

## ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ШКОЛЫ с бизнес-структурами

**Михаил Маркович Эпштейн**, доцент Санкт-Петербургского университета, кандидат педагогических наук

«В школу должна прийти окружающая её жизнь...» Или... «Школа должна открыть двери и дать возможность ученикам участвовать в процессах преобразования окружающей среды...» Или... «Современная школьникам жизнь должна стать содержанием учебного процесса...» Все эти мысли в качестве критики устаревающей школы звучат уже давно. Более сотни лет назад эти ценности стали одной из основ новой педагогики, провозглашённой, в частности, Джоном Дьюи и воплощавшейся в практике так называемых прогрессивных школ. Однако сегодня эта практика так и не стала массовой, трудности в реализации подхода испытывают не только общеобразовательные государственные школы, но и продолжающие искать пути реализации прогрессивного образования частные, экспериментальные школы.

### Бизнес как ресурс образовательной программы школы

«Масла в огонь» добавляют и новые образовательные стандарты, во многом ориентирующие школу на тесное взаимодействие с окружающей жизнью, с обществом. Теперь эта практика должна выходить из зоны эксперимента и становиться массовой. Но не простой это путь...

Присмотримся к существующему опыту, чтобы понять, что уже получается и что нет, что нужно делать школе и обществу, чтобы

они стали ближе друг к другу и стали партнёрами в деле образования нового поколения; выделим направления сотрудничества.

### Школа изучает жизнь вокруг себя

Школа не слишком активна в возможных изменениях окружающей жизни, и её возможные партнёры из общества также занимают скорее пассивную позицию во взаимодействии. Школа изучает жизнь вокруг себя, но не пытается её преобразовать — это наиболее частый вариант взаи-

модействия школы и общества. Бизнес здесь чаще всего выступает как объект исследования. Среди возможных примеров сотрудничества:

- ◆ экскурсии, образовательные путешествия школьников на предприятия (например, в рамках программы «Обучение через предпринимательство», реализуемой в некоторых регионах страны);
- ◆ деловые игры, к примеру, «Журналист», организуемые образовательным центром «Участие», когда дети в роли журналистов приходят на предприятие и анализируют, описывают увиденное, стараясь полученные впечатления и родившиеся мысли донести до будущих читателей их издания;
- ◆ исследовательские проекты, когда предприятие, организация готовы выступить в качестве объекта исследования, организуемого учителем с детьми, но не имеют возможности, желания организовать более активное взаимодействие со школьниками, допуская их на рабочие места;
- ◆ работа школьников с бизнес-кейсами (скажем, в рамках конкурса по решению кейсов), когда специалисты предприятия готовы представить о себе некоторую информацию и сформулировать организаторам проблемы, перед которыми оно стоит; на основе этого составляются кейсы, и школьники пробуют найти решения (которые потом принимаются экспертами с участием представителей предприятия). В этом случае школьники изучают предприятие, не принимая участие в его работе.

Для бизнеса такие форматы партнёрства со школой не слишком обременительны, для школы же актуален вопрос: как эти взаимоотношения могут включаться в учебный процесс школы? Чаще всего такие проекты осуществляются в рамках внеучебной деятельности. Вопрос: «Как сделать так, чтобы изучение бизнеса как части окружающей школы жизни стало содержанием учебной деятельности школьников?» — пока остаётся открытым.

### **Общество иницирует изменения в образовании**

Общество (в лице предпринимателей, бизнес-структур) пытается быть активным, а школы готовы быть участниками, но не готовы про-

являть инициативу, выступать основными организаторами взаимодействия. В этих случаях бизнес выступает своего рода инициатором перемен, участником общественного влияния на школу. В школах реализуются образовательные программы и проекты, инициированные бизнесом.

Причины такого желания влиять на образование могут быть разными: это и подрастающие собственные дети, ради которых затеваются те или иные образовательные проекты, и стратегические задачи «выращивания» будущих сотрудников, и т.п. Примеры таких проектов разнообразны: это и частные школы, которые создаются как независимый бизнес, направленный на конструирование иной образовательной реальности. При этом, если двадцать лет назад в России такие школы создавались с нуля чаще всего инициативными педагогами и родителями, то сейчас чаще предприниматели инвестируют в появление новых образовательных организаций, имея собственное понимание того, как должно быть устроено образование подрастающего поколения.

