

СОВРЕМЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ КАК КОРПОРАЦИЯ: НОВАЯ РОЛЬ ТРАДИЦИОННОЙ КОРПОРАТИВНОСТИ

Г. И. Петрова

*Национальный исследовательский Томский государственный университет
Россия, 634050, г. Томск, пр. Ленина, д. 36; seminar_2008@mail.ru*

Ключевые слова: университет, корпоративная культура, профессорская культура, критерии университета.

Статья относится к категории концептуальных. На основе теоретических разработок отечественных и зарубежных ученых, философов и социологов уточняются вопросы, связанные с понятием «корпоративная культура» университета, ее содержанием и функциональным назначением. Основное внимание уделяется корпоративной культуре современного классического университета.

Цель статьи – аргументировать исторические изменения в содержании университетской корпоративной культуры, показать их релевантность вызовам соответствующего им времени. Причина написания статьи состоит в том, что сегодня фиксируются кардинальные изменения в корпоративной культуре университета, которые ведут к трансформации его Идеи и Миссии. Трансформации осуществляются в сторону наращивания в университете объема коммерческих начал. В этом таится угроза потери университетом своего научно-образовательного статуса и превращения его в экономическую корпорацию. Такая ситуация требует объяснения.

Основными методами исследования являются исторический и компаративный. Они помогли ответить на вопрос о времени возникновения университета в России и показать, что, будучи инициированным Ломоносовым, он возник задолго до западного классического университета. Эти методы позволили сравнить названные исторические модели классических университетов, выявить их общие и специфические характеристики и соотнести их с критериями современного университета, его корпоративной культурой.

Вывод (и здесь состоит новизна авторской интерпретации корпоративной культуры университета) такого сравнения заключается в следующем. Если в доклассических (средневековых) и классических университетах (XVIII – конец XX вв.) университетская корпоративная культура включалась непосредственно в культуру профессорскую, то в современном университете этого единства нет. В качестве своей социокультурной базы он имеет две культуры – профессорскую и корпоративную. Обе культуры имеют разные функции. Функциональным назначением корпоративной культуры является повышение конкурентоспособности университета на мировом образовательном рынке. Это заметно по изменившемуся университетскому дискурсу, включившему как немало важные слова: «коммерция», «товарные ценности», «образовательные услуги», «академический капитализм» и пр.

Поскольку корпоративная культура университета играет сегодня заметную роль в его жизни, то она может быть включена в список критериев классического университета (наряду с фундаментализацией и гуманизацией образования, его автономией, культом преподавателя и т. п.). Но понимаемая в чисто экономическом плане она противоречит традиционно классическим критериям. В этом и состоит опасность для университета. В то же время как новый критерий университета корпоративная культура является ответом на вызовы современного глобализирующегося общества. Названное противоречие является проблемным и подлежит решению. Одним из направлений этого решения может явиться включение в содержание корпоративной культуры заботы о культурно антропологическом портрете студента и выпускника. Прежде всего, в заботе нуждается формирование таких личностных характеристик, как доверие, сотрудничество, взаимопомощь и т. п. Эти черты могут купировать объективно возникший сегодня индивидуализм, антитолерантные установки, деперсонализацию, крах мультикультурных настроений.

Выводы статьи могут иметь значение для профессоров и студентов в их совместной работе, а также для административных университетских структур.

Лейтмотивом исследований, посвященных теме современного университета, является идея необходимости его «ренессанса». Это касается не только Национального исследовательского Томского государственного университета, но именно в России она звучит чаще и является доминантной среди прочих концептуальных идей. Причина этого заключается в том, что, как счи-

тается, здесь – в России – «не происходило создания и развертывания новых моделей университета», а высшее образование в целом являло собой «трансфер европейских организационных моделей и образовательных технологий» [1, с. 18]. Поэтому сегодня становится актуальной разработка модели университета, которая была бы релевантной времени. Так как западноевропейский

университет возникал и развивался как корпорация, а также потому, что современные университеты США (Гарвард, Стэнфорд, Калифорнийский университет, Массачусетский технологический институт, Йельский университет) представляют собой тоже корпорацию, то названная релевантной модель российского университета может состояться лишь при условии внимания к университетской корпоративной культуре. Именно это актуализирует проблему, которая ставится в данной статье и которая связана с историческими трансформациями, произошедшими с университетской корпоративной культурой, с ее новой ролью и местом в структуре современного университета.

Проблема и предмет исследования

Первое, что являет собой предмет интереса данной статьи, связано с вопросом о непосредственно корпоративной культуре современного университета: какой должна быть ее роль, чтобы он отвечал вызовам времени? Второй вопрос касается специфики российского университета: действительно ли в истории не было такого явления, как модель российского университета?

