. В ходе взаимодействия с внешним миром образуется и он сам, его внутренний мир, “малая вселенная”, личная культура, а не внешние материальные предметы. Поэтому перспектив трансформации такого “натурального хозяйства” в рыночную форму быть не может» [4, с. 56].

Конечно, было бы странно отрицать тот факт, что поиском средств, которых катастрофически не хватает для развития образования, заняты все, особенно сами университеты (в силу специфики их деятельности, требующей постоянно увеличивающихся ресурсов). В этих условиях, неизбежно, укореняется подход к студенту как к источнику средств. И, как следствие, происходит искажение сути университетского образования — своеобразной скрепы цивилизации, культуры, нравственности. Образовательные программы, их научно-методическое сопровождение явно несут на себе отпечаток этих тенденций.

Готовя студентов только к тому, что главное, это «иметь», мы не предупреждаем их о сопутствующих рисках. Соответственно, высшее образование воспринимается ими только как путь к «имению». И чем прямее и короче этот путь, тем лучше. Прагматичность подходов вытесняет на обочину университетского образования гуманитарные науки как «ненужные», замедляющие путь к «имению» и высоким доходам. Н. Е. Покровский в статье «Что происходит с гуманитарным образованием?» [12] отметил: «Если дать самую общую характеристику ситуации, можно сказать, что современное университетское образование отторгает дискурс... общество все в большей степени фокусируется на бизнес-ценностях, коммерции, “полезном знании” (useful knowledge), что почти автоматически приводит к снижению... и гуманитарного, и гуманистического дискурса» [12, с. 95]. Согласитесь, описанная ситуация точно отражает ситуацию.

Действительно, человек, ориентированный исключительно на обладание, — настоящий экстремал, и он должен быть предупрежден об этом [10, с. 81]. Ведь любое обладание подвержено естественному износу, и оно всегда стремится к уменьшению.

Подлинное образование должно служить формированию целостного и всестороннего взгляда на мир. Человек образованный, приобщенный к «миру университета» (а не «натасканный» на выполнение конкретных функций) — это тот, кто приобщился к единству всех областей знаний к взаимоотношениям между ними, который видит и воспринимает картину мира в целом, а не отдельные ее фрагменты [7, с. 95].

Коммерциализация, диктующая квазипрагматичные походы, сокращенные программы и исключительно профессионально ориентированные курсы, не позволяет, в конечном итоге, получать на выходе из университета «человека понимающего».

Если прежняя парадигма образования была, в основе своей, научно-технократической, то новая по своему содержанию прежде всего гуманитарная. Соответственно, гуманитаризация — не просто закономерная потребность, она — основа университетского образования. Так должно быть. Но — увы. Происходит прямо противоположное. Декларируя — в качестве основного постулата высшего образования — креативность, на практике утверждается (и побеждает) регламентирование и стандартизация. В литературе даже появился и быстро закрепился специальный термин —

«макдональдизация», отражающий упомянутые процессы. Так Дж. Ритцер назвал новый тип рациональности, который в современных условиях распространяется на значительное число социальных сфер, включая образование, посредством их подчинения четырем основным формальным критериям; эффективность; калькулируемость; технический контроль (качества и производственных операций); предсказуемость [13, с. 12–15].

Однако макдональдизированные практики, характерные для общества потребления, имеют явные дисфункциональные последствия, латентно следующие из самого принципа рациональности. Суть этой «иррациональности», по Дж. Ритцеру, состоит в том, что социокультурные взаимодействия лишаются их «человеческой», гуманистической составляющей. По сути, макдональдизация сводит образование (трансформирует его) к предоставлению достаточно квалифицированных услуг, лишая диалогости и культуротворческой роли [15, с. 127]. Иными словами, с коммерческой точки зрения это весьма выгодный и оправданный формат. Но он лишает образование главной основы — культуры диалога, без которого оно легко превращается в услугу со всеми вытекающими последствиями. И, рассматривая подходы к современному методсопровождению учебного процесса, этого не учитывать рискованно.

Нельзя не признать, что в обществе сформировался принципиально новый контекст, к которому предстоит адаптироваться высшему образованию. Динамизм современного развития, постоянно возрастающие потребности, диверсификация научного знания сделали университетское образование очень дорогостоящим общественным институтом, содержание которого требует все более значительных ресурсов. Мир университета вынужденно коммерциализируется и адаптируется к рыночным правилам игры. С одной стороны, это позволяет университетам находить ответы на вызовы времени, привлекать профессорско-преподавательские кадры высокого уровня, вести научные исследования и совершенствовать материальную базу. С другой стороны, коммерциализация порождает серьезные противоречия и несет с собой риски, способные разрушить сам мир университета с его ключевой миссией формирования статусов и смыслов.

