

М. П. Логинова

АНГЛОСАКСОНСКИЕ ТРАДИЦИИ В СИСТЕМЕ ОБРАЗОВАНИЯ: ОБРАЗОВАНИЕ КАК КОММЕРЧЕСКОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ

98

Начиная с 90-х гг. XX в., особенно после вступления России в Болонский процесс в 2003 г., российское образование заимствует ключевые черты американской образовательной системы, признавая ее более эффективной по сравнению с советской. При этом российские реформаторы зачастую не учитывают кардинальные различия социокультурных процессов в двух странах. Чтобы разобраться в том, насколько целесообразно заимствование и копирование как отдельных характеристик американской системы образования в России, так и целей и задач, ставящихся перед отечественным образованием, необходимо проанализировать имеющуюся литературу и выделить основные черты американской системы образования, а также проследить историю их возникновения и формирования в американской педагогической культуре. Настоящая статья рассматривает одну из основных традиций в образовательной системе США, а именно «рыночноподобность» сферы образования. Кроме того, предпринимается попытка исторического анализа традиций в системе американского образования, прослеживается развитие и становление рыночно ориентированного образования, а также приводится критика рассматриваемой характеристики, данная специалистами в области американского образования. В результате проведенного анализа автор приходит к выводу о том, что если для американской культуры отношение к образованию как к бизнесу, коммерциализация образования исторически обусловлены, хотя и часто критикуются специалистами, то копирование и внедрение подобной характеристики в российскую систему образования может привести к ее необратимым негативным изменениям.

Since the 1990s, especially after Russia joined the Bologna Process in 2003, Russian education has been adopting the key features of the US educational system, having acknowledged its greater efficiency in comparison to the Soviet one. Russian reformers, however, often overlook the substantial socio-cultural differences between the two countries. To understand whether it is prudent to adopt and copy in Russia either selected features of the US educational system or its goals and objectives, it is necessary to analyse the literature, to identify the key characteristics of the US educational system, and to track their evolution in the US pedagogical culture. This article examines a major tradition in the US education system – market-like behaviour. An attempt is made to analyse the historical background of traditions in US education and its market orientation. The study considers the critique of the latter feature by specialists in American education. It is concluded that, whereas the



treatment of education as business and the commercialisation of education are historically inherent in US culture, copying and adopting these practices in Russia may cause irreversible damage.

Ключевые слова: англосаксонские традиции, образование, коммерциализация образования, история образования, Россия, США.

Keywords: Anglo-Saxon traditions, education, commercial enterprise, history of education, Russia, USA.

Введение

В течение последних 20 лет традиции, характерные для англосаксонской модели образования, активно внедряются в образовательную систему России. Взяв курс на признание российского образования западными университетами, Россия встала перед проблемой реформирования отечественной системы и подстройки под стандарты, признанные в США и Западной Европе. Однако необходимо помнить, что национальные образовательные системы формировались в течение долгого времени и зависели прежде всего от принятой в конкретном обществе культурной модели. Именно этот факт привел к пониманию образования как «системообразующей части национальной культуры» [3, с. 61]. Для решения вопроса о возможности изменений одной национальной модели образования по образцу другой без ущерба для первой следует серьезно проанализировать основные черты обеих систем, выделить их ключевые характеристики и на основании данного анализа принимать взвешенное решение о кардинальных реформах в образовательной системе страны.

После присоединения России к Болонской конвенции в 2003 г. у прошло достаточно времени, чтобы сделать промежуточные выводы. Так, например, среди научного сообщества существует мнение о том, что процессы, вызванные вступлением России в Болонский процесс, в целом привели к обесцениванию понятия «образование», продемонстрировав, что «критерием востребованности образованных людей может выступать только рынок» [Там же, с. 39]. Более того, некоторые специалисты утверждают, что Болонская система как логическое продолжение англосаксонской «чужда российскому образованию» и противоречит ему на мировоззренческом уровне [4, с. 88].

Главной причиной такого противоречия является, на наш взгляд, ключевая особенность англосаксонской системы образования — «рыночноподобность» [2; 5]. В статье рассматривается появление и развитие данной характеристики в системе образования, принятой в США, и предлагается существующая в научной среде критика. Это даст возможность российским исследователям проанализировать, обогатит ли данная характеристика российское образование или приведет его к деградации.



