

# Пять карм традиции преподавания

**Ключевые слова:** education, foresight, knowledge, social capital, strategic decision making, strategic management, strategic planning, trends, знание, образование, социальный капитал, стратегические решения, стратегическое планирование, стратегическое управление, тренды, форсайт

**Автор:** Федор Рагин

**Дата публикации:** 30.08.2020

**Лицензия:** © Федор Рагин. Копирование, распространение или иное использование разрешается после согласия правообладателя.

## **Как трансформируются процессы приобретения знания и социального капитала, и что это значит для провайдеров высшего и дополнительного образования.**

*(Эта статья была написана в декабре 2013 на английском языке для дискуссии в докторантуре вильнюсского ISM. Потом я перевёл её для блога ИМИСП. Некоторые картинки и таблички остались без перевода, но они понятны и так. В августе 2020 я сократил некоторые места, кое-что добавил для ясности или заменил принятыми сегодня терминами, отметив новое треугольными скобками <...>. Я ни разу не упомянул COVID-19, но он, как ускоритель проникновения технологий онлайн-коммуникации, очевидно, важен и для понимания процессов, протекающих в образовательной отрасли, и для оценки идей, изложенных в статье. ФР)*

Мое видение происходящего довольно апокалиптично: я полагаю, что в течение пяти, может быть, десяти лет мы увидим, что большинство традиционных учебных заведений сократили объемы своей деятельности или вовсе покинули отрасль, а выиграла от интернет-трансформации образования лишь небольшая их часть (<взгляд из 2013>). Я также полагаю, что уже сегодня становится понятной закономерность происходящего с каждым из участников образовательной отрасли, и только от них самих зависит, смогут ли они эту закономерность признать и воспользоваться этим знанием себе во благо.

Взглянем на мир как на рынок, где продают свои услуги провайдеры образования\*. Работодатели предъявляют спрос на каждую дисциплину, точнее, на людей, умеющих использовать знание, которое они получили, ее изучив, поскольку образование существует для того, чтобы быть примененным на практике. В то же время технология делает рабочие места все более эффективными. Установка на эффективность мотивирует работодателей искать способы снижения как общих затрат, так и перевода постоянных издержек в переменные. То есть, у работодателей имеется веская причина считать технологию инструментом замены очной деятельности сотрудников в организациях на дистанционную. Если исходить из того, что рабочие места эволюционируют в сторону большей эффективности, тогда все, что может выполняться дистанционно, будет выполняться дистанционно в организациях будущего.

Какое отношение способ применения знания на практике имеет к способу передачи этого знания? Другими словами, почему провайдеры знания должны беспокоиться из-за

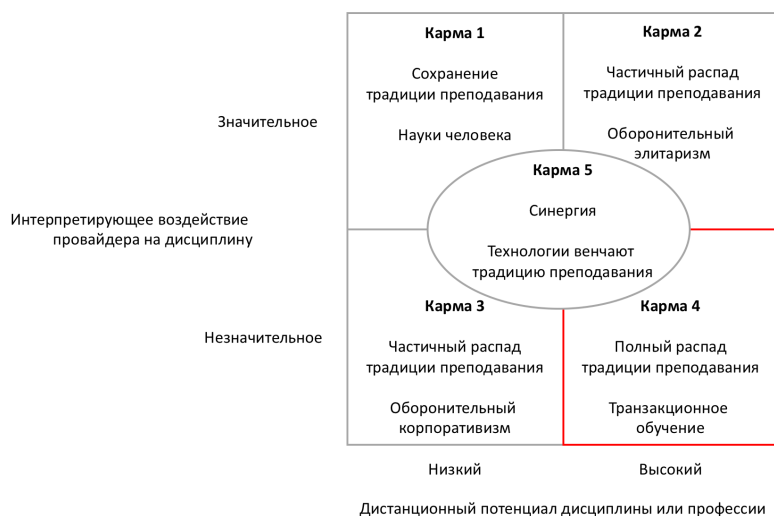
дистанционного <формата> его приложения на профессиональных рабочих местах?

