



ОБРАЗОВАНИЕ И ОБЩЕСТВО



Перспективы отечественного образования



ЧТО «ПРОДАЕТ» РОССИЙСКИЙ ВУЗ? **(В поисках критерия качества высшего образования)**

*М.В. РОММ,
Р.А. ЗАЯКИНА*

За последние двадцать лет российское высшее образование претерпело ряд коренных трансформаций, сопряженных с реализацией курса, с одной стороны, на практическое освоение теории и практики Болонской декларации, с другой — на отказ от советской модели тотального огосударствления всей сферы народного образования. Оценивать реальные и мнимые успехи и неудачи на этом пути, разумеется, можно по-разному, но сегодня уже всем ясно, что такие понятия, как негосударственный сектор в образовании, рынок образовательных услуг и двухуровневая модель высшей школы являются вполне реальными звеньями отечественной социально-экономической реальности. Налицо новый методический, методологический и экономический уклад всей системы народного образования РФ. Фактически речь идет о том, что в РФ сложился рынок образовательных услуг, ориентированный на определенные товарно-денежные отношения.

Сразу же отметим, что образовательный процесс как специфическая услуговая деятельность возникает там и тогда, где и когда речь идет о приобретении образованием значения товара, а значит, потребительского спроса и цены. Реальные изменения в сфере образования никогда и никого не оставляют равнодушным, ибо весь комплекс этих изменений и их последствий затрагивает всех и каждого. Не осталось в стороне от жарких дискуссий и обсуждений и соответствующее экспертное сообщество. Сформировалось особое направление многочисленных влиятельных критиков произошедших в образовании РФ перемен, объединяющее экономистов и педагогов, философов и социологов, влиятельных политиков и досужих обывателей. Появилась не только политическая публицистика на эту тему, но и довольно серьезная экономическая аналитика, взявшаяся осуществить вероятностный прогноз развития образования как специфического, инновационного сегмента экономики.

Если коротко, то основная суть многочисленных критических замечаний сводится к тому, что рыночные процессы в образовании не только разрушают великую науку и образование, которые фактически позволили СССР создать ядерный щит России и запустить Гагарина в космос, но и фактически лишают российское общество завоеваний Октября

1917 г. в том числе бесплатного, фундаментального народного образования для всех советских граждан. С реформами последних десятилетий эти критики связывают и потерю фундаментальности отечественного образования, и губительное падение общеинтеллектуального уровня россиян, очевидное снижение уровня их культуры и нравственности¹. Причины же катастрофического регресса образования критики его реформ видят, кроме прочего, в изменении отношения к обучающемуся, т.е. если в советский период (особенно послевоенный) к нему относились как к личности, нуждающейся в гармоничном и всестороннем развитии, что предъявляло особые требования не только к профессиональному, но и педагогическому, воспитательному мастерству преподавателя², то на современном этапе доминирует утилитаризм в подходе к человеку как некоему полезному продукту, деятельность которого измеряется исключительно в терминах неких абстрактных компетенций, мифологизированной эффективности и умозрительной квазирезультативности. Разумеется, и сторонники и противники реформирования системы образования РФ приводят многочисленные аргументы в защиту собственной правоты. И разобраться в том, кто из них прав, весьма не просто. Ведь среди этих аргументов фигурируют не только вполне научные отсылки к подходам из области римского права («*cui prodest*» — «кому выгодно?»), или, к примеру, в контексте заявленной проблемы последовательно обсуждается известный тезис Э. Дюркгейма о том, что образовательная система, в конечном счете, неизменно обслуживает интересы конкретной социальной среды...³ Но зачастую в отечественной околonaучной публицистике в ход идут выходящие за рамки научной дискуссии, и даже безумные, конспирологические теории и схемы о международном заговоре или конкретном предательстве государственных интересов...

