

Отечественные записки



Выпуск журнала № 4 (55) 2013

Дистанционная Coursera

Кирилл Мартынов

Дистанционное обучение не является инновацией. В СССР, в частности, этот формат народного просвещения начал активно развиваться сразу после революции, для чего существовало несколько предпосылок. Среди них — обширность страны, нехватка у вузов ресурсов, как человеческих, так и материальных, потребность нового государства в большом количестве специалистов для индустриализации, задачи, связанные с ликвидацией безграмотности, в том числе в удаленных регионах (нетрудно заметить, что сегодня мы сталкиваемся с похожими проблемами). К 1960-м годам в СССР функционировали 11 заочных университетов, помимо этого действовали заочные факультеты и отделения в различных вузах, включая МГУ. Отечественная система заочного образования отличалась низкими требованиями к студентам, отсутствием развитой академической этики и пришла в упадок еще в эпоху застоя, опередив в этом отношении прочие элементы нашей высшей школы. Начиная с 1980-х годов заочные университеты тихо доживали свой век, готовя последних дипломников. В нынешнем году закрылось заочное отделение на факультете журналистики МГУ — своего рода рудимент той эпохи. Параллельно в СССР существовали и формы дистанционного обучения, не связанного с получением диплома о высшем образовании. Однако они по очевидным причинам никогда не рассматривались как альтернатива традиционному диплому.

В последние годы мир, напротив, переживает настоящий бум дистанционных форм обучения, которые сегодня, с одной стороны, дополняют активность студентов на кампусах, а с другой — видимо, впервые в истории западного образования — становятся содержательным и концептуальным вызовом для университетов, предлагая альтернативу долгим и дорогим занятиям в высшей школе. Разумеется, это стало возможным благодаря развитию современных веб-технологий. Интернет предоставляет учащимся свободный и прямой доступ к всевозможному образовательному контенту, включая программы курсов и методические материалы, учебники и книги для чтения, лекции, записанные на видео, контрольные материалы и тесты. Кроме того, сеть позволяет ученику и учителю общаться напрямую, используя как синхронные (видеоконференции, чаты), так и асинхронные (e-mail, блоги и форумы) формы коммуникации. Наконец, полностью потенциал веб-образования раскрывается в том случае, когда параллельно с развитием учебных курсов идет формирование цифровых академических социальных сетей, объединяющих учеников и учителей в подобие реальной университетской среды. Для многих современных профессий, в первую очередь связанных с программированием и прикладной математикой, онлайн-образование способно уже сегодня эффективно заменять собой традиционное обучение в университете, по крайней мере если судить по навыкам и компетенциям, которые получают слушатели таких программ.

Первоначально веб-технологии механически использовались для создания и развития систем традиционного дистанционного обучения, агентами которого оставались университеты. Эта форма работы остается популярной и сегодня. Согласно опросам, проведенным в 2011 году, 77 % американских университетов предоставляют своим слушателям те или иные онлайн-курсы^[1]. Однако в последние десять лет наметилась устойчивая тенденция к созданию открытых образовательных площадок в сети, где университеты публикуют свои учебные материалы для всех желающих без каких-либо дальнейших обязательств для обеих сторон. Интерес публики к открытым курсам рос на фоне кризиса высшего образования, его дороговизны

и стремительного устаревания программ. Открытые курсы не вручают дипломов, не предполагают какой-либо оплаты и не предоставляют слушателям возможности общаться с преподавателями. Пионером здесь выступил Массачусетский технологический институт (MIT), который в 2002 году создал свою программу OpenCourseWare (ocw.mit.edu). Этот проект стал образцом для развития аналогичных площадок Йельским университетом, Университетом Беркли и рядом других высших учебных заведений США. OpenCourseWare выступает одновременно и в качестве филантропического проекта, направленного на популяризацию знаний, и способом рекламы и продвижения MIT в качестве мирового образовательного лидера. При этом представители MIT специально оговаривают, что не рассматривают проект как особую разновидность дистанционного обучения в университете, он лишь дает представление о том, как ведется в нем преподавание того или иного предмета. OpenCourseWare оказался весьма успешным, привлек внимание более 53 млн пользователей интернета и породил многочисленных подражателей. Но при этом главной его задачей все-таки оставалась демонстрация возможностей института, которая, надо сказать, обошлась ему недешево: подготовка одного курса к публикации стоила 10–15 тыс. долларов, а общие расходы на проект превысили 30 млн долларов ^[2].