Ответ – потому что дистанционная работа означает ограниченную или вовсе отсутствующую социальную активность сотрудников в организациях. То есть, социальный компонент профессии, который провайдеры образования традиционно доставляют через очное преподавание, перестает пользоваться спросом у работодателей. Социальные навыки обесцениваются, поскольку рассматриваются как избыточная квалификация и драйвер издержек. Знание, применяемое на практике дистанционно, превращается в товар, которые более не должен приобретаться в очном социальном взаимодействии в аудитории. Вместо этого, такой товар приобретается в результате заочных <онлайн-> транзакций. Это момент истины для провайдеров образования: как только знание, которому они учат, превращается из социального капитала в товар, его преподавание также должно стать дистанционным. И это означает, что все в их мире меняется: статус, роли, должности, жизни.

Что провайдеры образования могут сделать для самозащиты? Их шансы сохранить привычную им традицию преподавания или же капитализировать технологии <онлайн-обучения> напрямую связаны со зрелостью их дисциплин. Новые, наполненные полемическим материалом <области> легко поддаются интерпретации их провайдерами. Напротив, укорененные в теории, общепринятые дисциплины <практически> не допускают модификации своего содержания. Зрелые дисциплины никому не позволяют ставить *копирайт* на знание, которое содержат, и потому <интернет-площадки> в конце концов превратят их провайдеров в недифференцированную академическую рабочую силу. Другими словами, имея в портфолио интерпретируемые дисциплины, провайдер будет иметь все возможности для их «брендинга» и продажи на рынке образования в качестве собственного уникального продукта. Способ преподавания – очный или дистанционный – будет зависеть от того, очно или дистанционно эти дисциплины реализуются на рабочих местах как профессии, но в любом случае провайдер будет иметь премию за дифференциацию. И наоборот, если провайдер преподает зрелые дисциплины, технологии <онлайн-обучения>, вероятно, разрушат его мир.

Для того, чтобы понять закономерность перемен в отрасли образования, мы должны построить континуум, измерениями которого являются *интерпретирующее воздействие провайдера на дисциплину* и *дистанционный потенциал дисциплины как профессии*. В публикациях [1-2] <англ.> и [3] <рус.> я назвал его *Картой распада традиции преподавания* и предложил критерии для позиционирования отдельных дисциплин и портфелей (образовательных программ), а также привел примеры первых и вторых (слайды 2, 2а, 3, 3а). Карта выглядит так <слайд 1>:

## 1. Карта распада традиции преподавания



Федор Рагин, 2013  
Илл. к эссе «Пять карм традиции преподавания», © Федор Рагин, 2020, «Эссе и аннотации» Vera Via Strategy Consultants, <https://veraviastategy.com/five-karmas>.

Пять полей на Карте представляют пять весьма разных стратегических исходов для провайдеров образования. Рискну назвать их кармами, поскольку по своему смыслу они являются общими судьбами для тех преподавателей и образовательных учреждений, которых разворачивающаяся трансформация отрасли сводит в обособленные группы. Эти кармы – механизмы вознаграждения и возмездия за то, что провайдеры образования достигли или упустили во время своей деятельности «до <онлайн>». Познакомимся с каждой из этих пяти карм.

### Карма 1. Сохранение традиции преподавания. Науки человека

Поскольку *дистанционный потенциал дисциплины как профессии* в этом квадранте незначителен, <приобретение знания> рассматривается как <приобретение социального капитала>, который может быть эффективно использован на рабочем месте только в том случае, если профессиональное содержание дополнено «человеческими добродетелями», такими как лидерство, эмоциональный интеллект, умение работать в команде и т.д. Это область, где *networking* не просто модное слово, но реальный инструмент для получения отличной работы. Знание <как элемент социального капитала> здесь возникает в личных отношениях между преподавателями, студентами и стейкхолдерами, вовлеченными в его создание, распространение и внедрение в практику.

