

*Е. В. Бирченко*

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ МИССИИ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ В РЫНОЧНОМ ПРОСТРАНСТВЕ**

### **Резюме**

У пропонованій статті осмислюється проблема збереження соціокультурного ядра функцій вищої школи в сучасному суспільстві. Аналізуються погрози, що завдають товарно-грошові стосунки, реалізації історичної місії університету – відтворення культури і культурних, служіння істині, суспільству. Підкреслюється, що поза елітарним, науково-дослідним контекстом роль університету звужується, адаптуючись до запитів бізнесу.

### **Summary**

The paper «Transformation of University sociocultural mission in market space» examines the problem of preserving the sociocultural core of University functions in modern society. The threats of the commodity-money relations to realizing the University historic mission, i.e. reproduction of culture and cultural values, service to the truth and society are considered. It is emphasized that beyond elite, scientific-research context the University role is narrowed and adapts to the business demands.

**Ключевые слова:** университет, рынок, миссия.

Отличительной чертой современного развитого общества является массовое производство товаров для массового же их потребления. Массовое производство в системе рыночного хозяйства обусловило возникновение общества потребления, в котором потребление определяет модус жизненного бытия людей, приводит к фундаментальным качественным сдвигам в хозяйственных структурах и институтах. Очень точно суть универсального рычага изменений в рыночном обществе уловил Л. Мизес. «На рынке ценится не то, что выполнено хорошо, – пишет он, – но только то, что *признано (выделено мною)* выполненным хорошо, причем признано достаточным числом покупателей. Если потенциальные покупатели по каким-либо причинам не оценили продукцию по достоинству, то сколь высокого качества она бы не была, все заботы и расходы придется считать напрасными» [3, с. 19]. В этом ежедневном плебисците именно потре-

бители стимулируют экономическое процветание общества, но и формируют соответствующую систему ценностей, значимые социальные практики.

Современный рынок, безусловно, являясь эффективным механизмом оптимизации хозяйственной жизни, давно перерос изначальные рамки сферы товарного обмена, расширяя свое влияние на все новые и новые территории социокультурного пространства.

Теоретическое обоснование эти процессы нашли свое отражение в работах американского экономиста и социолога Г. Беккера и его последователей, которые начали активно использовать аналитическую модель рынка за пределами анализа экономических отношений в их традиционном понимании. Принципы, используемые при анализе рыночного обмена, стали распространяться на другие сферы общественной жизни, формируя рыночную идеологию, подпитываемую духом экономического либерализма. Между тем еще Ж. Ст. Милль – один из первых теоретиков рынка писал о его ограниченности, о наличии «сфер бессилия рынка». Способствуя самоорганизации сбалансированности спроса и предложения, рынок не способен оптимизировать социальные отношения. Он не является универсальным инструментом, способным гармонизировать социокультурное развитие в целом [2, с. 78].

Вместе с тем спонтанное, неконтролируемое проникновение товарных отношений, ценностей потребительства в духовное производство приводит к эрозии цивилизационной миссии главных компонентов духовного производства общества – науки, искусства, образования. Активное продвижение рыночных отношений в нерыночные сферы порождает сопротивление всего общества. Оно вырабатывает иммунитет на основе культурных норм, который предохраняет общество как от провалов свободного саморегулирующегося рынка, так и от чрезмерного развития рыночных отношений.

Уникальна роль системы высшего образования в обеспечении устойчивости общества. Однако под влиянием глобализации, консюмеризма существенные трансформации претерпевает университет – вершина системы высшего образования, который, по сути, является ядром механизма саморегуляции социокультурной системы. В нем

отчетливо наблюдается изменение традиционных функций, которые предопределяли его особую роль в воспроизводстве знания и культуры.

Осмысление механизмов культурного воспроизводства общества через институт высшего образования находит отражение в трудах классиков западной социологии Э. Дюркгейма, П. Бурдьё, Р. Мертон, интерпретируется в работах российских и украинских ученых Ф. Р. Филиппова, В. Т. Лисовского, В. Я. Нечаева, В. Н. Шубкина, В. И. Астаховой, В. И. Чепак [6, с. 8–11]. Воспроизводство культуры и культурных как главную задачу определял в миссии университетов выдающийся испанский философ Х. Ортега-и-Гассет. Удивительно резонансны для современного общества его рассуждения о бытии человека без культуры. «Сегодня мы живем – вопреки известной самонадеянности – в эпоху ужасного бескультурья. Никогда не было столько поддельного и обманного существования... Средний человек боится открыться настоящему миру, который требовал бы много от него, и предпочитает фальсифицировать свою жизнь, сохраняя ее герметичность в коконе своего фиктивного и упрощенного мира». И далее... «Отсюда историческая важность необходимости вернуть университету его центральную задачу – «просветить» человека, приобщить его к полноте культуры своей эпохи, открыть ему с ясностью и необходимостью огромный настоящий мир, в который он должен втиснуть свою жизнь, чтобы она была аутентичной» [4, с. 48].