Новейший этап в развитии веб-образования связан с появлением многопользовательских открытых онлайн-курсов (massive open online courses, MOOC) — площадок, предлагающих своим слушателям учебные программы от преподавателей различных университетов вместе с возможностью академического общения и получения официальных сертификатов после сдачи экзаменов. За последние два года здесь появились как некоммерческие проекты (edX), так и компании, ориентированные на получение прибыли (Udacity). С edX сейчас активно сотрудничает тот же MIT, администрация которого заявляет о своей озабоченности коммерциализацией онлайн-образования — то есть тем фактом, что онлайн-курсы идут по тому же пути, который несколькими десятилетиями ранее загнал в кризис традиционный университет.

Бесспорным лидером движения МООС стал проект Coursera, созданный в апреле 2012 года двумя специалистами по computer science из Стэнфордского университета, Эндрю Нгом и Дафной Коллер. Темпы развития Coursera действительно впечатляют: сегодня он предлагает своим слушателям более 400 курсов, представленных 80 университетами. Летом 2013 года проект отчитался о том, что в его участники записалось уже 4 млн человек. Разумеется, далеко не все из них являются добросовестными посетителями виртуальных аудиторий, и тем не менее эта глобальная аудитория студентов растет очень быстро. В 2012 году из первого миллиона слушателей 38,5 % представляли США, далее следовали ученики из Бразилии, Индии и Китая. На долю России приходилось 2,4 %, Украины — 1,3 % студентов^[3].

Coursera предлагает образовательные программы по многим отраслям знаний, таким как математика, медицина, биология, гуманитарные



и социальные науки. Курсы здесь не привязаны к учебному году и стартуют по мере подготовки и публикации на сайте. В январе 2013 года произошло важнейшее событие, которое грозит перерасти в настоящую революцию на рынке образовательных услуг США. Пять учебных программ проекта Coursera

получили признание Американского совета по образованию: теперь они могут приравняться к курсам, прослушанным в колледжах, и студенты могут получать за них кредиты. К ажиотажу вокруг Coursera подключаются и работодатели. Так, в частности, корпорация Yahoo! заявила о готовности финансировать получение образовательных сертификатов для своих сотрудников^[4]. Американские эксперты в сфере образования, включая представителей ведущих университетов, заняты проработкой перспектив и возможностей интеграции МООС в традиционную систему школ и колледжей^[5]. Еще одним важнейшим направлением деятельности Coursera стало развитие профессиональных навыков учителей и преподавателей — большой

раздел сайта посвящен тому, что мы назвали бы курсами повышения квалификации^[6]. Главная инновация проекта в целом состоит в получении масштабируемого способа эффективной обратной связи и контроля знаний: качественный образовательный продукт здесь подается в привычной современному человеку упаковке digital media и при этом стоит дешево.

Западная пресса соревнуется в изобретении хвалебных эпитетов в адрес Coursera и его аналогов. The New York Times назвала 2012 год годом МООС^[7]. В июле 2013 года Дафна Коллер сообщила о привлечении еще 43 млн долларов инвестиций в проект, так что, как она утверждает, курсов должно стать еще больше, а учиться — еще интереснее. Вместе с тем Coursera как коммерческий проект ищет способы извлечения прибыли из своей деятельности. Доступ ко всем материалам проекта свободный, однако за экзамен на получение сертификатов нужно заплатить от 30 до 100 долларов, что включает в себя стоимость проверки тестовых заданий и даже услуги онлайн-оверзора, который проследит за тем, чтобы вы самостоятельно выполняли свою работу. Эта сумма, разумеется, несопоставима со стоимостью традиционного высшего образования в том же Стэнфорде. Кроме того, Coursera старается выйти на рынок труда, предлагая работодателям платную информацию об академических успехах своих слушателей (то есть занимаясь тем же видом бизнеса, что и Facebook).