История вопроса

100

Получение прибыли принято считать одной из важнейших черт американского образа жизни. Так, во всемирно известных письмах французского политического деятеля первой половины XIX в. Алексиса де Токвиля, написанных во время его визита США в 1831 г., находим следующие замечания: «Единственная вещь, которая занимает каждого, — коммерция. Она является национальной страстью...»; «Американцы... меркантильные люди. Они поглощены желанием получения богатств, что ведет к плохим страстям: алчности, мошенничеству, плохой вере. Их главная цель — делать деньги» [17, р. 29]¹. Далее А. де Токвиль утверждает: «В Америке ничего нет проще, чем обогащение. Человеческий дух, который требует господствующей страсти, естественно обращается к мыслям о получении прибыли; в результате эти люди вкладывают эту мысль в умы купцов, которые объединились в нацию, чтобы заниматься бизнесом. И чем больше вы вникаете в национальный характер американцев, тем яснее становится, что они ищут цену каждой вещи в этом мире, отвечая только на один вопрос: “Сколько денег это принесет?”» [Ibid., р. 67—68].

Американский философ, дипломат, просветитель XX в., а также двенадцатый президент Колумбийского университета Николас Мюррэй Батлер в работе «The American as he is» пишет: «Высочайшая культура — литература, искусство, наука, социальное усовершенствование — опирается на экономические начала, как и сама жизнь» [7, р. 88]. Признавая важность получения прибыли для американцев, Батлер тем не менее не считает это самоценностью, но рассматривает как побочный продукт процесса самовыражения. В процессе такого самовыражения американец, получая прибыль, может использовать ее на благо общества, что признается философом как положительная черта американского характера, ведь именно такая прибыль вкладывается в устройство школ, колледжей, библиотек, университетов, больниц и других учреждений страны [Ibid., р. 39—40].

Известный социолог и философ Макс Вебер видел прямую взаимосвязь протестантского направления христианства и коммерциализации жизни. Протестантизм распространился в Североамериканских Штатах с началом английской колонизации и уже к концу XIX в. стал доминирующей религией в Америке. По мнению Вебера, коммерциализация всех сфер жизни американцев является ключевой характеристикой этой нации [1].

Идея получения прибыли в сфере образования

Сфера образования также испытывала влияние коммерциализации: первые колледжи, такие как Гарвардский, Колледж Вильгельма и Марии (the College of William and Mary), Йельский, Принстонский, возни-

¹ Здесь и далее перевод всех цитат наш. — М.Л.



кали прежде всего как частные или общественные организации. Однако независимо от формы владения учебным заведением советы попечителей, в которые часто входили политические и экономические лидеры общин, применяли коммерческие принципы устройства и управления учебными заведениями. Именно из коммерческих предприятий в образование вошли такие принципы, как определение миссии организации, стратегическое планирование, разработка системы бюджета, анализ эффективности затрат, маркетинговые исследования, усилия по установлению связей с общественностью, менеджмент качества, структура иерархического управления. Кроме того, в образовании появляются математические единицы вычисления (кредиты по курсам, средняя оценка учащегося), разделение и специализация труда, обращение к профессиональным «хедхантерам» в поисках и привлечении администраторов и известных ученых к работе в вузе и т. д. Для выживания в условиях рынка учебные заведения использовали те же технологии, что и бизнес, и с течением времени стали мало отличаться от коммерческих предприятий [16, p. 258]. Историк американского образования К. Лукас (Christopher Lucas) отмечает, что создание колледжей имело такой же предпринимательский характер, как и любой другой вид бизнеса, например рытье каналов, выращивание хлопка, добывание золота или фермерство [13, p. 118–119].

В начале XX в. Моррис Кук, инженер по образованию, занимавшийся вопросами эффективного менеджмента для промышленных предприятий, впервые подготовил отчет для Фонда Карнеги об эффективности управления университетами и колледжами. Он берет в качестве образца для вычисления эффективности учебных заведений промышленное предприятие и применяет для них те же параметры, что и при вычислении эффективности предприятий. С именем М. Кука связано также введение кредитной системы в учебных заведениях. Таким образом, деятельность на основе тех же принципов, что и в промышленности, закрепила отношение к учебному заведению как к отрасли бизнеса: «По своей административной организации американские высшие учебные заведения больше напоминают коммерческие организации, чем вузы других стран. Структура организации с ее президентом, советом попечителей, штатом деканов, помощников весьма похожа на структуру корпорации с ее президентом, советом директоров, руководителями отделов» [8, p. iii].

