
КОНЦЕПЦИИ И МЕТОДЫ СОЦИОЛОГИИ

Тенденции развития социологии и социологического образования в России

Д.Л. КОНСТАНТИНОВСКИЙ, А.А. ОВСЯННИКОВ,
Н.Е. ПОКРОВСКИЙ

В этом номере «Мира России» мы публикуем материалы Итогового аналитического отчета по результатам реализации проектов по социологии в рамках Инновационного проекта развития образования (ИПРО) Национального фонда подготовки кадров (НФПК). Отчет был представлен в ноябре 2004 г. на конференции «Социально-экономическое образование: состояние и перспективы» по итогам программ НФПК «Совершенствование преподавания социально-экономических дисциплин в вузах» и «Поддержка академических инициатив в области социально-экономических наук». Авторы доклада размышляют о состоянии социологической науки и образования в России, подводят итоги, обсуждают перспективы, выражая свою собственную позицию по этим вопросам¹.

Анализ ситуации в отечественной социологии

Бесспорная актуальность социологической проблематики нередко порождает своеобразное потребительское и достаточно упрощенное отношение к социологии. Подчас полагают, что для получения эффективного результата достаточно лишь прагматично и крайне неразборчиво использовать известные методики, якобы автоматически приносящие функциональный результат. Это глубокое заблуждение, ведущее к дискредитации социологии как таковой. Не вдаваясь в детальное обсуждение этого социально-научного феномена, отметим лишь, что в нашей стране он обусловлен низким уровнем *социологической культуры*, которая, естественно, не может возникнуть в одночасье вследствие того или иного директивного указания, а «вращивается» годами путем комплексной просветительской и исследовательской деятельности, в итоге приводящей к осознанию всем обществом крайне сложных процессов социального саморазвития и саморегулирования общественной жизни в ее статических (структурных) и динамических параметрах.

¹ Материалы отчета публикуются с сокращениями, касающимися конкретных проектов, выполненных отдельными университетами России. Полная электронная версия отчета представлена на сайте журнала «Мир России»: <http://www.hse.ru/journals/journalswrldross.shtml>; <http://www.socio.ru/wr>, <http://club.fom.ru/mirros>.

Д.Л. Константиновский, А. А. Овсянников, Н.Е. Покровский

Социологическая культура подразумевает помимо всего прочего признание бесконечной сложности общества на всех его уровнях и во всех его проявлениях и как следствие невозможность объяснять и решать социальные проблемы в виде шахматной задачи «двух-ходовки» или социально-инженерного мероприятия. При этом носители высокой социологической культуры (отдельные люди или организации, а равно и целые сообщества) прекрасно понимают, что ни одно социальное действие не затухает бесследно. Социологическая культура подразумевает также определенное дистанцирование фажданского общества и его структур от структур власти. Социологам нужна свобода научных суждений и объективность диагноза. В мире утверждается осознание роли социолога как *социального критика*. И в этом нет ничего странного, ибо еще Кант указывал, что критика есть процесс определения возможностей научного познания, что вполне релевантно задачам современной социологии в области социального анализа.

Социолог, изучая сложнейшие явления социальной жизни, создает средства влияния на общественное мнение, средства формирования социальных позиций, установок, оценок. Естествен вопрос о том, кем и в каких интересах используются эти ресурсы. Способствуют ли они социологическому просвещению или используются в целях корыстных и корпоративных манипуляций? Социолог обязан быть ответственным деятелем. Блистательным образцом социологической ответственности и фажданственности является, к примеру, К. Поппер. Однажды он заметил, рассуждая о фажданской позиции социолога: «Если бы я должен был бы дать простую формулу или рецепт для различения того, что я определяю как допустимые планы общественной реформы и недопустимые планы утопии, то мог бы сказать так: действуй скорее для устранения конкретного зла, чем для реализации абстрактного добра. Не пытайся обеспечить счастье политическими средствами. Стремись скорее уничтожить конкретные страдания. Но не пробуй реализовать эти цели путем выработки и воплощения в жизнь абстрактного идеала общества, совершенного во всех отношениях. Не позволяй, чтобы твои мечты о прекрасном мире уводили тебя от требований людей, страдающих сегодня рядом с тобой. Ни одно поколение не может быть принесено в жертву для блага будущих поколений, во имя идеала счастья, может быть, вовсе не реализуемого. Человеческое страдание — самая острая проблема рациональной социальной политики, в то время как счастье такой проблемой не является» [Поппер 1993, с. 61].

