

Образование

Российско-китайский рынок образовательных услуг как площадка для установления долгосрочных деловых связей

© 2017

К.А. Любская

Статья посвящена анализу экономических аспектов российско-китайского сотрудничества в сфере образования. Автором сделан краткий обзор истории вопроса, рассмотрена современная ситуация в образовательном партнерстве, обозначены ключевые экономические эффекты (прямые и косвенные) кооперации России и Китая в области образования. В статье также рассмотрены особенности неформальных деловых связей, устанавливаемых во время учебы, значение таких связей для получения обоюдной выгоды в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: китаеведение, интернационализация образования, экономика образования, деловые связи.

Образованность — качество, которое традиционно высоко ценится в русской и китайской культурах, а просвещение — сфера многовекового сотрудничества двух стран. В XVII в. взаимодействие в области духовного образования стало одним из первых шагов в направлении развития партнерства между Россией и Китаем¹. В XX в. реорганизация системы обучения в КНР проходила в теснейшем взаимодействии с образовательными учреждениями СССР². В наши дни руководители России и Китая вновь уделяют значительное внимание кооперации при подготовке кадров — теперь уже не только как социально значимой деятельности, но и как мощнейшему потенциалу развития национальных экономик.

В течение последних десятилетий наши страны активно перенимают западный подход к образованию, основанный на теории человеческого капитала. Данная теория зародилась в США, где высшее образование являлось полностью платным, что потребовало анализа соотношения вложений и потенциальных доходов при выборе программ обучения. Разработки таких специалистов, как Дж. Минцер³, Т. Шульц⁴, Г. Беккер⁵, Дж. Кендрик⁶ и др., создали методологическую базу для появления отдельной отрасли науки — экономики образования. Образование было признано отраслью народного хозяйства, где действуют основные экономические законы и где главным продуктом считается образовательная услуга. Одной из важнейших задач науки является оценка рентабельности вло-

Любская Ксения Алексеевна, аспирант ИДВ РАН, преподаватель в школе китайского языка «Вокей». E-mail: lubskaya@mail.ru.

жений в образовательные услуги, то есть отдачи от образования. Современные исследования позволяют просчитать отдачу на уровне государства, региона, образовательного учреждения и отдельной личности.

Следует отметить, что экономика образования — совсем юная наука, в которой еще много нерешенных проблем. К примеру, неясно, является ли образование производительной или непроизводительной отраслью; как классифицировать образовательную услугу; какие изменения претерпевают экономические законы в этой сфере и т.д. У теории человеческого капитала много противников. Здесь мы не ставим задачу приводить аргументы в пользу ее истинности или ошибочности, отметим лишь, что, несмотря на все ее недостатки, Россия и Китай ориентируются на западные тенденции при разработке политики в сфере просвещения. К примеру, Закон «Об образовании» РФ не дает прямого определения понятия «образовательная услуга», однако использует этот термин и идеологию обучения в описании процесса предоставления услуг⁷.

Учитывая тенденции последнего десятилетия: интернационализацию образования, его непрерывность, интеллектуализацию экономики, переход к дистанционному обучению, наши страны рассматривают образованность уже не только как ресурс работника, но как обязательное требование рынка и важное условие развития народного хозяйства. В этой ситуации Россия и Китай, формируя политику взаимодействия в гуманитарной сфере, должны исходить из принципа рациональности и рентабельности.

Китайские эксперты признают недостаточную конкурентоспособность своих вузов⁸. В связи с этим страна взяла курс на импорт образовательных услуг из-за рубежа, отправляя за границу наибольшую долю общемирового количества учебных мигрантов — 14%⁹. За последние 15 лет число поступающих в российские вузы китайских студентов увеличилось втрое. При этом важнейшим стимулом учебной мобильности является поддержка руководства КНР¹⁰, которое, поощряя обучение в РФ, исходит из потребностей рынка труда. Во-первых, главное место среди специальностей, получаемых китайцами в России, теперь занимает не русский язык, а экономика, финансы и менеджмент, считающиеся более востребованными. Во-вторых, китайские специалисты отмечают стабильность развития российско-китайских отношений — заявлено о плане увеличения товарооборота между нашими странами до 200 млрд долл. к 2020 г. Соответственно, спрос на экономистов и юристов, владеющих русским языком и знакомых с практикой российского делопроизводства, стабильно растет. Таким образом, в отношении интернационализации образования в целом и образовательного сотрудничества с Россией в частности, китайская сторона руководствуется четко определенными национальными интересами.

