

*Управление – это искусство карабкаться по лестнице успеха.
Руководство – это умение определить к той ли
тене приставлена лестница.
Питер Друкер*



Вектор СОЦИАЛЬНЫХ ИЗМЕНЕНИЙ

К

ак правило, слово главного редактора начинается с уважительного обращения: «Дорогие читатели». При этом явно или неявно подразумевается, что редактор, да и редколлегия журнала в целом, обладают сакральным знанием той аудитории, ожиданиям и интересам которой отвечает новорожденный журнал.

Признаюсь с самого начала, что для меня – как нового главного редактора – аудитория или, как иногда говорят, целевая группа нашего журнала не вполне известна. Когда же аудитория неизвестна, то для ее идентификации существуют, как минимум два пути.

Первый – это проверенный временем путь маркетинга ожиданий и установок, связанный с именем журнала – «Образовательная политика», путь поиска ниши издания в море журналов и газет, имеющих в многоликом российском образовании. При таком алгоритме решения задачи идентификации целевой аудитории издания образ журнала определяет редколлегия. Определяет, основываясь на своей интуиции и на предварительном мониторинге желаемого и востребованного той или иной профессиональной группой (учителя, директора школ, научные работники, преподаватели высшей школы, ректора вузов, руководители управления раз-

ных уровней и т.п.). Затем дело остается «за малым»: искусством подбора авторов, референтных для данной группы, и такой презентацией материалов, которые бы не разочаровали «своих читателей».

Второй путь идентификации целевой аудитории – более рискованный. Это путь поиска и консолидации вокруг той или иной идеологии, развиваемой коллективом журнала, публики в современном звучании этого слова. Под «публикой» известный современный философ автор теории коммуникативных действий Юрген Хабермас понимает особую виртуальную общность, идентичность которой складывается в процессе чтения, написания и интерпретации тех или иных печатных изданий. Она возникает вокруг издания как общность людей, открытых для обсуждения публичных проблем, идей, идеалов, ценностей, проектов и сценариев развития определенной идеологии, методологии и системы социальных действий, которые распространяет и пытается лоббировать редколлегия. Эта идеология может оспариваться, приниматься или отвергаться, но главное – она должна твориться и жить в пространстве публичного диалога, публичной коммуникации.

Наш журнал «Образовательная политика» как раз и обращен к подобной публике, т.е. к общности людей, идентичность которых складывается и самореализуется в ходе обсуждения

публичных проблем современного образования. Именно поэтому мы определяем жанр нашего журнала как «научно-публицистический».

Сказав все это, я, наконец, обретаю право с надеждой на понимание обратиться к читателям и сказать: «Дорогая публика! Миссией журнала «Образовательная политика» является проектирование, поддержка и лоббирование тех социальных изменений в эволюции нашего гражданского общества, которые открывают потенциальные возможности его становления как Общества образования, а не только «общества знаний» или «инновационного общества». Под обществом образования подразумевается такое общество, движущей силой и базисом которого является образование как ведущая социопорождающая и лично-порождающая деятельность, определяющая конкурентоспособность личности, общества и государства».

Сформулированную подобным образом миссию нашего журнала можно называть социокультурным проектом, социальной утопией, или даже мифом. Это дело вкуса и отношения к футурологии, склонности к прогнозам и пророчествам каждого человека, проживающего свою индивидуальную и профессиональную историю. Но какой бы ни была характеристика стиля подобной миссии, различные прогнозы и пророчества все более сходятся в том, что в ходе эволюции общества все больше оправдывается метафора неутомимого Френсиса Бэкона – «знание-сила». Знания действительно становятся силой почти в буквальном значении этого слова. Но не «знания» сами по себе, а «знания в действии», знания, облаченные в форму тех или иных технологий. Именно «знания в действии» все более пронизывают социальные артерии общества и приводят к конструированию общества как сложнейшей системы социальных сетей.

В обществе социальных сетей образование выходит за пределы только изолированной «сферы образования» или отдельной «отрасли» общественного производства.

Образование как социопорождающая и лично-порождающая деятельность,

еще раз подчеркну, выходит за границы Школы и начинает активно осуществляться другими социальными институтами общества: институтом семьи, институтом культуры, институтом СМИ, институтом религии, институтом бизнеса, институтом государственного управления.

Уже сегодня ответом на запросы института семьи стало зарождение, пусть в самом зачаточном состоянии, различных частных детских садов и школ с веером вариативных образовательных программ. Недалек тот день, когда появятся негосударственные колледжи и училища. Уже сегодня бизнес начинает создавать в самых разных фирмах корпоративные университеты. Уже сегодня начинает осознаваться тот факт, что образование было и останется избыточным по отношению к сиюминутным запросам рынка (часто повторяемый нами принцип избыточности образования по отношению к рынку).