Это и личные инициативы предпринимателей, желающих изменить ситуацию хотя бы в части школ, например, проект «Школа завтра» (<http://www.shkola-zavtra.ru/>) — проект поддержки изменений в тринадцати школах Санкт-Петербурга. В рамках проекта было организовано обучение тринадцати школьных команд, их экспертное сопровождение в процессе подготовки и реализации плана изменений. Проект был осуществлён некоммерческой организацией «ОСЭКО» на средства предпринимателя.

Это и разнообразные программы крупных корпораций, которые озабочены продвижением собственного бренда и созданием широкой базы для притока будущих сотрудников и потребителей продукции. Такова, например, программа «Школьная лига РОСНАНО» ([schoolnano.ru](http://schoolnano.ru)) — сетевой проект, цель

которого — продвижение в школах идей, направленных на развитие современного образования, в первую очередь — образования школьников в области естественных наук, современных технологий и технопредпринимательства.

«Школьная лига РОСНАНО» объединяет учителей школ, исследователей, преподавателей вузов, представителей бизнеса и, конечно, школьников. Участниками программы в 2010—2014 гг. стали свыше 100 учебных заведений и 100 партнёров (бизнес-компаний, вузов, исследовательских центров) из 42 регионов страны. Программа реализуется при поддержке Фонда инфраструктурных и образовательных программ (РОСНАНО).

### Школа преобразует жизнь вокруг себя

Школа пытается преобразовать мир вокруг себя, а общество и бизнес достаточно пассивно к этому относятся. В некоторых случаях школам удаётся собственную инициативу по преобразованию местного сообщества ввести в образовательную программу. Предпринимательские инициативы школьников и учителей становятся важной частью школьной жизни. Среди примеров, иллюстрирующих это направление сотрудничества, можно привести следующие.

В школе (при школе) организуется собственное производство, позволяющее детям получать опыт производственной деятельности, приносить пользу школе и окружающим. Таких примеров особенно много в сельских школах, где самообслуживание — необходимость жизни. Журнал «Народное образование» специально организовал ежегодный Конкурс имени А.С. Макаренки для того, чтобы объединить и поддержать такие школы.

Программа «Достижения молодых», существующая как общественная инициатива, некоммерческая организация, объединяет школы, в которых обучение бизнесу введено в учебную программу (в рамках курса экономики или иным способом). При этом освоение предпринимательства идёт не только через теорию, но и через собственный опыт,

через участие в реальном деле. В процессе освоения курса старшеклассники создают свою собственную учебную фирму, продумывают продукт, который будут производить и продавать, или услугу, которую будут предлагать клиентам. Далее ребята разрабатывают бизнес-план, распространяют среди друзей, знакомых, родственников учебные акции, собирают под них деньги, организуют бизнес-процесс и в конце учебного года считают прибыли и убытки.

Овладение школьниками современными компьютерными технологиями позволяет увязать занятия по информатике и реальный бизнес. Так, например, ученики пензенского лицея № 3 имеют возможность знания, полученные на уроках информатики, применить на практике, работая над заказами, которые выполняет «СМОЛО.КОМ» — IT-компания, созданная учителями и учениками школы. В Пензенской области школы активно включились в программу «Обучение через предпринимательство». Среди чисто исследовательских проектов встречаются такие, которые имеют продолжение в виде бизнес-продукта. Смысл программы в том, чтобы дети знакомились с бизнесом в общении, с конкретной компанией и по-настоящему включались в её бизнес-процесс. Сначала предприятия входили в этот образовательный проект скорее под влиянием местной администрации. Но когда директора фирм увидели, что с ребятами интересно работать и что после приложения некоторых усилий школьники, благодаря своей креативности, могут предлагать решения неожиданные и полезные для дела, то активнее включились в процесс взаимодействия.