Юрген Хербст (Jurgen Herbst), исследовавший проблему управления университетами в 1636–1819 гг. в Америке, утверждает, что с самого начала устройством новых учебных заведений в стране занимались люди, подчас не имевшие никакого отношения к образованию. Исследователь, в частности, отмечает, что «основателями колледжей в течение нескольких десятилетий после 1780 г. становились как агенты по земельной собственности, так и христианские миссионеры, как врачи-профессионалы, так и гражданские антрепренеры, как ответственные специалисты в области образования, так и бестолковые шарлатаны» [11, p. xi–xii].



Джон Р. Телин (John R. Thelin) отмечает, что зачисление в американские колледжи в XIX в. происходило по следующему принципу: первые поступившие платили полную сумму, если же колледж или университет не набирал запланированного количества студентов, цена за обучение снижалась и те, кто поступал позднее, платили меньшую сумму [16, р. 99], что очень напоминает систему распродаж в различных торговых организациях. На XVIII—XIX вв. пришелся настоящий бум возникновения американских колледжей: в этот период появляется множество учебных заведений, создание которых становится «кустарной промышленностью» Североамериканских Штатов [Ibid.], а между Американской революцией и Гражданской войной 1861 г. везде на территории Американских Штатов «мания» организации новых колледжей «выходит из-под контроля» [13, р. 117]. В то же время этот период можно охарактеризовать как эпоху стимулирования потребительского интереса, эпоху «чрезмерных инноваций и потребления» («extreme innovations and consumerism») [16, р. 41]. Существует интересный исторический факт, иллюстрирующий коммерциализацию сферы образования: в некоторых медицинских школах студенты покупали невозвращаемые билеты на лекции, а источником получения денег были экзамены, которые студенты иногда должны были сдавать дважды [Ibid., р. 54].

Позже развитие промышленности стало одной из причин появления множества университетских городков по стране. С одной стороны, руководители предприятий финансово поддерживали развитие колледжей и университетов, с другой — они часто входили в состав попечительских советов. Так как к концу XIX в. дело развития образования в государстве еще до конца не оформилось, то в университетских городках в качестве модели иерархической структуры для профессорско-преподавательского состава учебного заведения брали структуру иерархических отношений частной компании. Девиз специалистов, занятых созданием и развитием колледжей в данный период, гласил: «Почему нельзя управлять колледжем как предприятием?» («Why can't college be run like a business?») [Ibid., р. 112—113].

Более полную картину участия бизнес-корпораций в развитии высшего образования в США дает Клайд Бэрроу (Clyde Barrow), собравший статистику процентного соотношения специалистов в бизнесе и в управлении колледжами и университетами. Так, к концу XIX — началу XX в. в комитетах, принимающих решения по университетам, ведущие должности занимали промышленники, юристы или политическая элита штата / города. Причем такая картина не зависела от формы собственности учебного заведения, в государственных вузах наблюдалась сходная ситуация: так, в частных колледжах и университетах к 1929 г. в попечительские советы входило 66 % бизнесменов и юристов, в государственных — 66,9 % [6, р. 39]. Естественно, такое количество предпринимателей, входящих в управленческие органы учебных заведений, неминуемо должно было привести к соответствующей политике в вопросах управления учебными заведениями и повлиять на отношение к вопросу о целях и сущности образования.



В настоящее время отношение к образованию как к бизнесу широко обсуждается в американской научной литературе. Так, в коллективном труде «Improving Measurement of Productivity in Higher Education» заявляется, что «высшее образование является основополагающей идеей американской экономики и общества, а преподавание и исследования в колледжах и университетах вносят важный вклад в экономическую активность нации, как напрямую, так и через влияние на ее рост в будущем... Эффективное использование ресурсов вызывает (и должно вызывать) серьезную озабоченность в вопросе предоставления высшего образования, как и в любом другом секторе экономики» [12, р. 1]. Диана Равич (Diane Ravitch), специалист по вопросам образования и образовательных стандартов, утверждает, что «некоторые крупнейшие национальные корпорации продвигают школьные реформы, основанные на принципах, взятых из корпоративного сектора, без анализа», и сомневается, что данные принципы подходят образовательным институтам [14, р. 4]. Она считает ситуацию, когда филантропические организации, будучи частью бизнеса, вкладывают деньги в развитие общественного образования, «совершенно антидемократичной», так как эти организации требуют отчета от школ, но сами не подотчетны никому. Действуя подобным образом, они навязывают свои правила за те финансы, которые могут получить или не получить учебные заведения. Кроме того, Д. Равич отмечает, что ни одно издание, действующее на деньги филантропических организаций, ни разу не опубликовало работы с анализом образовательных стратегий последних, что говорит о существовании неких табуированных тем. Исследователи тщательно избегают обсуждения существующих проблем, поскольку это может повлечь прекращение финансирования учебных заведений, зависимых от средств данных организаций. Кроме того, организации, цель которых состоит в зарабатывании денег, не могут мыслить и работать по-другому и в области образования; поэтому, даже вкладывая деньги в учебные заведения, они будут нацелены на получение прибыли, а не на что-либо другое [Ibid., р. 200–203]. При этом показателем эффективности «работы денег» является результат – повышение оценок на экзаменах. Таким образом, направленность на развитие различного рода тестирований, но не на развитие содержания учебных планов постепенно становится доминирующей в американском образовании.

