

А.Ю. ЧЕПУРЕНКО, М.В. ЧЕРНЫШЕВА

РЫНОК АКАДЕМИЧЕСКИХ ТЕКСТОВ В РОССИИ (по данным экспертного опроса)

ЧЕПУРЕНКО Александр Юльевич – доктор экономических наук, профессор (achepurenko@hse.ru);
ЧЕРНЫШЕВА Марина Вячеславовна – кандидат социологических наук, старший преподаватель
(mchernysheva@hse.ru). Оба – НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия.

Аннотация. В России существует неформальный рынок, на котором осуществляется купля-продажа академических текстов – от студенческих квалификационных работ до научных статей и диссертаций. Хотя его существование противоречит формальным нормам и ценностям научного сообщества, он устойчиво функционирует. Авторы анализируют сложившиеся практики написания на заказ академических текстов (с акцентом на изучение социального поведения исполнителей заказов) как часть специфического организационного поля, своеобразного рынка. Исследование основано на полуструктурированных интервью с шестью так называемыми скрипторами (или гострайтерами – «писателями-призраками») и с четырьмя экспертами, представляющими НКО в сфере науки и высшего образования. Деструктивное предпринимательство в сфере высшего образования и науки характеризуется как сложная система, акторами которой выступают не только неформально «самозанятые» скрипторы, но и формальные организации, обеспечивающие контакт между заказчиками и исполнителями академических работ. Устойчивость рынка квазинаучных текстов в России связана на макроуровне с высоким спросом на высшее образование и на научную степень как на статусный атрибут, а также с существенным предложением со стороны научно-педагогических работников, компенсирующих неформальным деструктивным предпринимательством ограниченность возможностей для легального академического предпринимательства. На мезоуровне институциональными условиями являются ригидность российских вузов, продолжающих оставаться сугубо учебными заведениями, где легальное академическое предпринимательство инновационного типа может развиваться лишь в ограниченном масштабе, и низкие заработные платы научно-педагогических работников. На микроуровне стимулом стала попытка насаждения публикационной активности как главного критерия академической успешности в условиях, когда значительная часть работников вузов воспринимают себя как преподавателей, а не исследователей, и не стремятся (или не имеют возможности) изменить такое положение.

Ключевые слова: рынок академических текстов • научные институции • система высшего образования • неформальная экономическая деятельность • деструктивное предпринимательство • Россия

DOI: 10.31857/S0132162524030047

В последние десятилетия активно обсуждается необходимость развивать в современных университетах академическое предпринимательство как способ повысить доходы научно-педагогических работников (НПР). Однако при этом не всегда учитывается широкое развитие среди российских НПР теневого «повседневного предпринимательства», связанного с написанием академических текстов на заказ и с оказанием сопутствующих платных услуг. Хотя его размеры в связи с цифровизацией стремительно в последние годы выросли, изучение подобных теневых практик затруднено тем, что «рынок теневого академического предпринимательства является закрытым, очень законспирированным, жестким, высококонкурентным» [Юрасов и др., 2021].

Статья подготовлена в рамках гранта Факультета социальных наук НИУ ВШЭ, предоставленного для поддержки проекта «Стратегии адаптации российских малых предпринимателей к шоковым изменениям в экономике и обществе» (2023).

Не следует думать, будто это встречается только в постсоциалистических странах. Социальное явление систематического написания академических текстов за деньги получило широкое отражение и в зарубежной литературе. Оно рассматривается в основном как нарушение академической этики со стороны как заказчиков, так и исполнителей – скрипторов, как обозначают их часто в российской литературе, или гострайтеров, согласно англоязычному обозначению такой деятельности (см., напр., [Knapp, Hulbert, 2017; Henning et al., 2019; Svirina, Anand, 2022; Padillah, 2023]). В российской научной литературе эта тема была впервые поднята Е. Балацким [2008], который сформулировал понятие «диссертационной ловушки» как одного из видов институциональных ловушек, куда может попадать общество, находящееся в состоянии системного перехода. Г. Горланов [2013] указал на причины возникновения и воспроизводства рынка соответствующих услуг, связанные с «люмпенизацией» научного сообщества и с наличием слоя состоятельных заказчиков (политиков, бизнесменов и государственных служащих), стремящихся таким образом «купить» повышение своего социального статуса. Детальный анализ практик заказного написания академических текстов выполнен в ряде работ Т. Калимуллина [2005; 2011; 2013]. Важным вкладом стало рассмотрение того, как развитие современных электронных коммуникаций повлияло на широкое распространение информации о платных услугах по написанию диссертаций, а также на принятие решений акторами этого рынка [Брумштейн, Снежинская, 2018]. Практически все указанные работы посвящены написанию диссертаций, хотя в изучаемом виде теневой деятельности существуют и другие сектора: наряду с сегментом студенческих работ и диссертаций в нем есть, например, сегмент купли-продажи статей для публикации в рейтингуемых журналах.

Методика и ограничения исследования. Ранее уже был дан подробный анализ, как работают российские скрипторы, на регулярной основе занимающиеся написанием академических текстов на заказ [Давыдов, Абрамов, 2021]. Авторы хотели бы рассмотреть данное явление под другим углом зрения – как тип «деструктивного предпринимательства» [Baumol, 1990], вокруг которого сформировался своего рода рынок. Речь идет об интерпретации деятельности «писателей-призраков» как способности находить новые пути увеличения их личного благосостояния, которые, однако, не увеличивают благосостояние общества, а снижают его.

Основные исследовательские вопросы были следующими: (1) какие институциональные предпосылки способствуют развитию рынка услуг по купле-продаже академических текстов, (2) каковы сегменты этого рынка и основные типы его участников. При этом авторами предпринята попытка трактовать наличие данного рынка не столько как проявления системной аномии, сколько как формы реализации предпринимательской активности в специфическом контексте, сложившемся в России [Welter, 2011; Zahra et al., 2014]. Такими контекстами для данного рынка выступают, с одной стороны, российская система учреждений высшего образования и науки с присущими ей институциональными особенностями, а с другой – сложившаяся в России специфическая модель рыночной экономики.

