

doi: 10.51639/2713-0576_2025_5_1_64

Научная статья

УДК 37.014

ГРНТИ 14.01.74

ВАК 5.8.2

Коммерческое образование в условиях рыночной экономики как продукт капиталистического утилитаризма

¹Лев Владимирович Евсеев, ^{2*}Людмила Валерьевна Яблонская¹Государственный морской университет имени адмирала Ф. Ф. Ушакова,
Новороссийск, Россия, Levlevnana12345@yandex.ru²Новороссийский филиал Белгородского государственного технологического
университета им. В.Г. Шухова, Новороссийск, Россия, *diada1965@mail.ru

Аннотация

Институт образования в глобализационном капиталистическом обществе характеризуется сложностью и противоречивостью, сочетая в себе как рыночные, так и нерыночные слагаемые.

Российская модель высшего образования балансирует между государственным финансированием и рыночными механизмами. Перед Россией стоит задача создания системы качественного образования, которая обеспечивала бы доступность для всех слоёв населения, стимулировала инновации и конкурентоспособность, при этом не превращала образование в чистый товар.

Баланс между удовлетворением потребностей студентов и поддержанием высокого уровня образования—задача чрезвычайно сложная. Профессорско-преподавательский состав должен найти оптимальный путь между «мягкими навыками» и глубиной предметной подготовки, между клиенториентированным подходом и сохранением классических ценностей образования.

Ключевые слова: коммерциализация образования, рыночные отношения в образовании, платные услуги, капиталистическая утилитарная картина мира, качество образовательного продукта.

Введение

Современное общество — это сложная, противоречивая система, оказавшаяся в эпицентре глобализационных процессов и капиталистических трансформаций. Его функционирование детерминировано разного рода рыночными факторами, что порождает множество дискуссий и вызовов. С одной стороны мы наблюдаем явную коммерциализацию образовательной деятельности, с другой—сохраняется понимание образования как социального блага, доступного для всех, вне зависимости от финансового положения. Этот конфликт определяет сущностный облик и новую конфигурацию отечественного института образования 21 века. Коммерциализация затрагивает все уровни процесса образования от дошкольного до послевузовского. Частные школы и университеты, предлагающие эксклюзивные программы и услуги, становятся обыденно распространённым явлением. В этом процессе можно выделить как позитивные, так и негативные аспекты. Конкуренция стимулирует повышение качества педагогического процесса, внедрение инновационных технологий и методик. Частные инвестиции способствуют развитию

инфраструктуры и привлечению высококвалифицированных преподавателей. Тем не менее, коммерческий подход стимулирует усиление официальной сегрегации в образовании. Платное учение создаёт барьеры для детей из малообеспеченных семей, усугубляя социальное неравенство. Совершенно очевидно, что возникает опасность «оптимизации» образования под коммерческие цели, снижение качества преподавания в угоду прибыли.

Тенденции коммерческого образования в современном обществе

Современный мир находится в состоянии повышенной динамической разбалансировки, характеризующейся выходом на поверхность новых или прежде находившихся в свёрнутом модусе трендов. Образование как социальный институт неизбежно отражает особенности и запросы времени. Капитализм ориентирован на рыночные отношения проектирует свои принципы и на систему образования. Именно маркетинг детерминирует особую конфигурацию образовательного процесса, который вписан в общие тенденции капиталистических отношений. Данное понимание проблемы излагал П. Бурдьё в философских рассуждениях считая, что рыночные отношения в экономике переносятся на социальные взаимодействия в образовательном пространстве и отражаются в педагогическом периметре [1]. Известный ученый и философ Г. Беккер идентифицировал человеческий ресурс с капиталом, который соизмерим с такими экономическими категориями как «выгода» и «прибыль» [2]. Дж. Коулман профессионализм личности сравнивал с прибылью как способом приращения капитала. Появляется понимание профессионализма как человеческого капитала. Анализируя феномен личности, как носителя знаний и профессиональных компетенций, Ц. Грилихес отождествляет его с позиции экономических перспектив [3]. Д. Кендрик исследует образовательный процесс с точки зрения производительности и издержек образовательных технологий, идентифицируя расходы на образование как инвестиции. Применяя методологический подход экономического анализа к исследованию образовательных процессов, расходы на получение образования рассматриваются как инвестиции в человека [4].