*Интерпретирующее воздействие провайдера на дисциплину* в квадранте K1 высоко. Это означает, что знание, получаемое слушателями ассоциируется с личностью преподавателя либо с институциональным брендом. Эта особенность открывает двери для дифференциации образовательных продуктов. Заметили ли вы, что за последние 15 лет (<1999-2013>) провайдеры управленческого образования изобрели сотни новых дисциплин в областях управления человеческими ресурсами, маркетинга, стратегии, но при этом счет инноваций в финансах и экономикс в разы меньше? Это потому, что финансы и экономикс расположены в нижней части оси интерпретирующего воздействия, и дифференцироваться на них весьма непросто. И картина прямо противоположна, например, для стратегического управления, чья позиция в верхней половине вертикальной оси. Дифференциация дисциплины стратегии проста и элегантна, так что личности и брендируемые школы наводняют рынок. В квадранте

K1 провайдер выступает единственным мерилем своей дисциплины, поэтому название «Науки человека» кажется мне вполне подходящим для этой области.

Карма 1, с одной стороны, позволяет провайдерам образования оставаться в пределах классической очной традиции преподавания, что является хорошей новостью для тех, кто отвергает мир <онлайн-образования>. С другой стороны, эта карма должна быть предостережением для тех, кто торопится реализовать онлайн-обучение: эти усилия не приведут ни к чему, так как рынок не продемонстрирует дистанционного потенциала в профессиональном применении знаний, а технологии для создания знания как социального капитала не появятся. Те провайдеры, которые примут эту карму, должны будут жить по трем главным правилам:

1. Знание это <элемент> социального капитала, который возникает в отношениях.
2. Бизнес-модели должны строиться вокруг портфолио платных онлайн-курсов.
3. Успешные провайдеры капитализируют отношения с индивидуальными и корпоративными клиентами.

## **Карма 2. Частичный распад традиции преподавания. Оборонительный элитаризм**

*Дистанционный потенциал дисциплины как профессии* в квадранте K2 высок. Выше я объяснил, что технически поставка подобного «товарного» знания также трансформируется в заочную, дистанционную. Это означает разрушение классической традиции преподавания для провайдеров образования, позиционированных в этой области.

Однако, провайдеры образования с высоким *интерпретирующим воздействием на дисциплину* и дифференцированными портфелями смогут выстроить эффективную оборону против <интернет-площадок> путем выделения элитной аудитории на целевом рынке и предложения ей комбинации бесплатных вводных онлайн-курсов и платного оффлайн-обучения. Для очных занятий в аудитории такие провайдеры сохраняют наиболее ценную часть материала, и сделают они это по праву своих преподавательских и корпоративных «родословных» - брендов. Второй и третий эшелоны провайдеров образования в квадранте K2 постепенно сократят отставание и успешно воспроизведут стратегию лидеров в собственных рыночных нишах. Для того, чтобы уравновесить превращение знания в товар, его провайдеры будут продвигать его эксклюзивность. Поскольку эксклюзивность не является убедительным аргументом для всего рынка, они будут обращать свои предложения к его высоким сегментам, где знание, которое исходит от них, может быть позиционировано как привилегия. Такой интеллектуальный маркетинг не отменит товарный характер знания в K2, но он постепенно создаст элитные группы, для которых участие в очном изучении дисциплины, обладающей высоким дистанционным потенциалом, является социальным ритуалом, чем-то вроде образовательного масонства. Такую стратегию сохранения традиции преподавания можно назвать *оборонительным элитаризмом*, что, на мой взгляд, адекватно описывает карму 2.

Три «золотых правила» для провайдеров образования, сгруппированных в квадранте K2 таковы:

1. Знание это привилегия, и оно носит транзакционный характер.
2. Бизнес-модели должны основываться на комбинации бесплатных и платных онлайн- и оффлайн-курсов.
3. Успешные провайдеры капитализируют индивидуальные и институциональные бренды и репутации.

### **Карма 3. Частичный распад традиции преподавания. Оборонительный корпоративизм**

*Дистанционный потенциал дисциплины как профессии* в левом нижнем квадранте КЗ отсутствует либо несуществен. Так же, как в К1, это означает, что практика в организациях потребует от выпускников дисциплины достаточных социальных навыков для того, чтобы они могли решать свои профессиональные задачи. Следовательно, и процесс преподавания дисциплины не будет подвергаться трансформации в дистанционный, а останется в очной аудитории.