Что касается корпоративного характера западных классических университетов, то их корпоративная культура – наследие Средних веков. Надо сказать, что западный классический университет был вынужден в период своего возникновения после средневековых университетов как корпораций признать университетскую автономию (корпоративность как автономию) как уже существующий факт. Профессор западного университета – это его (университета) служащий. Университет – самостоятельная от государства структура. Это факт демократического устройства общества, корпоративная культура также явилась показателем университетской демократии. С возникновением российского университета и с его корпоративной культурой (и структурой) дело обстояло иначе.

Конечно, западный университет как институция возник раньше российского. В Константинополе университет был уже в V веке. Официальная же версия относит рождение западного университета к Средним векам. Что же касается России, то в 1600 г. по инициативе Бориса Годунова возникла только идея создания Славянско-греко-латинской академии – предтечи университета. Тогда этой идее воспрепятствовало духовенство, поэтому она смогла реализоваться лишь в 1685 г. Надо заметить, что первоначальное внимание России к образованию было сопряжено с интересом к Западу. Но этот интерес

был направлен в сторону фундаментальных академических знаний. Так, в 1724 г. вышел приказ Петра I о создании в Петербурге Академии наук. Академия – одно из «окон», которые Петр I «прорубил в Европу». При этом научном институте возникает первый университет и гимназия. Если иметь в виду современную территорию России, то можно назвать и Кенигсберг (Калининград), где еще раньше был создан университет – «Альбертина» (1544 г.). На территории бывшего СССР в 1282 г. возник Гладзорский университет (Армения), можно говорить и об университете в Вильнюсе, открытом в 1579 г. Таким образом, внимание к высшему образованию в России было проявлено тоже (как и на Западе) в исторически ранний период. Отличие однако заключалось в том, что западные университеты возникали как наследие средневековых, их организация базировалась на корпоративности как принципе демократического устройства. Для российских же университетов необходимы были Указы как государственные документы относительно их создания. Университеты «снимали» специфику государственно-политического строя.

При классификации университетов в их истории следует иметь в виду, что все ранние университеты – и западные, и российские – относились к доклассической модели. Классический же университет в его специфической модели, будем утверждать, впервые возник именно в России задолго до создания первого западного классического университета – университета Гумбольдта. Московский университет, у основания которого стоял М. В. Ломоносов, явил себя совершенно новой моделью (по сравнению с существовавшими тогда в Европе средневековыми университетами). Появившись в 1755 г., эта модель во многих характеристиках потом повторилась в Берлинском университете, созданном и концептуально обоснованном В. Гумбольдтом. Сегодня нет разработок, которые бы документально свидетельствовали о том, знал ли Гумбольдт об организационных и теоретических планах Ломоносова, но основные принципы, на которых настаивал классический университет Гумбольдта (фундаментальность и гуманитаризация образования, акцент на научных исследованиях, автономия и пр.), уже существовали в Московском университете. Различие было в характере их определения и реализации. Так, будучи общими, эти принципы для Гумбольдта и Ломоносова стали характеризовать немецкий и российский университеты по несколько разным причинам, потому они себя по-разному проявляли. Это были две модели классических

университетов – похожие и в то же время различающиеся между собой. Европейский классический университет был вызван кризисом его средневековой схоластической модели, начавшимся в связи с индустриальной революцией, которая затребовала новых специалистов (прагматическая цель) – грамотных, способных знать естественные науки, необходимые в новой инженерной практике. Распространяясь по всей Европе, индустриальная революция стала угрожать национальному менталитету и тому институту, в котором этот менталитет хранился – университету. В этих условиях В. фон Гумбольдт, откликаясь на необходимость подготовки грамотных людей и выступая за сохранение «народного духа», разрабатывает и внедряет в жизнь концепцию классического университета. Берлинский университет, таким образом, создавался (1810 г.) в целях практического обеспечения индустриальной революции и сохранения национальной специфики Германии.

Российский же университет в лице его создателя М. В. Ломоносова был инициирован интересом к фундаментальным исследованиям в их гармонии, эстетике, красоте логики науки и научной истины. Университетское знание в России стало необходимым не столько для обеспечения индустриального производства (оно в России не было столь развито, как в Европе), сколько для удовлетворения интереса к гуманитарной стороне науки, способной увидеть «быстрых разумом Невтонов», перед которыми «разверзлась бездна, звезд полна». В российском университете лейтмотивной была идея фундаментального исследования. Образование реализовывалось на основе науки, через научные исследования, проводимые совместно профессорами и студентами.