Об опасностях отхода университета от воспроизводства культурных универсалий все громче заявляют ученые, деятели образования, мыслящие люди. Подчинение прагматически-материальным целям может нивелировать главные сущностные составляющие высокого мира культуры и знания, присущие университету. На протяжении веков складывались «универсальные константы» университета:

- познание, отражающее целостность действительности;
- продуцирование высшего знания и знающих о высшем знании;
- фундаментальность знания, направленного на выявление существенного во внешне существующем;
- культивирование и трансляция культуры;
- открытость, независимость университетской деятельности;

- критичность по отношению к внешнему миру, отвержение рабского следования традиции [2, с. 12–19].

Могут ли данные «универсальные константы» [6] гармонизироваться с «прокрустовым ложем» духа потребительских ценностей современного рынка, нарастающих противоречий между элитой и гражданским обществом, квалификацией и занятостью?

Развернутый анализ процессов проникновения рыночных идеологий и практик в мир университета представлен в монографии О. Н. Козловой «Устойчивый мир университета» [2]. Она отмечает, что не только рыночные условия, но и демографические перемены оказывают существенное влияние на высшую школу. Во многих развитых странах, по преимуществу западных, численность населения сокращается и, как следствие, возрастает приток иммигрантов. Они все в большей степени ориентируются на потребности не только в низкоквалифицированной работе, но в специалистах высокой квалификации. Это влечет за собой рост числа тех, кто хочет получить высшее образование. Эту когорту пополняет взрослая часть населения, все больше заинтересованная в образовании на протяжении всей жизни, в постоянной переквалификации. То есть массовизация и неоднородность высшего образования будет возрастать.

Настоящий бум высшего образования переживают Украина, Россия.

Несмотря на демографический спад, численность вузов и студентов в них в начале XXI века резко возросла. В вузы сегодня приходит абсолютное большинство окончивших средние школы. Обязательность высшего образования становится необходимым атрибутом конкурентоспособности на рынке труда, эффективности актора во всех социокультурных практиках.

Стремление получить высшее образование распространяется все шире среди молодых и не очень молодых людей, что привело к беспрецедентному росту контингента заочно обучающихся. Заочники – наиболее динамично растущая часть студенчества. Заочная форма обучения более дешевая, а потому более ходовая, чаще продаваемая и покупаемая на рынке образовательных услуг.

В настоящее время студенты заочной формы обучения занимают до 40 процентов обучающихся в вузах Украины.

Омассовление затронуло и профессорско-преподавательский состав высшей школы. Резкое увеличение количества вузов, расширение набора предлагаемых специальностей, специализаций вызвало разрастание профессорско-преподавательского труда, породило явление совместительства, то есть работу преподавателей в двух и более вузах. Такая ситуация не могла не сказаться на качестве научной работы, объемы которой сужаются из-за увеличения учебной нагрузки.

Рост основных показателей образовательной деятельности идет столь интенсивно, что существенным образом влияет на сохранение качественной определенности высшей школы [2, с. 66].

Общество входит в фазу «массового послешкольного образования». При этом в университете все настойчивее проявляется напряжение, которое вносит увеличение числа студентов в действие механизма, поддерживающего качество образования.

Рыночная экспансия товарно-денежных отношений в систему высшего образования не могла не изменить существенным образом экономическую сторону университетской жизни. Образование становится предметом купли-продажи, ибо отождествляется с экономическим успехом. По мере омассовления спроса на высшее образование оно в общественном сознании превращается во все более распространенную и, следовательно, стандартизированную, обезличенную услугу. Проблемы стандартизации решаются через определение качества образовательной услуги, а, значит, ее цены. Регуляторами выступают – соответствие образования государственным стандартам, политика приема в вузы, преподавательский состав, контроль системы учебно-методической деятельности, включение научных исследований в образовательный процесс [2, с. 73].

Действуя по законам рынка, университет превращается в своеобразное предприятие. Прибыль становится главным мотивом и целью его деятельности. Поскольку образование как услуга постоянно растет в цене, университет становится все более экономически

состоятельным. С другой стороны, он все сильнее поработается рыночным механизмом.

Университет, как и каждое предприятие, начинает сводить свою деятельность к выпуску товаров. Университетский диплом – это товар. Отношения между преподавателем и студентом становятся отношениями между предпринимателем и клиентом. Однако преподаватель все же является наемным работником, предприниматель – это ректор, который, однако, не волен в своих действиях, им руководит общая конъюнктура рынка. И сегодня она такова, что выпускать качественный товар невыгодно, намного лучше вкладывать деньги в его продвижение на рынке, то есть в PR-технологии, рекламу. Нерентабельные специальности, например, философия, физика, классическая филология, могут быть закрыты. Обществу чем дальше, тем все больше нужны узкие специалисты-прикладники и все меньше люди с широким образованием, в частности гуманитарии. Очевидно, что в современном процессе университетского обучения сокращается доля так называемого канонического знания, круг общеобразовательных предметов сужается, как в рамках конкретного университета, так и системы высшего образования в целом.