Однако, социальные навыки, которые слушатели получают в таком очном обучении, будут отличаться от тех, что они приобретут в классе *Наук человека* (К1). То, что им достанется здесь, будет иметь характер частный, фокусированный на задачах конкретных организаций, поскольку социальный компонент дисциплин будет намеренно модифицироваться провайдерами образования для соответствия корпоративным культурам конкретных заказчиков.

Это объясняется низким *интерпретирующим воздействием провайдеров* на подобные дисциплины и их нарастающими опасениями, вызванными расширением <онлайн-обучения>. Провайдеры образования в квадранте КЗ не имеют значимой возможности для дифференциации своего материала путем добавления, например, таких эмоциональных нематериальных элементов как преподавательская харизмы или бренд учебного заведения. В таких обстоятельствах нужда дифференциации ведет их к обогащению своих дисциплин отраслевой спецификой и, более фокусированно, особенностями организаций, которые приобретают образовательные программы для развития своего персонала. Корпоративные клиенты будут вполне рационально платить провайдерам образования за знание, которое является кастомизированным в своем социальном аспекте настолько, что оно мало- или, в идеальном случае, вовсе неупотребимо в другой отрасли или за границами организации заказчика. Подобная стратегия, которую провайдеры вынуждены будут реализовывать, чтобы остаться в традиции преподавания, может быть описана как *оборонительный корпоративизм*. Это объясняет, каким образом знание из области КЗ обращается в организационный капитал с ограниченными возможностями применения. *Нетворкинг* сохраняет свою социальную ценность, но только в пределах отрасли или даже отдельной организации.

Третья карма для провайдеров образования означает сохранение ими классической традиции преподавания. Это хорошая новость для убежденных в универсальном превосходстве очной аудиторной работы преподавателей, а также для учебных заведений с ресурсами, недостаточными для выхода в сеть. И это плохо для тех, кто, находясь в поле КЗ, уже сделал стратегическую ставку на <онлайн-обучение>. Скорее всего, возврата на такие инвестиции не будет, поэтому есть смысл задуматься и, возможно, вернуться к очной преподавательской традиции (<уже поздно задумываться – ремарка из 2020>). Ключевым элементом стратегии провайдеров образования в *карме 3* является их концентрация на отношениях с корпоративными заказчиками, а не на поиске и удержании индивидуальных представителей с различных сегментов открытого рынка. Три правила для провайдеров, находящихся в квадранте КЗ, таковы:

1. Знание это <элемент> организационного капитала, и оно возникает в отношениях.
2. Бизнес-модели должны базироваться на сочетании бесплатных и платных онлайн- и оффлайн-курсов.
3. Успешные провайдеры капитализируют отношения с корпоративными клиентами.

## **Карма 4. Полный распад традиции преподавания. Транзакционное обучение**

Комбинация высокого дистанционного потенциала дисциплины как профессии и низкого интерпретирующего воздействия провайдера на дисциплину делает правый нижний квадрант Карты распада традиции преподавания естественной целью для <онлайн-площадок>. Знание, полученное при изучении дисциплин из поля К4, будет приобретаться работодателями, мотивированными на эффективное – то есть, дистанционное – его применение на рабочем месте, в нем должен будет отсутствовать удорожающий социальный компонент. В квадранте К4 знание стремительно превращается в товар. Неспособность провайдеров образования дифференцироваться посредством добавления персонального или институционального бренда и реализовать стратегию оборонительного корпоративизма усугубит проблему: они утратят все экономические основания для поддержания дорогостоящих очных программ в своих портфелях. Их рынки также будут сжиматься, и это будет происходить со скоростью развития интернет-инфраструктуры, программного обеспечения для обучения онлайн и продвинутых моделей монетизации знания. Таким образом, провайдеры из поля должны будут либо полностью перейти в онлайн-режим и конкурировать с множеством себе подобных, предлагая рынку *транзакционное обучение*, или покинуть отрасль.

Эта карма бескомпромиссна. Она предлагает своим резидентам лишь два варианта, и каждый требует от них фундаментальных изменений. Три правила существования в квадранте К4 таковы:

1. Знание это <коммодити>, и оно приобретается через транзакции.
2. Бизнес-модели должны основываться на бесплатных открытых онлайн-курсах.
3. Успешные провайдеры капитализируют не прямые источники дохода, <например>, такие как проценты от контекстной рекламы на <интернет-площадках>, где располагаются их курсы и программы.