### Школа как часть местного сообщества. Сообщество как школа

Активны во взаимодействии и школа, и общество вокруг неё. Представители бизнеса осознают важность сотрудничества со школой или шире — образованием. Школа ощущает себя частью местного сообщества, и видит своей задачей изучать

его и влиять на его изменение. При этом школа использует местное сообщество, бизнес как ресурс, как пространство образования. К сожалению, такие отношения между школой и бизнесом, образованием и местным сообществом редко встречаются, но всё же примеры таких проектов, такого взаимодействия есть.

*Учебный центр, созданный на базе предприятия.* Например, в Санкт-Петербурге на базе предприятия «Водоканал» создан детский учебный центр, посвящённый экологическим проблемам (совместный проект «Водоканала» и некоммерческой организации). В центре работают специалисты, разрабатывающие образовательные программы. Школы используют учебный центр как внешний ресурс для реализации своей образовательной программы, приводя туда детей на занятия.

*Научные интерактивные музеи.* Эти проекты в России становятся всё популярнее, причём в отличие от США они создаются как бизнес-проекты. Но изначально планируются как прорывные образовательные проекты, которые призваны делать то, что не происходит в школе, — увлекать наукой.

Вероятно, такими примерами могут быть социокультурные феномены, когда в том или ином регионе местные предприниматели, чаще всего мелкие, начинают осознавать необходимость своего взаимодействия с образованием. Кузнец, который приобретает к своему ремеслу-искусству местных ребятишек; отставной военный, который в селе создаёт библиотеку и привлекает к этому школьников, одновременно создавая с ними сельский дом детского творчества на базе библиотеки; экопоселенцы, строящие свою жизнь на месте бывшей свалки и первым делом создающие школу для своих и не только своих детей, и т.д.

Конечно, приводить те или иные примеры совместных проектов можно и далее. Но сейчас мы остановимся. Нам важно было описать рамку, позволяющую проанализировать имеющийся опыт сотрудничества и зафиксировать возможные направления деятельности школы (и её партнёров) в поиске путей взаимодействия.

Анализ опыта партнёрства у школ с обществом (бизнесом и другими организациями) показывает, что в некоторых школах есть проекты сотрудничества и того, и другого, и третьего типа. Но во многих школах нет никаких подобных проектов. Одна из причин — в отсутствии стремления к партнёрству, в сложности его осуществления. Школе сложно «открываться», впускать к себе партнёров, взаимодействовать с ними, влиять на окружающую жизнь. Сложно, в первую очередь, преодолеть стереотипы о смысле и способе организации образования, которые довлеют над педагогическим и родительским сообществами. И технически не просто преодолеть сложности, возникающие на пути преодоления ограничений, заложенных в системе финансирования классно-урочной системы в нормативных документах.

Есть здесь сложности и со стороны предприятий — связанные и с нежеланием производителей отвлекать работников от непосредственных обязанностей, и с необходимостью соблюдать жёсткие правила безопасности, препятствующие проникновению школьников на производство.

В итоге если и реализуется в школе сотрудничество с окружающей средой, то лишь в логике «школа изучает жизнь вокруг себя, но не пытается её преобразовать». И, напротив, «школа как часть сообщества» встречается довольно редко. И что важно — это характерно не только для России, но и для других стран.

Действительно, гораздо проще однажды написать книжку и по ней изучать историю, чем идти и разговаривать о ней к конкретным людям, свидетелям. Проще изучать птиц по картинкам в учебнике, чем начать с ребёнком делать скворечник. Школе, конечно, привычнее исследовать, чем делать. Но проблема в том, что большая часть школ и исследованиями в реальности не занимается. Школы не делают окружающую жизнь частью содержания своей

деятельности. Основным содержанием их деятельности остаётся «программа», которая часто с жизнью связана мало.

### На пути к партнёрству

Обсуждая возможное партнёрство школы и бизнеса, важно понять — каковы возможные мотивы их сотрудничества, что они могут получить от такого взаимодействия. Зачем бизнес и школа могут быть нужны друг другу? Некоторые ответы на этот вопрос попробуем дать на основе наблюдений за совместными с бизнесом проектами, а также материалов многих встреч и бесед с предпринимателями и руководителями школ, лидерами образовательных проектов.

