

## Образование в обществе рыночного типа



### **Щелкунов М.Д.**

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

*Функционирование институтов образования в рыночных условиях отмечено принципиальной противоречивостью. Она проистекает из особенностей образовательной деятельности и ее продуктов, сочетающих в себе как рыночные, так и нерыночные черты. Анализируются особенности коммерциализации образовательной деятельности, противоречия платного образования. Особое внимание уделено западному опыту организации высшего образования в рыночных условиях, практикуемым моделям его финансирования и возможностям использования этих моделей применительно к отечественной высшей школе.*

Рыночные реалии обусловили существенный поворот в осмыслении феномена образования, который вылился в его понимание в качестве одной из форм функционирования капитала (П. Бурдье, Г. Беккер, Дж. Коулман). Соответственно расходы на образование стали рассматриваться как инвестиции (Д. Кендрик, Ц. Грилихес). Показательно в этой связи, что образовательная политика Европейского союза была провозглашена «инвестированием в человека».

Будучи новаторским и претендуя на эффективность с экономической точки зрения, такой подход тем не менее не снимает принципиальной противоречивости, которой отмечено функционирование институтов образования в рыночных условиях. Корень этого противоречия заключен в особенностях образовательной деятельности и ее продуктов, сочетающих в себе как рыночные, так и нерыночные черты.

#### *Особенности коммерциализации образовательной деятельности.*

Как и любая разновидность деятельности, образование в рыночном обществе должно строиться на принципе товарно-денежного обмена своих продуктов.

С одной стороны, знания как продукты образовательной деятельности обладают некоторыми очевидными товарными характеристика-

ми: способностью удовлетворять потребности человека (полезностью), обмениваться на любые другие товары (универсальностью). С другой стороны, такого рода обмен реализуется лишь при условии отчуждения этих продуктов от производителя и определения их товарно-денежных эквивалентов. Однако ни то, ни другое невозможно в полной мере в силу особенностей образовательной деятельности.

Во-первых, если подавляющее число субъектов рынка обеспечивает воспроизводство общественно полезного продукта исключительно в товарной форме, то образование объективно не может воспроизводить собственный продукт только в качестве товара. Ведь в конечном счете подавляющее большинство продуктов образовательной деятельности – живые творческие силы, способности, умения, навыки индивида – неотчуждаемы от индивида, а, значит, не могут стать товаром. Еще выдающийся российский педагог К. Ушинский отмечал на этот счет, что неотчуждаемые от индивида способности нельзя купить даже за все золото Калифорнии.

Данная особенность приводит к парадоксальной ситуации: запас знаний, образующий содержание образовательной услуги, не уменьшается у продавца услуги в случае продажи какой-либо части этого запаса потребителю. По этой же причине приобретаемые потреби-

телем знания не амортизируется в процессе своего использования.

Вторая особенность коммерциализации образования обусловлена принципиальным отличием способа производства знаний от производства вещей. На философско-теоретическом языке оно звучит так: вещи суть продукты совокупного труда, тогда как знания производятся трудом всеобщим (духовным). Если себестоимость вещей – продуктов совокупного труда – вполне определима, то определить себестоимость продуктов духовного труда в принципе невозможно: они бесценны. Причем в обоих омонимических значениях последнего термина – и как сверхдорогие, и как ничего не стоящие, бесплатные.

Следствием этого обстоятельства является невозможность определить более или менее точный товарно-денежный эквивалент образовательных услуг, что в свою очередь порождает условность их стоимости и, соответственно, цены. По существу последняя определяется экономическими возможностями общества и может колебаться в довольно широком диапазоне.

Вот характерное наблюдение на этот счет. В какой бы стране мира ни продавался, например, автомобиль «Тойота» (холодильник «Электролюкс», телевизор «Филипс» и т.д.), цена на него сохраняется везде приблизительно одинаковой, отвечающей его себестоимости, а колебания вокруг нее вполне учитываемы конкретными обстоятельствами спроса и предложения, факторами государственного вмешательства (таможенная политика) и т.п. Напротив, оплата труда учителя, преподавателя, профессора в разных государствах может разниться на порядок, и эта разница не может быть внятно объяснена никакими обстоятельствами, кроме одного – экономическими возможностями государства.