Если оценивать нашу социологическую культуру с позиций попперовского императива, то надо признать, что в последнее время все отчетливее проявляют себя следующие черты профессиональной деятельности.

Во-первых, речь идет о социологическом сервиллизме. Только сожаления достоин тот факт, что социологи в сложившейся системе взаимодействия с властными структурами исполняют губернские обслуживающие функции. Эта схема взаимодействия сводится к следующему правилу. Если социолог приносит во властные структуры социологические оценки или суждения, не соответствующие оценкам этих структур, то он вынужден будет выслушать упреки в бессмысленности такой социологии. Задача сводится не к построению моделей для понимания социальной реальности, а к предугадыванию ожидания властных структур.

Тенденции развития социологии...

Во—вторых, в социологической науке доминирующими становятся темы, связанные с оправданием сложившегося в России социального уклада. Это темы изучения элит и элитарного детерминизма в жизни страны. Темы предпринимательства и жизни российской буржуазии. Конечно, это очень важные предметные социальные поля. Плохо то, что темы, касающиеся повседневной жизни и работы широчайших масс населения России, за редким исключением, неинтересны нашей социологии. Социологи не считают престижными занятия, связанные с изучением природы социального неравенства в России. Табуированной является тема по истории и последствиям приватизации в России. Почти ничего нет по причинам региональных различий, криминализации общества, отчуждения человека, произвола правящих так называемых элит бюрократии и народившейся новой российской буржуазии, аномии и утрате обществом качеств пассионарности.

В итоге можно сказать, что помимо собственно научных целей (что самоочевидно) социология нацелена на повышение *социологической культуры* общества, стимулирующей его самопознание и саморегулирование как системы, и именно этим не в последнюю очередь измеряется позитивная тенденция развития социологии, как, впрочем, и любой иной социальной науки. Однако эта роль по социологическому просвещению и по самопознанию исполняется плохо. Социологи так и не смогли дать научную картину российской драмы последнего двадцатилетия. Власти не услышали немногих, как правило, алармистски настроенных социологов, высказывающих честные и нелицеприятные оценки. Люди же просто не понимают, что происходит в их стране и почему они живут так плохо, хотя по данным официальной статистики их жизнь неуклонно улучшается изо дня в день.

Среди российских социологов существует как минимум две оценки современного состояния российской социологии. Согласно *первой оценке* (достаточно распространенной и чаще всего воспроизводимой министерскими работниками, руководителями социологических факультетов и кафедр, научно-исследовательских институтов и частных социологических фирм, обсуживающих коммерческие и политические структуры), социология в России испытывает очевидный подъем. Аргументация в пользу этого мнения весьма проста и подчиняется «линейной» логике экстенсивного роста. По их мнению, социологии (во всех ее формах) «повсюду стало много». Открылись кафедры и факультеты (более ста), выпускающие легионы дипломированных социологов. Множатся опросы общественного мнения, проводимые по самым различным темам. Социолог стал неотъемлемым участником многих коммерческих и политических проектов, а также передач телевидения. Книжные полки магазинов заполнены многочисленными учебниками социологии, нет числа социологическим конференциям, проводимым во всех регионах России и т. д. Здесь же указывается и на значительное увеличение суммарного оборота средств в сфере социологии, правда, без спецификации того, где, как и по какому поводу эти денежные потоки пронизывают структуру социологии.

Исходя из предлагаемой логики, количественные характеристики процесса, сами по себе, красноречиво свидетельствуют о благополучии ситуации, динамически развивающейся от плохого к хорошему и в направлении к еще более лучшему. Единственная проблема в таком случае и с этой точки зрения

по-прежнему состоит в пока еще недостаточном финансировании госпрограмм социологического образования и социологических исследований (по линии Академии наук). «Плач» по недостаточному финансированию стал общим местом публичных выступлений многих социологических руководителей, но при этом сам пафос их заявлений сводится к тому, что рано или поздно придет «правильный» большой начальник и исправит положение, проникнувшись идеей значимости социологии, как в университетах, так и в институтах Академии наук.

Не оспаривая чисто количественных характеристик процесса, позволительно заметить, что оценки сторонников высказанной точки зрения практически полностью игнорируют *качественное* содержание новой российской социологии и российского социологического образования. Дело в том, что за цифрами экстенсивного роста социологии в России подчас скрывается если не ее качественная деградация, то по крайней мере отсутствие столь же убедительных показателей ее качественного восходящего развития.