Для сбора информации авторами в 2022–2023 гг. проводилось интервьюирование двух разных групп экспертов: непосредственных участников изучаемого неформального рынка (инсайдеров) и лиц, обладающих экспертными знаниями в изучаемых вопросах, но лично не занимающихся написанием/продажей заказных текстов (аутсайдеров). Первоначально ожидалось, учитывая резонанс темы¹, что она не будет представляться

¹ Например, в профильных сообществах в социальных сетях активно обсуждался скандал, возникший в связи с подачей в суд жалобы от соискательницы докторской степени в области медицинских наук за то, что ответчица, подрядившись выполнить заказ на написание докторской диссертации, исполнила его недолжным образом (см., напр.: Котляр П. «Спрос выше, халтуры больше». Как уролог из «МЕДСИ» заказала докторскую диссертацию и засудила исполнителя. Уролог из Москвы отсудила компенсацию за некачественный «макет диссертации» // RTVI. 20.11.2023. URL: <https://rtvi.com/news/spros-vyshe-haltury-bolshe-kak-moskovskij-urolog-zakazala-doktorskuyu-dissertaciyu-i-zasudila-ispolnitelya/>).

Таблица 1

Основные характеристики экспертов

| Шифр | Характеристики |
|--|--|
| <i>Академические эксперты (аутсайдеры)</i> | |
| № 1 | Опыт работы в редакциях ряда журналов РАН и участия в общественных инициативах в академической среде |
| № 2 | Сотрудник института РАН в Москве, специалист в области науковедения |
| № 3 | Собственный опыт скриптуры, в последнее время отошел от этой деятельности, участвует в деятельности НКО |
| № 4 | Участница общественного проекта по борьбе с академической нечестностью |
| <i>Эксперты-скрипторы (инсайдеры)</i> | |
| № 1 | Выпускница вуза, с первого курса занималась написанием эссе/рефератов для студентов своего университета |
| № 2 | Выпускница вуза, с первого курса писала работы для студентов своего университета; был опыт написания дипломов, глав диссертаций, авторефератов и статей на заказ |
| № 3 | Главный научный сотрудник статистического центра в университете, преподаватель, писала как главы диссертации, так и работы «под ключ» |
| № 4 | Врач с большим опытом научной работы, делает и описывает статистические расчеты для кандидатских и докторских диссертаций |
| № 5 | Консультант, имеет опыт написания на заказ кандидатской диссертации |
| № 6 | Доцент вуза, до этого 12 лет занимался скриптурой в качестве основной занятости |

посредникам и самим гострайтерам/скрипторам табуированной, однако авторы столкнулись с большими трудностями. В итоге удалось взять полуструктурированные интервью² у шести скрипторов и четырех экспертов из различных НКО, которые в силу специфики своей деятельности хорошо представляют себе масштабы и структуру организационного поля купли-продажи текстов вокруг вузов (причем один из экспертов ранее имел опыт скриптуры). Экспертами стали пять мужчин и пять женщин в возрасте 35–50 лет с высшим образованием, из них четверо с кандидатской степенью и один с докторской (табл. 1). Скрипторы представляли разные регионы, все эксперты – столичные жители.

Ограничениями исследования являются малый охват целевой группы (в связи с чем существует вероятность того, что не было достигнуто максимальное насыщение при формировании выборки), который во многом объясняется сензитивностью темы. Даже скрипторы, которые занимаются этой деятельностью на регулярной основе, отказывались отвечать на вопросы, не говоря уже о заказчиках. Со стороны ряда вузовских преподавателей, к которым авторы обращались как к посредникам с просьбой вывести на заказчиков академических текстов, высказывались сетования (возможно, не всегда искренние) на то, что они с проблемой «не знакомы». Что касается институциональных посредников, то, например, редактор одного журнала и заместитель председателя диссертационного совета, судя по всему, хорошо знакомые с практиками «академического продвижения», косвенно это признав, разговаривать отказались наотрез. С учетом ограниченности выборки экспертов выводы данной статьи следует рассматривать как предварительные, а сам проект – как пилотный.

Как скрипторы ищут заказы. Рынок заказных академических работ сегментирован по типам работ и заказчиков. В разных сегментах действуют существенно разные «правила игры»: в одних они наиболее близки к «классически»-рыночным, в других они ближе к более примитивным отношениям обмена. Главное отличие этой теневой купли-продажи от обычного рынка связано с тем, что прямые контакты потенциального покупателя

² Далее в тексте статьи приведены цитаты из интервью, которые подвергались стилистическому редактированию без изменения смыслов.

(заказчика) и потенциального продавца (скриптора) очень затруднены, из-за чего велики транзакционные издержки (поиска информации, переговоров и т.д.).

При написании студенческих эссе и рефератов устойчивый поток клиентов достигается через поиск скрипторами информации в социальных сетях студентов: «Я стал осваивать социальные сети: ...подписался на крупные паблики, на студенческие паблики, каким-то образом мне получалось проникнуть в сети первокурсников... это и было ключевым фактором успеха в то время» (инсайдер № 6). Поиск заказов от студентов осуществляется также на анонимных биржах и агрегаторах, что может, однако, привести к непредвиденным последствиям: «У меня была подруга, которая училась в другом университете. Ее одноклассник решил писать работы [на заказ. – Прим. авт.] и в какой-то момент подумал: а что, если найти на агрегаторе человека, который бы писал работы за маленькую стоимость, и продавать их за высокую. Он нашел там своего преподавателя. Закончилось все тем, что он покупал у преподавателя дешево, продавал своим одноклассникам дороже, а они шли сдавать тому же преподавателю. В какой-то момент это все раскрылось. А никого не накажешь. [...] Преподаватель продолжил писать, но стал внимательнее смотреть, кто у него покупает» (инсайдер № 1). Сотрудники вузов могут писать работы для своих студентов, принуждая их заказывать им такие работы за плату, но в крупных вузах такие практики не являются распространенными: «Существуют коррупционные расследования, правоохранительные органы легко это переквалифицируют как взятку, злоупотребление должностным положением» (инсайдер № 6).