Таким образом, классическая модель университета в России, совпадая в общих чертах с моделью университета Гумбольдта, все же имела свою специфику в акцентах. Акцент российский – гуманитаризация образования при его фундаментальном содержании. Европейский акцент – фундаментализация образования при его гуманитарном сопровождении.

В силу гуманитарной доминанты университет в России – и в этом состояла специфика его классической модели – явил себя границей, которая служила «очищающим фильтром либо биологической мембраной, где творилась культура, очищающая человека и общество». Он «обладал метаболическим потенциалом», когда «воздвигал незримую «санитарную» границу, которая изолировала университет от общества, насыщавшегося цивилизационными отходами и культурными

отбросами. Потому-то университет мог развить – *de nihilo* – полноценную и плодотворную личность» [2, с. 17]. Этому во многом способствовала особая атмосфера в Российском университете – аура духовного аристократизма и родства студентов и профессоров. Действительно, университет являл себя корпорацией профессоров и студентов, понимаемой в качестве общей лабораторной работы, общей заинтересованности в результатах, душевной близости. Корпорация, уединенность, свобода от администрирования, автономия – на таких принципах базировалась российская корпоративная культура, которая одновременно была и профессорской культурой. Как высокая профессорская она передавалась и студентам. В совместной работе формировался корпоративный дух преподавания, воспитывалась свобода мысли и действия.

Важно зафиксировать, что корпоративная культура в российском университете возникала и являла себя в содержательном отношении не на почве (как это было на Западе) уже имеющих средневековых корпоративных университетов, перенявших общий дух жизни монастырей, из которых они и возникли. Поскольку университеты в России учреждались сверху, по инициативе государства, то с проблемой их корпоративности (понимаемой в западном смысле – либерально, на основах автономного существования) дело обстояло иначе. Можно констатировать различное отношение российских царей к этой проблеме. Александр I и его правительство еще ориентировались на типично западную корпоративную модель и потому пытались внедрить в российский университет корпоративность, предоставив ему свободу и автономию. По уставу, например, 1804 г. университетское сообщество имело право избирать ректора и деканов (первый ректор Х. А. Чеботарев – избранная, а не назначенная фигура). В управленческую структуру входил Совет профессоров, который решал все вопросы. Самостоятельность имели и научные общества (любителей словесности, испытателей природы и пр.). Но профессорское университетское сообщество неохотно брало на себя административные и хозяйственные функции, считая своим основным занятием научные фундаментальные исследования. Государство не было либерально настроено в этом отношении, потому уже Николай I устранил всяческое самоуправление и автономию. Несмотря на попытки Александра II вернуть корпоративность университету, Александр III упразднил все, что спорадически возникало как университетская корпо-

рация. Он пресек и какие бы то ни было попытки ее восстановления. С этого времени в российском университете стоит вопрос о специфике положения профессора: является ли он государственным служащим или он служит университету.

До недавнего времени ответ на этот вопрос был однозначным (он проговаривается и сегодня): в России существует высокая и самостоятельная профессорская культура, которая являет себя социокультурной основой университетской жизни. Но в последнее время вновь стали говорить о корпоративной культуре. Почему? И что имеется в виду? Если профессорская культура самостоятельная, то она априори корпоративная. Однако если говорим все-таки о профессорской и корпоративной культурах как раздельных, то, следовательно, вновь возникшая корпорация приобрела какие-то иные (не профессорские) функции.

Таким образом, модель классического университета стала складываться в российской культуре (как и на Западе) давно, но имела свою специфику, касающуюся характерных черт традиционной для западных университетов корпоративности, роли и предназначения в обществе. Иное понимание касалось университета как корпорации и, соответственно, университетской корпоративной культуры. Как сегодня (в условиях трансформирующегося российского классического университета) стоит вопрос о его корпоративной культуре?

Решение поставленной проблемы

Решение поставленной проблемы инициируется вопросом: «Жива ли традиция единения профессорской и корпоративной культур в современном российском университете, и, если жива, то может ли теперь она явить себя активно? Если же она исчезает, то возможна ли активизация тех механизмов, которые бы ее реанимировали?»