## **Карма 5. Синергия. Технологии венчают традицию преподавания**

Если смотреть на разворачивающуюся <онлайн>-перегруппировку отрасли образования с точки зрения прогресса, то самой выигрышной областью представляется центр Карты распада традиции преподавания. Здесь, в поле К5, классическая очная работа в аудитории с дисциплинами, которые ни слишком новы и не слишком догматичны, найдет спрос работодателей на умеренное дистанционное применение знаний на рабочих местах. Это сочетание позволит провайдерам образования сохранить лучшую часть материала для очного предложения на избранных сегментах открытого и корпоративного рынка, где социальные или организационные аспекты знания имеют ценность. Одновременно, провайдеры в поле К5 смогут «дотянуться» и до рынков, которые рассматривают знание как очищенный от социальных компонентов товар. Для этого они должны будут лишь переформатировать свои дисциплины и программы так, чтобы те могли быть эффективно доставлены к целевой аудитории по <интернет>-каналам.

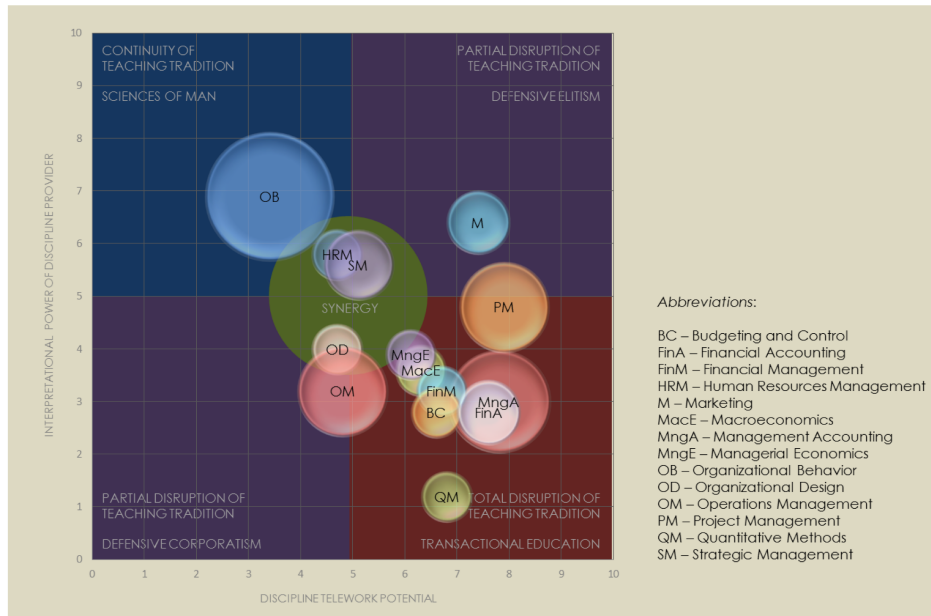
Эта карма дружественна тем провайдерам образования, чьи портфели содержат не полностью формализованные дисциплины, которые достаточно хорошо известны на рынке, чтобы позволить провайдерам минимизировать усилия и инвестиции для продвижения и, одновременно, достаточно гибки, чтобы допустить дифференциацию посредством бренда и личной харизмы. Вот три правила синергии для К5:

1. Знание может передаваться как в отношениях, так и в транзакциях.
2. Бизнес-модели могут быть основаны либо на миксе бесплатных и платных онлайн-и

оффлайн-курсов, либо приоритезировать избранную часть портфеля.

3. В зависимости от бизнес-модели, провайдеры капитализируют индивидуальные или корпоративные отношения, личные и институциональные бренды, или косвенные доходы, извлекаемые их технологий <онлайн-обучения>.

2. Мульти-дисциплинарное представление образовательного продукта отдельного провайдера.  
Классическая MBA по общему менеджменту



Fedor Ragin. Will My Samba School Go Online, Too? 2014. <http://vlearning.blogspot.com/2014/02/will-my-samba-school-go-online-too.html>.  
Илл. к эссе «Пять карм традиции преподавания», © Федор Рагин, 2020, «Эссе и аннотации» Vera Via Strategy Consultants, <https://veraviastategy.com/five-karmas>.