К сожалению, с российской стороны пока не наблюдается столь же осмысленной политики в данной сфере. Такие эксперты, как А.Г. Ларин¹¹, В.Г. Гельбрас¹², Н.Е. Боревская¹³ указывают, что из-за отсутствия четкой государственной стратегии экспорта образовательных услуг в КНР Россия не реализует значительную часть потенциала образовательного сотрудничества. Действительно, хотя прирост численности студентов из КНР обеспечивает экономике нашей страны краткосрочную выгоду от притока средств (главным образом, это расходы студентов на обучение и на текущее потребление), однако в долгосрочной перспективе упускаются значительные возможности.

Оценивая экономическую эффективность образовательной деятельности для государства, различают прямые и косвенные (внешние) эффекты¹⁴. Прямые эффекты — это вклад от осуществления образовательной деятельности в ВВП страны. К косвенным эффектам относят воздействие образования на иные хозяйственные и социальные процессы. Оценить их в количественном выражении крайне сложно, во многом из-за отсутствия их полного перечня. Одна из попыток систематизации была предпринята С. Градиловским, предложившим свой список из восьми положительных и пяти отрицательных эффектов отдачи от образовательной миграции. В качестве важного положительного внешнего эффекта были выделены «множественные эффекты возвращения»¹⁵.

Этот термин обозначает использование налаженных в стране обучения связей на последующем месте работы в своей стране. Студент, проходящий обучение за границей в течение одного-двух семестров, вливается в широкую социальную сеть университета и налаживает контакты с другими учениками, преподавателями, а за стенами университета и с жителями страны пребывания. Если по возвращении на родину бывший студент трудоустроится по специальности, по которой он проходил обучение за рубежом, велика вероятность, что он будет пользоваться установленными контактами. В таком случае его личные связи станут ресурсом компании и, следовательно, фактором ее конкурентоспособности.

Принцип использования связей для облегчения ведения бизнеса присущ многим деловым культурам. Однако в странах универсалистских и партикуляристских деловых культур (по классификации Ф. Тромпенаарса¹⁶) эти связи, во-первых, принадлежат разным субъектам, а во-вторых, неодинаково ценятся. В странах Запада (универсалистских) связи принадлежат компаниям, поддерживаются в основном за счет рабочих отношений, а деловая и личная сферы четко разграничены. В партикуляристских же культурах семейные, дружеские отношения легко проникают в рабочую среду. Считается, что связи принадлежат не фирмам, а личностям, а способ их поддержания отнюдь не ограничивается оказанием деловых услуг.

Россия и Китай относятся к партикуляристским странам, а значит, несмотря на процессы глобализации и формализации, стереотип опоры на социальные связи все еще реализуется в обеих деловых культурах. Ученые указывают на общие корни этого феномена и на схожие этапы исторического развития, которые способствовали его закреплению¹⁷. Отмечается, что культуры обеих стран — православная и конфуцианская — традиционно ценили коллективизм, семейственность и иерархичность. XX век, принеший России и Китаю крушение монархии и насадивший тяжеловесную бюрократическую систему, заставил граждан создать «неофициальную экономику», дающую доступ к благам, закрытым для большей части общества. XXI век в наших государствах характеризуется недостаточно определенными правами собственности, несовершенством законодательно-правового обеспечения и институциональной неустойчивостью, что вынуждает обращаться к неформальным связям как гарантирующим стабильность¹⁸. И хотя глобализация и развитие технологий привнесли в наши практики западные формальные подходы к ведению бизнеса, они же облегчили процесс установления и поддержания связей — теперь и за рубежом.

Однако говорить о тождественности связей, пронизывающих деловые сообщества России и Китая, неверно. Деловые отношения в Китае имеют свои особенности. Как в англоязычной, так и в русскоязычной литературе обычно используют китайский термин *гуаньси*, хотя дословно *гуаньси* означает «связи», «отношения», это понятие оставляют без перевода во избежание аналогий с привычным для нас культурным феноменом.

Во-первых, уникальность концепции *гуаньси* заключается в том, что они базируются не только на симпатии, но и взаимных обязательствах¹⁹. *Гуаньси* существуют при состоянии дисбаланса, когда между двумя узелками социальной сети есть неуплаченный долг, или услуга, оставленная без ответа, или подарок, меньший по стоимости, чем ответный подарок и т.п. Таким образом, члены общества находятся во взаимной зависимости, в долгу друг у друга. Важно, что чувство долга не вызывает дискомфорта (ср. рус.: «Долг платежом красен»), и оказание ответной услуги может быть отсрочено на многие годы или даже на поколения. Во-вторых, *гуаньси* подразумевают обмен услугами не только между знакомыми, но и знакомыми знакомых. Протекция — явление для китайского бизнеса совершенно естественное и не считающееся аморальным²⁰.