Вопросы встают по многим причинам. Прежде всего, в связи с серьезными изменениями в онтологии современной реальности, когда традиция как социальный механизм развития, ориентирующий общество на сохранение и наследование национальных культур, ценностей, менталитета, уступает место инновации, не заботящейся о национальных особенностях и имеющей в качестве доминирующих прагматико-экономические интересы. Утилитаризм и прагматизм входят в университет, меняя его идею и миссию. Экономические интересы инициировали современный университет на так называемую его «третью миссию». Все это сказывается на разви-

тии университетов, которые сегодня меняют собственные ориентиры развития в сторону коммерциализации и предпринимательства. Не случайно в литературе часто высказывается тревога относительно возможности трансформации классического университета как культурно-образовательного института в экономическую корпорацию.

Не означает ли подобного рода тревога изменение корпоративной культуры в сторону, во-первых, отхода от профессорской культуры, а во-вторых, приобретения ею экономической (не образовательно-воспитательной) функции? В такой функции университет теряет былую корпоративность как автономию и самостоятельность. Однако угроза и опасность названной трансформации состоит главным образом в том, что общий фон развития науки и использование научных открытий в коммерческих целях не могут свидетельствовать о них как о безоговорочно служащих исконно гуманистическому назначению. Когда деньги иницируют и стимулируют процесс милитаризации, основанный на новейших научных исследованиях, строительство ненадежных АЭС, недостаточно убедительные и проверенные медицинские эксперименты, то основания для такого вывода возникают. Поэтому актуальна сегодня задача гуманитаризации университетского образования, где производится и воспроизводится научное знание. Будет ли оно гуманистически привитым, какому человеку оно дается в пользование? Это основной вопрос университета как социальной структуры, заботящейся об антропологическом портрете современника, его профессиональных и личностных характеристиках. Такой вопрос всегда решала профессорская культура, полагающая, по Гумбольдту, корпоративную уединенность в совместной работе профессора и студента, где рождались научные открытия в их ценностном оснащении. Остается ли этот вопрос заботой университета, если целью его корпоративной культуры становится коммерция?

Вопрос актуальный, потому что обращен к современной ситуации, когда констатируется изменение культурно-антропологического портрета студента университета. Речь идет о том, чтобы увидеть, понять и объяснить те процессы, которые, разрушив классическую антропологическую модель с ее логически выверенными правилами и регулятивами поведения, привели к ситуации, обозначенной в литературе как «кризис идентичности», «личностный коллапс», «антропологическая катастрофа». На смену серьезности рациональной антропологической конструкции с ее требованиями следования классическим норма-

тивными образцам пришли такие характеристики, как гедонизм, мобильность, адаптивность, стремление к успеху, невнимание к канонам, норме, идеалам. Ставит ли современная университетская корпоративность задачу формирования высокой в интеллектуальном и нравственном отношении личности?

В прагматическом назначении университет сливается с обществом, реализуя его экономические проблемы, выполняя заказы от государства. Именно поэтому основной фигурой здесь становится не Профессор, а Администратор. В такой ситуации органический синтез профессорской и корпоративной культур, корпоративное сообщество профессоров и студентов – *universitas* – ставятся под вопрос. То есть под вопрос ставится сама возможность иметь и творить высокие идеалы служения университету. Между тем в Великой Хартии записана роль и назначение корпоративной культуры – создание специфической атмосферы университета – атмосферы «идеалотворчества» [цит. по 3]. В единстве с профессорской культурой она служила духовному и интеллектуальному развитию студента и преподавателя.

Преподавание рассматривалось в высоком назначении создания особой ауры университета – духовного аристократизма. Эту ауру создавала фундаментальная наука, приобщение к которой не редуцировало ее гуманитарного контекста: логической красоты научной истины, увлекающей «бездны звезд», гуманистических следствий практического применения науки. Студент сотворялся личностью. Первый университет в России и конкретно М. В. Ломоносов положили начало традиции работы лабораторий, где происходило это служение и творение. Университет мог себе позволить профессорскую культуру как культурную базу, будучи образовательной структурой, которая не затрагивалась технократическими и коммерческими интересами.

Но сегодня реальностью стала тенденция превращения университета в производственную единицу. Он стал субъектом производства, вошел в него. Выйдя в мировое пространство и существуя в сетевом обществе, университет становится транснациональной корпорацией, принимает законы конкуренции. Ему необходимо теперь производить знания, чтобы продать их: продать новые технологии, показать новую продукцию, открыть и увидеть необходимость и возможность существования новых рынков. Современный университет можно квалифицировать как один из основных субъектов инновационного производства, в котором знания выполняют прикладное

значение. Актуален сегодня вопрос о стратегии развития университета роднит их все в общей ориентации на продажу знаний как студенту, так и вовне – потребителям самых различных сфер. Объективно их роль сводится к формированию таких личностных характеристик, которые являются необходимыми в сфере экономики, финансов, коммерции, потребительства.