*Зачем бизнесу нужны школы?*

Видятся несколько линий, по которым налаживаются партнёрские контакты бизнеса и образования, мотивов, благодаря которым предприниматели готовы (и заинтересованы) идти на контакт со школами. Работают эти мотивы в некоторой совокупности: один какой-то мотив может быть ведущим, а другие — подкрепляют его.

*GR (отношения с органами государственной власти и управления)*

Бизнес участвует в жизни школы, понимая, что такие проекты помогут ему навести мосты, наладить контакты с государством, с конкретными чиновниками, представить им себя в позитивном качестве предпринимателя, помогающего решать государственные задачи. Примером такого реализованного мотива может быть участие предпринимателей в летней школе «Наноград», организуемой в рамках программы «Школьная лига РОСНАНО». На финальные события летней школы (экспертиза решённых детьми реальных кейсов от предприятий) приезжают руководители предприятий-партнёров, руководители региона, в котором проходит летняя школа, представители федеральных ведомств. И такая личная встреча на позитивном фоне обсуждения детских проектов может быть

обоюдно полезна для обсуждения новых бизнес-инициатив.

*PR (связи с общественностью)*

Многие фирмы сотрудничество со школами рассматривают, в первую очередь, как возможность пиара, понимая, что школы (или сеть школ), ученики, учителя, родители — это большая аудитория, с которой важно налаживать отношения как с потенциальными клиентами, позитивный имидж предприятия среди которых также важен. Один из самых популярных инструментов в таком сотрудничестве — многообразные конкурсно-образовательные программы.

*КСО (корпоративная социальная ответственность)*

Программы корпоративной социальной ответственности есть сейчас практически у всех крупных корпораций. Почему бы коллегам наравне с поддержкой сирот, спорта и т.д. не включить в свою сферу влияния и образовательные проекты? Зависит это, в том числе, от убедительности разработчиков проектов. Примеры такого сотрудничества уже есть.

*Маркетинг*

Детское и родительское сообщества могут быть ресурсом для маркетинговых исследований. И есть примеры партнёрских проектов, которые, с одной стороны, решают маркетинговые задачи предприятия, с другой — дают школе возможность использовать в своей образовательной программе ресурсы предприятий (их продукцию, ту или иную информацию о них), а также кадры (специалистов фирмы).

*Оригинальные решения для бизнеса*

Часто предприниматели находят в школе партнёра, во взаимодействии с которым можно выстроить взаимовыгодную схему. Такие проекты сложно типологизировать — они оригинальны и разнообразны,

зависят от конкретных условий и творческих способностей партнёров. Например, стоматологическая клиника договорилась со школой использовать ненужное школе помещение под свой медицинский офис. Условием школы было бесплатное (или льготное) обслуживание детей и учителей. Клиника плюс к помещению получила ещё и поток клиентов — родителей учеников. Другой пример. Предприниматель договорился со школой совместно развивать школьные мастерские. В результате школа получила заинтересованного специалиста, занимающегося с её подростками во внеурочное время; партнёра, вкладывающего время и другие ресурсы в развитие материальной базы; возможность для подростков ответственной работы уже в школьном возрасте, а предприниматель — помещение для работы, стартовую техническую базу, множество заинтересованных и с каждым днём всё более квалифицированных работников.

#### *Личные мотивы*

Понятно, что личные мотивы — одни из самых крепких и хорошо действующих: ребёнок предпринимателя учится в школе, жена работает, бывший учитель попросил помочь... Может быть, проекты, стартовавшие по этим мотивам, не столь долговременны (зависят от конкретной личной ситуации), но по таким мотивам школам привычнее всего сотрудничать с предпринимателями.

#### *Кадры*

Для многих руководителей производств проблема кадров — одна из важнейших. Понятно, что школьники — не те специалисты, которые уже в ближайшее время придут на предприятие. В этом смысле гораздо понятнее, зачем бизнесу взаимодействовать с вузами в расчёте на студентов как будущих сотрудников, да и уже во время учёбы готовых работать. Но, во-первых, всё чаще появляются примеры партнёрств школ и бизнеса в сфере ИТ, поскольку возрастной порог вхождения в этот бизнес становится всё ниже и ИТ-фирмы начинают охотиться за головами талантливых ребят (а вернее, вкладываться в их подготовку) уже со школьной скамьи.