Сознательно абстрагируясь от этих и других неконвенциональных стратегий обсуждения истоков кризиса образования и путей преодоления последнего, зададимся вопросом: если действительно в России произошел поворот в сторону коммерциализации высшей школы, то почему отечественный рынок труда все еще не насыщен высококлассными бакалаврами и магистрами, а выпускников вузов, этих самых эффективных и результативных профессионалов, по окончании вуза по-прежнему с большой неохотой и сомнениями берут на работу отечественные работодатели? При этом для начала разберемся, что вообще понимается под термином «образовательная услуга». Имеющиеся определения можно условно свести к двум научным подходам. Согласно первому, образовательная услуга понимается как некий комплекс обучающих и воспитывающих действий, призванных удовлетворять многочисленные потребности индивида и общества путем развития интеллектуальных способностей, нравственных качеств и приобретения обучающимися ряда практических навыков. Этот подход отсылает нас к классическому, если так можно выразиться, «дореформенному» пониманию предназначения высшего образования и выполняемых им функций. Во втором случае образовательная услуга понимается как информационное и непосредственно трудовое взаимодействие, в процессе которого передаются

и приобретаются специфические блага (конкретные профессиональные знания и умения) с целью получения определенного результата (например, профессиональной социализации⁴, дальнейшего трудоустройства или успешной профессиональной карьеры). Такой подход можно назвать «порепорформенным» и он в большей степени отражает суть современного «спроса на образование», так как фиксирует его прикладную направленность⁵.

Значительно продвигает нас в нахождении ответа на поставленный вопрос и понимание самой природы услуги как нематериального товара. Гражданский кодекс определяет услугу как «совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности», при этом достижение желаемого результата потребителем услуги не обсуждается и не гарантируется⁶. Ясно, что термин неразрывно связан с экономикой, и хотя большинство экономистов разделяют определение услуги как вида деятельности (А. Генри, К. Гренроос, Т.П. Данько, В.Г. Золотогоров, Ф. Котлер, Л.И. Лопатников, Б.Э. Тоффлер и др.), единого мнения на этот счет нет. Существуют также определения услуги, характеризующие ее и как нематериальный результат деятельности (Б. Вейтц, М. Леви, Т. Хилл), и комплексно, как вид и результат деятельности (М.Д. Майпорт, К. Маркс)⁷. Появление заинтересованности к результату услуги, и в частности, образовательной, крайне важно, так как поднимает глубокий вопрос: как, или точнее, в чем его (результат) измерять, если учесть, что последующее достижение трудоустройства изначально не гарантировано, а сам студент в момент оказания услуги не в состоянии объективно оценить ее качество?

Традиционно качество образовательной услуги определяется соответствием образовательному стандарту, четко заданному государством. Эту традицию можно трактовать как редуцированное понимание идей сторонников неонинституционального направления современной социологии образования. В рамках данного теоретического подхода доказывается, что эффективность деятельности образовательной организации проявляется, в частности, через государственное измерение⁸. Однако очевидно, что разные вузы при опоре на унифицированный образовательный стандарт предоставляют образовательные услуги по-разному, неоднородны и статистические данные последующего трудоустройства выпускников. Иными словами, работодатель по каким-то причинам предпочитает выпускников конкретных вузов всем прочим (также получившим образование на основе единых требований ФГОС — федеральных государственных образовательных стандартов), заведомо предполагая их более качественную подготовку⁹. Отчасти это связано с имиджем вуза, отчасти — со сложившимися между работодателем и вузом профессиональными и социальными связями. Однако общая тенденция такова, что современный рынок труда требует от выпускников вузов не только и не столько глубокой теоретической осведомленности, сколько незамедлительной реализации практических навыков в условиях «здесь и сейчас». В идеале, экстраполируя мысль академика И.М. Ильинского, качество высшего образования должно опережать предъявляемые потребителем требования, и опережать как

минимум настолько, чтобы через четыре-пять лет обучения по конкретной образовательной программе выпускник попадал в пик профессиональной востребованности. Здесь уместно задаться вопросом: кого в сложившейся ситуации можно считать потребителем образовательных услуг? Очевидно, что в качестве потребителя сегодня выступает конкретный студент или его родители (что напрямую оговаривается договором о предоставлении образовательных услуг), однако разве искомая эффективность и результативность полученного образования призвана раскрываться в кругу семьи? Отнюдь.