В этом просматривается отход университета от его исторически сложившегося демократического настроения, от его корпоративной организации и культуры. Корпоративность, понимаемая как структура, организованная во имя коммерции, грозит тем, что университет может забыть студента – своего главного субъекта, во имя которого он и существует. Современному студенту, остающемуся вне профессорской корпорации, конечно, неуютно. Он в новом незнакомом для него доме, а впереди – вполне возможная и ожидаемая безработица. В таком мире университет для студента становится общественным местом, где можно временно переждать и, может быть, получить какую-то надежду на устройство собственной жизни. Отсутствие университетской корпорации как демократических отношений студентов и профессоров (которые тоже обременены известными проблемами заработка) ведет к тому, что обучение все в большей степени становится подчиненным корпоративным интересам, учебные программы получают стандарты и схемы написания, подвергаются постоянным бюрократическим проверкам. Будучи далекими от того, чтобы подобного рода инспекции приобрели функцию гуманитарной экспертизы, программы оказываются свободными от социальных и этических характеристик. Это разрушает традиционную научную, профессорскую корпоративную культуру [4]. Университет становится управленческой корпорацией по производству инновационных, способных дать эффект в конкурентной борьбе технологий.

Таким образом, между двумя составляющими университетской культурной базы определилось острое напряжение, возникли противоречия. Профессорская интеллектуальная культура теснится культурой корпоративной вследствие того, что их интересы разошлись. Корпоративная культура встала на службу вузу в обеспечении его коммерческих начал. В этом назначении она приобрела доминирующее значение и стала рассматриваться в университете в качестве механизма управления. Так, Б. Ридингс считает, что основной фигурой университета стал Администратор, который осмысляет задачи университета, исходя из обобщенной логики «отчетности», согласно ко-

торой университет должен стремиться к «совершенству» во всех аспектах своей деятельности [5, с. 24]. Ф. Уэбстер рассматривает корпоративную культуру, прежде всего, как элемент, способствующий росту конкурентоспособности вуза [6].

Трансформации корпоративной культуры в сторону превращения ее в управленческий механизм по коммерциализации университетского образования, ее доминирующая роль и влияние на все прочие сферы университетской жизни заставляют присмотреться к этой структуре университета, дать ей определение в контексте современных условий его существования. Становится понятно, что корпоративная культура определяет лицо современного университета, его сущностную специфику в деятельности, реализацию его идеи и миссии. Новые условия возникновения и функционирования корпоративной культуры, ее роль и значение в университете дают основание назвать корпоративную культуру новым критерием современного университета. Можно сказать, что сегодня это основной университетский критерий – от его конкретного содержания и направленности в действии зависит проявление всех других критериев: фундаментализации образования, его гуманитаризации, автономии и пр. Преимущественные направления действия этого критерия в современном университете соответствуют логике экономической эффективности.

В современном обществе накопилось много проблем социального, культурного, гуманитарного характера, которые именно университету под силу решить. Для этого необходимо вернуть корпоративную культуру в лоно профессиональной профессорской культуры.

Исходным пунктом этого возвращения мог бы быть отказ от видения современного общества только в ракурсе его когнитивизации: как общества быстро развивающегося знания, «фабрики мысли», «умного» с креативным потенциалом «коллективного интеллекта, который имеет значение для принятия наиболее эффективных управленческих решений» [1, с. 22]. Когда используется понятие «когнитивное общество» для определения специфики современного этапа развития, то не стоит забывать о его социокультурном фоне, который сегодня не является достаточно благополучным. Высокое развитие когито и рацио, «не привитых герменевтически» (П. Рикер) может быть чревато технократизмом и ампутацией личности. Университет – это тот культурно-образовательный институт, который, готовя субъекта информационного общества, видит его в качестве профессионала, обладающего знанием

гуманитарной экспертизы своей профессиональной деятельности. У современного университета есть много работы помимо экономики, финансов, коммерции. Производственные проблемы – это дело бизнес-корпораций с их чисто экономической логикой. Социально-политической проблематикой занимаются органы управления различных уровней. Те и другие работают в своих частных схемах и используют локальные, присущие только им технологии.

У университета же и его корпоративной культуры есть много проблем, на решении которых можно было бы сосредоточить внимание. Все они непосредственного касаются человека, его жизни в условиях информационного (постиндустриального, посмодернистского, посттрадиционного, сетевого и т. д.) общества. Так, М. Кастельс как о современной проблеме говорит о «сетевом индивидуализме», отчуждении и личностном одиночестве, что вызывает необходимость формирования «духа информационализма» как чувства взаимосвязи и взаимозависимости людей в сетях [7].