Во-вторых, всё больше появляется предпринимателей, понимающих, что готовить квалифицированных специалистов (пусть и не конкретно для своей фирмы) нужно уже со школьной скамьи, в частности, помогая школе становиться современнее.

#### *Стратегическое мышление*

В этом смысле можно с уверенностью говорить, что многие предприниматели понимают, что для успешности их бизнеса принципиально, чтобы менялась к лучшему социальная ситуация в том регионе, где они работают, и в стране в целом. И влияние на развитие образования — один из механизмов улучшения качества жизни. Последнее время всё чаще появляются примеры сотрудничества бизнеса и образования, исходя именно из этой предпосылки.

#### *Что школа может получить от взаимодействия с бизнесом?*

Понятно, что школа всегда нуждается в дополнительных ресурсах, и в деньгах, в частности. Сейчас мы не будем обсуждать ремонт помещений и оборудование классов, оплату охраны и другие понятные нужды школы, требующие постоянного поиска финансирования. Остановимся в первую очередь на описании форматов взаимодействия с бизнесом, которые могут дополнить, разнообразить образовательную программу школы.

#### *Экскурсия на предприятие*

Это традиционный и чуть ли не единственный в течение долгого времени «жанр» знакомства школьников с предприятиями. Плюс этого формата в том, что он не так трудоёмок для предприятия, принимающего группу детей, — отвлекается от дела лишь один человек, который в ограниченное время проводит детей по заранее спланированному маршруту (это важно с точки зрения техники безопасности — дети под присмотром

и не сунут пальцы куда не следует). Минус в том, что дети, участвующие в экскурсии, остаются лишь пассивными слушателями и наблюдателями, не получая опыта более активного взаимодействия с предприятием и его специалистами.

### *Образовательное путешествие*

В последние годы всё активнее разрабатываются программы образовательных путешествий, которые отличаются от экскурсии тем, что их основная задача — получение их участниками новой информации и нового опыта, ответа на какой-то заранее сформулированный вопрос. В путешествии важна более активная, включённая позиция участников. Путешественник часто сам участвует в планировании путешествия, ведёт дневник или фиксирует свои наблюдения в другой форме. Важная часть путешествия — постоянное осмысление увиденного, полученного опыта, встреч с людьми. Образовательные путешествия позволяют, с одной стороны, сохранить важные для предприятия условия — кратковременность посещения, соблюдение требований безопасности, а с другой — превратить обычное экскурсионное посещение в образовательную программу. При разработке программ важно создать для ребят такую ситуацию, при которой они становятся активными «экспертами» действительности — задают вопросы, пытаются рассмотреть реальность с нестандартных ракурсов, выступают с критикой серьёзного «взрослого» мира.

Примером такого образовательного путешествия может быть деловая игра «Журналист», когда школьники попадают в изучаемое пространство со специальным заданием от редакции (см. напр. [www.fondedu.ru](http://www.fondedu.ru)). Также в качестве примера можно привести игру «От идеи до внедрения», реализуемую коллегами из образовательного центра «Участие» (<http://schoolnano.ru/node/10621>), позволяющую организовать знакомство с современными технологическими производствами. На первом этапе такой игры школьники знакомятся с научно-популярными текстами, смотрят

фильмы и другие ресурсы, представляющие изучаемую технологию. На следующем этапе школьники с накопившимися вопросами посещают производство, участвуют в экскурсии, по возможности задают вопросы работающим там специалистам. На третьем шаге школьники выбирают впечатлившую их технологическую разработку, продукт и в игровом режиме пробуют представить, как они сами могли бы заняться её производством. В процессе игрового моделирования группы школьников предлагают свои варианты технологических продуктов и способов их производства; готовят бизнес-план, защищают его в банке для получения кредитов, встречаются с инвесторами и возможными заказчиками на свой продукт, проходя полный цикл производства продукции.