Заказы на более сложные тексты скрипторы получают обычно через неформальные сети знакомых. Часть скрипторов пробовали найти заказы на формальных ресурсах в Интернете, но сталкивались там с высокими требованиями к тексту, с жесткими сроками, с постоянным контролем со стороны посредников: «Я была на третьем курсе, когда там [на сайте фрилансеров. – Прим. авт.] нашла мальчика, которому нужна была первая глава диссертации по психологии. Я взялась, не совсем понимая, во что ввязываюсь. Подумала, ну обзор литературы, только большой. Но ...пришлось сделать обзор 100 статей, причем очень подробно читать эти статьи на английском, чтобы понять, какие там эксперименты были сделаны. Я сделала [главу] в конце концов, ...но после этого я не стала так больше делать, лучше я [найду заказчика] по знакомым» (инсайдер № 2).

Более формальные источники поиска исполнителей не очень востребованы и самими заказчиками. Обращение на сайты, предлагающие написание работ на заказ, может привести к получению некачественной работы с низким уровнем оригинальности текста, так что предпочтительным исполнителем становится скриптор, имеющий хорошие рекомендации от личных знакомых: «Я постоянно слышала, что кто-то покупает работы, ищет авторов на агрегатах и очень этому недоволен. Мой друг, по этой причине его отчислили, сдал [купленную. – Прим. авт.] курсовую работу, а процент оригинальности оказался низкий, лишь 8%» (инсайдер № 1).

Существуют разные критерии выбора типа работ, которые скрипторы готовы выполнять. Кто-то исходит в первую очередь из самооценки уровня своих знаний и умений: «Философия для студентов рекламы – о'кей, но философия для философов – нет. Это связано с моей уверенностью в моих знаниях и возможностях» (инсайдер № 1). Более уверенные в своих силах скрипторы берутся и за работы, тематика которых для них не близка, если умеют быстро адаптировать свои профессиональные знания и умения под необходимую задачу: «Первый заказ как раз и был – докторская по медицине. [...] Я почитала медицинскую статистику. Конечно, профессионалом в медицине я не стала, но... у них используются методы довольно известные, хотя есть специфика их применения. Приходилось комплекс факторов искать, не совсем те же модели применимы, что в экономике. Но в принципе это все преодолимо» (инсайдер № 3).

Скрипторы предпочитают выбирать клиентов, которые заказывают работы заблаговременно, ведь исполнителю необходимо одновременно трудиться над разными заказами. За срочные заказы берутся лишь в критических случаях – если либо просят «хорошие»

знакомые, либо заказчики готовы доплатить за срочность: «Я часто отказывала, если писали, например, что нужно через три дня сдать первую главу. Типа садись и пиши 24 часа в сутки. Я отказывала или говорила, что сделаю только за **ОЧЕНЬ** большие деньги. Я искала нормальных клиентов, которые заказывали заранее» (инсайдер № 2).

Скрипторы стремятся к гибкости: часто лучше работать над небольшими «проектами», чем брать более дорогой и крупный (например, диссертацию «под ключ»). Сложность проекта – также один из критериев выбора заказа. Далеко не все возьмутся за такие работы как, например, статья в международный журнал: «*На английском – это **ОЧЕНЬ** сложно. Я публиковала пару статей на английском [для себя. – Прим. авт.], всю душу вытрясли, это был кошмар, жуть. Нет гарантии, что возьмут, постоянно нужно всё переделывать*» (инсайдер № 2).

Мотивы занятия скриптурой и основания самолегитимации. Первоначальными мотивами скрипторов становятся стремление к дополнительному доходу либо желание помочь (или неудобство отказать), если запрос на написание поступает от родственников и хороших знакомых: «Ну, во-первых, знакомые попросили, во-вторых, это хороший заработок. [...] Но если совсем бы не оплачивалось, тогда не знаю, а поскольку коллега попросила, я в любом бы случае пошла бы ей навстречу» (инсайдер № 3). Так работник вуза открывает для себя новый тип занятости, в котором находит применение своим профессиональным навыкам.

Скриптура становится обычно формой гибридного предпринимательства, поскольку неформальное производство текстов чаще всего сочетается с основной занятостью в академической сфере. Помимо заработка, она дает возможность и для саморазвития в новых интересных направлениях и областях знания, для оттачивания методов работы с научными базами и текстами, что положительно влияет на основное занятие – учебу или академическую работу: «В этой области я много чего узнала сама, я же [раньше] не занималась ни внутренней, ни международной миграцией. Оказывается, там много интересных вещей. [...] То есть я сама над собой немного выросла» (инсайдер № 3).

Конечно, скрипторы понимают сомнительную моральность своей деятельности и стараются самолегитимировать ее – через критику системы образования, нормативных ожиданий общества в отношении образования: «У меня муж все порицал, что это неэтично. А я ему говорила, ...что не все учатся в университете, чтобы потом работать в научной сфере. Поэтому навыки такого типа работы не всем и понадобятся [после учебы]. Учатся [нередко], чтобы потом работать секретарем, например» (инсайдер № 2). «Есть большой пласт людей, которым просто нужно закончить университет, потому что иначе, например, родители будут недовольны... Большинство идет в университет, потому что в их схеме жизни нет выбора не идти в университет» (инсайдер № 1).