Ученые отмечают тот факт, что характер отношений, стереотипы поведения и получаемые выгоды меняются в зависимости от типа *гуаньси*²¹. К настоящему времени единая типология еще не выработана. Общим посылом всех исследований этой те-

мы является идея о человеке как о центре, от которого расходятся кругами *гуаньси* в зависимости от их близости к нему — к примеру, семья, друзья, коллеги и т.д. Однако грань между некоторыми схожими типами (например, одноклассники и однокурсники) часто слишком тонка. Значительные трудности вызывает также классификация незнакомцев — часть исследователей полагает, что *гуаньси* связывают всех соотечественников, и даже если два земляка еще не знакомы лично, они уже имеют некий нулевой уровень отношений²². Другие ученые возражают, что при отсутствии опыта общения *гуаньси* еще не существуют²³.

Одной из наиболее удачных представляется классификация Чжан И и Чжан Цыгана²⁴, предложивших систематизацию *гуаньси* не по степени близости, а по функциям — на обязывающие, реципрокные и утилитарные. Обязывающие — это самые крепкие связи, чаще всего семейные, характеризующиеся высокой степенью доверия, привязанности и чувством взаимных обязательств. Ключевым здесь является понятие верности, которое поддерживает эти отношения на протяжении всей жизни. Реципрокные *гуаньси* связывают людей, прошедших через некий общий опыт — совместной учебы, дружбы, службы и т.д. Соединенные этими узами люди хорошо знают друг друга, их отношения неформальны. А вот утилитарные *гуаньси* — самая масштабная группа — может включать и едва знакомых людей. Отношения этого типа ставят своей целью получение выгоды и чаще всего привлекаются в рабочей обстановке. Они могут состоять всего из одной операции, причем услуга может быть оплачена не только ответной услугой, но и просто деньгами. Именно этот тип *гуаньси* является социальным инструментом коррупции.

Итак, утилитарные *гуаньси* пронизывают все деловое сообщество Китая. Они дают работнику, а значит, фирме, ряд преимуществ, которые можно разделить на две группы: доступ к ресурсам и получение протекции. Во-первых, связывая фирмы с представителями власти, они облегчают получение лицензий, прав собственности, земли. Соединяя фирмы друг с другом, они предоставляют доступ к квалифицированному персоналу, ключевым поставщикам, займам под более низкие проценты, конфиденциальной информации, поддержке некачественной продукции и т.д. Во-вторых, связи обеспечивают защиту или облегчают ситуацию, когда их носитель столкнулся с внешними угрозами, например, судебными разбирательствами, компенсациями потребителям, резким увеличением налогов и т.д. Жизненно необходимы *гуаньси* фирмам-новичкам, которым они на первом этапе заменяют опыт и компетентность, предоставляя каналы сбыта.

Таким образом, начиная деятельность на китайском рынке труда, молодые специалисты нацелены на привлечение правильных *гуаньси*. В этом случае увеличение академической мобильности из Китая в Россию превращается не только в источник дохода от торговли образовательными услугами. Учебная обстановка — традиционная среда для завязывания реципрокных и утилитарных *гуаньси*, и российский рынок образования может стать базой для налаживания долгосрочных контактов. Согласно опросам, большая часть китайских студентов, обучающихся в российских вузах, планирует вернуться на родину после окончания обучения²⁵. Трудоустроившись, они обеспечат российской стороне тот самый «эффект возвращения». Связи между бывшими студентами могут послужить сцеплению экономического сотрудничества на институциональном и региональном уровнях. Кроме того, вчерашние студенты, обзаведясь друзьями в России, являются трансляторами русской культуры для своих *гуаньси* в Китае. Однако все эти преимущества будут доступны для российской стороны только если китайские студенты успешно вольются в социальную сеть местного вуза.

Изучением учебных мигрантов из КНР в России в последние годы активно занимаются как отечественные, так и китайские специалисты. Все они единодушны в том, что китайские студенты испытывают большие проблемы с социальной адаптацией, причем иногда эти проблемы носят парадоксальный характер.

