

УДК 378

**Образовательное сообщество как экономическая корпорация****Щелкунов М.Д.**

Доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой общей философии, декан философского факультета Казанского государственного университета

*В условиях экономики знаний образовательное сообщество из академического объединения превращается в экономическую корпорацию, функционирующую по правилам деятельности хозяйствующего субъекта и занятую производством, трансляцией и распространением особого вида продукта – научного знания, которое может быть успешно капитализировано в человеке. Рассмотрены особенности и последствия этой трансформации, особое внимание уделено новому этосу образовательного сообщества.*

*Ключевые слова:* образовательное сообщество, менеджмент в образовании, внутривузовские отношения, этос образовательного общества, экономоцентризм.

**Корпорация по производству человеческого капитала.**

Начиная с Нового времени, научное знание рассматривалось в основном в дискурсе Истины об окружающем мире и воспринималось как абсолютная ценность, стоящая выше ценности любых других аспектов этого знания. В этом свете образовательное учреждение представляло из себя институт, выполняющий выдающуюся социальную функцию производства и распространения важнейшего общественного блага – истинного знания. Экономическая сторона функционирования образовательного учреждения сводилась к поддержанию его адекватной инфраструктуры и материальному обеспечению деятельности сотрудников.

Однако в условиях экономики знаний приоритет приобретает понятие «полезного знания», то есть знания, нацеленного на результат, приносящий быструю экономическую выгоду. Как следствие, производитель такого знания становится таким же субъектом рыночных отношений, как и производители других товаров. Образование превращается в разновидность предпринимательства со всеми вытекающими отсюда последствиями. В оборот активно вводятся термины «предпринимательский университет», «интеллектуальное предпринимательство», «академический капитализм».

Социолог Н.Е. Покровский приводит картину трансформации образовательного учреждения в

экономическую корпорацию на примере североамериканских университетов.

Университеты лишаются особого статуса и приравниваются к субъектам рыночных отношений по принципу «то, что не продается, просто не производится». Отныне университет – это не храм науки, а market place. Учащиеся выступают в роли клиентов корпорации, покупателей на рынке образовательных услуг. Огромное внимание уделяется вовлечению всех ресурсов расширения клиентуры. Торжествует принцип «Клиент всегда прав!» Построение бюджета превращается в главный рычаг управления всей образовательной структурой. Внутренний финансовый аудит превращается в повседневность. Все звенья университетского организма самоопределяются по признакам конкурентности и доходности. Структурные подразделения оцениваются по тому, каков их вклад в бренд вуза на рынке образовательных услуг. Образовательная деятельность пронизывается духом менеджизма.

Изменяется содержание учебного процесса. Ни один традиционный предмет преподавания в чистом виде студентов не устраивает. Востребованы новые образовательные продукты-гибриды, содержащие компонент бизнес-образования и менеджмента. Снижается значимость системной фундаментальности: доминирование хорошо обоснованных теорий исчезает, уступая место форматам практичес-

ких навыков и технологий с ограниченной зоной социальной ответственности [1].

Если для Запада трансформация вузов из академических структур в экономические корпорации стала нормой, которая с пониманием воспринимается как профессиональным (работники образования и науки), так и массовым сознанием, то для российского общества такая метаморфоза является, мягко говоря, непривычной, непонятной, вызывающей негативную реакцию.

Так, по мнению известного экономиста С.М. Гуриева, большинство россиян уверены в том, что образование и наука — это классические общественные блага, которые должны предоставляться государством. Главная проблема российского образования заключается в том, что оно рассматривается обществом как часть «социальной сферы», а не как производственная отрасль. И в программе правительства на период до 2010 г., и в программах ведущих политических партий реформа образования обсуждается в разделе социальной политики [2].

### Менеджмент в образовании.

Важнейшей новацией в деятельности вуза как экономической корпорации становится новый тип управления им — менеджмент. Суть менеджмента в образовании — применение идеологий, техник и практик из частного сектора экономики в образовательных организациях, занятых производством общественных благ, в том числе полностью или частично финансируемых государством.

В этой связи ставка делается на так называемый предпринимательский тип управления. Он нацелен на максимальную коммерциализацию производимого продукта, поиск новых источников обеспечения ресурсами (финансовыми, материальными, кадровыми) на основе управления соответствующими рисками.