Масштабы социологического образования можно оценить не только критериями количества открытых кафедр, напечатанных учебников и подготовленных выпускников, но и критериями полезности социологического образования для общества в целом и лично для студента, будущего профессионального социолога.

Критерием такой полезности является спрос на социологов-профессионалов на рынке труда. Агентства по подбору персонала указывают, что спрос на них крайне низкий: на протяжении последнего десятилетия он оценивался специалистами-рекрутерами на уровне 3,0—3,5 баллов (при десятибалльной оценке интенсивности спроса). Такое положение дел говорит о невостребованности российскими социальными практиками труда *профессионального* социолога. Традиционными областями, востребовавшими труд социолога, были педагогическая и академическая деятельность. Наряду с ней, мощным источником спроса на социологический труд была область «заводской» социологии. Сегодня если спрос на социолога-профессионала и есть, то только для работы в университетах и академических институтах. К практической и социопреобразующей деятельности эта работа имеет весьма далекое отношение. Это правда, что власть не диктует темы социологических исследований. Но правда и в том, что власти в подавляющем большинстве случаев безразличны результаты исследований, свидетельствующих о социальных последствиях ее собственной деятельности. Вновь на социологических дискуссиях актуализирован вопрос советских времен о социальной роли социолога: «А зачем Чингиз—хану социолог?» Невостребованность социологического знания развращает как власть, так и социологию, осознающую *декоративность* своего присутствия в системе социального знания и политической жизни.

Социология — весьма тонкая и легко уязвимая наука. Все попытки ее утилитарного и примитивного применения оборачиваются сплошной профанацией и разрушением уже созданного задела научных знаний.

Все это весьма чутко начинают улавливать массы абитуриентов. За нашими постоянными разговорами о том, что, отсутствие социологии в программах среднего образования и есть причина слабого набора на социологические факультеты, скрывается гораздо более серьезное явление — постепенная утрата социологией своего только что обретенного авторитета в глазах общества. Чего же удив-

Тенденции развития социологии...

лется, что на многих факультетах социологии набор идет в основном за счет абитуриентов, не набравших проходного балла на другие специальности.

Проблема не снимается тем, что выпускники социологических факультетов и кафедр обычно не остаются безработными. Да, они востребованы коммерческими структурами, где применяют усвоенные в университетах знания по методике обследований для изучения потребительского спроса на йогурт или памперсы. Да, их трудоустраивают в средствах массовой информации, где оказываются к месту интеллектуальные навыки, полученные при изучении вузовских дисциплин, в общении с преподавателями. Нужны хорошо организованные умы и в госструктурах. В этом смысле выпускающие социологические кафедры действительно «куют кадры для народного хозяйства». И нельзя не согласиться с тем, что некая часть выпускников университетов неизбежно поглощается такими сферами деятельности, где утилитарно используется лишь часть приобретенного в вузах потенциала. Но при чем здесь профессиональная социология? В этом смысле можно констатировать, что социология стала основой для так называемого общего образования и подготовки кадров, готовых воспринять любые профессии, требующие минимум интеллектуальных знаний и навыков. Но растет ли на этом фоне потребность в высокопрофессиональных социологах, имеющих глубокую научную подготовку? На этот вопрос следует дать отрицательный ответ.

Многие исследователи отмечают, что тенденции развития постсоветской социологии весьма противоречивы. На каждое, казалось бы, позитивное продвижение вперед приходится несколько шагов назад. Приобретение в одном направлении обернулось ощутимыми потерями в других. Скорее речь идет о некоем новом состоянии социологии, сочетающем в себе разные (часто противоположные) характеристики. Поэтому однозначности в оценках быть, по определению, не может. Причину этого состояния, естественно, ищут в тенденциях трансформации современного российского общества, ставящего социологию перед лицом серьезных испытаний. Чаще всего это выражается универсальной формулой: «Какое общество, такая и социология».