Современная картина мира вписывает в свой периметр экономическую составляющую как доминанту всех социальных процессов. Человек в образовательном пространстве рассматривается с позиции экономической парадигмы как функционер и производитель. Данный подход к пониманию педагогического процесса в рамках рыночной экономики вскрывает значимые противоречия в функционале института образования. Причина противоречия заключается в особенностях механизма педагогического подхода к процессу реализации базовых функций образования. Сущность противоречия заключает в себе механизм сочетания как коммерческих, так и некоммерческих составляющих. Иными словами, результаты образовательной деятельности вписаны в формат рыночных и нерыночных отношений.

Процесс образования в рыночном обществе соответствует объективным законам экономики и детерминирован товарно-денежными отношениями. С точки зрения экономической теории результаты образовательной деятельности рассматриваются как продукты, обладающие товарными характеристиками: полезностью и универсальностью. Конечный продукт образовательной деятельности способен удовлетворять потребности человека и обмениваться на другие продукты. Подобный обмен возможен в рамках отчуждения продукта от производителя и выражен в денежном эквиваленте. Следует подчеркнуть, что рассматривать результат образовательной деятельности как товар и соотносить его с денежной единицей крайне невозможно в силу трансцендентности образовательного процесса.

Следует рассмотреть подобно особенности образовательной деятельности с позиции экономического анализа. Противоречие возникает при исследовании конечного рыночного

продукта. Рынок воспроизводит в виде товара общественно полезный продукт, специфика образования априори не имеет возможно материализовать в продукт свои результаты. Человеческая энергетика и творческие силы, навыки и умения личности неотчуждаемы от личности. Следовательно, продукт образования не может быть товаром. В связи с этим умозаключением, показательна точка зрения великого русского педагога К. Ушинского, который утверждал, что «Меркантильное направление нашего века, постоянно усиливающее свой натиск, проникло не только во все слои общества, во все сферы жизни, но даже в науку и в школу. Так называемые «humaniora», науки философские и исторические, заметно уступают свое место наукам промышленным, имеющим своей целью расположение материальных потребностей человека и отыскание средств к их удовлетворению» [5].

Более того, в результате продажи услуги потребителю количество знаний не уменьшается у продавца (обладателя) и интеллектуальный запас не истощается. Знания не истощаются, не амортизируются в процессе эксплуатации.

Следующая особенность коммерческого формата образования заключается в принципе производства. Способ производства знаний принципиально не тождественен способу производства вещей и товара. Вещественный продукт появляется в результате совокупного труда с четко зафиксированной себестоимостью, которая имеет определяющий алгоритм. Онтологическая сущность знаний производится трудом духовным и определить себестоимость продуктов духовной деятельности объективно невозможно. Духовный труд в принципе бесценный. Семантический диапазон слова «бесценный» варьируется от сверхдорогого до бесплатного. Таким образом, установить товарно-денежный эквивалент образовательных услуг архисложно и порой невозможно. Условность цены и номинальность стоимости определяет экономические нормативы общества, возможности которого детерминированы уровнем его развития. Следовательно, цена на духовный продукт зависит от социальных и исторических условий и финансовых возможностей государства.