## 2a. Data sheet

The disciplines were scored against the criteria of *The discipline telework potential* (X axis) and *The interpretational power of the discipline provider* (Y axis). I invited instructors (business school lecturers and professors), who have taught a similar material for 5-20 years, for a quick interview to rank the 14 disciplines. I also did my own ranking for all of the disciplines. An arithmetic average of the two evaluations for each course was put in *Chart 1 data sheet*. Eventually, the components of a classical MBA scattered on the map, and those most challenged by the MOOC technology showed up in the right lower corner of the *Transactional Education*.

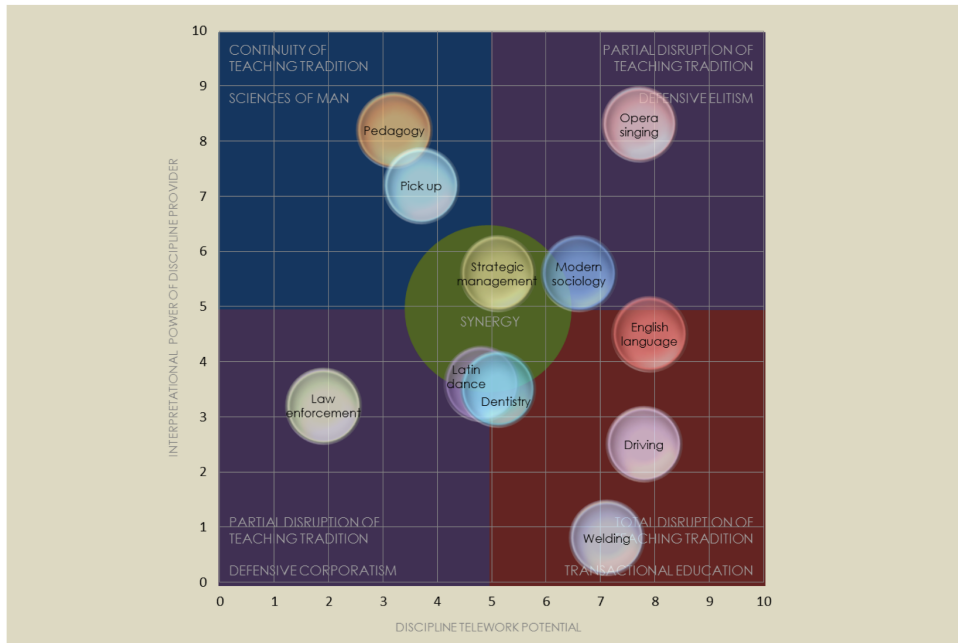
The multi-disciplinary representation of an educational product by a stand-alone provider. A classical MBA in General Management		Discipline													
		Microeconomics	Human resources management	Management accounting	Project management	Strategic management	Marketing	Organizational behavior	Organizational design	Managerial economics	Financial management	Budgeting and control	Financial accounting	Operations management	Quantitative methods
Abbreviation		MacE	HRM	MigA	PM	SM	M	OB	OD	MigE	FinM	BC	FinA	OM	QM
Hours per discipline in program		40	40	80	70	55	50	100	40	40	40	40	50	70	40
Total Y		6.3	4.7	7.8	7.9	5.1	7.4	3.4	4.7	6.1	6.7	6.6	7.6	4.8	6.8
Total Y		3.6	5.8	3	4.8	5.6	6.4	6.9	4	3.9	3.2	2.8	2.8	3.2	1.2
<b>X The discipline telework potential</b>															
1 What is the need for a practitioner, when applying the knowledge and skills he/she acquired from the discipline, to work face-to-face with colleagues, clients, suppliers and other organization stakeholders?		Insignificant or none -2	1.7		1.7							1.6	1.6	1.9	1.9
		Moderate -1			1.1	0.9	1.4			1.3	1.4				0.7
		Significant -0	0.5					0.5							
2 How does the technological progress influence the need for face-to-face work?		Decreases -2	1.6		1.9	1.9	1.6					1.6	1.6	1.9	1.9
		Has minor or no effect -1	0.7				1			1	1.4				0.9
		Increases -0						0.5							
3 What is the current presence of telework practice in industries where the knowledge and skills of the discipline are employed?		Wide -2													
		Moderate -1	0.7		1	1.4		1.1					0.8	1.2	1
		Insignificant or none -0	0.5				0.4		0.1	0.3	0.4	0.4			0.2
4 How does the technological progress influence the telework practice?		Widens -2	1.6	1.5	1.7	1.9		2			1.6	1.6	1.7	1.8	1.8
		Has minor or no effect -1					1.2		1.1	1.2					1.4
		Reduces -0													
5 What is the value of the knowledge and skills practitioners acquire from the discipline for organizational/societal sustainability?		High -2			1.5	1.6	1.6					1.5			1.6
		Moderate -1	0.7		1.5			1.3	1.2	0.9	1.3		0.9	0.8	
		Low -0													0.2
<b>Y The interpretational power of the discipline provider</b>															
1 What is the maturity of theories underlying the discipline?		None or nascent -2						1.8							
		Theories are being tested -1	0.7		0.8	0.9		0.6	1						
		Grounded and mature -0	0.2	0.5						0.3	0.2	0.1	0.1	0.2	0
2 What is the branch of sciences to which the discipline belongs?		Social -2	2	1.5	1.7	1.9	2	2	1.6	1.7	1.6	1.6	1.6	1.5	
		Formal -1	1.3												0.5
		Life and natural -0													
3 What is the rivalry of main communities (schools) which adhere to different paradigms in teaching the discipline?		Fierce -2						1.8							
		Moderate -1		1		1.1	1.3		1.1	0.6	0.5				
		Low or none -0	0.4		0.5							0.2	0.1	0.1	0.3
4 What is the societal/organizational significance of the discipline providers?		High -2													
		Medium -1	1	1.1	0.5	1	1.2	0.6	1.4		1	1	0.8	0.8	1
		Low -0								0.4					0.4
5 What is the convertibility of the discipline material to algorithms or infographics?		Low -2							1.8						
		Partial -1	0.7	1											
		Full -0			0	0.2	0.3	0.2		0.2	0.4	0.2	0.2	0.2	0.3