По мнению опрошенных скрипторов, востребованность их деятельности связана с тем, что в российской науке сохранились «советские» подходы к признанию научным вкладом только сугубо академических интеллектуальных достижений. Между тем у современных представителей ряда статусных групп (предпринимателей, высших госчиновников) есть запрос на признание реально ими сделанного и практически апробированного интеллектуального вклада, но им некогда и часто просто невозможно соблюдать все формальные этапы на пути к искомой степени: «Если есть у человека из бизнеса повод и основания часть своих интеллектуальных достижений доказать как вклад в науку, такая возможность должна быть. При этом должно быть и соответствующее отношение к этому человеку. Нужно дать этому человеку в том числе право делегировать что-то другим сделать» (инсайдер № 5). Скрипторы отмечали, что их заказчик мог бы и сам выполнить данный тип работ, если бы имел достаточно времени: «Я бы никогда не взялась писать работу для человека, который вообще не в теме, “нулевой”: ты ему написал, а он защитился, вообще не приложив к этому ничего. Вот это, я считаю, – неправильно. Он не должен иметь степень, если ему просто кто-то написал. Другая ситуация, например, если люди

работают... [...] У людей в бизнесе, на госслужбе, ...нет времени, чтобы это всё оформить на 150 страниц. Здесь, думаю, это допустимо» (инсайдер № 3).

Скрипторы, совмещающие написание заказных работ с основной деятельностью в вузе, склонны определять себя как «помощников». Такая самоидентификация обосновывается рассуждениями о том, что возникновение и существование рынка заказных работ порождены самой академической практикой. Речь идет о частом возникновении в процессе учебы своего рода бытовых горлышек, либо о наложении друг на друга срочных требований вуза в отношении выполнения некоторых видов учебных работ и стресса, связанного с тем, что многие обучающиеся одновременно работают. Совпадение сроков сдачи учебных работ по разным предметам, проблемы или новые возможности на работе в моменты написания этих работ – всё это причины, по которым иногда даже хорошие студенты вынуждены заказывать работы скрипторам. В таких условиях возникает солидарность, желание помочь «нуждающимся», отсутствие порицания таких практик: «У меня были случаи, когда люди принципиальные, которые никогда не покупали учебные работы... если у них на работе резко ставили командировку и она была очень важна для их профессионального развития, – им приходится на свои принципы закрыть глаза» (инсайдер № 1).

Скрипторы, которые описывают свою деятельность как «помощь» и «консультирование», стремятся таким подходом также снизить переживания клиентов по поводу неэтичности их поведения и тем самым снять психологические барьеры для обращения за услугами скрипторов: «Стыдно обращаться к человеку, чтобы он за тебя написал какую-то работу. Я по пути построения своего бренда пошел извилистым путем: создал псевдоним и на аватарку разместил милого котика. Одно дело, если ты заказываешь у реального человека, а когда заказываешь у котика – воспринимаешь, как будто тебе помогли. Чтобы снизить градус стыда у заказчика, я позиционировал эти услуги как научное консультирование» (инсайдер № 6).

Следует подчеркнуть, что заниматься скриптурой может далеко не каждый преподаватель или научный сотрудник, желающий подзаработать. Чтобы быть востребованным на этом своеобразном рынке, необходимо уметь предлагать пакеты услуг, а также обеспечивать качество (как минимум гарантировать отсутствие плагиата в работах), работать «под ключ», включая доработку с учетом исправлений научного руководителя студенческой работы или диссертации, оказывать научное консультирование. Порой с запросами к скрипторам обращаются коллеги, которые ранее могли оценить качество их работы. В этих случаях от кандидатов требуется успешный опыт написания собственной диссертации, высокое качество академической и аналитической работы на основной работе: «Он [коллега. – Прим. авт.] знал, что у меня тогда было время... и что по своим компетенциям я могу это сделать. [...] У нас был вместе опыт работы в консалтинге, он видел мои работы, как я писал отчеты» (инсайдер № 5).

Расценки на заказные работы иногда формируются исходя из понимания, сколько за это время можно заработать на основной работе: «Диплом у меня занимает где-то месяц и стоит, как моя месячная зарплата» (инсайдер № 2). Другой подход к ценообразованию – исходя из сложившейся рыночной конъюнктуры. Скрипторы для определения цены на свои услуги интересуются примерными расценками на похожие работы у знакомых или же изучают цены на сайтах работ на заказ: «Цены как таковые я назначал, исходя из сложившейся рыночной конъюнктуры (со слов заказчиков, знакомых и сайтов бирж работ). Разумеется, чем больше объем, тем выше цена. Например, эссе с 80% уникальностью – 1 тыс., а диплом – уже 30 тыс. рублей. Всё упирается в трудоемкость, которая складывается из сложности задачи и часов, на нее потраченных» (инсайдер № 6).

Никто из респондентов не говорил о стремлении превратить свой «бизнес» в основное занятие на всю жизнь. Причины – не только в наличии у них основных научных проектов, разрыв между жизнью «на свету» и «в тени», но и необходимость для

профессионального «автора-призрака» обладать такими навыками и мышлением предпринимателя, которые чаще всего отсутствуют у академического работника.