Следующей особенностью коммерциализации образования является ее затратность, некупаемость и нерентабельность. Духовный труд требует финансовых затрат и дотаций от высокодоходных хозяйствующих субъектов, что определяет отсутствие прямого дохода от образовательной деятельности. Взносы учащихся за образование не покрывают затраты образовательных учреждений и иных источников

Необходимо отметить процессуальную особенность оказания образовательной услуги. Оплаченная предметно-материальная вещь может быть возвращена и потребитель имеет законное право потребовать возврат потраченных средств. Однако, в случае с образовательным продуктом, такой механизм трудно выполним в виду трансцендентности процесса. По степени интеллектуальной затратности потребление образовательных (усвоение знаний и умений) услуг прямо пропорционально оказанию услуг. Проверка качества усвоенных знаний потребителем, определяют возможность лишить права потреблять далее без возврата денег за услугу. В периметр расходов за пролонгированную образовательную услугу включена рыночная стоимость, а также вероятный упущенный доход (вероятный доход, который потребитель гипотетически мог заработать во время обучения).

Следует особо акцентировать внимание на факт коммерциализации образования и внутренних противоречий, порождаемые данным феноменом. Именно платное образование как феномен капитализма представляет собой оплачиваемую услугу, предоставляя потребителю запрашиваемый социально необходимый продукт. В этой проблеме коренится суть противоречий капиталистически ориентированного образования в условиях рыночной экономики.

Доступность образования составляет первую проблему. Силы глобализационного общества успешно трансформировали образовательный процесс в услугу, образовательный продукт в товар, тем самым предоставили шанс без отборочных испытаний широкому

контингенту пополнить ряды вузов. Получив уникальную возможность подключиться к системе высшего образования, в стенах университета оказываются слабо успевающие выпускники школ. Такая практика чаще всего относится к вузам негосударственного образования, качество образовательных услуг которого ставится под большое сомнение. Однако, положительная сторона данного феномена, возникшего в 90-х годах прошлого века в РФ, является тот факт, что, подключившись к высшим этическим и социальным ценностям в процессе обучения, формируется сознание многих молодых людей. Социально-культурная составляющая образования помогла избежать колеблющимся маргиналам – школьникам встать на путь асоциальный и криминальный.

Миссия образовательного процесса под воздействием педагогических методик – доводить до целостности образ грамотного человека, формировать коммуникабельного, эрудированного, тактичного человека.

1. Услуги платного высшего образования своей общедоступностью ведут к массовизации, обнулению статуса элитарности, к избранности по качественным показателям знаний и, как следствие, значимо снижается ценность самого образования. Передача уникальных образцов культуры в массовом обществе переходит в горизонтальный формат, опускаясь до уровня конвейерной технологии, упрощая и стандартизируя индивидуальные черты.

2. К бонусам коммерческого образования можно отнести получение дополнительных материальных средств институтам образования. Расширяется финансовая возможность самостоятельно увеличивать денежные потоки на повышение зарплат педагогическому составу, социально защищать и поощрять сотрудников вуза. Дополнительные внебюджетные денежные средства могут расширять возможности продвижения дотационных программ: просветительских, культурных, спортивных. Следует остановиться и на негативных слагаемых коммерциализации. Инвесторы измеряют педагогический процесс экономическими категориями и с позиции академических ценностей. Менеджмент, анализируя образовательные программы, измеряет их терминами: прибыль, доход, затраты, экономическая эффективность. Теоретическая установка капиталистического общества на получение максимальной прибыли конгруэнтно отражается на понимании механизма образовательного процесса. На фоне желания получить экономический успех от педагогической деятельности менеджеры от образования исключают из программы дисциплины непрофессионального профиля. Как следствие, страдает гуманитарной и общенаучной направленности дисциплины, а на социальном плане снижается возможность углубить духовный и расширить интеллектуальный план развития студентов.

3. Предоставляя равные стартовые возможности молодым людям поступить в высшее учебное заведение, коммерческое образование минимизирует значимость протекционизма, однако, вместе с этим, усиливает проявление социального расслоения и подчёркивает возможности платёжеспособных людей. Уровень доходов состоятельных и платёжеспособных граждан расширяют границы неравных возможностей доступа к образованию. В связи с этим ярко выраженная дискриминация девальвирует преимущества коммерциализации образования.