Предпринимательский тип управления рассматривается как способ преодоления нарастающей неэффективности традиционных — коллегиального и административно-бюрократического типов управления вузом в новых экономических условиях. Первый тип отличается медлительностью, растянутостью во времени, вызванной многочисленными процедурами согласования решений, принимаемых коллегиальными органами вуза (учеными советами подразделений, различного рода комиссиями и др.). Кроме того, он может быть эффективным только в условиях неограниченных ресурсов. Второй тип чреват волюнтаризмом внутривузовских административно-бюрократических структур, лишением сотрудников творческой инициативы.

Основные стороны менеджмента в образовании заключаются в следующем. Четкое и скрупулезное планирование деятельности: определение миссии, видения, стратегических целей и задач, сценариев

развития, программы развития и системы реализующих ее мероприятий SWOT- и PEST-анализ. Наличие измеряемых индикаторов деятельности. Контроль исполнения принятых решений. Тотальное документирование всей деятельности, детальная отчетность и современный документооборот. Система управления качеством образования и его оценки. Формально-правовое регулирование практически всех отношений между участниками образовательной деятельности. Система управления персоналом. Мониторинг рынка труда, образовательных услуг. Развитие корпоративной культуры. Поддержание духа конкуренции между членами корпорации. Имидж-мейкинг и PR. Независимый аудит финансовой деятельности. И еще многое другое.

Введение принципов менеджмента в деятельность образовательного учреждения означает разделение академической (образовательной и научно-исследовательской) деятельности, с одной стороны, и управленческой, с другой. Традиционно оба этих начала — академическое и управленческое — объединялось в одном лице — руководителя вуза или его подразделения. Отныне такое объединение теряет свою эффективность. Почему?

Раньше, в условиях господства академизма, управленческая элита образовательного сообщества рекрутировалась из профессиональных авторитетов — выдающихся деятелей образования и науки. Они осуществляли руководство корпорацией скорее на основе морально-нравственных норм, чем посредством специализированной управленческой деятельности. Для университета эпохи В. Гумбольдта, организованного по типу научной лаборатории, соединенной с обучением, такой способ управления образовательным учреждением был вполне эффективным.

Напротив, в условиях рыночной экономики знаний, когда система образования становится фабрикой по массовому выпуску узких функционеров, эффективная управленческая деятельность требует от руководителя высокого профессионализма, который объективно несовместим с одновременным занятием интенсивной педагогической или научной деятельностью.

Помимо того, дивергенция управленческой и академической компонент деятельности усиливается по мере нарастания динамики общественных изменений. Сладить с ними способны адаптивно пластичные, готовые к перманентной «перезагрузке», чуткие к новациям *молодые* люди. Между тем успехи и авторитет в академических видах деятельности приходят к их носителям, как правило, в зрелом и даже пожилом возрасте.

Угроза возрастного кризиса все сильнее нависает над отечественной системой высшего образования. Средний возраст ППС (особенно, профессорского состава) увеличивается год от года. Отсюда очевид-

на необходимость в молодых профессионалах-управленцах – менеджерах образования (академических менеджерах).

Разделение академического и управленческого начал вузовской жизни по функциям, полномочиям и сферам ответственности, равно как и последствия, вытекающие из менеджмента образовательного учреждения, вызывают скорее болезненную, чем здоровую, реакцию российского образовательного общества.

Так, с сомнением и скепсисом воспринимается необходимость изменения основных объектов управления. Если раньше таковыми были самостоятельные структуры вуза (факультеты, отделения, кафедры), то теперь ими становятся образовательные программы, в первую очередь, бакалаврские. Как следствие, традиционные структурные подразделения вуза начинают уходить в прошлое. Не встречает должного понимания требование того, что каждый преподаватель должен иметь хотя бы минимальные способности в области менеджмента. Еще слабее воспринимается необходимость тотального документирования деятельности, которое ассоциируется с ненужной «писаниной», «бумагомарательством». С трудом пробивает себе дорогу идея изменения отношения к студенту с привычной патерналистской формулы «авторитет-подавторитетный» («вещающий – внимающий», «воспитатель – воспитуемый») на рыночную формулу «производитель-потребитель» («продавец услуг – клиент»)

Или взять, к примеру, сферу внутривузовских отношений. Традиционно их регуляция, как указывалось выше, осуществлялась на основе морально-нравственных принципов. Это особенно характерно для университетского сообщества [3, с. 83-168]. Однако по мере коммерциализации и менеджериализации деятельности университетского организма эффективность моральной регуляции заметно снижается. Ситуация конкурентной среды, состязательности, борьбы интересов исключает доминирование отношений, основанных на принципах морального толка – доброжелательности, человеческой солидарности, взаимовыручки, сочувствия. Решающее значение приобретает правовая регуляция, которая становится отныне правилом университетской жизни. Личностное начало внутривузовских отношений безвозвратно вытесняется формально-безличным регламентом.