Сегментация рынка заказных академических текстов. По мнению экспертов, достаточно плотный **рынок платных услуг для студентов** существует в силу того, что последние часто либо ленятся выполнять учебные задания, либо занимаются собственным бизнесом или работают по найму, а поэтому не заинтересованы (не имеют времени) выполнять академические требования к своим курсовым или выпускным работам. В таких случаях они обычно заказывают подготовку статьи либо своим однокурсникам, работающим за гонорар, либо посторонним скрипторам. По мнению аутсайдера № 3, это очень распространенная практика в российских вузах, однако затем, по мере накопления некоторого опыта, пути таких «помощников» начинают отличаться: *«кто-то может написать пару курсовых работ [во время учебы в университете] и забыть об этом, а у кого-то жизнь складывается так, что он зарабатывает 3–5 лет только этой деятельностью»*. Единственным ограничением является *«умение писать академические тексты – то есть человек должен иметь полное высшее образование, сам писать свои курсовые работы, диплом, и ему это должно нравиться, становиться своего рода наркотиком»*. Такая способность не часто встречается среди студентов. Подобный вид деятельности иногда может становиться профессией или даже семейным бизнесом: *«Есть люди, которые пришли ко всему этому в 1990-х и до сих пор пишут. Одна женщина уже подключила к этому своих сыновей»* (аутсайдер № 3). Но в целом на этом сегменте рынка доминируют физические лица, которые ведут такой нелегальный бизнес в течение двух-трех лет и затем уходят с этого рынка. Студенты терпимо относятся к таким практикам, что связано с общим «прохладным» отношением к высшему образованию со стороны современных российских студентов, которые часто воспринимают его как чисто формальное требование, не имеющее никакого отношения к их будущему карьерному пути и возможностям: *«Ну да, нужно получить какое-то образование, но никто не воспринимает это всерьез...»* (аутсайдер № 1).

Совсем другой сегмент составляет **рынок статей для научных журналов**: *«Статьями для преподавателей вузов, скорее всего, будет заниматься кто-то, кто ближе к академической среде. [...] Их отличает способность делать оригинальный продукт и институциональная близость к каким-то академическим структурам»* (аутсайдер № 3). Эти люди работают либо как самозанятые, либо как индивидуальные предприниматели, использующие специальные биржи в Даркнете для получения нового заказа, либо как сотрудники неформально существующих или даже формализованных фирм. *«Эти люди не остались работать в университетах, хотя по своему потенциалу они могли бы... потому что там очень маленькая зарплата и много бюрократии... [...] В то же время они не видят широкого рынка для [легального] интеллектуального труда... И тогда скриптура оказывается хорошим выходом. Пишут спокойно, в своем режиме, за нормальные деньги. Оплата разная, в зависимости от региона, но если в вашем регионе зарплата в 30 тыс. руб. считается нормальной, то вы спокойно заработаете на скриптуре 60 тыс.»* (аутсайдер № 1).

Кроме того, бизнес в этом сегменте рынка ведут достаточно крупные фирмы с профессиональным разделением труда между менеджерами, юристами, рекламистами и сценаристами, работающие на договорной основе, как некоторые издательства, выпускающие по несколько «хищнических» журналов, или квазиакадемические журналы, существующие при учреждениях высшего образования. Разница между ними заключается в уровне формализации: издательства как крупные промоутеры существуют вполне формально, в то время как деятельность журналов, продающих места или «помогающих управлять подачей», носит частично неформальный характер: прибыль при этом получает узкий круг лиц, принимающих решения, в лице главного редактора или администраторов финансирующего вуза. *«Есть журналы, которые намеренно пытаются войти в международные базы данных, чтобы потом на этом заработать. То есть пару лет ведут себя прилично, а потом резко меняют стратегию: [например] у них уже не 20 статей в одном номере, а 150. Кроме того, на сайте начинают предлагать такие услуги, как добавление в группу авторов*

Таблица 2

Типы участников трех основных сегментов рынка платных академических текстов

| Основные виды платных академических текстов | Участники производства платных академических текстов | | | | | |
|---|--|---|--|---|---|---|
| | неформальные | | | формальные | | |
| | фрилансеры (неформальный и формальный сектора) | группы скрипторов (неформальный сектор) | индивидуальные предприниматели (формальный сектор) | юридические лица, нанимающие скрипторов | редакторы журналов, нанимающие скрипторов | диссертационные советы, нанимающие скрипторов |
| Студенческие работы | + | | + | | | |
| Академические статьи | + | | + | + | + | + |
| Диссертации | + | + | | + | | + |

определенной статьи, академическая подготовка статей для этого журнала и так далее» (аутсайдер № 1).

Третий сегмент – это **рынок диссертаций**: «есть диссертационные советы, которые занимаются “торговлей” диссертациями. Если бы какой-то ученый приехал туда защищаться [без согласования, по собственной инициативе], его работу просто... не приняли. Это не их работа. Они живут только этим [заказными диссертациями. – Прим. авт.], и ничто другое их не интересует». Защита «заказной» диссертации просто не может быть организована одним человеком, для этого требуется кооперация многих членов академического сообщества. Как сообщил один из академических экспертов, в одной области России есть институт РАН, сотрудники которого «занимались написанием диссертаций региональных политиков и влиятельных бизнесменов. Была такая система, когда дирекция приказывала выделять сотрудников [на работу] по главам. В какой-то момент сотрудникам не заплатили, и они публично рассказали о том, как всё было устроено, и это было опубликовано в местной газете и в социальных сетях» (эксперт № 2).

Таким образом, на рынке платных академических текстов присутствуют разные акторы, начиная с самозанятых-фрилансеров и заканчивая крупными структурированными предприятиями (табл. 2). На стороне предложения фактически есть две разные группы: с одной стороны, отдельные лица или команды, действующие в основном как неформальные самозанятые, с другой стороны, зарегистрированные (как индивидуальные предприниматели или юридические лица) организации, нанимающие профессионалов с академическими навыками.

Такое предпринимательство, производящее имитацию знаний и поддерживающее академическую нечестность, деструктивно по своей социальной природе. Здесь получение материального вознаграждения связано с передачей интеллектуального продукта, который либо не содержит научной новизны (фейковые тексты), либо их содержит, но не является результатом деятельности того лица, которое получает определенное признание за его создание. Это – *академическое деструктивное предпринимательство*.

Причины развития рынка заказных академических текстов. По мнению наших информаторов, есть несколько причин процветания таких негативных практик в современной России.