Между тем нельзя отрицать, что социология несет на себе печать окружающей социальной среды. В последние годы возникли новые тенденции взаимоотношения социологии и российского общества. Если в прежние перестроечные и постперестроечные годы значимость социологического знания как такового не ставилась под сомнение и речь шла лишь о том, как лучше его осваивать и развивать, то сейчас все чаще можно сталкиваться с нигилизмом по отношению к социологии в целом. Нередким мотивом выступлений политических деятелей и журналистов, не представляющих научную социологию, стала идея о том, что социология не справилась со своими задачами в России, оказалась неэффективной (в какой-то мере чисто западной наукой), не применимой к российским реалиям, требующим особых подходов и научных методик. При этом подразумевается, что социология не смогла стать научным компасом реформирования России и поэтому несет непосредственную ответственность за кризисное состояние российского общества.

Вопрос не так прост, как может показаться.

С одной стороны, нигилизм по отношению к перспективам дальнейшего развития научной социологии в России чаще всего высказывают именно те, кто

как раз никогда не использовали полноценные социологические данные в политической, государственной и бизнес сферах, предпочитая оформлять свои решения социологическим декором и стремясь создать видимость модной научности при отсутствии внутренней системности в анализе социальной реальности. Такая же практика была в советские времена, когда партийные или советские функционеры, желающие продемонстрировать свою демократичность и прогрессизм, заказывали социологические исследования, но использовали их результаты не для серьезного анализа социальной обстановки и принятия стратегических решений, а для «цифирного» украшения своего доклада.

Теперь же вину пытаются возложить на социальную науку в целом и представляющих ее ученых, которые никоим образом не были вовлечены в процесс принятия решений, касающихся ключевых направлений развития российского общества. Более того, если во властных коридорах и бывают социологи, то только «из своих», из проверенных. Seriously подточило авторитет российской социологии и широкомасштабное участие социологов в избирательных кампаниях самого различного уровня, в ходе которых социологи нередко (а скорее всего постоянно) принимали участие в так называемом черном PR и теневых избирательных технологиях.

С другой стороны, нельзя отрицать и того, что научная социология в тенденции оказалась избыточной для целей реформирования общества, которое с очевидностью предпочитает опираться на «простые решения», чаще всего продиктованные прагматической целесообразностью текущего момента, а не сложным анализом многофакторных «ситуаций» в их перспективном развитии. Создается впечатление, что социология с ее кажущейся чрезмерной сложностью и явной критичностью по отношению к властным и корпоративным решениям становится лишней на этом празднике жизни, где господствуют иные мотивы и персонажи.

Эгоизм центров принятия решений сформировал и особые механизмы принятия стратегических социальных решений, которые определяются такими чертами, как *закрытость и безответственность* решений (практически невозможно найти ответственное лицо в случае неудачи реформ невыполнения закона или уже ставших обыденными техногенных или социальных трагедий), *отсутствие обратной связи* с населением и полное игнорирование социологических исследований, опубликованных в научных социологических изданиях, *фаворитизм* (крайне узок круг лиц, допущенных к обсуждению решений, затрагивающих жизненно важные стороны жизни страны, таких, к примеру, как пенсионная реформа, реформа ЖКХ, пресловутая «автогражданка», отмена льгот и замена их денежными выплатами, реформы в образовании и др.). Такая модель принятия решений не приемлет серьезную профессиональную социологию. Обвинять в этом социологию можно, но вряд ли это справедливо. А ведь по логике вещей социологический анализ должен быть неотъемлемой частью *любых государственных и бизнес-программ*. При этом сами социологи, по той же логике, должны были быть первыми, кого приглашают в круг лиц, влияющих на принятия ответственных решений. Ведь они своего рода «врачи», диагносты общества. Впрочем, это всего лишь прекраснорудные пожелания. В современной российской действительности ничего подобного не происходит. Социологи либо заперты в университетах на своих факультетах, где им уготована роль интеллек-

Тенденции развития социологии...

туальных репетиторов подрастающего поколения и проводников «общего» образования на все случаи жизни, либо они подвизаются в качестве технических экспертов в маркетинге и рекламе. Других применений социологии не просматривается.