Социологи Л. Томас и А. Скотт²⁶, изучавшие интеграцию первокурсников-иностранцев в социальную сеть университета, доказали, что наиболее удачно адаптация проходит на подготовительных курсах, стажировках и иных подобных программах, нацеленных исключительно на иностранцев. Психологически адаптироваться в мультикультурной среде для студента легче; и, хотя очевидно, что на таких программах нет возможности установления *гуаньси* с гражданами принимающей стороны, такие курсы могут служить трамплином для последующей адаптации студента. Однако, как показали исследования А.Л. Арефьева, лишь 2% студентов из Китая учатся по таким программам²⁷. Основная же площадка обучения граждан КНР — вузы, где 54% групп смешанные — состоят из русских и иностранцев. Казалось бы, это благоприятная среда для установления *гуаньси*, притом, что ни один из опрошенных не чувствовал к себе враждебного отношения принимающей стороны. Согласно данным ВЦИОМ, большинство россиян считают Китай главным партнером и другом России. Однако при этом исследования демонстрируют значительную замкнутость — инклюзивность — китайских студентов. С русскими однокурсниками они общаются зачастую лишь на бытовом уровне, необходимом для решения повседневных рабочих задач; друзей среди русских имеют лишь 7% опрошенных. Большинство студентов делят комнату в общежитии со своими соотечественниками и свободное время проводят в основном с ними же. Таким образом, почти половина студентов из Китая, находясь ежедневно в русскоязычной среде, вполне успешно отгораживается от нее. Другая же половина (43% студентов) учится исключительно в китайских группах. Очевидно, что в таких условиях сложно говорить об установлении долгосрочных дружеских связей с россиянами.

Основными причинами такой изолированности социологи называют языковой барьер, различия в речевом поведении и неадаптированную программу обучения. Проблема недостаточного освоения русского языка лидирует, несмотря на то, что лингвистика является одним из главных направлений подготовки китайских специалистов в России. Большинство студентов могут объяснить и общаться на бытовые темы, но не способны к свободной коммуникации. Чтение и письмо по-русски дается им с большим трудом. Чувствуя несовершенство языковой подготовки, китайский студент отгораживается от русских одноклассников и таким образом лишает себя возможности улучшить навыки речи. Более того, на старших курсах студенческое сообщество уже ощущает себя частью сообщества профессионального. Но из-за языковых сложностей китайцы с трудом осваивают и специальность, что мешает формированию профессионального самосознания. В этом случае страдают как качество их профессиональной подготовки, так и способность установить *гуаньси*.

Различия в речевом поведении мешают китайскому студенту в общении не столько со сверстниками, сколько с преподавателями²⁸. В Китае, в отличие от России, преподаватель гораздо более дистанцирован. Российские преподаватели ориентируются на «дружелюбный» стиль общения с иностранными студентами, который подходит для учащихся из США, например, но не из Китая. Китайских студентов часто пугает открытость и доброжелательность, из-за которой преподаватель в их глазах теряет свой авторитет.

Наконец, китайские студенты указывают на односторонность программ, по которым им предлагается изучать русский язык²⁹. Эти программы предлагают изучение лексики, касающейся русской культуры, истории, лингвострановедения России. Однако они не дают возможности рассказать по-русски о культуре Китая. Во многом из-за этого не складывается общение китайцев с местными студентами — россияне воспринимают их, исходя из своих стереотипов о китайцах, а языковых средств для развенчания этих стереотипов у китайских студентов нет.

Все это приводит к тому, при наличии доброжелательного отношения друг к другу студенты из Китая и России живут в двух параллельных сообществах, практически

не пересекаясь. Таким образом, российская сторона в долгосрочной перспективе теряет значительные возможности по укреплению сотрудничества и партнерства в различных областях. С экономической точки зрения Россия не реализует механизм потенциального выхода на китайский рынок и получения постоянных партнеров в лице китайских фирм.

Исследователи сходятся во мнении, что пересмотр стиля и качества подготовки студентов из Китая отвечает исключительно российским интересам и должен быть произведен как можно скорее. Как представляется, он должен происходить в соответствии со стратегическими целями России в отношении экспорта образовательных услуг и учитывать особенности культуры и менталитета учащихся из КНР.

