

Коммодификация знаний как предиктор роста сегмента образовательных услуг сомнительного качества

Научный руководитель – Стаценко Полина Евгеньевна

Ефанова Ульяна Александровна

E-mail: efanovauliana2009@bk.ru

В условиях становления постиндустриального общества знание трансформируется из культурного и интеллектуального капитала в экономическую категорию и фактор производства[10]. Процесс коммодификации знаний предполагает их включение в рыночный оборот в качестве самостоятельного продукта, обладающего меновой стоимостью[2]. Данная трансформация выступает ключевой детерминантой формирования и расширения сегмента образовательных услуг, характеризующихся низкой смысловой и культурной ценностью.

Внутренним противоречием коммодифицированного образования является конфликт между потребительской стоимостью знания (его практической применимостью и глубиной) и его меновой стоимостью (способностью быть проданным). В традиционной парадигме приоритетом выступает развитие компетенций личности. Однако в условиях рыночной модели образовательная услуга оптимизируется под критерии ликвидности и масштабируемости. Знание становится товаром, ценность которого определяется не истинностью или методологической точностью, а спросом и маркетинговой привлекательностью. Это приводит к подмене образовательных целей коммерческими задачами, где успех измеряется объемом продаж, а не качеством усвоения материала[5].

Для эффективной реализации на массовом рынке знание подлежит обязательной стандартизации, упрощению и «упаковке». Сложные, профессиональные дисциплины требуют длительной интеграции в учебный процесс и критического осмысления, что противоречит логике быстрого потребления[9]. Вследствие этого провайдеры услуг прибегают к педагогической редукции: сложные методологии упрощаются до уровня алгоритмов и чек-листов. Такая стандартизация обеспечивает транзакционную простоту, но лишает обучающегося возможности формирования системного мышления[1]. Образовательный продукт трансформируется в симулякр знания[4], имитирующий профессиональную деятельность, но не обеспечивающий реальной квалификации.

Коммодификация неизбежно влечет за собой смещение фокуса с содержания на оболочку[6]. В условиях высокой конкуренции на рынке инфопродуктов ключевым фактором успеха становится не экспертиза автора, а эффективность маркетинговой стратегии[7]. Продвижение услуг базируется на эксплуатации психоэмоциональных триггеров, обещании быстрой социальной мобильности и создании иллюзии доступа к эксклюзивной информации. Асимметрия информации между продавцом и покупателем усиливается: аудитория не обладает инструментами для верификации качества продукта до момента потребления, а постфактум критерии оценки часто подменяются субъективным ощущением удовлетворенности от покупки[8].

Рост сегмента услуг сомнительного качества, обусловленный товаризацией знаний, ведет к негативным макроэкономическим и социальным последствиям. Происходит неэффективное распределение человеческого капитала: ресурсы направляются на приобретение символических продуктов вместо фундаментальной подготовки индивида. Это способствует воспроизводству профессиональной некомпетентности и размыванию стандартов той или иной профессии или квалификации[3]. Кроме того, закрепляется модель поведения, при которой образование воспринимается как акт потребления, а не как процесс созидания и развития.

Таким образом, коммодификация знаний выступает системной причиной деградации качества в определенном сегменте образовательных услуг. Логика рынка при капитализме требует упрощения, стандартизации и продвижения, поэтому вступает в объективное противоречие с педагогической логикой, предполагающей глубину, индивидуализацию и критическое осмысление реальности. Преодоление данных противоречий требует не только правовых мер, но и формирования у учащихся разных возрастов критического отношения к коммерциализированным предложениям, а также восстановления приоритета фундаментальных образовательных ценностей над сиюминутной выгодой и психологической разрядкой.

Источники и литература

- 1) Андриенко Е. В. Цифровизация образования в контексте решения психолого-педагогических проблем воспитания и обучения // Сибирский педагогический журнал. — 2022. — № 1. — С. 7–18.
- 2) Арпентьева М. Р., Тащева А. И., Гриднева С. В. Коммодификация образования: процессы и результаты // Профессиональное образование в современном мире. — 2019. — Т. 9, № [U+202F] 1. — С. 2406–2420.
- 3) Батуренко С. А. Социальная стратификация и неравенство в современном российском обществе : учебное пособие для вузов. — Москва : ООО «МАКС Пресс», 2017. — 136 с.
- 4) Бондаренко Н. Г., Коваленко А. А., Гурин М. В. Научное знание как высшая форма в иерархии ценностей сетевого общества // Миссия конфессий. — 2023. — Т. 12, № [U+202F] 5(70). — С. 26–30.
- 5) Левкин В. Е., Левкина А. О., Доценко Е. Л., Волосникова Л. М. Смысл образования: развитие или оказание услуг? // Образование и наука. — 2020. — Т. 22, № [U+202F] 4. — С. 9–42.
- 6) Полянкина С. Ю. Онлайн-образование: реонтологизация или деонтологизация? // Профессиональное образование в современном мире. — 2020. — Т. 10, № [U+202F] 1. — С. 3428–3437.
- 7) Попова А. А. Эффективное управление в эпоху цифрового образования: перспективы развития менеджмента и маркетинга онлайн-образования // Конкурентоспособность территорий : материалы XXVII Всероссийского экономического форума молодых учёных и студентов (Екатеринбург, 17–19 апреля 2024 года). — Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2024. — С. 55–57.
- 8) Рассказов И. А., Симцов О. В. Удовлетворённость потребителей как индикатор качества производимого образовательного продукта // Эффективные системы менеджмента — гарантии устойчивого развития. — 2016. — Т. 2, № [U+202F] 5. — С. 208–215.
- 9) Семененко И. С. Горизонты ответственного развития: от научного дискурса к политическому управлению // Полис. Политические исследования. — 2019. — № [U+202F] 3. — С. 7–26.
- 10) Фромм Э. Иметь или быть? / Пер. с нем. Э. М. Телятниковой. — М. : АСТ, 2022. — С. 48–50.