Интересно отметить, что даже терминология, употребляющаяся в исследовательской литературе по образованию, носит коммерческий характер: «потребитель» и «клиент», выбирающий товар, – по отношению к учащимся, «товар» – по отношению к знанию или «превращение знания в товар (commodification)», как и «превращение в товар всего», что возможно [9, р. 143]. В работах таких исследователей, как М. Смит (Mortimer Smith), П. Витонски (Peter Witonski), У. Г. Коули (William Harold Cowley), Д. Равич (Diane Ravitch), Дж. Телин (John Thelin), К. Лукас (Christopher Lucas), Э. Дельбанко (Andrew Delbanco), и многих других подобная лексика встречается регулярно.



Уже в 1918 г. Торнстейн Веблен (Thornstein Veblen) критиковал американские учебные заведения за «мышление как в бизнесе» [18, р. 68–69]. Предлагаемые колледжами или университетами курсы сравниваются с ассортиментом в магазине или «шведским столом» [16, р. 103–107; 10, р. 88–89]. Именно выборная система учебных предметов, как утверждает Мортимер Смит (Mortimer Smith), развивает отношение студентов к выбираемым ими курсам как к «продуктам в магазине» [15, р. 52–53]. Как считает Эндрю Дельбанко (Andrew Delbanco), идея «мультиверситета» (multiversity) – это пример «американского гаргантюанизма, проявившегося в идее супермаркетов и торговых моллов, а позже – в таких изобретениях, как Google или Wikipedia, которые могут производить неопределенное количество информации, но не способны делать различий в ценности» [9, р. 92–93]. Веблен сравнивает методы управления американскими вузами с методами, присущими «развлекательным компаниям: цирку, театральной или оперной компании, которые борются за одобрение своих зрителей» и в которых цена билета зависит от славы акробатов или ведущих артистов, чьим академическим эквивалентом выступают преподаватели, студенты-спортсмены и президент [Ibid., р. 117; 18, р. 106–107].

Таким образом, идеалом в области образования видится такое заведение, где, по мысли Эзры Корнелла, бизнесмена, политического деятеля и соучредителя Корнелльского университета (1865), «любой человек может получить образование по любому предмету» (цит. по: [9, р. 92]).

При подобном подходе к образованию преподаватель рассматривается как производитель товара (интеллектуального «продукта»), количество интеллектуального труда которого не всегда можно эффективно рассчитать. Кроме того, его не всегда можно проконтролировать. Поэтому возникает проблема негативного отношения к преподавателям колледжа или университета со стороны администрации учебного заведения или совета попечителей, что, например, в период между двумя мировыми войнами привело к созданию преподавательских ассоциаций с целью противостояния корпоративному засилью в руководстве университетов [16, р. 242].

Дж. Телин указывает на один из примеров такого корпоративного подхода к управлению университетом: в начале 1930-х гг. президентом Стэнфорда стал Фредерик Терман, профессор в сфере машиностроения, который для того, чтобы получить промышленные контракты, объединил работу инженеров и физиков, положив таким образом начало новой политике, подобной той, что уже существовала в корпорациях. Для выполнения своего плана он «очистил» кафедру физики от старого поколения профессоров, которые не занимались прикладными проблемами. Впоследствии подобная тактика распространилась и на другие кафедры. В результате кафедрам, которые не приносили «пользу», то есть не имели прикладного характера (в том числе кафедрам истории и классических языков), часто делались выговоры, преподаватели иногда наказывались за неэффективную трату времени. Телин приводит показательный пример подобной практики управления



учебным заведением: преподаватель университета, лауреат Нобелевской премии по биологии, получил выговор за то, что не приносил прибыли университету. В то же время в университете продолжалась традиционная, полная излишеств социальная жизнь, финансировались университетские спортивные программы и т. д. [Ibid., p. 244].