Отметим, что отношение к веб-образованию постепенно меняется. Хотя лишь 22 % американцев считают, что онлайн-курсы столь же полезны, как и работа в аудитории, среди тех, кто уже прослушал те или иные курсы онлайн, это число составляет уже 39 %^[8]. Здесь веб-образование, похоже, повторяет путь сервисов онлайн-знакомств. Десять лет назад респонденты в США однозначно утверждали, что знакомиться в интернете могут только компьютерные гики и неудачники, а сегодня более половины американцев считают, что поиск сексуального партнера в интернете — дело совершенно нормальное и естественное.

Исследование Джорджтауновского университета показывает, что для слушателей сертификаты об онлайн-образовании — выгодное вложение денег, причем окупаемость здесь происходит быстрее, чем в случае дипломов колледжей^[9]. Студенты, как правило, не выбирают сегодня между онлайн-обучением и традиционным дипломом о высшем образовании, а рассматривают их как взаимодополняющие факторы профессионального развития. И, тем не менее, привлекательность сертификатов растет — вместе с готовностью работодателей относиться к ним серьезно. Дешевизна и простота доступа к образовательным услугам, предлагаемым в рамках МООС, их ассоциация с преподавателями и брендами ведущих американских университетов побудило журналистов журнала Time назвать проекты вроде Coursera «Лигой плюща для народа»^[10]. Трудно понять, сколько в этом титуле иронии, а сколько — желания спровоцировать публику внимательнее присмотреться к серьезным изменениям, происходящим в сфере онлайн-образования.

Ясно, что расклад сил быстро меняется. Прежде университеты сами выступали субъектами дистанционного образования, определяя правила игры и цели для учащихся. Однако в какой-то момент интересы университетов начали расходиться с теми возможностями, которые предоставляет интернет. Университетское образование всегда было элитарным, в то время как интернет склоняется к эгалитарной модели распространения знаний. Университет ориентировался на производство однотипных, но чрезвычайно дорогих специалистов с дипломами, сам факт обладания которыми становился весомым рыночным преимуществом. Онлайн-образование ориентировано на масштабируемую практику по созданию индивидуального набора интересов, знаний и компетенций. Иными словами, теперь университетам самим приходится подстраиваться под те задачи и правила, которые определяют лидеры в сфере веб-образования. Веб-образование неожиданно становится конкурентом традиционных образовательных программ, как undergraduate, так и особенно postgraduate уровней. Многие студенты с дипломом бакалавра не видят смысла в том, чтобы платить за продолжение обучения в колледже и собираются «добирать» новые курсы по мере необходимости. Что

еще более важно, веб-образование обостряет конкуренцию между самими университетами — в новых реалиях, предполагающих существование открытых курсов, кто-то окажется в лидерах, зато другие, по всей видимости, будут обречены на вымирание.

Выделим основные черты МООС:

- открытость

Для доступа к материалам курса от слушателей требуется простая онлайн-регистрация, без привязки к каким-либо бумажным документам, кредитным картам или электронным подписям. Коммерческие открытые курсы, такие как Coursera, работают, в сущности, по модели социальных сетей, где рост числа пользователей в конечном счете приводит к успешной монетизации проекта благодаря росту микроплатежей.

- сертификаты вместо дипломов

Количество прослушанных и успешно сданных курсов на сегодняшний день не конвертируется в получение диплома о высшем образовании или его аналогов. Основатели проектов не заявляют подобных целей и в отдаленной перспективе. Диплом, таким образом, считается вещью скорее формальной и непосредственно с образованием не связанной. Ясно, что определенную роль тут играет концепция life-long education, которая теперь уже не столько теоретическая схема, сколько повседневная практика для большинства жителей развитых стран. Сколько бы дипломов вы ни получили, вам все равно придется учиться, поэтому сертификаты могут быть более разумным вложением денег и времени.

- краткость и фрагментарность курсов

МООС не предполагает понятия факультета или учебной программы. Каждый слушатель может выбирать любой набор курсов в зависимости от своих интересов и потребностей. Можно одновременно получать, например, сертификаты в сфере криптографии и античной

литературы. Средняя длина курсов, как правило, составляет 6—8 недель, что значительно короче стандартного семестра.

- ориентация на навыки и компетенции

Значительная часть деятельности МООС ориентирована не просто на распространение знаний, но на подготовку слушателей к решению конкретных профессиональных задач. Особенно это верно в отношении наиболее успешно развивающихся программ в сфере программирования и computer science. Самый популярный на сегодняшний день курс в истории Coursera был посвящен геймификации, на него записалось более 80 тысяч слушателей. Его ведет Кевин Вербх из Уортонской школы бизнеса.