Первая причина – институциональная ловушка, которая возникла, когда в 2000-х гг. такие зарубежные практики, как количественная оценка формального качества научных работ, были перенесены в российскую среду с типичными для нее слабыми академическими институтами, скудным финансированием исследований и высшего образования, породив невыполнимые для большинства преподавателей нормативные требования к публикационной активности. «Университеты сами попадают в ловушку, потому что вузы

получают рейтинги от Министерства образования в зависимости от количества публикаций, индексируемых в Scopus, и т.д. Так что они тоже ужасно заинтересованы и поощряют эту публикационную инфляцию» (аутсайдер № 4). «Система сама вынуждает к такому поведению, в том числе и сами университеты. Чтобы получить больше финансирования от государства, они могут распорядиться, чтобы, например, каждый сотрудник публиковал не менее 10 журнальных статей в год, и каждая из них цитировалась в среднем 10 раз. Понятно, что нормальный человек на это не способен; вы тогда либо увольняетесь, либо вынуждены обращаться к скрипторам... Поэтому налицо провокация к преступлению как со стороны государства, так и со стороны вузов...» (аутсайдер № 1).

Вторая причина – высокая прибыльность затрат на научные публикации. «В одном университете в Москве доктор медицинских наук нашел оптимальное решение, когда публиковал статьи в платном журнале, который индексируется в международных базах данных, причем цена за статью небольшая, где-то 30 или 50 долл. А вознаграждение, которое его университет гарантирует за публикацию статьи в международном журнале, в семь раз больше. Такая прибыль в 600% – где вы такое найдете? Известен случай, когда человек, как из пулемета, всего за один год отправил в один и тот же журнал 150 статей. Ну, конечно, журнал специально создан для того, чтобы публиковать такие статьи» (аутсайдер № 2).

Эксперты называли и такую нетривиальную причину, как укорененность в российской культуре доминирования формы над содержанием. «Это – институциональная традиция, потому что такой рынок существовал еще в 1960-х годах. Это традиция, в которой формальные свойства текста воспринимаются как нечто более важное, чем живое творчество... В связи с появлением технических возможностей антиплагиата данная традиция только усилилась: требуется, чтобы текст был уникальным, но при этом о содержании самого текста нет и речи» (аутсайдер № 2).

Взаимодействие этих трех институциональных причин формирует условия для (возможно, расширенного) воспроизводства рынка услуг по заказному написанию академических текстов.

Выводы. Изучение организационного поля купли-продажи академических текстов именно как своеобразного рынка позволяет уйти от оценочных суждений с позиций морали. Безусловно, системная аномия, поразившая в России и академическую среду, является предпосылкой для формирования данного рынка. Но сократить масштабы этого явления станет возможно, только если удастся понять мотивы и интересы участников процесса.

Авторы рассматривают рынок академических текстов как поле, на котором деструктивное предпринимательство воспроизводится в силу, прежде всего, устойчивости спроса – начиная со студентов, которые хотят минимизировать затраты времени на освоение учебного контента, и заканчивая чиновниками, стремящимися получить академическое признание для укрепления статуса. Покупатели действуют вполне рационально, стремясь максимизировать полезность и сократить затраты, и точно так же рациональным является поведение гострайтеров/скрипторов, которые при предложении своих услуг и определении цены на них учитывают как свои прямые затраты, так и альтернативные возможности. Обе стороны легитимируют свою вовлеченность в него тоже вполне рационально – ссылками на систему сложившихся в академической среде и вокруг нее институтов, а также ограниченностью ресурсов (на стороне клиентов) или, напротив, наличием специфических ресурсов (на стороне исполнителей заказов).

Проведенный анализ позволяет охарактеризовать институциональные условия, которые формируют контекст данного рынка и обуславливают рациональность поведения его участников. На макроуровне это, прежде всего, – спрос определенных слоев населения на высшее образование и на академическую степень как на статусные атрибуты. Высокое предложение связано с тем, что узкие возможности для развития «нормального» академического предпринимательства компенсируются уходом части НПР в деструктивное академическое предпринимательство. На мезоуровне институциональными факторами его развития являются низкие заработные платы, стимулирующие часть НПР

в качестве одной из стратегий компенсации писать академические тексты на заказ или уходить из вуза, становясь скрипторами [Давыдов, Абрамов, 2021], а также ригидность вузов, продолжающих оставаться сугубо учебными заведениями, где не может развиваться легальное академическое предпринимательство инновационного типа. На микроуровне важным стимулом стала институциональная ловушка – попытка насаждения публикационной активности как главного критерия академической успешности в негодных институциональных условиях, когда значительная часть работников вузов воспринимают себя как преподаватели, а не исследователи, и не стремятся (или не имеют возможности) изменить такое положение.

В данной работе мы находим подтверждения предложенной нами в предыдущей работе [Cherurenko et al., 2023] концепции двоякой (двойственной) смешанной укорененности социальных процессов, сформулированной в развитие концепции «смешанной укорененности» [Högberg, Mitchell, 2023]. Концепция смешанной укорененности акцентирует внимание на том, что социальные процессы и явления встроены в систему отношений микро-, мезо- и макроуровней. Мы добавляем к данному подходу также фактор темпоральности: процессы и явления развиваются во времени и в силу зависимости от предшествующего развития (*path dependency*) несут на себе отпечаток предшествующей системы институциональных форм и ментальных особенностей. В случае с рынком академических текстов в России таким фактором выступают традиции советской высшей школы как института, задачей которого было в основном образовывать, но не исследовать, а потому необходимость постоянно подтверждать свою академическую состоятельность через научные публикации воспринималась самими акторами высшей школы как неорганичная. В нарративах экспертов найдено подтверждение тому, что практика работы на заказ и приобретения соответствующих услуг работниками высшего образования и науки стала складываться еще в позднесоветский период. В 1970–1980-е гг. работа в академической сфере была престижной и мало обременительной, что привлекало в эту сферу лиц, не обладавших соответствующими навыками и способностями, но стремившихся к определенному статусу и располагавших ресурсами для «покупки» этого статуса. Массовая аномия начала – середины 1990-х гг. привела к закреплению девиантных форм поведения в вузовской среде, став условием для формирования «адской смеси» из накопленной институциональной инерции и институциональных ловушек, сформировавшихся уже в период постсоветского транзита.