1. *Пономарев М.А.* Сотрудничество России и Китая в культурной, образовательной и научной сферах // Вестник Воронежского государственного университета. Сер.: Экономика и управление. 2009. № 2. С. 118.
2. *Карнаух Н.В.* Россия и Китай: исторические аспекты сотрудничества в области высшего образования / Н.В. Карнаух, Ху Мин // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Сер.: Педагогика, психология. 2011. № 2. С. 234–237.
3. *Mincer J.* Schooling, Experience and Earnings. N.Y., 1974.
4. *Schultz T.W.* Investment in Education: Equity-Efficiency Quandary. Chicago, 1972.
5. *Беккер Г.С.* Человеческое поведение: экономический подход. М.: ГУ ВШЭ, 2003.
6. *Kendrick J. W.* Productivity Trends in the United States. Princeton, 1961.
7. Федеральный закон «Об образовании» от 10.07.1992 г. № 3266–1(ред. от 01.12.2007, с изм. и доп., вступающими в силу с 01.01.2008).
8. *Васильева Е.* Образовательные обмены в сотрудничестве высших школ России и Китая / Ежеквартальная студенческая научная конференция «Международные гуманитарные связи» 02.03.2015. URL: <http://mgs.org.ru> (дата обращения: 05.07.2015).
9. Китай занял первое место в мире по числу отправляющихся ежегодно на учебу за границу граждан // Жэньминь жибао онлайн. 18.09.2012. URL: <http://russian.people.com.cn> (дата обращения: 02.07.2015).
10. *Арефьев А.Л.* Китайские студенты в России // Высшее образование в России. 2010. № 12. С. 54–66.
11. *Ларин В.Л.* Российско-китайские отношения в региональных измерениях (80-е годы XX — начало XXI в.). М.: Восток-Запад, 2005.
12. *Гельбрас В.Г.* Россия и Китай в условиях глобального кризиса // Мировая экономика и международные отношения. 2011. № 11. С. 63–71.
13. *Боревская Н. Е.* КНР: «охота за умами». Урок для России? / Российский совет по международным делам. 2012. URL: http://russiancouncil.ru/inner/?id_4=569#top (дата обращения: 02.07.2015).
14. *Книга А.С., Глазкова Т.Н., Князева О.М.* Методические подходы к оценке эффективности образовательных услуг // Ползуновский вестник, № 2/2, 2011, с. 293–297.
15. *Градировский С.Н.* К методике расчета экономической эффективности образовательной миграции. URL: <http://www.archipelag.ru/authors/gradirovsky/?library=2760>.
16. *Тромпенаарс Ф., Хэмиден-Тернер Ч.* Национально-культурные различия в контексте глобального бизнеса. Минск: «Попурри», 2004.
17. *Льюис Р.Д.* Деловые культуры в международном бизнесе. От столкновения к взаимопониманию. М.: Дело; Академия народного хозяйства при Правительстве РФ, 2001.
18. *Luo Y.D., Chen M.* Does guanxi influence firm performance? // Asia Pacific Journal of Management. 1997. Vol. 14. P. 1–16.
19. *Chen X.P., Chen C.C.* On the intricacies of the Chinese guanxi: a process model of guanxi development // Asia Pacific Journal of Management. 2004. Vol. 21. P. 305–324.
20. *Chen C.C., Chen Y.R., Xin K.* Guanxi practices and trust in management: a procedural justice perspective // Organizational Science. 2004. Vol. 15. № 2. P. 200–209.
21. *Zhang Y., Zhang Z.G.* Guanxi and organizational dynamics in China: a link between individual and organizational levels // Journal of Business Ethics. 2006. Vol. 67. P. 375–392.

22. См., например: *Hwang, E.R.* Face and Favor: the Chinese Power Game // *American Journal of Sociology*. 1987. Vol. 92 (4). P. 35–41; *Yang T.* The Effect of Guanxi on the Foreign Market Entry Process into China: The Swedish Case. Doctoral thesis. Företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet, 2010; *Chen M.* Guanxi and the Chinese art of Network Building // *New Asia Review*. 1994. Vol. 3. P. 40–43.
23. *Tsang E.W.K.* Can Guanxi be a Source of Sustained Competitive Advantage for Doing Business in China? // *Academy of Management Executive*. 1998. Vol. 12 (2). P. 64–73; *Fan Y.* Questioning Guanxi: Definition, Classification and Implications // *International Business Review*. 2002. Vol. 11. P. 543–561.
24. *Zhang Y., Zhang Z.G.* Guanxi and organizational dynamics in China: a link between individual and organizational levels. // *Journal of Business Ethics*. 2006. Vol. 67. P. 375–392.
25. *Арефьев А.Л.* Китайские студенты в России // *Высшее образование в России*. 2010. № 12. С. 54–66.
26. *Scott, L., Tomas A.* Social Network Approach to Understanding Students Integration and Persistence // *The Journal of Higher Education*. 2000. Vol. 71. № 5. P. 591–615.
27. *Арефьев А.Л.* Указ.соч.
28. *Ли Сююань.* Педагогические условия адаптации китайских студентов к обучению в российском вузе на основе ценностных ориентаций // *Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена*. 2008. № 82–2. С. 94–99.
29. *Ли Минь.* Адаптация китайских студентов к обучению в российском вузе: лингводидактические задачи // *Педагогическое образование в России*. 2011. № 1. С. 165–169.