Сходные оценки о положении социологии высказывают и наши западные коллеги, что лишний раз подтвердилось в выступлениях на XV Всемирном социологическом конгрессе в Брисбейне в 2002 г. Прежде социология в западных университетах была, по сути, самодостаточной наукой, сполна использовавшей академические свободы. Только по желанию особо удачливых социологов она контактировала с миром корпоративного бизнеса. Теперь же университетское финансирование исследований снижается на Западе по фронту всех социологических дисциплин, и социологию (в том числе и фундаментальную) выталкивают на рынок. Но здесь возникает одно досадное противоречие. Мир бизнеса мыслит в категориях бесконфликтного оптимизма и «игры на упрощение», говоря шахматным языком. Напротив, по своей логической и исторической природе своей социология критична, неоптимистична (в лучшем случае нейтральна) и склонна к усложнениям (многофакторным моделям). В качестве варианта позиционирования социологии в современном мире предлагается стратегия приспособления и «двойной игры». Социологи должны играть по правилам большого бизнеса и госструктур, подлаживаясь к их запросам, но в глубинах исследований, финансируемых корпорациями и правительствами, делать свою подпольную научную работу, исходя из высоких принципов и того, что нужно науке, а не заказчику.

В этом контексте надо заметить, что Россия в области социологии (как и во многих других сферах) за считанные годы проходит большие исторические дистанции и оказывается в зоне жестоких проблем при отсутствии накопленного потенциала их возможного решения. Российская социология, только что вышедшая из катакомб советского периода, сразу же оказалась в центре рыночных (или квазирыночных) отношений. Российский рынок, в том числе рынок научной экспертизы и образовательных услуг, более «рыночный» (жесткий, антиинтеллектуальный, внеправовой), нежели это имеет место в стабильных обществах на Западе. Приспособиться к нему часто означает для ученых навсегда расстаться с принципами научности в своей профессии. Об этом свидетельствует судьба многих научных и учебных заведений, а также отдельных исследователей, гласно или негласно решивших играть по двойному стандарту, но в итоге вынужденных полностью подчиниться бизнесу².

Сравнительно новым или хорошо забытым старым явлением в российской социологии становится стремление ввести ее в сетку идеологических координат, особенно заметно это в преподавании предмета.

Как известно, в России не существует официальной идеологии. Однако попытки сформировать ее постоянно заявляют о себе в тех или иных формах. До поры скрытая апологетика выходит на передний план и в социологии. Многие социологи стали в позу учителей жизни и социальных проповедников, выступающих от лица всего общества и достоверно знающих, как именно

² Ни для кого не является секретом, что в России существуют теневые рынки фабрикации кандидатских и докторских диссертаций, а равно репетиторства, активно вовлекающие и социологов.

следует развиваться России. При этом социальный конструктивизм, назидательность и нелюбовь к конкретному социальному анализу сочетаются с полным снятием тезиса о независимости научной экспертизы. В статьях и программах учебных курсов по социологии порой трудно различать границы научного и политического дискурса, притом политическая предзаданность начинает превалировать над реальным содержанием научной дискуссии. Социологи пытаются приписать совершенно не свойственные ей функции управления социальными процессами, руководства обществом, моментального реагирования на решения высокого политического начальства и своеобразного социального «дирижизма». А ведь научная социология не строится «сверху». Это тем более удивительно, ибо социология сама по себе раскрывает перед исследователями бескрайние горизонты творческой самореализации, не требующей идейной опоры на внешние силы. Она создается исключительно «снизу», исходя из требований живой жизни. Политизирующая и политиканская социология, а равно и социология начальственная, напротив, обречены на снижение научного потенциала. З. Бауман определил такую социологию как судейскую. В этой социологии есть однозначные критерии прогрессивного и реакционного, передового и отсталого, правильного и неправильного. Советский марксизм, в частности, был откровенно судейской социологией.

Практика безапелляционности нынешних судейских социологов (естественно, не марксистских; естественно, освоивших новую для них демократическую, либеральную и патриотически-державную терминологию) заставляет вспомнить мудрое предупреждение: «Бойтесь тех, кто знает, как надо». В систему рассуждений таких социологов не входят многомерность, интерпретативность и полипарадигмальность социальной реальности. В поле их деятельности нет социальной толерантности и простого сочувствия к людям. Примечательно, что отсутствие научной аргументации, а подчас и нормальной социологической образцованности, с лихвой компенсируется социальной демагогией и оценочными суждениями. Причем корреляция этих индикаторов достаточно устойчива. Чем меньше тот или иной социолог включен в систему фундаментального социологического знания, чем слабее его базовое социологическое образование, тем скорее он прибегает к паранаучному дискурсу, идеологичности, эмоциональной назидательности. С такими социологами трудно полемизировать. Они подавляют оппонента безудержным потоком своих эмоций, приклеиванием идеологических ярлыков, риторикой, не имеющей никакого отношения к науке. Как правило, диалога не получается.