О такого же рода социальных проблемах пишет и американский психолог К. Джерджен: «Когда люди во всем мире становятся все более взаимозависимыми, и когда они получают возможность взаимного уничтожения (с помощью оружия или загрязнения), идеология самодостаточного индивидуализма ставит под угрозу само человеческое существование» [8]. Купировать подобного рода явления (считает К. Джерджен) мог бы университет, осуществляющий подготовку профессионала, наполняющего мир гуманитарным началом [8].

Увиденной в таком ракурсе корпоративной культуре можно дать следующее определение. Университетская корпоративная культура – это культура сотрудничества, служения людям, образованию, культуре, Это служение науке и забота о ее гуманитарной экспертизе. Это организационное пространство, где студент и сотрудник получают возможность подлинного взаимодействия, где люди учатся сотрудничеству.

Одной из наиболее обсуждаемых публикаций последнего времени на тему изменений в образовании, которые могли бы стать проблемой, решаемой в рамках корпоративной культуры университета, стало эссе Майкла Барбера, Кейтелин Доннелли и Саад Ризви «Лавина приближается: высшее образование и грядущая революция». Работа была опубликована в марте 2013 года и инициировала широкую дискуссию среди экспертов в России и в мире по поводу будущего образования и, в частности, будущего универси-

тетов [9]. Уже само название эссе говорит о неблагоприятности в университетах и о необходимости решать надвигающиеся проблемы и задачи.

Проблема современного университета в России, таким образом, вызывается тем, что его развитие осуществляется в явном противоречии с классическими традициями. С одной стороны, традиционно университет всегда отличался от всех прочих образовательных учреждений своей направленностью на фундаментальное образование с его обязательным гуманитарным сопровождением, требующим свободы от прагматизма политики или экономики, государства или каких-либо социально-экономических институтов. В такой – либеральной – направленности создавались и вошли в историю классические университеты и Гумбольдта, и Ломоносова. Это были демократические структуры, работающие на основе автономных корпоративных интересов профессоров и студентов. С другой стороны, – фундаментальное образование сегодня рассматривается затратным, не приносящим быструю прибыль и потому на первый план выдвигается реальный приоритет прикладного аспекта науки как предмета изучения и использования.

Заключение

Итак, корпоративная культура настолько важная структурная составляющая современной университетской жизни, что вполне оправдывает свое зачисление в список новых критериев университета. Этот критерий является ответом на вызовы постиндустриального общества, его функция состоит в том, чтобы комплементарно учесть как традиционное, так и современное место университета в обществе. Соотношение классического наследия и инновационных влияний, которые знает современный университет, – залог его возможной реконструкции и успешного развития как классического в условиях неклассической реальности. Однако это трудно выполнимо в мире, который ориентирован на утилитарные и прагматические интересы и чьи ценности связаны с максимальным развитием прибыли. Как пишет Ст. Коллини, имея в виду британские университеты, «обучение стало менее важным делом, чем научные исследования. Деньги приносят именно исследования, а не курсы по истории экспрессионизма или Реформации» [10]. Тем не менее постановка вопроса о формировании корпоративной культуры университета сопряжена с обязательным учетом его новой миссии – быть конкурентоспособным субъектом рынка, но одновременно оставаться

образовательным институтом, сохраняющим его традиционные гуманитарные и гуманистические стратегии развития, формирование которых исторически связывались с корпоративной университетской культурой.

Вместе с тем не нельзя абсолютизировать и преувеличивать роль университетской корпоративности. Полная автономизация, состояние единой корпорации может препятствовать вхождению в университет инновационных знаний, которые на каком-то этапе не вписываются в корпоративные интересы или нормы. Такого рода корпоративность, ее жесткие корпоративные рамки могут оказаться тормозом. Современная наука и современное мышление требуют плюрализма знаний, идей, парадигм и концепций. Образовательная субъективность сегодня не может ограничиваться какими-то рамками, даже если эти рамки носят корпоративный характер.