Третья особенность, отчасти вытекающая из второй, – нерентабельность образовательной деятельности как таковой, необходимость ее финансовой «подпитки» со стороны высокорентабельных хозяйствующих субъектов, например, по схеме «фирма – вуз». Разве случайно, что крупнейшие транснациональные и национальные компании («Моторола», «Бодишоп», «Бритиш Аэроспейс») фактически

содержат собственные образовательные учреждения различного уровня – от курсов по подготовке рабочих до вузов. Мировой опыт одновременно показывает, что прибыльность образовательных учреждений не может быть в полной мере обеспечена взносам учащихся, они в лучшем случае покрывают не более одной трети затрат на собственное образование. Все остальное должно покрываться за счет других источников.

В-четвертых, особенностью отличается сам процесс оказания образовательной услуги. Если, заплатив за некий материальный товар, то есть, обменяв собственные деньги на некую вещь, потребитель вправе требовать возврата денег, когда вещь ему не подошла или не понравилась, то с образовательной услугой так не поступишь. Ее потребление (усвоение знаний и умений) требует от потребителя не меньших усилий, чем усилия по ее оказанию от продавца. Более того, оно предполагает аттестацию (проверку) качества усвоения знаний потребителем и в случае отрицательного результата даже лишает его права потреблять образовательные услуги дальше (отчисление из вуза за неуспеваемость). При этом, как известно, деньги за предоставленную услугу учащемуся не возвращаются. Напротив, он обязан оплатить каждую сверхплановую аттестацию своих знаний.

Наконец, в-пятых, расходы, понесенные потребителем пролонгированной, то есть предоставляемой в течение достаточно длительного времени образовательной услуги, включают не только ее рыночную стоимость. В них входит и так называемая упущенная выгода, то есть доход, потерянный потребителем за это время при условии, что вместо образования он зарабатывал бы себе на жизнь.

#### *Противоречия платного образования*

Противоречивость функционирования образования в рыночных условиях явно обнаруживается в такой особенности, как платность образовательных услуг. Она является неотъемлемой формой предоставления потребителю продуктов любой общественно полезной деятельности в рыночно организованном обществе. Укажем на основные противоречия платного образования.

1. Начнем с доступности образования. Превращение образовательного процесса в услугу,

а образовательного продукта – в товар представляет уникальный шанс получать образование широким контингентам молодежи, которые в иных условиях не могли и мечтать о студенческой скамье. Это замечание относится в первую очередь к системе негосударственного образования, которое бурно развивается в России с 90-х годов прошлого века. Не секрет, что деятельность негосударственных образовательных учреждений многими оценивается весьма скептически, и для этого есть определенные основания. Но так и хочется спросить иных скептиков: «А как бы сложилась судьба молодых людей, обучающихся в этих вузах, не попади они на негосударственную, но все же студенческую скамью?». Ответ очевиден: многие из них пополнили бы ряды неквалифицированных рабочих, кто-то бы примкнул к криминальным структурам, а некоторые бы сели – только уже на скамью подсудимых. Следовательно, социально-культурный эффект платного образования налицо – сотни тысяч школьников-маргиналов с городских окраин, став студентами, встают на путь обретения подлинно человеческих черт – воспитанности, эрудированности, коммуникабельности.

Таким образом, расширение доступа к образованию на основе платности образовательных услуг порождает его массовизацию. Но последняя неизбежно ведет к падению качества образования, утере элитарности, размыванию его традиционно «штучного» характера. И это вполне объяснимо: когда трансляция любых неповторимых образцов культуры становится технологией их массового тиражирования, она обязательно влечет их упрощение и стандартизацию. Перефразируя известный афоризм, можно выразиться по этому поводу так: «Если раньше к образованию было много званных, да мало избранных, то теперь все званные стали избранными!». Плати и учись!

2. Платность образования позволяет привлечь дополнительные средства на развитие материальной базы образовательных учреждений, увеличить заработную плату работников образования, усилить социальную защищенность сотрудников вуза. Внебюджетные средства могут использоваться для финансирования различного рода некоммерческих программ просветительской, культурной де-

ятельности, развития физической культуры, спорта и туризма. Эти возможности можно только приветствовать.

Вместе с тем коммерциализация объективно заставляет инвесторов и менеджеров образования руководствоваться в своей деятельности не педагогическими и академическими ценностями, но в первую очередь экономическими категориями: затраты, прибыль, доходность, оборот и т.п. Закономерное на этом фоне стремление достигнуть экономической эффективности образовательных институтов посредством минимизации затрат и максимизацией дохода чревато исключением из образовательных программ тех компонентов, которые не имеют прямого отношения к профессиональным знаниям. К таковым, например, относится фундаментальная общенаучная и гуманитарная подготовка.