Помимо указанных факторов, влияющих на состояние «здоровья» российской социологии и вызывающих как минимум озабоченность научного сообщества, необходимо отметить и отношения нашей социологии с социологией западной.

Первоначальная сориентированность постсоветской социологии на теоретические модели, прикладные методы исследований и образовательные программы, предлагаемые западной социальной наукой, в какой-то мере сняли существовавшие прежде барьеры между западным и российским социологическими сообществами. Были сделаны решительные шаги в направлении создания единого теоретического и прикладного «поля» международной социологии, на котором российские социологи могли полностью раскрыть все свои

Тенденции развития социологии...

возможности. Однако открытость по отношению к Западу со стороны пока еще слабой и не до конца самоопределившейся российской социологии привела в 1990-е годы в ряде важных случаев к некритическому следованию западным образцам в области социологической теории, социологического образования и прикладных исследований.

Эти тенденции не в последнюю очередь реализовались и через политику некоторых международных научных фондов, финансово поддерживающих только те исследования и образовательные программы, которые укладываются в унифицированные схемы однозначно понимаемой глобализации интеллектуального процесса, игнорирующей локальные особенности. В результате вокруг западных фондов, действовавших в России, нередко возникал круг российских грантополучателей, не обладавших большим научным потенциалом, но прекрасно улавливавших приходящую с Запада тематическую конъюнктуру, а потому кочующих из одной программы в другую с немалой выгодой для себя. В конце 1990-х годов публикации российских социологов и образовательные программы вузов, как по команде, запестрели терминологией и понятийными конструкциями, списанными под копирку с западных источников, причем авторы этих публикаций и программ довольно поверхностно понимали теоретическую суть тех инструментов, которыми так широко пользовались.

Сформировался и определенный тип успешного грантополучателя, хорошо вписывающегося в схемы таких фондов. Это непременно должен был быть молодой специалист, представляющий региональный научный или образовательный центр, легко составляющий заявки с использованием гендерной, глобалистской, мультикультурной и иной политкорректной терминологии и рассылающий эти заявки веерным способом по всем известным адресам. Многие социологические группы и центры стали испытывать «грантозависимость» от западных коммерческих и некоммерческих заказов, прежде всего на исследования общественного мнения. Ориентация (подчас экономически вынужденная) на заранее сформированный и весьма специфический внешний заказ, естественно, приводит и к несвободе в выборе методологического инструментария.

Но стоило измениться конъюнктуре, стоило ряду фондов в последнее время свернуть свою деятельность в России, как «политкорректные» социологи в одночасье забыли свои прежние научные привязанности и с готовностью переключились на совершенно иную тематику, продиктованную требованиями момента. Примечательно, однако, что эта трансформация характерна в основном для молодых специалистов, которые, казалось бы, не проходили школы советского сервизма.

Зарубежные фонды делали и делают огромную работу по поддержке российской социологии. В этом не может быть никакого сомнения. И хотя имеет место известное несовпадение западного и российского социального контекста, отражающееся и в частичной тематической нестыковке западных и российских социологических программ, но это не должно порождать у нас благородного возмущения, обращенного к западным партнерам. В конце концов, никто не обязывает российских социологов участвовать в работе фондов. Это дело сугубо добровольное. Но при этом превращение зарубежных программ поддержки российской социологии в кормушку для научно слабых кадров, играющих на конъюнктуре, не делает чести российскому научному сообществу, в том числе социологическому.

Влияние научных исследований на преподавание социологии и формирование интеллектуального потенциала

В западноевропейском или американском университете научные исследования были традиционно погружены в контекст преподавания. У нас система институтов Академии наук существенно видоизменила эту картину. С прежних времен в российском обществе существует стереотип восприятия, согласно которому высокую науку развивают только в системе Академии наук, а в вузах ее лишь популяризируют в процессе преподавания. Однако последнее десятилетие значительно подорвало указанный стереотип. Большинство научно-исследовательских институтов Академии наук резко понизили свой статус, перейдя в режим выживания. Зато вузы испытывают невиданный наплыв абитуриентов. Образовательный бум. Иначе не назовешь. Многие академические институты открыли у себя вузовские программы. Настал час университетов. Здесь жизнь, здесь толпы жаждущих знаний, здесь финансирование.

Но привело ли это к возрождению на новой почве научных исследований? Скорее всего, нет.