В качестве основного потребителя должен был бы выступать потенциальный работодатель, готовый «приобрести» выпускаемый продукт. Между тем, экономические и социальные реалии таковы, что при наличии вакансий работодатель, как правило, не желает принимать на работу вчерашнего студента, мотивируя отказ отсутствием у соискателя опыта работы и его потребностью в наставнике¹⁰. Нанятый на работу сотрудник должен быть сложившимся профессионалом, готовым безотлагательно включиться в общее дело, человеком, владеющим если не профессиональным мастерством, то профессиональными навыками и опытом. Работодатель не может себе позволить тратить время, усилия работников, материальные ресурсы на дообучение и «акклиматизацию» вчерашних студентов. Налицо парадокс: при ежегодном массовом «производстве» вузами специалистов налицо их явный дефицит на рынке труда, или, если сказать иначе, при незакрытых вакансиях огромное количество выпускников затрудняются найти работу по полученной специальности. В данном случае, выражаясь экономическим клише, «предложение не соответствует спросу». Но отечественные вузы предпочитают упорно не слышать требований потенциального работодателя, ориентируясь на образ некоего выпускника-энциклопедиста, обладающего классическими теоретическими знаниями, зачастую даже опосредованно не имеющими отношения к профессии.

В чем же коренятся истоки подобного разлада в отношениях университетов с реальным рынком труда? Ответ кроется в устойчиво хрестоматийном понимании значительной частью вузовского сообщества феномена университета как колыбели культуры, транслятора и генератора высоких непреложных истин и научных достижений в противовес прикладным и узкопрофессиональным задачам приземленных рыночных реалий. Это противоречие, давно ставшее общим местом в теории и практике высшей школы, отсылает нас к труду Х. Ортеги-и-Гассета «Миссия университета». В работе испанского философа постулируется, что университет является местом для получения высшего образования средним человеком. А значит, основная задача университета — дать среднему человеку высокий уровень культуры, «поместив его вровень со временем». Таким образом, основным ядром высшего образования должны быть культурно-значимые дисциплины. Культивируя сложившуюся веками модель классического университета, мы уже настолько прочно «обосновались в ней», что не можем признать очевидное: пребывание в стенах *alma mater* дает студенту интеллектуальное, общенаучное, но далеко не всегда профес-

сиональное становление и развитие. Упустили мы из виду и другой постулат, изложенный мыслителем в упомянутом труде: «У среднего человека нет никакой причины становиться ученым, он не обязан посвятить себя науке. Скандальный вывод: наука в прямом смысле слова, т. е. научное исследование, не является прямой и базовой функцией университета, и без особой причины не должна являться таковой»¹¹. Приходит на ум имеющий сегодня место широкий охват студентов «трудом научным», далеко не всегда предполагающим, к сожалению, пресловутые эффективность и результативность...

Таким образом, ключевым становится вопрос: какой именно, академически-образовательный или утилитарно-профессиональный продукт должен производить вуз? Думается (пренебрегая единичными отклонениями) ни первый, ни второй в чистом виде никогда не будут востребованы. Причем останутся они невостребованными не только со стороны рынка труда, но и со стороны «большой» науки, ведь как высокая профессиональная квалификация предполагает наличие передовых теоретических знаний, так и современную фундаментальную науку, полностью «освобожденную» от критериев практической пользы, представить сегодня практически невозможно, равно как и открытие, не ожидающее прикладного внедрения. Значит, вузам необходимо переориентироваться на выпуск некоего целостного профессионально-образовательного продукта, конкретизировав при этом его «наполнение».

Под целостным профессионально-образовательным продуктом здесь понимается *эффективная по форме и оптимальная по содержанию профессионально-образовательная модель подготовки специалиста, представленная на рынке образовательных технологий РФ в форме образовательной услуги, которая предлагается инновационным вузом в качестве ответа на социально-экономический вызов (запрос), сформулированный основными потребителями и заказчиками: 1) студентами / родителями (ведущими потребителями образовательных услуг подобного типа); 2) работодателями и/или профессиональным сообществом (образовательный услуговый сегмент по переподготовке и повышению квалификации); 3) рынком образовательных услуг (конкурентная среда подготовки специалиста соответствующего качества); 4) ФГОС (законодательно оформленный и предметно сформулированный обществом и государством «заказ» на образовательную услугу искомого качества и количества)*. В предложенном определении зафиксирована идеальная модель формирования целостного профессионально-образовательного продукта. Современное состояние как рынка образовательных услуг, так и рынка труда, в части мобильного формулирования и корректировки запросов ей не отвечает. Пока запрос в явном виде формулируется только студентом, в его формировании участвуют субъективные, порой непредсказуемые критерии; игнорируется не только потребность в специалистах избранного профиля и уровня подготовки для общества и государства, не учитываются даже претензии регионального работодателя. Между тем, очевидно, что критерии качества образовательной услуги лежат в области соответствия выпускаемого продукта запросам всех перечисленных субъектов, формирующих социально-экономический «вызов».