С переходом на рельсы экономической эффективности университет начинает утрачивать свою автономность, все больше включаясь в обслуживание идеологии рынка. В рамках академической науки она получает теоретическое обоснование своей закономерности и исключительной полезности. Активно здесь используются такие институциональные формы, как специализированные кафедры в университетах, научные и промышленные лаборатории, системы обучения, эксперты-рыночники, создаваемые корпоративные университеты как инструмент «дополнительного резерва повышения эффективности и конкурентоспособности бизнеса».

Логичным продолжением «рыночного духа» является «брендинг» высших учебных заведений, то есть проработка его имиджа, концептуализация, максимально выразительное маркирование, позиционирование на рынке интеллектуальной собственности. Отсюда процветание всевозможных рейтингов, при формировании которых возникают всевозможные манипуляции с баллами, критериями.

Распространение товарно-денежных отношений в университете непосредственно ведет к углублению, закреплению в нем девиантных практик. Колоссальные суммы денег тратят студенты и их родители во время учебы в вузе на взятки за сдачу сессии и прием зачетов, подготовку курсовых и дипломных работ подставными лицами. Об оформленности теневой структуры говорит определенность ставок девиантных практик в университетах.

Таким образом, рынок все глубже включает в себя университет. Рыночные отношения проникают в структуру университетских практик и подчиняют их себе. Рынок постепенно превращается в самоцель воспроизводства мира университета, определяет его современное состояние и перспективы развития [2, с. 80].

В этих условиях университет, в целом высшая школа, встают перед проблемой самоидентификации: либо проявить интенцию к воспроизводству духовности, культуры существенности, фундаментального знания, либо подчиниться материально-прагматическим целям рынка, ценностям общества потребления, спонтанности развития постиндустриализма.

На протяжении столетий университет ассоциировался с социальным сообществом, живущем культурой, духовной жизнью, посвятившем себя служению общества. Миссия служения университета обществу не должна быть утрачена, возможно, по-новому должна быть осмыслена, проработана. Главное – необходимо превозмочь все, чтобы не превратить университеты в рыночные единицы. Их сердцевина (сущность) должна оставаться отчетливой, не перегруженной второстепенными приоритетами. Не менее важно наличие и сохранение академической свободы для членов университета, автономии и относительной свободы от источников финансирования. Такой подход предполагает структуру с четко очерченной образовательной миссией, то есть тесную связь между учебой, преподаванием и исследованиями.

Расширенная миссия университета требует и соответствующего состава участников процессов ее реализации: сотрудников и студентов. Мотивация сопричастности к ней преподавателей и сотрудников должна подкрепляться повышением социальной и культурной

значимости их профессии. Эта цель, безусловно, требует существенной стратегической поддержки. Что касается студентов, то, возможно, в университете должны учиться совместно две группы студентов: те, кто действительно понимает задачи университетов и готовы решать интеллектуальные проблемы в их стенах, и те, кто платят за свой путь к профессионализму и карьере [1, с. 31].

Именно такие качественные изменения университета позволят ему продуцировать высшее знание – систематизированный и научно обоснованный образ общества. Ни одно учреждение, специализирующееся в разных областях знания, не способно превратиться в эффективную площадку, где бы общество училось думать и понимать самое себя. Императив такого утверждения заложен в неисчерпаемом потенциале самосовершенствования университета.

### Список литературы

1. Дакснер М. Есть ли будущее у университетов / М. Дакснер // Вестн. высш. шк. – 2005. – № 3. – С. 27–34.
2. Козлова О. Н. Устойчивый мир университета / О. Н. Козлова. – М. : Изд-во ООО «Издат.-полиграф. комплекс «Знак»; 2010. – 188 с.
3. Мизес Л. Антикапиталистическая ментальность [Электронный ресурс] / Л. Мизес. – Режим доступа: <http://lib.web-malina.com/getbook.php>.
4. Ортега-и-Гассет Х. Миссия университета / Х. Ортега-и-Гассет // Вестн. высш. шк. – 2003. – № 7. – С. 44–49.
5. Покликання університету : зб. наук. пр. – К. : РІА «Янко»; «Веселка», 2005. – 304 с.
6. Шаронова С. А. Универсальные константы института образования – механизм воспроизводства общества / С. А. Шаронова. – М. : Изд-во Рос. ун-та дружбы народов. – 2004. – 357 с.