Отличие университета, его корпоративность и автономия состоят в том, что он в своих действиях представляет субъекта – свободного, имеющего критическое видение как текущего момента, так и будущих этапов развития. На образование как на один из регионов, отвечающих на вызовы современного глобализирующегося информационного мира, возлагается особая ответственность в связи с его функциональным назначением готовить человека, релевантного современности в личностном и профессиональном отношении. Университет в системе образования исторически всегда занимал ведущее место, не являясь слепком с общественного состояния, но играя в нем опережающую роль, показывая в культурном, экономическом, политическом, нравственном и пр. отношении дальнейшие пути развития. Дж. Ньютон как о цели существования университета говорил о поднятии интеллектуального тона общества возделыванием общественной психики, очищением национального вкуса...», показом того, как правильно приспособиться к другим людям, как понять их состояние души, как стать им понятным самому, как добиться взаимопонимания и наладить отношения» [11, с. 157]. Таким был вывод оптимиста. Как продолжение идей классика актуальной сегодня является мысль Ст. Коллини относительно того, чтобы общественное благо, которое дает университет, не сводилось бы к чисто экономическому. Большой риск для университета «сложить все яйца в одну конкретную экономическую корзину» [10].

При этом сегодня есть и весьма пессимистические прогнозы вплоть до наступающего конца золотого века университета, когда уходят его

принципы и критерии, что свидетельствует о его «самоубийстве» [12].

Список литературы

1. Ефимов В. С., Лаптева А. В. Когнитивный университет: контуры будущего // Стратегические ориентиры. 2014. № 6. С. 18–29.
2. Пойзнер Б. Н., Соснин Э. А. Границы университета // Классический университет в неклассическое время. Труды Томского государственного университета. Т. 269. Томск, 2008. С. 16–19.
3. Латыш Н. И. Идея университета в контексте современной цивилизации [Электронный ресурс]. URL: www.charko.narod.ru (дата обращения: 14.02.2018).
4. García Ruiz M. J. Reflections on the Functions of the European University in the New Millennium [Электронный ресурс]. URL: https://www.ph-freiburg.de/fileadmin/dateien/fakultaet1/ew/ew1/erasmus-ip-2006/literature/Teacher_s_Contribution/Garcia_Maria_Paper.doc (дата обращения: 14.02.2018).
5. Ридингс Б. Университет в руинах. Минск: БГУ, 2009. 248 с.
6. Webster F. The Postmodern University, Research and Media Studies [Электронный ресурс]. URL: <http://cjms.fims.uwo.ca/issues/07-01/Frank%20Webster.pdf> (дата обращения: 27.08.2017).
7. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура [Электронный ресурс]. URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/06.php (дата обращения: 28.08.2017).
8. Джерджен К. Дж. Социальное конструирование и педагогическая практика [Электронный ресурс]. URL: <http://charko.narod.ru/tekst/alm4/dg.html> (дата обращения: 28.08.2017).
9. Barber M., Donnelly K., Rizvi March S. An avalanche is coming. Higher education and the revolution ahead [Электронный ресурс]. URL: [http://www.insidehighered.com/sites/default/server_files/files/FINAL%20Embargoed%20Avalanche%20Paper%20130306%20\(1\).pdf](http://www.insidehighered.com/sites/default/server_files/files/FINAL%20Embargoed%20Avalanche%20Paper%20130306%20(1).pdf) (дата обращения: 28.08.2017).
10. Коллини Ст. Зачем нужны университеты [Электронный ресурс]. URL: <https://profilib.com/chtenie/56127/stefan-kollini-zachem-nuzhny-universitety-30.php> (дата обращения: 14.02.2018).
11. Ньюмен Дж. Г. Идея Университета. Минск: БГУ, 2006. 208 с.
12. Вахштайн В. Метафоры и метаморфозы университета [Электронный ресурс]. URL: <http://litbook.ru/article/894/> (дата обращения: 14.02.2018).

DOI 10.15826/umpa.2018.02.013

MODERN UNIVERSITY AS A CORPORATION: A NEW ROLE FOR TRADITIONAL CORPORATISM

G. I. Petrova

National Research Tomsk State University
36 Lenin ave., Tomsk, 634050, Russian Federation; seminar_2008@mail.ru

Key words: university, corporate culture, professional culture, criteria of university.

The article falls under conceptual category. On the basis of theoretical work by native and foreign researchers, philosophers and sociologists the authors clarify the questions related to the notion of university corporate culture, its content and function. The accent is made on modern classical university corporate culture.

The aim of the article is to provide arguments for historical changes in the university corporate culture content and demonstrate their relevance to the challenges of respective time periods. The reason behind writing this article is that we witness dramatic changes in university corporate culture leading to changes of its Idea and Mission. Transformation is seen in the growing amount of commercial initiatives. This implies a potential threat of losing academic and educational status of the university, replacing it by economic corporation. Such situation requires an explanation.

The main methods of research are comparative and historical ones. They help answer the question on the time of university emergence in Russia and demonstrate that having been initiated by Lomonosov it appeared long before classical Western universities. These methods allowed for comparing the given historical models of classical universities, identify their general and specific characteristics and compare them with the criteria of modern university and its corporate culture.