- масштабируемость

Пример курса Вербха наглядно демонстрирует еще одну особенность современного онлайн-образования — его способность подстраиваться под спрос со стороны аудитории. Если на ваш курс записались десять человек, вы успешно проведете его в формате стандартного университетского факультатива с поправкой на онлайн-характер взаимодействий. Если число слушателей составит сто, тысячу или даже десять тысяч, ничего страшного. Весь вопрос в том, как вы организуете виртуальную академическую среду, позволите ли студентам общаться и помогать друг другу в ходе изучения материалов, а также в эффективности контрольных материалов. Coursera и аналоги делают так, что этот последний вопрос уже не является проблемой преподавателя.

- включенность в цифровую академическую среду

Будущее МООС связано с их социальными функциями. Если традиционное дистанционное образование предполагало лишь редкие асинхронные контакты учителя и ученика, то современные веб-технологии позволяют создавать цифровую академическую среду, моделирующую классический университет, где студенты имеют возможность обогащать собственный опыт не только за счет контактов с преподавателями, но и благодаря контактам с другими учащимися.

Развитие Coursera вполне позволяет превратить ее в этакый академический Facebook, служащий не для цифровых развлечений и знакомств, а для создания студенческих ассоциаций и клубов. Разве что виртуального спорта пока не хватает.

- ориентация на *global classroom*

На примере МООС можно изучать процессы глобализации, характерные для сегодняшнего мира. Знание, как в сфере точных наук и ремесел, так и в отношении *liberal arts*, объявляется объективным, значимым в любой точке мира, способным преодолевать национальные и культурные границы. Учиться не только математике, но и философии можно, находясь в любой точке мира, для этого достаточно, как правило, лишь базовых навыков владения английским языком и доступа в интернет. Дафна Коллер называет это состояние глобальной аудиторией (*global classroom*)^[11]. В этом отношении онлайн-образование работает по тем же маркетинговым законам, которые Крис Андерсон описал в своей знаменитой книге «Длинный хвост»^[12]: если ваши клиенты — это весь мир сразу, то вы сможете с выгодой продавать даже те товары, которые никогда не окупились бы в местной лавке.

Можно заметить, что университеты играют противоречивую роль в развитии МООС. С одной стороны, если судить по опыту Coursera, именно университеты остаются основными провайдерами учебных программ и заодно гарантом качества предоставляемых услуг. С другой стороны, университеты уже сегодня делятся не только на дорогие и скромные, престижные и малоизвестные, но и на те, которые принимают участие в создании открытых образовательных проектов, и прочие, остающиеся в стороне. Собственно, активность университетов в рамках МООС в определенной степени превращает их в нечто совершенно новое — скорее в бренд, имеющий определенный символический капитал в сети. Высшие учебные заведения, какими мы их знали, должны иметь кампус, набор штатных преподавателей и живых студентов, присутствующих в одно время и в одном месте, но главное — в духе современных теорий об образовании как рыночной услуге — они представляли собой бизнес по производству уникального

товара, дипломов. Университеты, предлагающие неограниченному кругу лиц получать доступ к своим знаниям и предлагающие на глобальном рынке дешевые образовательные сертификаты, очевидно превращаются в нечто иное. И, конечно, тривиальное наблюдение будет состоять здесь в том, что доступ любого человека к образовательным программам любого университета совершенно меняет рынок образования в целом.

Процесс интеграции традиционного университетского образования и МООС, который мы переживаем сегодня, можно описать как *медиафикацию университета*. Университет, по-прежнему ориентированный на производство качественных дипломов, вынужден становиться глобальным игроком и представлять свои продукты на открытых площадках. Университет не просто должен предоставлять потенциальным студентам широкий спектр информации о своей работе, не просто быть открытым, он должен буквально пускать слушателей со всего мира в свои аудитории. В этом смысле университет превращается в медийную корпорацию, лекции — в новости, сайты университетов и проектов в стиле Coursera — в новые академические social media. Подписаться на курс для слушателя — все равно что поставить «лайк» в Facebook и требует сегодня не больше усилий. Университет вынужден выступать в несвойственной для него роли, бороться за внимание студента, который уже мало чем отличается от потребителей любой другой информационной продукции.