Менеджмент в образовании – предмет нарастающего интереса со стороны практиков и теоретиков образования. Об этом свидетельствует как расширяющееся число соответствующих практик, так и возрастающее число научных публикаций по данному предмету [4]. В нашу задачу не входит обзор состояния в этой области. Отметим лишь главное – остается не проясненным ключевой вопрос: «Можно ли рутинными практиками менеджмента хозяйствую-

щей организации, коль скоро они кладутся в основу управления образовательным учреждением, обеспечить успех в сфере творческой деятельности, какой образование должно быть по определению?».

Стало общим правилом, отвечая на этот вопрос, ссылаться на успешный опыт университетов США, который выступает образцом для всех вступивших на путь эконоцентризма в образовании. Не ставя под сомнение американский опыт организации образования в части экономических достижений, позволим себе такой вопрос: «Если американское образование столь оперативно и эффективно откликается на потребности потребителей образовательных услуг, то чем объяснить общеизвестный факт постоянного приобретения Соединенными Штатами «мозгов» за рубежом, в том числе в России? А где же собственные заокеанские Ньютоны и Эйнштейны?».

Секрет прост: Соединенным Штатам, с их политико-экономическим могуществом, гораздо дешевле приобретать высокообразованных профессионалов за границей, чем выращивать их собственными усилиями. России, к счастью, последнее еще пока удастся. Но не случится ли так, что, реализуя эконоцентрическую стратегию в отечественном образовании, наше государство утратит эту способность. Тогда останется одно – покупать кадры за рубежом на нефтяные деньги. Только разве это путь, достойный России?

### Новый этос образовательного сообщества.

Функционирование образовательного сообщества, эффективное регулирование взаимоотношений между его членами осуществляется системой внутренних ценностей, имеющих статус корпоративных моральных норм и получивших наименование «этос». Начиная с эпохи Просвещения указанный этос ассоциировался с принципами *академизма*, которые в свою очередь произрастали из этоса научного сообщества классического периода.

Основоположник социологии науки Р. Мертон считал, что научное сообщество как особый социальная группа опирается в своем функционировании на четыре ценностных императива:

- *универсализм*, нацеленный на обеспечение объективного характера научного знания;
- *коллективизм*, провозглашающий результаты научного познания коллективной собственностью научного сообщества и общества в целом;
- *бескорыстие*, требующее подчинять деятельность ученых единственной цели – служению Истине и исключаяющее другие мотивы научной деятельности (корыстолюбие, материальное обогащение, стремление к власти, славе и т.п.);
- *организованный скептицизм*, содержащий требование критического отношения к результатам как собственной деятельности, так и деятельности коллег [5].

Эти императивы составляют основное содержание академического этоса, который выступал своего рода универсальным социально-нравственным маркером научно-образовательного сообщества новоевропейской эпохи.

Исторические обстоятельства XX столетия заставили существенно изменить регулятивные нормы научного сообщества. Главный итог произошедших изменений – утверждение социально ангажированного характера научной деятельности, включенность ученых на правах активных участников в процесс социально-экономического развития общества.

На деле это вылилось если не в полное отступление от ценностей академизма в научной среде, то, по крайней мере, в существенное сужение их значимости, дополнение, размывание, а нередко замещение их ценностями экономизма. Объективизм, бескорыстие, коллективизм, добросовестность, бессребреничество стали тесниться эгоизмом, стремлением к выгоде, материальному благополучию, экономическому успеху, известности и славе, общественному престижу, статусности, власти.