Здесь необходимо пояснить, как должен «работать» рынок образовательных услуг в качестве субъекта, формулирующего запрос. Безусловно, в ФГОС существует четко артикулированный шаблон содержания образовательной услуги, однако, как говорилось выше, он не является достаточным условием дальнейшей успешности выпускников вузов. Во-первых, являясь унифицированным образцом, ФГОС не в состоянии учитывать динамику и отличительные особенности региональных рынков. Во-вторых (и эта причина является основной), выведение критериев качества волей государства (а именно таково расхожее понимание назначения образовательного стандарта), приводит к полной утрате стимула к конкуренции между вузами. И действительно, механизмы соперничества, которые должны были бы неизбежно запуститься законами рынка, сегодня практически отсутствуют, а значит, не работает рыночный регулятор качества образовательных услуг. Конкуренция могла бы вынуждать вузы контролировать не только первичную востребованность, но и последующее «обращение» выпускаемого продукта. Она способствовала бы активному внедрению передовых образовательных технологий, новейших теоретических и прикладных знаний, использованию материальных образовательных ресурсов, привлечению к сотрудничеству состоявшихся специалистов – носителей целостного профессионально-образовательного продукта. Вуз был бы вынужден научиться «слышать» потенциальных работодателей, «диктующих» предъявляемые к выпускнику профессиональные и корпоративные требования, чутко улавливать степень насыщения регионального рынка труда специалистами в той или иной области, выстраивать с конкретными предприятиями профессионально-образовательные связи. Это позволило бы организовать совместную работу таким образом, чтобы она начала приносить выгоды в удаленной перспективе и студент или выпускник мог быть востребован не только конкретным предприятием, выступающим образовательной площадкой, но и другими предприятиями и организациями соответствующего профиля.

Безусловно, в случае включения механизмов свободной конкуренции придется адаптировать под требования рынка труда перечень направлений и специальностей подготовки, обновить или переквалифицировать кадровый состав вуза, существенно усилив компонент преподавателей-практиков – преподавателей, не только передающих, в качестве прямых наставников, опыт, задающих квалификационные параметры и критерии профессиональной успешности, но и открывающих студентам доступ в профессиональные сообщества. Для этого включилась бы система мотиваций, способная поднять престиж наставничества в профессиональной среде, разработать лично ориентированный механизм эффективного взаимодействия с такими специалистами. В конце концов, жизнь сама бы оптимизировала сеть учреждений высшего профессионального образования в нашей стране¹².

Однако включение рыночного конкурентного механизма предполагает не просто наличие (что не оспаривается авторами настоящей статьи), но высокую степень свободы институтов гражданского общества в виде

объединений различного уровня, ассоциаций вузов и оформления их в социально активную профессиональную гильдию. Это даст четкое разграничение компетенций государства и вузовского сообщества, установив за первым только право формирования низшего знаниевого предела образовательных услуг. За вторым закрепится полная независимость в рамках своей компетенции, предполагающая, прежде всего, плюрализм в решении сформулированных рынком труда образовательных задач. Хочется верить, что такая свобода существенно поднимет уровень высшего профессионального образования, так как поставит вузы в условия повышенной ответственности за выпускаемый профессионально-образовательный продукт. Единство интересов вузов с необходимостью установит корпоративные нормы общего характера, направленные на поддержание высокого образовательного, воспитательного и общекультурного уровня и взаимную ответственность участников гильдии за нарушение установленных норм. Кроме того, подобная расстановка сил будет способствовать налаживанию конструктивного диалога между вузовским сообществом и властью.