### *Встречи с профессионалами: образ успешной взрослости*

Всё чаще в школах организуются встречи старшеклассников с успешными представителями современного высокотехнологичного бизнеса. Задача таких встреч — сократить дистанцию, навести мосты между теми, кто будет делать завтрашнюю экономику (в том числе опираясь на науку), и теми, кто уже сегодня в ней работает.

Подросткам интересно услышать из первых уст, чем сегодня можно заниматься в современном высокотехнологичном бизнесе, где можно применить те знания, что они получают в школе и завтра будут осваивать в вузе, какие профессии сегодня популярны на рынке труда и что будет востребовано завтра.

Старшеклассникам нужен образ успешной взрослости. И важно, чтобы такой образ создавался на живых встречах, когда подросток может задать свои вопросы лидеру, успешному человеку, знающему и умеющему, и, что очень важно, желающему поделиться накопленным опытом с молодыми, идущими вслед и рядом.

Стиль этих встреч — живая беседа с заинтересованными взрослыми людьми. Опыт показывает, что встречи со школьниками оказываются полезны и интересны и предпринимателям, ведь это своего рода обратная связь — взгляд на бизнес со стороны тех, кто вступает в возраст экономической активности.

### *Конкурсные образовательные программы*

Регулярно школам и школьникам предлагаются для участия образовательно-конкурсные программы, разработанные с участием специалистов фирм и вузов. Для ребят — это возможность проявить себя во всероссийском конкурсе, овладеть новыми компетенциями, найти новых друзей среди школьников в авангарде лучших, формирующих уже сейчас будущую технологическую, научную и бизнес-элиту страны.

Для фирм — это способ поддержать талантливых школьников; присмотреться к кому-то из них как будущим сотрудникам (особенно это актуально для фирм из IT-сферы). Для школ — это ещё один ресурс стимулирования школьников к активной учебной деятельности, поддержки талантливых учеников, возможность отметить лучшие работы призами (что, конечно, тоже важно и приятно). Наиболее дальновидные школьные коллективы используют такие образовательные конкурсные программы для формирования вариативной части образовательной программы школы, при разработке элективных курсов.

Поскольку партнёрами в таких конкурсах часто становятся компании из сферы высоких технологий, это даёт шанс вовлечь школьников в активное освоение информации о предприятии, включить в процесс деятельностного знакомства с объектами и знаниями о них; такое взаимодействие производства и школьников формирует интерес подрастающего поколения к инновациям и развитию высоких технологий.

Одним из примеров такого образовательного конкурса может быть конкурс «Инфографика» (<http://contest.schoolnano.ru/www/index.php>). Образовательная задача конкурса — обучение школьников искусству создания инфографических текстов. По заказу компании участникам предлагается разработать инфографический текст о продукции компании. В жюри конкур-

са принимают участие и представители компании. Наиболее удачные работы используются компанией в своей PR-программе.

### *Кейсы*

Ещё один способ дать подросткам возможность глубже познакомиться с реальными проблемами настоящего предприятия — предложить им решить кейс предприятия, созданный на основе его проблем. Сам по себе кейс-метод уже давно используется в обучении специалистов предприятий, не так давно начал использоваться в работе со студентами, но вот со школьниками решать кейсы предприятия начали совсем недавно.

Понятны сложности в организации такой работы. Когда кейсы на основе проблем решают специалисты предприятий в ходе своего обучения — это тот материал, с которым они сталкиваются в своей ежедневной работе. Участвуя в работе со студентами по решению ими кейсов, руководители предприятий понимают, что это их завтрашние работники, и один из форматов такой работы — кейс-чемпионаты — как раз и строится на том, что предприятие фактически вкладывается в обучение и отбор своих потенциальных сотрудников. Компания формирует материалы для кейса, студенты его пробуют решить, в жюри входят специалисты компаний, они принимают или не принимают решение кейса, дают участникам обратную связь. Победителям — призы и предложение о работе. Со школьниками вся эта история кажется многим странной — непонятно, что могут решить подростки в ситуации, когда они ещё не прошли всю школьную программу, знания по которой требуются для решения реальных проблем предприятий, часто весьма специфических. Логика вложений в подростков как в будущих работников тоже, на первый взгляд, не ясна — ждать их выхода после вуза на работу ещё лет 5–7, да и выберут ли они нужный вуз и нужную специальность — вопрос...