The conclusion (and the novelty of the author's interpretation of university corporate culture) of such a comparison is as follows: pre-classic (medieval) and classical (XVIII–end of XX centuries) universities had university corporate culture included into professorial culture, whereas modern universities do not have that feature. Modern university socio-cultural basis includes two cultures: professorial and corporate. Both cultures have different functions. Function of the corporate culture is to upgrade university competitiveness at the international educational market. This can be seen in changed university discourse, which now includes such

As nowadays university corporate culture plays an important role in its life, it can be included into the list of classical university criteria (alongside with fundatmenalization and humanitarization of education, its autonomy, lecturer cult,

etc.). Seen from purely economic point of view it runs counter with rational classical criteria and that is where the danger for the university lies. At the same time as a new university criteria corporate culture is an answer to the challenges of a modern globalizing society. This discrepancy is as problem that should be solved. One of the directions for the solution can be inclusion of attention to cultural–anthropological portrait of students and graduates into the corporate culture content. We must pay attention to formation of such personal characteristics as trust, cooperation, support, etc. These traits can help mitigate emerging individualism, intolerance, depersonalization and the crash of multicultural attitude.

The conclusions made in this article can be of importance for professors and students in their joint work, as well as for university administration.

References

1. Efimov V. S., Lapteva A. V. Kognitivnyi universitet: kontury budushego [Cognitive University: the contours of the future]. *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz* [University Management: Practice and Analysis], 2014, no. 6, pp. 18–29.
2. Poizner B. N., Sosnin E. A. Granicy universiteta [Boundaries of the University]. *Klassicheskii universitet v neklassicheskoe vremia. Trudy Tomskogo gosudarstvennogo universiteta* [Classical University in non-classical time. Proceedings of Tomsk State University], Tomsk, 2008, Vol. 269, pp. 16–19.
3. Latysh N. I. Ideia universiteta v kontekste sovremennoi civilizatsii [The idea of the university in the context of modern civilization], available at: www.charko.narod.ru (accessed 14.02.2018).
4. García Ruiz M. J. Reflections on the Functions of the European University in the New Millennium, available at: https://www.ph-freiburg.de/fileadmin/dateien/fakultaet1/ew/ew1/erasmus-ip-2006/literature/Teacher_s_Contribution/Garcia_Maria_Paper.doc (accessed 14.02.2018).
5. Riddings B. Universitet v ruinah [Riddings B. The University in ruins], Minsk, BSU, 2009, 248 p.
6. Webster F. The Postmodern University, Research and Media Studies, available at: <http://cjms.fims.uwo.ca/issues/07–01/Frank%20Webster.pdf> (accessed 27.08.2017).
7. Kastels M. Informacionnii epoha: ekonomika, obshchestvo i kultura [The Information Age: Economics, Society and Culture], available at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/kastel/06.php (accessed 28.08.2017).
8. Dzerden K. Dz. Socialnoe konstruirovaniye i pedagogicheskaya praktika [Social construction and pedagogical practice], available at: <http://charko.narod.ru/tekst/alm4/dg.html> (accessed 28.08.2017).
9. Barber M., Donnelly K., Rizvi March S. Lavina priblizhaetsia. Vysshee obrazovanie i griadushaya revoliutsiya [An avalanche is coming. Higher education and the revolution ahead], available at: [http://www.insidehighered.com/sites/default/server_files/files/FINAL%20Embargoed%20Avalanche%20Paper%20130306%20\(1\).pdf](http://www.insidehighered.com/sites/default/server_files/files/FINAL%20Embargoed%20Avalanche%20Paper%20130306%20(1).pdf) (accessed 28.08.2017).
10. Kollini St. Zachem nuzny universitety [Why universities are needed], available at: <https://profilib.com/chtenie/56127/stefan-kollini-zachem-nuzhny-universitety-30.php> (accessed 14.02.2018).
11. Niuman J. H. Ideia Universiteta [Newman J. H. The Idea of a University], Minsk, BSU, 2006, 208 p.
12. Vahstain V. Metafori i metanorfozy universiteta [Metaphors and metamorphoses of the university], available at: <http://litbook.ru/article/894/> (accessed 14.02.2018).

Информация об авторе / Information about the author:

Петрова Галина Ивановна – доктор философских наук, профессор; Национальный исследовательский Томский государственный университет; 8-913-103-8235; seminar_2008@mail.ru.

Galina I. Petrova – Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Department of Philosophy, National Research Tomsk State University; +7-913-103-8235; seminar_2008@mail.ru.