Fedor Ragin, Will My Samba School Go Online, Too? 2014. <http://vlearning.blogspot.com/2014/02/will-my-samba-school-go-online-too.html>.

Илл. к эссе «Пять крм традиции преподавания», © Федор Рагин, 2020, «Эссе и аннотации» Vera Via Strategy Consultants, <https://veraviastategy.com/five-karmas>.



### 3. Различные провайдеры с моно-дисциплинарным представлением портфолио



Fedor Ragin. Will My Samba School Go Online, Too? 2014. <http://ivlearning.blogspot.com/2014/02/will-my-samba-school-go-online-too.html>.  
 Илл. к эссе «Пять карм традиции преподавания», © Федор Рагин, 2020, «Эссе и аннотации» Vera Via Strategy Consultants, <https://verviastategy.com/five-karmas>.

### 3a. Data sheet

To rank the disciplines by the two criteria and locate them on the map, I interviewed 10 individual providers, whom I consider experienced and successful in their professions. The X and Y for the discipline of Strategic Management I borrowed from Chart 1: this is the only representative of management education in Chart 2, the others come from totally distinct horizontal and verticals of society. Details of the ranking can be seen in the attached data sheet.

Multiple providers with mono-disciplinary representation of portfolios		Discipline										
		Strategic management	Modern sociology	English language	Latin dance	Dentistry	Podology	Welding	Opera singing	Law enforcement	Driving	PGA wp
Abbreviation		SM	MS	EL	LD	D	P	W	OS	LE	D	PU
Bubble size		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Total X		5,1	6,6	7,9	4,8	5,1	3,2	7,1	7,7	1,9	7,8	3,7
Total Y		5,6	5,6	4,5	3,6	3,5	8,2	0,8	8,3	3,2	2,5	7,2
<b>X The discipline telework potential</b>												
1 What is the need for a practitioner, when applying the knowledge and skills he/she acquired from the discipline, to work face-to-face with colleagues, clients, suppliers and other organization stakeholders?		Insignificant or none -2			2	1,5			2	2		2
		Moderate -1	0,9									
		Significant -0		0,3			0,5	0			0	0,5
		Decreases -2		1,8	2	1,5	1,5		2	2		2
2 How does the technological progress influence the need for face-to-face work?		Has minor or no effect -1	1								0,5	
		Increases -0					0,4					
		Mide -2							1,5		1,5	
3 What is the current presence of telework practice in industries where the knowledge and skills of the discipline are employed?		Insignificant or none -0	0,4	1	0,5		0,3	0,2	0,2		0,2	0,2
		Widens -2		2	2	1,5			1,7	2		2
		Has minor or no effect -1	1,2				1,3	1			0,5	2
		Reduces -0										
		High -2	1,8	1,5			1,6	1,6				
		Moderate -1									0,7	
		Low -0			1,4	0			0,6	0,2		0,3
<b>Y The interpretational power of the discipline provider</b>												
1 What is the maturity of theories underlying the discipline?		None or nascent -2								1,8		1,9
		Theories are being tested -1	0,9	1			0,6	1				
		Grounded and mature -0			0,4	0,3			0,4		0,1	0,1