Тем не менее, примеры взаимодействия компаний со школьниками по решению кейсов уже есть. Один из действующих форматов — кейс-чемпионат (по аналогии со студенческим), другой — организация работы с кейсами в рамках летней школы «Наноград» (<http://schoolnano.ru/nanograd2014>).

Партнёрские компании в рамках летней школы «принимают на работу» участников летней школы — старшеклассников различных школ России в качестве стажёров и предлагают для решения кейс, разработанный на основе реальных проблем и задач, стоящих перед предприятием (технических, технологических, маркетинговых, пиаровских...). Под руководством молодых кураторов и при участии консультантов от фирм старшеклассники должны предложить решение кейса и в конце школы защитить его перед Экспертным советом, в который входят руководители предприятий-заказчиков.

Что важно — заказчики получают не только удовольствие от общения с пытливыми, творческими, заинтересованными школьниками, но часто идеи решений, которые предполагают использовать в своей практике.

Некоторые школы используют работу с кейсами предприятий-партнёров в рамках тематических недель (в частности, Всероссийской недели технопредпринимательства, <http://schoolnano.ru/nanoweek-2014>), элективных курсах по экономике и других образовательных программах.

### *Исследования*

Есть примеры того, что, организуя учебно-исследовательскую деятельность старшеклассников, педагоги обращаются к тем или иным организациям или предприятиям с просьбой выступить объектом для исследования школьников. Подростки изучают, как устроена организация, чем она занимается, какова её роль в окружающей школу жизни...

В качестве примера можем привести элективный курс «Права человека». Ученики 11 класса, примерно 15 человек в год, выбирают себе этот курс как один из возможных,

и участвуют в нём на протяжении семестра по 4 часа в неделю. В рамках курса «Права человека» каждый из участников выбирает себе тему для более подробного исследования. Три четверти времени курса уходит на аудиторные занятия, лекции учителя, четверть — на индивидуальное исследование. Каждый из учащихся находит себе организацию, так или иначе связанную с выбранной темой. На основе изучения теоретического материала, общения с сотрудниками организации, экспертами школьники готовят доклад-презентацию, представляющую исследование по теме, тем самым соприкасаясь с практикой, знакомятся с нарушениями прав человека и способами помощи людям.

Аналогично существует, например, практика, когда в рамках школьного курса экономики или обществоведения старшеклассники приходят на те или иные дружественные предприятия (чаще всего через родителей, работающих на них), изучают механизмы работы, продукцию, рынки, клиентов. Так, в Пензенской области школьники ведут исследования деятельности предприятий в рамках проекта «Обучение через предпринимательство». Некоторые темы исследовательских работ школьников по этой программе: «Анализ конкурентоспособности предприятий малого бизнеса на примере парикмахерских посёлка Беково», «Анализ опыта создания предприятия по оказанию ремонтно-строительных услуг», «Об организации работы предприятия по выращиванию рассады, анализ его конкурентоспособности в районе».

### *Проекты*

С введением проектной деятельности в образовательную программу школы перед учителями встаёт задача направлений приложения усилий школьников. Предприятия-партнёры могут выступить как дополнительный внешний ресурс для организации проектной деятельности, например, участвуют в междисциплинарных проектах по экологии. Для этого

учителя заранее объединяются в рабочие междисциплинарные группы. Каждая группа продумывает возможные исследовательские и практические проекты, связанные с различными науками и общим акцентом на экологию. При обсуждении идеи проекта находят организации, которые могут стать партнёрами, — например, организации, контролирующие качество воды. Ученики 9–11-х классов выбирают ту или иную проектную группу, в которой в течение некоторого времени ведётся практическая работа.