О кризисе традиционных медиа и будущем медийных систем сейчас говорится очень много — ничуть не меньше, чем о кризисе университета. Исходя из сегодняшних тенденций мы можем прогнозировать нарастающую поляризацию медиа: выживут только самые крупные игроки, претендующие на вещание и информационное присутствие в масштабах всего мира, а также множество небольших нишевых проектов, нацеленных на свою уникальную аудиторию. К первым, например, относится американский телеканал ABC в составе Walt Disney Corporation, ко вторым — региональные или отраслевые веб-сайты с числом подписчиков в несколько тысяч человек. Основной удар со стороны технологического прогресса, таким образом, примут на себя средние медиа, которые в классическую для отрасли эпоху

составляли ее основу — например, городские газеты или радиостанции. Большие игроки будут брать свое за счет масштабов аудитории, малые — за счет уникальности продукта, который они предлагают, и скромных издержек. Средние не могут похвастаться ни тем ни другим: они относительно дороги, взаимозаменяемы и не обладают достаточными ресурсами для того, чтобы играть по-крупному.

Аналогичные выводы можно сделать и в отношении университетов, превратившихся



в своеобразные образовательные медиа. Крупные, престижные, хорошо известные на рынке университеты будут главными выгодоприобретателями от развития МООС. Минимальные затраты на развитие подобных проектов позволят им усилить собственные позиции на рынке глобальных образовательных услуг, привлечь новых абитуриентов, новые кадры и новых спонсоров. Именно поэтому в авангарде движения вокруг Coursera и его аналогов находятся сегодня ведущие американские университеты, которые вроде бы и так не нуждаются в рекламе (Стэнфорд, Йель, Принстон). Подобных оценок придерживаются и сами основатели МООС-проектов. В частности, Дэвид Стэвенс, владелец Udacity, уверен, что беспокоиться не придется разве что 50 ведущим американским университетам («происходящее на их кампусах похоже на настоящее чудо, и если вы можете себе позволить жить внутри этого пузыря, это прекрасно»^[13]). Но в США сегодня насчитывается примерно 4400 высших учебных заведений, многие из которых не могут похвастаться ни высокими стандартами обучения, ни талантливыми студентами, ни престижными дипломами. Что будет с ними? И — что более важно для нас — что будет с российскими вузами-середняками?

Для слушателей со всего мира возможность общаться с преподавателями и исследователями из ведущих университетов и получать знания из первых рук является бесценной. Очень скоро появляется вопрос: что лучше, получать диплом местного или даже национального университета, которому затем вряд ли найдется применение (соображения вроде отсрочки от армии в данном случае не в счет), либо слушать курсы в Принстоне. Что лучше: тратить 4—6 лет на скучных лекциях в институте по месту жительства или тем более в филиале какого-нибудь столичного вуза, либо получить набор онлайн-сертификатов, например по математическому моделированию, и искать работу на глобальном рынке труда? Глобальное образование, даже в таком урезанном виде, в котором оно существует сегодня, — это уже серьезный шаг к миру глобальных возможностей. И точно так же, как в случае рынка медиа, на образовательном рынке под ударом оказываются средние вузы — те, что не способны к глобальной конкуренции и при этом не занимают никакой особой специфической ниши. Понятно, что образование в целом более консервативно, так что все эти тенденции будут заявлять о себе мягче. Но некоторые последствия развитие онлайн-образования должны стать ощутимыми уже в ближайшие годы. Ясно, например, что первыми их ощутят вузы, готовящие тех же программистов: такие учебные заведения должны быть просто экстраординарно хороши, чтобы привлечь к себе абитуриентов, не имея при этом глобальных амбиций. И дело, конечно, не только в программистах. Гуманитарные магистерские программы, например, во многом ориентированы на людей, желающих заняться самообразованием и расширением собственного кругозора. Этим людям, по крайней мере если им не нужны «корочки», также гораздо проще будет отправиться на сайт очередного проекта в сфере онлайн-образования, чем идти учиться, например, в средний российский вуз. Относительно спокойно будут чувствовать себя организации, предлагающие нечто уникальное, например, художественные училища или вузы, ориентированные на работу в регионах с особым культурным статусом (Северный Кавказ, к примеру).