		Social -2	1,9	2			2	2				2
		Formal -1			1,1	2					0,5	0,5
		Life and natural -0					0,2		0			
3 What is the rivalry of main communities (schools) which adhere to different paradigms in teaching the discipline?		Moderate -1	1,3	1	1	0,5	1	1,7		1,7		1,5
		Fierce -2										
		Low or none -0							0		0,1	0
		High -2						1,8				
4 What is the societal/organizational significance of the discipline providers?		Medium -1	1,2	0,6	1,2		1,1			1,1	0,6	
		Low -0				0,2						0,1
		High -2						1,7	0,1	1,7	1,9	
		Low -0										
		Partial -1		1	0,8	0,6	0,6					
		Full -0	0,3						0,3			1,8

Fedor Ragin, Will My Samba School Go Online, Too? 2014. <http://vlearning.blogspot.com/2014/02/will-my-samba-school-go-online-too.html>  
Илл. к эссе «Пять карм традиции преподавания», © Федор Рагин, 2020, «Эссе и аннотации» Vera Via Strategy Consultants, <https://veraviastategy.com/five-karmas>.

## Выводы

В этой статье я сделал попытку <описать> процессы, меняющие структуру отрасли образования, при помощи модели, названной *Карта распада традиции преподавания*. Она построена на двух независимых переменных, которые я считаю критически важными для понимания смысла и направления происходящих изменений. Эти переменные – *интерпретирующее воздействие провайдера на дисциплину и дистанционный потенциал дисциплины как профессии*. Модель предполагает, что перегруппировка отрасли образования под воздействием технологий <онлайн-обучения> происходит в континууме, сформированном этими переменными. Модель <также предполагает>, что изменения не носят хаотического характера, а следуют определенному правилу. Модель демонстрирует пять ключевых областей. Эти области соответствуют пяти группам провайдеров, которые <формируются> в образовательной отрасли. Члены каждой из групп сталкиваются со схожими внешними и внутренними вызовами (живут по общей карме), следовательно, они могут реализовывать схожие стратегии. Понимание и учет особенностей каждой из пяти областей делают возможным формулирование этих стратегий. Таким образом, модель *Карта распада традиции преподавания* <представляет собой стратегический фреймворк для> отрасли образования.

\* Под провайдерами образования здесь подразумеваются как учебные заведения с портфелями программ, состоящими из различных дисциплин, так и преподаватели этих дисциплин.

[1] Fedor Ragin. A Patchy Vulnerability of the Teaching Tradition, 2014.  
<http://vlearning.blogspot.ru/2014/01/a-patchy-vulnerability-of-teaching.html>

[2] Fedor Ragin. Will My Samba School Go Online, Too? 2014.  
<http://vlearning.blogspot.com/2014/02/will-my-samba-school-go-online-too.html>

[3] Федор Рагин, Анастасия Сербинова. Распад традиции преподавания. Какое будущее ждет

ваш вуз? 2014. <http://www.e-xecutive.ru/knowledge/announcement/1905121/>

Постоянный линк: <https://veraviastrategy.com/five-karmas>

2020 Vera Via Strategy Consultants