Сегодня подобное положение приводит к тому, что руководство колледжей и университетов начинает делить кафедры на «выгодные» и «невыгодные», при этом «невыгодные» кафедры и программы часто закрываются или сокращаются.

Выводы

105

Итак, коммерциализация сферы образования в американской традиции имеет долгую историю и является важной характеристикой системы образования США. Однако, будучи неотъемлемой частью американского образовательного пространства, данная черта воспринимается положительно далеко не всеми исследователями. Многие специалисты в области образования убеждены в негативном влиянии коммерциализации на сферу образования.

Ориентация на рынок, «рыночноподобность» образовательной сферы, рассматриваемая реформаторами системы образования в качестве положительной ее черты, проникает сейчас и в образовательные системы других стран, в том числе России. Лидирующее и стабильное экономическое положение США в мире, а также их успехи в различных областях знаний ускоряют этот процесс. Однако для того, чтобы принять решение о пользе или вреде внедрения данной характеристики в российскую систему образования, необходимо тщательно проанализировать, не противоречит ли эта черта национальным ценностям российского общества, не приведет ли она к разрушению фундаментальных основ образовательной системы, чьи успехи признаны многими отечественными и зарубежными экспертами в области образования.

Список литературы

1. Вебер М. Избранное: Протестантская этика и дух капитализма. М. ; СПб. 2016. 656 с.
2. Костюкевич С.В. Высшее образование: современные мировые тенденции // Социологический альманах. 2012. №3. С. 103–114.
3. Миронов В.В. Размышления о реформе // Вестник Московского университета. Сер. 20: Педагогическое образование. 2013. №3. С. 32–70.
4. Русских Л.В. Реформа образования в России: промежуточные итоги // Вестник ЮУрГУ. Сер.: Социально-гуманитарные науки. 2014. №4. С. 88–89.
5. Прохоров А.В. Ценности академической культуры США // Вестник Тамбовского университета. Сер.: Общественные науки. 2016. №4 (8). С. 42–54.
6. Barrow C.W. Universities and the Capitalist State. Corporate Liberalism and the Reconstruction of American Higher Education, 1894–1928. Madison (Wisconsin), 1990.
7. Butler N.M. The American as he is. N.Y. 1908.



8. *Cooke M.L.* Academic and Industrial Efficiency. A Report to the Carnegie Foundation for the Advancement of Teaching. Bull. №5. N.Y., 1910.
9. *Delbanco A.* College. What It Was, Is, and Should Be. Berlin ; Boston, 2014. URL: <http://www.degruyter.com.lprx.bates.edu/view/product/465840> (дата обращения: 11.08.2016).
10. *Flexner A.* Funds and Foundations. Their Policies Past and Present. N.Y., 1952.
11. *Herbst J.* From Crisis to Crisis. American College Government. 1636–1819. Cambridge (MA) ; L., 1982.
12. *Improving* Measurement of productivity in Higher Education: Panel on Higher Education Productivity, Conceptual Framework and Data Needs. National Research Council (U.S.) / T.A. Sullivan, Ch. Mackie, W. F. Massy, and E. Sinha (ed.). Washington, 2012.
13. *Lucas C.J.* American Higher Education. A History. N.Y., 2006.
14. *Ravitch D.* The Death and Life of the Great American School System. How Testing and Choice are Undermining Education. N.Y., 2010.
15. *Smith M.* And Madly Teach : A Layman Looks at Public School Education. Chicago, 1949.
16. *Theelin J.R.* A History of American Higher Education. The John Hopkins University Press. Baltimore ; L., 2004.
17. *Tocqueville A. de.* Letters from America / ed., trans., and with an introd. by F. Brown. New Haven ; L., 2010.
18. *Veblen T.* The higher learning in America : a memorandum on the conduct of universities by business men. N.Y., 1918.

Об авторе

Марина Павловна Логинова — соиск., Омский государственный педагогический университет, Россия; приглашенный лектор, Бейтс-колледж (Льюистон, Мэн), США.

E-mail: loginova.marina@gmail.com

The author

Marina P. Loginova, PhD Student, Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia; Visiting Lecturer, Bates College (Lewiston, Maine), USA.

E-mail: loginova.marina@gmail.com