Университеты находятся сегодня в двусмысленном положении. Многие из них предпочитают не замечать, что мир изменился и что ребенок из подмосковного Зеленограда может не мечтать о поступлении в МГУ, а уже к моменту окончания школы взять несколько курсов онлайн, понять, насколько ему подходят те или иные сферы знания, а заодно начать участвовать в реальных рабочих проектах. Да, скорее всего, он при этом постарается поступить и в МГУ, но при этом будет постоянно сравнивать увиденное там с той информацией и теми практиками, которые были усвоены им при работе в сети. Его преподавателям придется отвечать на вопрос, чем они лучше образовательного ролика, который можно увидеть на YouTube. И в той мере, в которой занятия в реальном университете буду скучными, затянутыми, бесполезными, а учебные программы устаревшими, это «классическое» обучение все больше будет превращаться в стремление поскорее получить формальный диплом о высшем образовании и отделаться от этого морока. Людям теперь просто есть с чем сравнивать. В контексте американского высшего образования медиафикация принимает еще более конкретные формы: здесь непомерная стоимость обучения сочетается с давно сложившимся убеждением, что выпускник университета не умеет ничего, если не считать навыков, связанных с прохождением тестов. Высшее образование загоняет вас в долги, да еще и является при этом пустой тратой времени. Исключением, опять же, остаются самые престижные вузы, ассоциироваться с которыми в новом всепроникающем медийном пространстве крайне выгодно. Так что если вы не учились в Стэнфорде, можете хотя бы предъявить несколько сертификатов оттуда, полученных на Coursera. Ясно, что менее известным колледжам ответить на этот вызов будет, скорее всего, просто нечем.

Идеологи МООС понимают, что университеты сегодня больше нуждаются в их услугах, чем онлайн-площадки в университетах. Coursera вообще грозит превратиться в монополиста на рынке открытого веб-образования, и уже сегодня в эту структуру выстраивается очередь из высших учебных заведений по всему миру, желающих получить статус партнера. В российском контексте, например, сейчас очень любопытно наблюдать за тем, какой из наших

вузов первым представит свои программы на Coursera и тем самым откроет там русскоязычный раздел. Можно делать ставки.

Как уже говорилось, конкуренция-интеграция с МООС развивается на фоне известных проблем университета. Он плохо подходит для современного мира и экономики, где знания устаревают почти мгновенно, стоимость образовательных услуг в нем слишком высока, а стремление к повышению эффективности работы университетов, перманентное состояние «реформы», свойственное им, оборачиваются бюрократическим гнетом в отношении преподавателей и подавлением традиционных академических свобод. В этом контексте набирает популярность идея бегства из академического мира и выстраивания параллельных официозу образовательных структур: независимых конференций, мастер-классов, «вольных» или «уличных» университетов, онлайн-образовательных программ. Многие молодые российские преподаватели не видят никаких перспектив или бонусов в бесконечной борьбе с ветряными мельницами Минобра или родной вузовской бюрократией и открыто провозглашают приоритет этого неофициального, чуть ли не андеграундного просвещения.

Вполне можно представить, что МООС постепенно избавятся от необходимости ассоциироваться с теми или иными образовательными институтами и станут напрямую работать с личными брендами преподавателей. Для последних это будет означать возможность работать напрямую с глобальной аудиторией, освободиться от диктата бюрократов и контроля со стороны администрации и, по крайней мере потенциально, получать более высокую заработную плату. При этом, разумеется, такая эмансипация академического духа будет на практике означать и ужесточение требований к качеству образования, и рост конкуренции между преподавателями. В прежние времена профессор, читавший неинтересный и устаревший курс, мало чем рисковал. В случае открытого проекта, рассчитанного на глобальную аудиторию, такие вещи будут выбраковываться мгновенно.

Наступление МООС вообще хорошо накладывается на многочисленные рассуждения о смерти индустриальных стандартов

массового образования, характерного для XX века, и переходу к новым академическим практикам, нацеленным на раскрытие индивидуального творческого потенциала человека. Главным проповедником этого перехода является звезда сайта TED Кен Робинсон, идеи которого сегодня активно дискутируются во всем мире^[14]. Другие авторы находят истоки сегодняшнего положения вещей в прошлом и рассуждают о возрождении роли тьюторства^[15].