3. Платность образования выравнивает стартовые возможности абитуриентов, во многом сводит на «нет» пресловутый протекционизм, «блат» в системе образования, усиливает мотивацию к учебе, но одновременно развивается процесс дискриминации молодежи по признаку платежеспособности. Обзор положения дел в этой сфере на материале зарубежных образовательных учреждений показывает это со всей очевидностью. Так, во Франции сын высшего чиновника имеет в 80 раз больше шансов поступить в университет, чем сын сельскохозяйственного и в 40 раз больше, чем сын городского рабочего. Вероятность стать студентом вуза для детей из наименее обеспеченных категорий – 0,05; детей ремесленников, мелких коммерсантов и служащих – от 0,1 до 0,1; тогда как для выходцев из высших социальных слоев – 0,6 (!) [4].

Не думаю, что в России все будет по-другому. При том огромном разрыве между уровнем доходов немногочисленного числа богатых и просто состоятельных соотечественников и доходами подавляющего числа остальных россиян (в среднем соотношение 15:1) дискриминационные тенденции дадут знать о себе очень скоро.

4. Платность образовательных услуг рассматривается как выражение свободы выбора человеком содержания, характера и формы собственного образования, не уязвленного толь-

ко с необходимостью получения профессиональной квалификации, выполнения некоего гражданского долга или конституционной обязанности. Другими словами, люди вправе сами определять, для чего им нужно образование: для саморазвития, престижа, коллекции, удовлетворения любопытства, хобби, пресловутой «рамочки над столом» или для получения профессиональной квалификации (компетенции). В этом смысле платность невиданно либерализует образование. Такой разворот как нельзя лучше соответствует нормам демократического общества, обеспечивая одно из фундаментальных прав человека – право на образование. Он, помимо прочего, избавляет государство (читай: налогоплательщиков) от непосильной ноши – финансировать образование тех, кто не очень-то торопится отработать затраченные средства, трудясь на соответствующей должности после окончания вуза.

Но по мере того, как мотивы получения и критерии выбора того или иного образования становятся все более многообразными, лишаются строгой определенности, образование начинает терять былой характер сверхценности для человека и все больше приобретает черты рядовой, потребительской ценности. Оно становится товаром на продажу наряду с другими – не более, но и не менее – значимыми предметами потребления. Психологически потребительское отношение к высшему образованию проявляется в весьма любопытной особенности: оно начинает терять свой судьбоносный (экзистенциальный) характер для большинства учащихся. Обучение в вузе становится лишь одним из эпизодов в их жизни, разворачивающимся наряду с другими, не менее важными эпизодами – параллельной работой, личной жизнью, занятиями спортом, путешествиями, развлечениями [3].

5. Превращение продуктов образовательной деятельности в товар влечет повышение их качества в условиях конкуренции производителей и, следовательно, создает невиданные для потребителя возможности выбора лучших из этих продуктов. а свободное обращение образовательных продуктов в социально-экономическом пространстве приближает их к самому территориально отдаленному потребителю.

Но одновременно в той мере, в какой образование становится отраслью рынка, оно

начинает терять способность выполнять свою основную задачу – воспроизводить личность в органическом единстве ее сущностных черт, то есть как целостность. Почему?

Как указывалось выше, рыночная организация объективно не может охватить все содержание образовательной деятельности, поэтому рыночным способом образование в состоянии воспроизвести личность лишь частично – ровно настолько, насколько это позволяет товарная форма. С рыночной точки зрения преподаватель есть обладатель собственности в виде определенного знания как товара. но всякая собственность конкретна, ограничена – невозможно быть собственником вообще! Следовательно, трансляция этих знаний от преподавателя к студенту, то есть продажа образовательной услуги, может осуществляться только на основаниях частичности, ограниченности, неполноты. Поэтому традиционный универсализм в образовании, нацеленный на воспроизводство всесторонне развитой личности, заменяется партикуляризмом – воспроизводством частичного человека. Например, в качестве интеллектуала, носителя профессиональных навыков, квалифицированного исполнителя.

Данное обстоятельство было давно зафиксировано специалистами в области философии образования, которые отмечают, что практикуемые в современном рыночном обществе модели образования уступают образовательным моделям предшествующих культурно-исторических эпох, давших впечатляющие примеры воспроизводства целостной личности (например, античная пайдейя) [2].