### *Стажировки, практики*

Стремясь помочь школьникам в выборе будущей профессии и дальнейшего образовательного маршрута, познакомиться с существующей в регионе производственной инфраструктурой, получить опыт самостоятельной продуктивной деятельности и рабочих отношений, многие школы организуют для старшеклассников стажировки и практики на базе партнёрских предприятий. Они могут быть организованы в течение учебного года или летом.

### *Учебные фирмы (школьные компании)*

С 1991 года развивается в России программа «Достижения молодых» ([www.ja-russia.ru](http://www.ja-russia.ru)). Одна из линий в этой программе — организация работы «школьных компаний». Обучаясь экономике и предпринимательству, старшеклассники создают небольшие компании, которые в полуигровой-полуреальной обстановке проходят весь бизнес-цикл — от идеи до производства продукта и его продажи. В этом ребятам помогают фирмы-партнёры, специалисты которых выступают помощниками, консультантами, партнёрами.

В России есть школы, воспитательная программа которых составлена на основе производственного труда. У таких школ есть опыт самостоятельной финансово-хозяйственной деятельности создания школьных предприятий и производств, в которых самое активное участие принимают старшеклассники — как работники и организаторы производственных процессов. Специально для поддержки этих школ, выявления и распространения успешного опыта журналом «Народное образование» проводит-

ся Конкурс имени А.С. Макаренко (<http://konkursmakarenko.narod.ru>).

### *Работа школьников по заказу предприятия*

В некоторых школах старшеклассники получают опыт работы по заказу предприятия-партнёра без отрыва от учёбы. Есть примеры, когда под-ростки вместе с учителем, имея в школе исследовательскую технику, по заказу предприятия проводят исследования материалов, производимых фирмой-партнёром. Компания получает нужную им аналитику, дети — опыт работы по заказу, исследовательскую работу, которую не стыдно представить на самых взыскательных конкурсах.

Есть опыт, когда школьники, занимаясь освоением тех или иных программных средств в рамках курсов по информатике, программированию, уже в школе начинают работать над производственными задачами, сформулированными ИТ-компаниями.

\* \* \*

Описанные выше форматы взаимодействия школ и бизнес-партнёров позволяют школе серьёзно обновить свою образовательную программу. Все они вовлекают подростков в деятельностное (в той или иной мере) освоение норм и практик, что сложно сделать в рамках традиционного учебного процесса.

### **Участие бизнеса в программах повышения квалификации учителей**

Примером могут быть программы: «Федерация интернет-образования», «Школа завтра», «Школьная лига РОСНАНО», реализуемая с 2010 года при поддержке Фонда инфраструктурных и образовательных программ, и многие другие. При этом создаётся сеть школ, а учителям предлагается программа

повышения квалификации. Такие программы организуются и проводятся с участием представителей бизнеса, но иногда бизнес лишь финансирует эту деятельность. Имея в партнёрах сеть школ, бизнес может рассчитывать на большое число участников проектов (что выгодно, скажем, при необходимости реализации пиар- или маркетинговых программ), а школам не нужно тратить свои скромные ресурсы на решение организационных вопросов и можно сосредоточиться на содержательной работе.

### **Где и как могут встретиться представители бизнеса и школы?**

Предприниматель может оказаться родителем ученика, бизнес может быть соседом по району, на территории которого расположена школа, они могут познакомиться на совещании у главы региона... В некоторых школах есть специально выделенные сотрудники, задача которых — искать контакты с потенциальными партнёрами, обсуждать и разрабатывать

с ними возможные проекты. Но, конечно, позволить себе содержать отдельную «боевую единицу» может не каждая школа, кроме того, вести переговоры с бизнесом для людей школы — непростое дело. Да и людям из бизнеса бывает сложно понять педагогов.

Существует явное различие в языках и логике жизнедеятельности людей из бизнеса и людей из образования. И как и в жизни, когда у людей разные языки, на помощь могут приходиться переводчики, посредники — владеющие и тем и другим языком, понимающие и ту и иную культуру, которые могут взять на себя труд переговоров, продумывания обоюдовыгодного проекта и ведения его на пользу всем участникам. Так к паре взаимодействующих — школе и бизнесу — добавляется третий участник процесса — посредник, чаще всего это некоммерческая организация. ВШ