Образование имеет деятельностное происхождение. Оно порождает мышление и участвует в рождении личности, а не только выполняет функцию профессионализации, обретения репертуара тех или иных компетенций, знаний, умений и навыков. В изменяющемся мире выпускники, получившие профессию в области математики, физики или освоившие различные инженерно-технические специальности, становятся лидерами, корпораций, банков, компаний и управления регионами именно благодаря тому, что качественное образование, в каком бы направлении профессиональной подготовки оно не было получено, дает главное – эффект системного мышления и способность решать неопределенные задачи.

На наших глазах все более складывается и социальный слой, мотивация которого отвечает формуле «образование ради образования». Этот социальный слой мотивированных на образование людей не ограничен возрастными и профессиональными категориями. Для них образование выступает часто именно как самоценность. И если с помощью метода психологического рентгена рас-

Миссия журнала в том, чтобы образование стало не только «образованием для всех и каждого», а «делом всех и каждого».

смотреть мотивацию этих людей на получение второго высшего образования, то в иерархии их мотивов мотив «образование ради образования» займет далеко не последнее место.

Думаю, что за ростом подобной мотивации просматриваются две тенденции. Первая из этих тенденций связана с порой неосознаваемым мироощущением, что человек, занимающийся поиском себя через образование, это «Человек перспективы», верящий в свое будущее. Другая же тенденция ухватывает тот момент, что образование перерождается не только в самообразование, но все более выполняет свою лично-порождающую функцию, становится образованием себя (себя образованием).

Выход образования за пределы «сферы образования» как дела профессионального цеха связан также и с тем, что в информационную эпоху, прежде всего в век Интернета и СМИ, образование становится «образованием без берегов». Свобода выбора информации неуклонно нарастает, а, тем самым, уменьшается роль «урока» и «лекции» как порционной и жестко контролируемой формы трансляции знаний не только подрастающим поколениям, но и во взрослом обществе. По сути, мы присутствуем при завершении великого социального проекта «фабрики массового образования» как конвейерного производства, созданной гением протестантского епископа Яна Амоса Коменского, автора «Великой Дидактики».

Вот неполный перечень различных моментов, иллюстрирующих миссию журнала «Образовательная политика» – миссию проектирования, поддержки, экспертизы и лоббирования социальных изменений, ведущих к становлению общества образования.

Реализуя эту миссию, мы и будем стараться превратить журнал «Образовательная политика» в журнал публично-обсуждения преимуществ и рисков различных инноваций в образовании, которые выходят за пределы интересов только профессионального цеха «образованцев» (термин А.И. Солженицина) и становятся социальными инновациями, затрагивающими буквально все слои

общества. К таким социальным инновациям относится, например, и Единый государственный экзамен, вызвавший бурный взрыв общественного интереса и приведший к тому, что проблемы образования стали публичными проблемами общества.

Немало копий сломано при появлении стандартов образования нового поколения. Волна общественного интереса нарастает к политическому решению о введении в программу школы курсов, посвященных основам религиозной культуры. При анализе этих и других публичных проблем образования редколлегия будет стараться придерживаться позиции Спинозы, согласно которой при принятии и лоббировании тех или иных решений необходимо «не смеяться или плакать, а понимать».

Еще раз повторюсь, что миссия нашего журнала в том, чтобы образование стало не только «образованием для всех и каждого», а «делом всех и каждого». В этом смысле, перефразируя известное высказывание Вильгельма Гумбольта «не человек овладевает языком, а язык овладевает человеком», могу сказать, не человек овладевает образованием, а образование овладевает человеком.

Поэтому, дорогая публика, если вы разделяете миссию нашего журнала «Образовательная политика», то вы – читатели нашего журнала и его авторы. Если же вы не согласны с подобной миссией образования и готовы, опираясь на методологию современной науки, предложить свои сценарии развития образования, то страницы нашего журнала ждут вас. В споре рождается не только истина. В обсуждении публичных проблем образования рождаются и наши читатели, и наши авторы.

Для всех тех, кто заинтересован в публичном обсуждении идеологии, методологии, экспертизы и лоббировании социальных действий, вектором которых является становление гражданского Общества Образования, и выходит в свет научно-публицистический журнал, учрежденный Федеральным институтом развития образования Министерства образования и науки Российской Федерации.

Знания становятся силой не сами по себе, а «знания в действии», знания, облаченные в форму тех или иных технологий.