Признавая, что коммерциализация представляет собой очень устойчивый вызов, следует учитывать: однозначных ответов пока не существует. Но находить их придется.

Ключевым принципом здесь, представляется, должно быть стремление к сочетанию академических традиций и инноваций. Речь не идет о путях и подходах, обеспечивающих решение на все времена. Высочайшая динамика развития сделала мир беспрецедентно нестабильным и непредсказуемым, когда необходимо принимать решения в условиях постоянных изменений и неопределенности. А, значит, искать пути можно только экспериментальным путем. Изначально признавая, что не все эксперименты могут иметь положительный результат. Но иных подходов, нежели развиваться в экспериментальном режиме, пока нет. Ждать, пока пресловутый рынок «все расставит по своим местам», контрпродуктивно.

Думается, что изложенное — при всей его небесспорности — может послужить основой для дискуссии и комментариев. Экспертный уровень обсуждений процессов, протекающих в сфере высшего образования, — одно из важнейших условий выработки профессиональных подходов и решений, в которых нуждается вся система университетского образования и, в первую очередь, его научно-методическая составляющая.

Литература

1. *Кларк, Б. Р.* Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации / Б. Р. Кларк. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2011. — 240 с.
2. *Бок, Д.* Университеты в условиях рынка / Д. Бок. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. — 224 с.
3. *Гребнев, Л.* WTO и российские вузы: от жестокой конкуренции к взаимовыгодному сотрудничеству? / Л. Гребнев // Высшее обр. в России. — 2006. — № 4. — С. 28–32.
4. *Гребнев, Л.* Образование: рынок «медвежьих услуг» / Л. Гребнев // Высшее обр. сегодня. — 2005. — № 3. — С. 55–66.
5. *Губанов, Н.* Вызов Аполлона как стимул развития образования / Н. Губанов // Вестник высшей школы. — 2014. — № 5. — С. 19–24.
6. *Дельбанко, Э.* Колледж. Каким он был, стал и должен быть / Э. Дельбанко. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. — 255 с.
7. *Ильинский, И. М.* О новой миссии образования // Право и образование. — 2003. — № 4. — С. 95–103.
8. *Козлова, О. Н.* Устойчивый мир университета / О. Н. Козлова. — М., 2010. — 188 с.
9. *Кравченко, А. С.* Комерціалізація освіти: соціокультурний аспект : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. соціол. наук / А. С. Кравченко. — Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2016. — 18 с.
10. *Маслакова, Е.* Иметь или быть / Е. Маслакова // Лицейское и гимнастическое образование. — 2007. — № 5. — С. 81–85.
11. *Нуссбаум, М.* Не ради прибыли: зачем демократии нужны гуманитарные науки / М. Нуссбаум. — М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2014. — 192 с.

12. *Покровский, Н. Е.* Что происходит с гуманитарным образованием? / Н. Е. Покровский // Социол. исследования. – 2006. – № 12. – С. 95–98.
13. *Ritzer, G.* The Mcdonaldization of Society / G. Ritzer. – Thousand Oaks : Pine Forge Press, 2000. – 203 p.
14. *Розовски, Г.* Университет. Руководство для владельца / Г. Розовски. – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2015. – 328 с.
15. *Филиппов, Р. И.* Макдональдизированное образование: подходит ли оно для России? / Р. И. Филиппов // Высшее обр. в России. – 2010. – № 3. – С. 123–128.

K. Astakhova

Kharkiv Humanitarian University, «People's Ukrainian Academy»
(Kharkiv, Ukraine)

DEVELOPMENT OF HIGHER SCHOOL: IMPACT OF
COMMERCIALIZATION PROCESSES ON THE CONTENT OF EDUCATION
PROCESS

Abstract. An attempt has been made to show, at least in the first approximation, that the commercialization of higher education has already taken place and had a noticeable impact both on the content and the scientific and methodological support of the educational process.

The author does not intend to make any judgments about the commercialization process. What the author means is that an attempt to consider education exclusively from the perspective of business model practices results in emasculating the essence of modern university education aimed at not only meeting the needs of an individual and society, but also at shaping them.

Key words: commercialization of education, consumer society, education is not a service, humanitarization, integrity.