4. Коммерциализация образования в условиях социальной демократизации, снимает ответственность с личности по применению полученного профессионального образования. Личные финансовые затраты на образование дают полное право человеку самостоятельно распоряжаться результатами своего вложения. Диплом становится лишь символом саморазвития, коллекции, хобби. В зависимости от уровня сознания личности, от потребностей, от степени духовного развития он понимает смысл и необходимость образования. Конституционное право каждого на получение образования, профессионального образования разного уровня, делает образование слишком общедоступным и снижает престижность, трудозатратность, снижает духовную ценность

феномена. Духовная ценность измеряется стоимостью товара, превращая в простоепотребительство, измеряемое ценником. Учение в вузе становится обыденностью, лишённой сакрального смысла. «В контексте рыночной экономики университеты все больше напоминают корпорации, экономически автономные субъекты на рынке услуг. «университеты рассматривают корпорации как образец для творческого подражания. Даже в обиходной речи в университетском лексиконе все чаще встречаются такие выражения, как «корпоратизация» (corporatization), «академическое/научное предпринимательство» (academicentrepreneurialism), «студенты как клиенты» (studentsasclients)» [6].

5. Результаты образовательной деятельности, преобразовываясь в товар, должны удовлетворять требования покупателя, предоставляя конкурентные преимущества своего продукта. Качество товара повышает вероятность быть востребованным, безотносительно территориальных ограничений. Конкуренция производителей, предоставляющих продукт, предлагает бонусы, скидки, льготы потребителям. «Платное образование попадает в зависимость от своих клиентов (запросов, желаний, целей и капризов). «Покупатель всегда прав!» — эта старая истина, пришедшая к нам из мира торговли, явственно заявляет о себе и в корпоративных университетах» [7].

Становясь сегментом рынка, образование утрачивает способность формировать целостную личность, что, является основной задачей образования.

Формируясь по рыночному образцу, маркетинговые технологии не в состоянии охватить целостность педагогической системы, они способны предоставить услугу лишь ой части, которая позволяет форма товара.

Преподаватель выступает обладателем определенного знания как товара (знание-товар собственности преподавателя), а собственность всегда конкретная категория, материально ограниченная.

Процесс передачи знаний «преподаватель- студент» представляет собой механизм продажи образовательной услуги осуществляется на основе ограниченности и частичности. Холизм и универсализм образования как объективный феномен вытесняется партикуляризмом. Партикуляризм воспроизводит человека с ограниченным кругозором, личность с усечённой картиной мира, фрагментарного.

Меняется статус студентов, студент-потребитель (покупатель услуг) в результате образования становится квалифицированным носителем лишь профессиональных знаний, но не интеллектуальной индивидуальностью. Данная потребительская установка покупателей требует лояльности от менеджеров: деятельность профессорско-преподавательского состава должна ориентироваться на превентивное предотвращение конфликта, опираясь на «мягкие» технологии, в рамках модели «клиент-провайдер». В роли клиента выступает студент, профессор же в роли провайдера знаний. Эта метафора хоть и вызывает споры, тем не менее, отражает реальность. Базисом данного тандема является культурная ойкумена, с высокой степенью эмпатии.

Атмосфера дипломатического диалога детерминирована гибкостью в подходе к индивидуальным способностям обучающихся, минимизируя вероятность недоразумений профессор должен отдавать приоритет интересам студента. Однако переход к клиент-ориентированному подходу в образовании не лишён критики. Многие специалисты, ссылаясь на опыт прошлых эпох, отмечают деградацию образовательных современных прагматичных и утилитарных моделей. Античная пайдейя, например, ставила во главу угла гармоничное развитие личности, воспитание гражданственности, и нравственности, а не потребительский подход к получению знаний.

Современная капиталистическая утилитарная картина мира диктует свои правила образовательному процессу ориентируясь на удовлетворение мгновенных потребностей студентов.