Проведенный анализ позволяет типологизировать основные группы участников и охарактеризовать акторно-сетевую модель рынка академических текстов (рис.). Среди сегментов данного рынка выделяются вполне рыночные (продажа готовых текстов или авторства журналами; серийные услуги по написанию текстов и защите диссертаций «под ключ») и своего рода «ремесленные» (когда исполнитель работает на определенного заказчика, исходя из его специфического запроса). Но поскольку данное организационное поле в целом укоренено в системе валоризации академических достижений, при которой основным показателем успешности является не столько академическая репутация, сколько размер вознаграждения работника высшей школы, то мы полагаем правомерным рассматривать данное организационное поле как специфический рынок.

Как представляется, победить деструктивное предпринимательство в академической сфере невозможно ни путем призывов к этичному поведению, ни путем преследований административного или уголовного характера. Во-первых, мы имеем дело со сложившимся рынком, часть участников которого давно встроилась в существующее правовое поле и оказывает «интеллектуальные услуги» на законном основании, а другая часть настолько умело уходит в тень, что цена усилий по ее уничтожению может оказаться неприемлемо высокой для соответствующих государственных и общественных структур. Скорее, к позитивным сдвигам могут привести организационные изменения в самой научной среде. Самое главное – необходим учет специфики различных сегментов данного рынка и мотивации их акторов. Ряд мер и инструментов для минимизации выгод и максимизации издержек на обеих сторонах может способствовать тому, что «продавцы» и «покупатели» проведут переоценку рисков и издержек



Рис. Актерно-сетевая модель российского рынка заказных академических текстов

по предложению и покупке соответствующих услуг. Если риски возрастут на обеих сторонах, а потенциальные выгоды значительно сократятся, это сделает такой бизнес нерациональным (по принципу «преступление не окупается»).

В качестве примера стратегии подобных действий приведем некоторые предложения по сокращению «студенческого» сектора рынка академических текстов:

(1) увеличивать в образовательном процессе долю устных форм контроля, при которых платная «помощь» практически невозможна; (2) внедрять в образовательный процесс легальное использование искусственного интеллекта для проведения подготовительной фазы студенческих и аспирантских работ (сбор и анализ литературы и т.п.), обучать студентов и аспирантов грамотному и этичному пользованию современными электронными технологиями для сокращения соответствующих рутинных операций; (3) расширять в учебном процессе практики коллективных (групповых) работ студентов, в которых взаимный контроль препятствует «отлыниванию»; (4) расширять практики академического признания научных публикаций научно-педагогических работников в соавторстве со студентами (например, статья в соавторстве научного руководителя и студента засчитывается как ВКР), чтобы усилить заинтересованность в реальной (а не имитирующей) научной работе.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Балацкий Е.В. Формирование «диссертационной ловушки» // Экономика образования. 2008. № 4. С. 149–160.
- Брумштейн Ю.М., Снежинская Е.Ю. Российский рынок заказных диссертаций в условиях развития информационно-телекоммуникационных технологий // Вестник Евразийской науки. 2018. № 1. С. 1–21.
- Горланов Г.В. Предпосылки возникновения и расширенного воспроизводства теневого рынка диссертационных услуг // Государственная служба. 2013. № 3(83). С. 80–83.
- Давыдов А., Абрамов П. Этнография туфты. Кто и как пишет заказные учебные работы в России. М.: Common Place, 2021.

- Калимуллин Т.П. Российский рынок диссертационных услуг (начало) // *Экономическая социология*. 2005. Т. 6. № 4. С. 14–38.
- Калимуллин Т.П. Российский рынок диссертационных услуг // *Экономика образования*. 2013. № 2. С. 119–144.
- Калимуллин Т.П. Российский рынок диссертационных услуг // *Экономика образования*, 2011. № 1. С. 106–124.
- Юрасов И.А., Танина М.А., Юдина В.А., Кузнецова Е.В. Состояние и тенденции развития теневого академического предпринимательства // *Вестник Кемеровского государственного университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки*. 2021. Т. 6. № 3. С. 347–356.
- Baumol W. Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive// *Journal of Political Economy*. 1990. Vol. 98. No. 5. P. 893–921.
- Chepurenko A., Butryumova N., Chernysheva M., Sutormina A. Entrepreneurship in and around academia: evidence from Russia // *International Journal of Sociology and Social Policy*. 2023. Henning M.A., Chen Y., Ram S., Malpas P. Describing the attributional nature of academic dishonesty // *Medical Science Educator*. 2019. Vol. 29. P. 577–581.
- Högberg L., Mitchell C. Mixed embeddedness and entrepreneurship beyond new venture creation: Opportunity tensions in the case of reregulated public markets // *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. 2023. Vol. 41. No. 2. P. 121–151.
- Knapp J.C., Hulbert A.M. Academic dishonesty // *Ghostwriting and the ethics of authenticity*. N. Y.: Palgrave Macmillan, 2017. P. 85–105.
- Padillah R. Ghostwriting: a reflection of academic dishonesty in the artificial intelligence era // *Journal of Public Health*. 2023. No. 1. P. e193-e194.
- Svirina A., Anand A. Dubious or decisive? Digging deeper into the uncharted path of academic ghostwriting // *Journal of Organizational Change Management*. 2022. Vol. 35. No. 1. P. 38–58.
- Welter F. Contextualizing entrepreneurship – conceptual challenges and ways forward // *Entrepreneurship: Theory and Practice*. 2011. Vol. 35. No. 1. P. 165–184.
- Zahra S.A., Wright M., Abdelgawad S.G. Contextualization and the advancement of entrepreneurship research // *International Small Business Journal*. 2014. Vol. 32. No. 5. P. 479–500.