Наука — дело хлопотное, не всегда доходоприносящее, требующее особого, часто непрагматичного склада личности. Нынешняя атмосфера в вузах, в том числе на большинстве социологических факультетов, несколько иная. Здесь повсюду идет борьба за доход. Кадры, оборудование, учебные и лабораторные помещения постоянно взвешиваются на весах выгоды, «сколько нам это даст». Поэтому наукой здесь, как правило, занимаются либо для престижа и отчетности, либо для некоей особой цели, скажем, коммерческой и очень редко собственно для науки. К сожалению, студенты довольно быстро воспринимают эту атмосферу коммерциализации науки.

Поэтому не стоит удивляться тому, что наши социологические факультеты, даже главные, не ведут масштабных исследований, предпочитая работать на коротких дистанциях по коммерческим заказам. Ситуация эта, кажется, не обнаруживает тенденции к изменению в лучшую сторону. Правда, распространена и такая точка зрения, что это проблемы не одной лишь российской социологии, а всего международного социологического сообщества. Социология повсюду стремительно коммерциализируется и уходит от своей былой фундаментальности. На Западе этот процесс не столь заметен, ибо двухвековые традиции развития социологии пока еще достаточно сильны и замедляют эту новую метаморфозу науки. У нас же вследствие ослабленности структуры общества и не полной развитости социальных институтов коммерциализация и дефундаментализация получили большее раскрытие. Быть может, это так и есть. Однако даже признание нового характера нынешней социологии не исключает сохранения и развития знания базовых социологических дисциплин. Они могут быть востребованы. И никто не скажет, как скоро! Очевидным является, однако, то, что сильные университетские центры, в том числе и в регионах, состоялись прежде всего за счет освоения нового и пока слабенького рынка социологических, маркетинговых и консалтинговых услуг. Примерами могут быть социологические центры в

Тенденции развития социологии...

Нижегород, Саратове, Екатеринбурге, Калуге, Ростове-на-Дону, Новосибирске, Томске.

Проблема региональной социологии в большей степени определяется региональными политическими режимами, а не включенностью в российское или международное поле профессиональных коммуникаций. Если региональные власти демонстрируют свою демократичность, если социологические исследования служат им для оценки и коррекции своей политики, там комфортно себя чувствует социолог. В противном случае социолога считают «клеветником», дестабилизирующим обстановку в регионе.

Преподавание в вузе не может быть оторвано от научных исследований. Одна из важнейших составляющих ролевой функции преподавателя вуза — использование в учебном процессе материалов собственной работы в науке.

Вместе с тем здесь существует важная нерешенная проблема. Несмотря на осознанную профессиональной общественностью необходимость более тесного соединения учебного и исследовательского процессов, в России они по-прежнему в значительной степени разделены. Нередко ведущие ученые, сотрудники академических институтов, не читают систематических курсов. А учебный процесс проходит в университетах, где основная часть преподавателей, в силу ряда причин (в числе которых — отсутствие финансирования), не ведет значимых исследований. Оставляет желать лучшего и вовлечение студентов в исследовательский процесс. Как правило, в вузах не предпринимается ничего, кроме традиционного руководства курсовыми и дипломными работами, а также профессиональной практики, нередко проходящей весьма формально либо сводящейся к использованию студентов как дешевой рабочей силы в полевых работах.

Как и все остальное в нашей социологии, человеческий фактор, реализующий себя в ней, весьма противоречив. Остановимся на краткой характеристике студентов и молодых специалистов.

Молодежь, поступающая на социологические факультеты и кафедры, как правило, имеет смутное и поверхностное представление о нашей науке. И это не удивительно, ибо в школе социология не преподается, а в обществе господствуют достаточно вульгарные стереотипы относительно деятельности социологов. В какой-то мере помогают довузовские формы обучения, приготавливающие школьников к будущей профессии (например, трехгодичный Московский колледж социологии). Но они в основном существуют в нескольких больших городах и только.

Итак, в достаточно неопределенном душевном состоянии школьники встречаются с социологией в вузе.

Чаще всего они попадают в объятия коммерциализованной социологии. Конечно, в программах факультетов и кафедр гордо высятся бастионы фундаментальных курсов. Но при всей своей фундаментальности не они привлекают главное внимание молодого поколения социологов. Уже на ранних этапах обучения студенты вовлекаются в маркетинговые исследования, избирательные кампании, рекламу и т. д. Причем эти виды деятельности считаются среди студентов престижными. Удивляться тут нечему, ведь за эту и подобную работы студенты получают часто приличное вознаграждение. В результате происходит резкий перелом в становлении молодого специалиста. Меняются ценностные ориентации, а вместе с ними и отношение к изучаемым предметам, которые

(кроме узкого набора «рыночных» дисциплин) теряют свою привлекательность в глазах студентов.