Можно ли в этом свете считать «инвестирование в человека», провозглашаемое сегодня некоторыми общественными субъектами (бизнес-сообществом, спонсорами, государством), до конца адекватным средством воспроизводства полноценной личности? Вряд ли. Инвесторы руководствуются инструментальным отношением к носителю высшего образования, то есть он рассматривается исключительно в качестве средства достижения некоей поставленной извне цели, но не в качестве самоцельной личности. Любой инвестиционный проект нацелен на получение прибыли с вложенного капитала. а какие дивиденды можно получить с таких личностных качеств, как гражданственность и патриотизм,



порядочность и принципиальность, эрудированность и эстетизм? Они затратны, убыточны в узкоэкономическом понимании.

*Образование в рыночных условиях:  
западный опыт*

Противоречивые особенности образовательной деятельности стали предметом интенсивного осмысления западным сообществом. В итоге была сформулирована следующая стратегия функционирования образовательных институтов в рыночных условиях. Высшее образование рассматривается как благо, в котором заинтересованы как общество и государство, так и индивид, то есть как общественное благо. Соответственно многообразные общественные субъекты совместно участвуют в инвестировании образовательных учреждений. Только на такой смешанной основе финансирования возможно успешное функционирование высшей школы.

Западное общество практикует формулу финансирования образования, которая включает в себя самые разнообразные источники: инвестиции бизнеса, спонсорство и благотворительность, взносы попечителей, бюджетные источники, плату за образование, специальные сборы средств и т.п. Немаловажно, что пропорция, в которой делятся вклады инвесторов образования, зависит от конкретных социальных условий. К настоящему времени обозначились три модели финансирования высшего образования.

Первая, неолиберальная, или полностью рыночная, переносит финансовое бремя на плечи потребителей, требует от учебных заведений самим нести ответственность за свои действия на рынке образовательных услуг. Относительно высокий размер платы за образование компенсируется при этом для широких категорий населения развитой системой льгот, дотаций, стипендий. Модель практикуется в США, Японии, Австралии, Южной Корее.

Вторая, смешанная, или частично рыночная, предполагает некое равновесие между вкладами государства и индивида с тенденцией постепенного сокращения доли государственного и одновременным увеличением доли частного финансирования образовательных услуг. Модель характерна для Канады, Великобритании, Испании, Италии.

Третья, или антирыночная, требует от государства взять на себя всю ответственность за фи-

нансирование высшего образования. Считается, что поскольку в системе образования осуществляется становление индивидов как всесторонне развитых граждан, образование должно быть свободным от доминирующего влияния рынка. Данной модели следует большинство стран западной Европы – Германия, Норвегия, Дания, Австрия, Франция, Швеция, Финляндия [1].

Обобщая практику финансирования образовательной сферы на Западе, можно заключить, что даже благополучное, богатое общество, обеспечивая материально-финансовую сторону образования, варьирует в соответствии с конкретными обстоятельствами пропорцию вкладов его основных инвесторов, не умаляя при этом вклада государства. Что уж говорить о бедном обществе, в котором такой выбор практически невозможен! Здесь, очевидно, основное бремя расходов на образование ложится на государство.

Поэтому, применительно к российским условиям, только государство может и должно оставаться гарантом бесплатного образования для молодежи, но по мере увеличения платежеспособности населения постепенно придется переводить образование на возмездную основу. В такой перспективе заложен глубокий смысл. Платность образования позволяет человеку отчетливо осознать его ценность, определить приоритетность в системе собственных целей и ценностей и, соответственно, накапливать финансово-материальные ресурсы для его обретения. Да, образовательные услуги недешевы. Но, согласно замечанию выдающегося деятеля образования, президента Гарвардского университета (США) Д. Вока, «если вы считаете, что образование слишком дорого, попробуйте, почем невежество».

*Литература:*

1. Майбуров И. Финансирование высшего образования: «национальные особенности» // Высшее образование в России, 2004, № 10, С.31–37.
2. Павлова А.В. Образ человека и четыре парадигмы образования // Образование в системе институтов рыночного общества. Казань, 2004. с.76–80.
3. Покровский Н.Е. Побочный продукт глобализации: университеты перед лицом радикальных изменений // Общественные науки и современность, 2005, №4, с.153.
4. Фурсова В.В. Социология образования. Казань, Изд-во Казан.ун-та, 2006. с.54.