Статья поступила: 09.01.24. Финальная версия: 29.02.24. Принята к публикации: 29.02.24.

THE MARKET OF ACADEMIC TEXTS IN RUSSIA (according to a qualitative survey)

CHEPURENKO A. Yu., CHERNYSHEVA M.V.

HSE University, Russia

Alexander Yu. CHEPURENKO, Dr. Sci. (Econ.), Professor (achepurenko@hse.ru); Marina V. CHERNYSHEVA, Cand. Sci. (Sociol.), Assistant Professor (mchernysheva@hse.ru). Both – HSE University, Moscow, Russia.

Abstract. In Russia, there exists a market where academic texts are sold and bought, from student qualification papers to scientific articles and dissertations. Although its existence violates the formal norms and values of the scientific community, it functions sustainably. The authors analyze the established practices of writing academic texts on demand (with an emphasis on the study of the social behavior of actors) as part of a specific organizational field, a kind of market. The study is based on semi-structured interviews with six direct actors, so-called scriptors (or ghostwriters) and four experts representing NGOs in the field of science and higher education. Destructive entrepreneurship in the system of higher education and science is characterized as a complex system, the actors of which are not only informally “self-employed” scriptors, but also formal organizations that provide contact between customers and performers of academic work. The stability of quasi-scientific texts market in Russia is associated at the macro level with the high demand for higher education and scientific degrees as a status attribute, as well as with a significant supply from scientific and pedagogical workers, thus compensating for the limited opportunities for legal academic entrepreneurship by informal destructive entrepreneurship. At the meso level, the institutional conditions are the rigidity of Russian universities, which continue to be primarily educational institutions, where legal academic entrepreneurship of an innovative type is developing very modestly, and low salaries of staff members. At the micro level, it is an attempt to impose publication activity as the main criterion of academic success in conditions where a significant part of university staff perceive themselves as teachers, not researchers, and do not seek (or do not have the opportunity) to change this situation.

Keywords: market of academic texts, scientific institutions, system of higher education, informal economic activity, destructive entrepreneurship, Russia.

REFERENCES

- Balatsky E.V. (2008) Formation of the “dissertation trap”. *Ekonomika obrazovaniya* [Economics of education]. No. 4: 149–160. (In Russ.)
- Baumol W. (1990) Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive. *Journal of Political Economy*. Vol. 98. No. 5: 893–921.
- Brumshteyn Y.M., Snezhinskaya E.Y. (2018) The Russian market of custom theses in the conditions of information and telecommunication technologies development. *Vestnik Evrazijskoj nauki* [The Eurasian Scientific Journal]. Vol. 10. No.1: 1–21. (In Russ.)
- Chepurenko A., Butryumova N., Chernysheva M., Sutormina A. (2023) Entrepreneurship in and around academia: evidence from Russia. *International Journal of Sociology and Social Policy*. Vol. 29: 577–581.
- Davydov A., Abramov P. (2021) *The Ethnography of the Bullshit. Who and how is writing paid educational papers in Russia*. Moscow: Common Place. (In Russ.)
- Gorlanov G.V. (2013) Preconditions of the formation and expanded reproduction of the shadow market of dissertation services. *Gosudarstvennaya sluzhba* [Public service]. No. 3(83): 80–83. (In Russ.)
- Henning M.A., Chen Y., Ram S., Malpas P. (2019) Describing the attributional nature of academic dishonesty. *Medical Science Educator*. Vol. 29: 577–581.
- Högberg L., Mitchell C. (2022) Mixed embeddedness and entrepreneurship beyond new venture creation: Opportunity tensions in the case of reregulated public markets. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*. Vol. 41. No. 2: 121–151.
- Kalimullin T.R. (2005) The Russian market of dissertation services (beginning). *Ekonomicheskaya soziologiya* [Economic sociology]. Vol. 6. No. 4: 14–38. (In Russ.)
- Kalimullin T.R. (2011) The Russian market of dissertation services. *Ekonomika obrazovaniya* [Economics of education]. No. 1: 106–124. (In Russ.)
- Kalimullin T.R. (2013) The Russian market of dissertation services. *Ekonomika obrazovaniya* [Economics of education]. No. 2: 119–144. (In Russ.)
- Knapp J.C., Hulbert A.M. (2017) Academic dishonesty. In: *Ghostwriting and the ethics of authenticity*. New York: Palgrave Macmillan: 85–105.
- Padillah R. (2023) Ghostwriting: a reflection of academic dishonesty in the artificial intelligence era. *Journal of Public Health*. No. 1. P. e193–e194.
- Svirina A., Anand A. (2022) Dubious or decisive? Digging deeper into the uncharted path of academic ghostwriting. *Journal of Organizational Change Management*. Vol. 35. No. 1: 38–58.
- Welter F. (2011) Contextualizing entrepreneurship – conceptual challenges and ways forward. *Entrepreneurship: Theory and Practice*. Vol. 35. No.1: 165–184.
- Yurasov I.A., Tanina M.A., Yudina V.A., Kuznetsova E.V. (2021) Informal Academic Entrepreneurship: Current State and Development Trends. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Politicheskie, sotsiologicheskie i ekonomicheskie nauki* [Bulletin of Kemerovo State University. Series: Political, Sociological and Economic Sciences]. Vol. 6. No. 3: 347–356. (In Russ.)
- Zahra S.A., Wright M., Abdelgawad S.G. (2014) Contextualization and the advancement of entrepreneurship research. *International Small Business Journal*. Vol. 32. No. 5: 479–500.

Received: 09.01.24. Final version: 29.02.24. Accepted: 29.02.24.