Не зря сказано: «Когда начинают говорить деньги, правда замолкает». Негативные последствия, к которым ведет приходящий в науку с развитием бизнеса коммерческий интерес, не заставили себя долго ждать. Вот лишь некоторые из них. «Ученые подписывают псевдоэкспертные заключения о пользе или вреде тех или иных материалов, продуктов питания, про-мышленных проектов (в интересах их производителей и отнюдь небескорыстно – М.Щ.). Социологи пишут липовые отчеты для политиков и публикуют заказные рейтинги и формирующие (общественное мнение – М.Щ.) опросы. Многим «открытиям» придается сенсационная форма, чтобы книги имели коммерческий успех, а сделанная на основе “открытия” продукция хорошо продавалась» [6, с. 86].

Экономическими ориентированные метаморфозы этоса науки неминуемо резонировали в этос образовательного сообщества. Оно, не порывая с традиционным духом академизма, стало чем дальше, тем больше проявлять восприимчивость к ценностям экономизма. Более того, тяготение к этим ценностям усилилось в силу появления новой категории субъектов образовательной деятельности. О ком идет речь?

Как показывает западный опыт, по мере превращения университетов в бизнес-холдинги по массовому выпуску профессионалов в преподавательском корпусе возникает и становится доминирующей категория «чистых преподавателей» («инструкторов» – в западной транскрипции). Они заняты исключительно реализацией программ массового бакалавриата и не участвуют в научных исследованиях – в отличие от других ППС, совмещающих педагогическую и исследовательскую деятельность [7]. Ка-

тегория «инструкторов» представлена, как правило, преподавателями без ученых степеней, штатными совместителями и почасовиками, «многостаночниками», берущимися вести большое число разноотраслевых дисциплин, практиками «со стороны», преподающими в вузе.

«Инструкторство» – это способ рутинного производства массовых образовательных услуг, сервильного подстраивания под не самые высокие запросы учащихся, формального отношения к процессу и результатам образовательной деятельности. Далекие от духа академизма, «инструкторы» – эти в своем роде ремесленники от образования – выступают носителями и проводниками эконоцентристской культуры, которая начинает активно вытеснять академическую культуру, проявляя себя чуждыми академизму способами. «Бесспорными лидерами в университетских сообществах становятся те..., кто любыми способами (иногда далекими от академических) привлекают массы студентов, мобилизуют... поддержку со стороны... частных доноров, а также постоянно работают над своим личным брендом на внешнем рынке, включая престижные премии, шумные публикации, связь со средствами массовой информации и пр.» [1, с. 154].

Размывание академических устоев образовательного сообщества под влиянием эконоцентризма отразилось и на положении профессорской корпорации, традиционно ответственной за воспроизводство академических начал образовательного сообщества. Если одна ее часть продолжает сохранять верность этим началам, то другая достаточно быстро усваивает новые ценности. Судя по западному опыту, это проявляется в продаже своего научного имени в качестве бренда; выторговывании себе персональных, далеко не всегда профессионально оправданных ставок должностных окладов и гонораров за счет финансовых ресурсов, предназначенных другим категориям ППС; участию в качестве консультантов или экспертов в корпоративных контрактах с крупными бизнес-структурами, весьма сомнительных с точки зрения этики объективизма; занятии бизнес-деятельностью, далекой от основной профессии; стремлении к бытовым излишествам и роскошному образу жизни, что никогда не было свойственно представителям академической корпорации [8].

Предаются забвению замечательные слова одного из самых выдающихся президентов Гарвардского университета (США) Ч. Элиота, сказанные еще более ста лет тому назад: «Роскошь и обучение — плохие любовники». Это высказывание, на наш взгляд, следует адресовать не только учащимся, но и их преподавателям.

Что касается профессорской страты отечественного образовательного сообщества, то самой настоятельной чертой становится его склонность к коррупционному поведению, которое неотъемлемо

сопутствует процессу коммерциализации образования во всем мире. Но если на Западе отработаны достаточно успешные меры противодействию этому злу, то в отечественной высшей школе коррупционные практики, как известно, приобрели значительные масштабы. Складывается впечатление, что сформировалась целая категория работников – коррупционеров от образования. Принимая вуз в качестве государственной или частно-государственной формы собственности, в которой государству принадлежит роль верховного собственника ресурсов, они полагают, что прибыль из них могут и должны извлекать частные лица.