В нынешнем мире университеты больше не являются единственным источником качественных знаний. Для того чтобы ощутить дух MIT, уже не нужно отправляться в путешествие в Бостон, достаточно доступа к интернету, некоторых навыков самоконтроля и воображения. Университетам придется искать свое место в этом изменившемся мире и предлагать образовательные продукты, способные конкурировать в нем. Мы можем наблюдать, как в течение последних лет американские и некоторые европейские учебные заведения ищут свою стратегию в решении этого вопроса.

Россия сегодня остается в стороне от перечисленных тенденций, что свидетельствует об отставании и даже провинциализации отечественного рынка образовательных услуг. На Coursera.org нет предложений от российских университетов (хотя представлены программы из Германии, Италии и Китая). Нет и полноценных открытых образовательных площадок, созданных в России по образцу OpenCourseWare. Очевидно, что большинство российских вузов по объективным причинам сегодня не рассматривают себя как игрока на глобальном рынке образовательных услуг, а скорее озабочены выживанием в условиях падения внутреннего спроса со стороны студентов. Однако и гигантский рынок русскоязычного онлайн-образования остается сегодня пустующим, причем ведущие отечественные игроки не демонстрируют заметной активности на нем. С точки зрения нынешней конъюнктуры это объяснимо: качественное образование на русском языке способны представить не так много университетов, которые в большинстве случаев не испытывают трудностей с набором студентов на традиционные очные отделения и не видят необходимости инвестировать в современные онлайн-овые

проекты. Однако в перспективе 5—10 лет это означает, что Россия будет входить в global classroom в качестве всего лишь отстающего ученика, но никак не представителя администрации школы и уж тем более не члена совета директоров. В уже начавшемся процессе медиафикации университета у нас остается единственная роль: региональных реселлеров, потребителями услуг которых становятся люди, не сумевшие встроиться в новое глобальное образование. Заканчивать этим грустным выводом вовсе не хочется, особенно если учесть, что потенциал современного онлайн-образования начал раскрываться в мире лишь в последние два года. Поэтому предположим следующее: российский университет или группа университетов, которые первыми предложат высококлассные открытые курсы на русском языке, обеспечат себе на ближайшие годы выживание и лидерство на отечественном рынке образования, привлекая внимание школьников, студентов, преподавателей и инвесторов.

[1] *Parker, K., Lenhart, A., Moore, K. The Digital Revolution and Higher Education* (<http://pewinternet.org/Reports/2011/College-presidents/Report/Part-1.aspx>).

[2] *D'Oliveira, C., Carson, S., James, K., Lazarus, J. MIT OpenCourseWare: Unlocking Knowledge, Empowering Minds» // Science. 30 July 2010: Vol. 329. No. 5991. Pp. 525—526* (<http://www.sciencemag.org/content/329/5991/525.full>).

[3] <http://blog.coursera.org/post/29062736760/coursera-hits-1-million-studen...>

[4] <http://blog.coursera.org/post/53374336556/yahoo-sponsors-employees-to-ea...>

[5] <http://blog.coursera.org/post/51696469860/10-us-state-university-systems...>

- [6] <http://blog.coursera.org/post/49331574337/coursera-announces-professiona...>
- [7] <http://www.nytimes.com/2012/11/04/education/edlife/massive-open-online-c...>
- [8] <http://pewinternet.org/Reports/2011/College-presidents/Report/Part-1.aspx>
- [9] <http://cew.georgetown.edu/certificates/>
- [10] <http://nation.time.com/2012/10/18/college-is-dead-long-live-college/>
- [11] http://edition.cnn.com/2013/06/21/business/opinion-koller-education-petersburg-forum/?hpt=hp_c5
- [12] *Андерсон К. Длинный хвост. Эффективная модель бизнеса в Интернете. М., 2012.*
- [13] <http://nation.time.com/2012/10/18/college-is-dead-long-live-college/5/>
- [14] *Робинсон, К. Призвание. Как найти то, для чего вы созданы, и жить в своей стихии. М., 2010.*
- [15] [Гордон, Э., Морган, Р., Омелли, Ч., Понтиселл, Дж.](#) Революция в тьюторстве. М., 2011.