Заключение

Доступность и лёгкая усваиваемость сложнейших проблемных вопросов создаёт ложную иллюзию приобретения полноты знания без усилий и интеллектуального труда. Есть опасность девальвации ценности и ослаблению глубины образования, снижению критического мышления потребителей. Тем не менее, отрицать влияние рыночных механизмов на образовательный процесс бессмысленно.

Для успешной работы в современных условиях профессура обязана адаптироваться, встраиваться в ритм информационных и цифровых возможностях социума. И соответствовать им. «Внедрение инновационных методик преподавания, игровые методы, упакованные в красивые формы, мультимедийные технологии, разнообразные формы предоставления новой информации делают учебный процесс более эффективным. Важно создать у студентов чувство полноты полученного знания, вписав его в доступную и привлекательную форму» [8].

Однако, баланс между удовлетворением потребностей студентов и поддержанием высокого уровня образования—задача чрезвычайно сложная.

Профессура должна найти путь гармонии между «мягкими навыками» и глубиной предметной подготовки, между клиенториентированным подходом и сохранением классических ценностей образования.

Профессор будущего — это не просто носитель знаний и методик преподавания, а настоящий лидер образовательного процесса, способный мотивировать и вдохновлять, вести за собой своих клиентов-студентов к достижению высоких результатов без ущерба для качества образования и целостности личности.

Конфликт интересов

Авторы статьи заявляют, что на момент подачи статьи в редакцию, у них нет возможного конфликта интересов с третьими лицами.

Список источников

1. Бурдьё П., Социальное пространство: поля и практики. Сборник статей. Составление, общая редакция перевода и послесловие Н. А. Шматко. — М., 2005. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. [сайт] — URL: <https://gtmarket.ru/library/basis/3707>
2. Беккер Г., Человеческий капитал: теоретический и эмпирический анализ. — М. ГУ ВШЭ 1964. — 144с.
3. Грилихес Ц., «Технология, образование и производительность: ранние произведения с ссылками на последующие публикации. — Высшая школа, 1988. —180 с.
4. Кендрик. Дж., Совокупный капитал США и его формирование. - М.: Прогресс, 1978. — 275 с.
5. Ушинский К.Д., Труд в его психическом и воспитательном значении // Собрание сочинений в 11 тт. Т.2. Педагогические статьи 1857–1861 гг. М., 1948. — С. 333-361.
6. Покровский Н. Е., Трансформация университетов в условиях глобального рынка. Журнал социологии и социальной антропологии, М, 2004. [сайт] — <https://doi.org/10.31119/jssa.2024.27.1>
7. Покровский Н. Е., Трансформация университетов в условиях глобального рынка. Журнал социологии и социальной антропологии, М, 2004 [сайт] -<https://doi.org/10.31119/jssa.2024.27.1>
8. Покровский Н. Е., Трансформация университетов в условиях глобального рынка. Журнал социологии и социальной антропологии. 2004 [сайт] — <https://doi.org/10.31119/jssa.2024.27.1>

Commercial education in a market economy as a product of capitalist utilitarianism

¹Lev Vladimirovich Evseev, ^{2*}Lyudmila Valeryevna Yablonskaya

¹ *Admiral F. F. Ushakov State Maritime University,
Novorossiysk, Russia, Levlevnana12345@yandex.ru*

² *Novorossiyskiy branch of Belgorod State Technological
University named after V.G. Shukhov, Novorossiysk, Russia, * diada1965@mail.ru*

Abstract

The institution of education in a globalized capitalist society is characterized by complexity and inconsistency, combining both market and non-market components. The Russian model of higher education balances between state financing and market mechanisms. Russia is faced with the task of creating a quality education system that would ensure accessibility for all segments of the population, stimulate innovation and competitiveness, while not turning education into a pure commodity. Balancing the needs of students and maintaining a high level of education is an extremely difficult task. The teaching staff must find the optimal path between "soft skills" and the depth of subject training, between a client-oriented approach and the preservation of classical educational values.

Keywords: commercialization of education, market relations in education, paid services, capitalist utilitarian system