Вытеснение академического духа из образовательного сообщества под воздействием эконоцентризма наносит непоправимый нравственный ущерб самой системе образования. В этой связи вспоминаются слова русского философа С.Н. Булгакова: «Высшее образование, неразрывно связанное с развитием науки, необходимо требует для своего существования нравственных условий общежития, известной чистоты нравственной атмосферы» [9, с. 345].

Более того, негативные последствия, которые влечет исчезновение этой атмосферы из образования, скажутся рано или поздно губительным образом на обществе в целом. Оставаясь до последнего времени одним из немногих социальных институтов, поддерживающих нравственные устои социума, высшая школа рискует стать источником массового производства дипломированных профессионалов, лишенных четких морально-нравственных критериев своей деятельности. А ведь они со временем начнут принимать ответственные решения, возьмутся за исполнение проектов национального и регионального уровня.

В заключение – о социальном облике современного деятеля российского образования.

Фигура преподавателя всегда оставалась главной в образовательном сообществе. В прежнее, советское время, престиж преподавателя отечественного вуза поддерживался публичными государственными средствами, партийной идеологией, силой общественного мнения. Корпоративные инструменты обеспечения этого престижа были практически неразвиты и не играли существенной роли. Но советское время прошло. Поэтому сегодня, в отсутствие былых публичных средств поддержания имиджа деятеля образования, в условиях несформировавшейся корпоративной культуры поддержка собственного имиджа становится его частным делом.

Драматизм профессионального бытия среднестатистического российского преподавателя состоит в том, что современная студенческая среда перестает быть тем пространством, где ему можно позиционировать себя престижным образом. В первую оче-

редь потому, что он продолжает сохранять верность ценностям академизма – бескорыстию, бескомпромиссности, отстраненности от житейско-бытовых проблем, нетерпимости к слабостям студентов и т.п., которые уже не находят прежнего отклика в сознании учащихся. Оно сориентировано на ценности экономического порядка – материальное благополучие, социальный престиж, финансовый успех, внешний вид, телесная ухоженность. Поэтому на фоне своих воспитанников преподаватель выглядит человеком вчерашнего дня, на которого они взирают – в лучшем случае с чувством эстетического любопытства – как на чудака и даже чужака. «Студенческое сообщество в целом не признает авторитета знаний, не подкрепленного экономическими достижениями... Преподаватель в кургузом пиджаке, стоптанных туфлях, в старомодных очках и с потертым портфелем из кожзаменителя в глазах студентов символизирует мир бедности, к которому молодые люди относятся с опаской и пренебрежением. Коммуникация “преподаватель-студент” нарушается... привлекательность образования теряет свою очевидность» [10, с. 60].

В этой связи можно констатировать кризис идентичности современного деятеля образования. По какому руслу пойдет разрешение этого кризиса – эконоцентристскому, академическому или еще какому-нибудь – покажет только время.

### Литература:

1. Покровский Н.Е. Трансформация университетов в условиях глобального рынка // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2004. – Т. VII. – № 4. – С. 152-161.
2. Гуриев С.М. Экономика образования и науки: <http://www.faito.ru/archnews/1166376048,1175084381>.
3. Вышленкова Е.А., Малышева С.Ю., Сальникова А.А. Terra Universitas: Два века университетской культуры в Казани. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2005. – 150 с.
4. Университетское управление: практика и анализ. – 1997-2009.
5. Merton R.K. The Sociology of Science. – Chicago, 1973. – P. 267-278.
6. Матвейчев О. Кризис инноваций // Сократ. – 2009. – № 1.
7. Любимов Л.Л. Угасание образовательного этоса // Вопросы образования. – 2009. – № 1. – С. 199-210.
8. Хили П. Вузы: битва за профессуру // Вопросы образования. – 2004. – № 4. – С. 89-101.
9. Булгаков С.Н. От марксизма к идеализму. – М., 2006. – 261 с.
10. Лейбович О. Преподаватель вуза: кризис идентичности // Высшее образование в России. – 2007. – № 2. – С. 49-61.

## **Education community as economic corporation**

***M. Shelkunov***  
***The Kazan State University***

*In economics of knowledge education community transfers from academic association to economic corporation that works as business entity and is involved in production, translation and distribution of a special product – the scientific knowledge that can be successfully capitalized within a person. Special features and consequences of this transformation are examined in the article and special attention is given to a new ethos of education community.*

*Key words: education community, management in education, intra-high school relations, ethos of education community, economocentrism.*