Конечно, качество целостного профессионально-образовательного продукта зависит от множества критериев, о чем следует говорить отдельно, однако можно с уверенностью утверждать, что вся деятельность вуза может и должна быть направлена на формирование его высоких характеристик. Центральная позиция, которую занимает целостный профессионально-образовательный продукт как идея, как цель всей деятельности вуза позволяет нам говорить о предоставляемой студенту возможности эффективного проектирования индивидуальной образовательной траектории, реализуя поставленную задачу усиления адаптивной вариативности всей высшей школы РФ в условиях модернизации общества и экономики. Успешные выпускники вузов РФ – это носители и выразители целостного профессионально-образовательного продукта, которые более других мотивированы на «встраивание» в современный рынок труда, становясь неопенимыми по важности профессионалами. Вуз же при этом не перестает оставаться, выражаясь словами А.О. Карпова, «культурной инстанцией духовного типа», чутко реагируя на потребности экономики, продуцируя действительно востребованные производителями наукоемкие технологии, предоставляя заинтересованному студенту, помимо профессионально ориентированного теоретического ядра, широкий выбор сценариев интеллектуального и культурного развития.

ПРИМЕЧАНИЯ

¹ См., напр.: *Запесоцкий А.С.* Философия образования и проблемы современных реформ // Вопросы философии. 2013. № 1. С. 24 – 35; *Карпов А.О.* Коммодификация образования в ракурсе его целей // Вопросы философии. 2012. № 10. С. 85 – 97; *Точка невозврата российского образования* // Управление качеством. 2013. № 2. С. 18 – 23.

² См.: *Исаев В.Ф.* Профессионально-педагогическая культура преподавателя. – М., 2002.

- ³ Дюркгейм Э. Социология образования. – М., 2007.
- ⁴ Подробнее об этом см.: Ромм М.В., Ромм Т.А. Социализация и профессиональное воспитание в высшей школе // Высшее образование в России. 2010. № 12. С. 104 – 114.
- ⁵ Обобщение определений производится по исследованию: Половова Т.А., Баталова О.С. Образовательная услуга как ключевой элемент рынка образования // Научные записки НГУЭУ. 2009. № 2.
- ⁶ См.: Гражданский кодекс Российской Федерации. Ст. 779. Договор возмездного оказания услуг.
- ⁷ См.: Рождественская Л.Н. Параметры качества услуг в оценке эффективности социального питания // Вестник НГАЭУ. 2012. № 4. С. 207 – 218.
- ⁸ См.: Рысакова П.И. Национальная система образования как агент формирования глобальной идентичности // Философские науки. 2010. № 10. С. 110 – 127.
- ⁹ Утверждение основано на результатах исследования: Гладкова М.В. Качество образовательных услуг вуза глазами потребителей: по материалам регионального эмпирического исследования // Вестник научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. 2010. № 3. С. 53 – 64.
- ¹⁰ О чем свидетельствуют, например, данные масштабного опроса, обнародованные на портале Вести.ру. См.: Россия в цифрах. Трудоустройство выпускников вузов. – URL: <http://www.vesti.ru/videos?vid=360126>
- ¹¹ Цит. по: *Ортега-и-Гассет Х.* Миссия университета. – Мн., 2005. С. 46.
- ¹² О критериях успешности вуза в сетевом взаимодействии см.: Заякина Р.А. Ромм М.В. Инновационный вуз как субъект сетевого взаимодействия // Высшее образование в России. 2013. № 4. С. 118 – 124.

Аннотация

В статье рассматриваются критерии качества образовательных услуг, предоставляемых российскими вузами. Констатируется, что уровень качества образовательной услуги возможно определить только через выпускаемый вузом профессионально-образовательный продукт. Раскрывается механизм эффективного формирования запросов основных потребителей образовательных услуг.

Ключевые слова: образовательная услуга, профессионально-образовательный продукт, конкурентный механизм.

Summary

The article considers the criteria for assessment of the quality of education services provided by Russian universities. It suggests that the standard level of education service quality can be measured through the assessment of university graduates as the product of professional education. The article also explains the mechanism for efficient regulation of the needs of the principal educational service consumers.

Keywords: educational service, professionally orientated educational product, competitive mechanism.