Приблизительно на третьем году обучения наиболее способные и динамичные студенты-социологи прочно закрепляются за коммерческими структурами, причем не обязательно социологическими. Им не без основания мерещатся золотые горы в недалеком будущем, а учебная работа на факультете становится своего рода повинностью. Привязанность и даже соотнесенность этих студентов с факультетом подчас вообще становится иллюзорной. То есть вроде бы занятия идут и экзамены сдаются, но ни профессура, ни студенты не имеют взаимной заинтересованности друг в друге (своего рода формула взаимного невмешательства в дела друг друга по умолчанию). Характерно, что деканаты весьма часто требуют от профессоров так спланировать часы проведения лекций и семинаров, чтобы «вписаться» в новое негласное расписание занятости студентов. «Они же ведь работают днем!» — можно часто слышать от администрации факультетов. Действительно, во всем мире студенты подрабатывают. Но нигде в мире временные и незначительные вечерние и ночные подработки не выступают в качестве принимаемых во внимание обстоятельств в решении базовых вопросов обучения на факультете. Это делается только у нас и уж в совсем развивающихся азиатских и африканских странах.

Подобная «мелочь» переворачивает с ног на голову всю систему образования: кто для кого существует, что главное, а что второстепенное? К сожалению, социологическое образование в России, как и другие формы образования, существует в этой перевернутой системе координат.

Что же можно предпринять? Не слишком многое, но все же. Исходя из того, что в обозримом будущем существенных изменений в ценностной структуре российского общества не предвидится, приходится признать, что молодое поколение социологов использует высшее социологическое образование для решения своих специфических групповых задач, а именно: максимально быстрого нахождения источника дохода. Однако в этой массе дождоориентированных студентов присутствует приблизительно 4—5 % студентов, ориентирующихся на цели фундаментального научного образования, так сказать, Ломоносовы наших дней. Причем уровень одаренности этих студентов и способность их к обучению бывают феноменальными. Важно выявить этих одаренных студентов и создать им особые условия для обучения. В каком-то смысле речь идет о создании ядра элитарного образования внутри образования по вынужденности массового и коммерциализованного. Другого выхода просто нет на сегодняшний день.

Более того, кристаллизация группы этих 4—5 % студентов необходима и для преподавателей. В противном случае весьма скоро может наступить полная деградация экспертных знаний и разрушение ценностного фона самих преподавателей.

Аспирантские программы по социологии несут следы еще больших разрушений. Начать хотя бы с того, что в отличие от студенческого образования, испытывающего наплыв абитуриентов, аспирантура выглядит почти что пустыней. Кафедры ищут кандидатов в аспирантуру и часто их не находят. Места остаются незаполненными. Выпускники вузов, которые все же решили связать себя с аспирантурой, демонстрируют на приемных экзаменах такие низкие знания, за которые бывает просто стыдно преподавателям, но, не аспирантам, разумеется.

Тенденции развития социологии...

Данное явление вполне объяснимо, ведь бизнес еще на ранних этапах студенческого обучения забрал наиболее способные и динамичные кадры. Поэтому аспирантура на многих социологических факультетах превратилась в своего рода интеллектуальную богадельню. Либо в ней учатся достаточно слабые специалисты, либо интеллектуально сильные специалисты, живущие совершенной иной, чаще всего коммерчески-ориентированной, жизнью за пределами факультета и университета и лишь иногда для проформы появляющиеся на кафедре. В результате качество большинства кандидатских диссертаций по социологии, т. е. главного субстрата научного творчества в этой области, носит едва ли научный характер.

Как следствие самоисчерпания аспирантуры, корпус преподавателей стремительно стареет. На кафедрах социологии молодых преподавателей крайне мало. Среди них либо самозабвенные и отрешенные служители науки, либо молодые люди, имеющие какой-то иной семейный доход и потому не возражающие «немного попреподавать», либо откровенно слабые выпускники нынешней аспирантуры.

За последние годы заметно изменилось отношение студентов и аспирантов-социологов к продолжению образования за рубежом. Если в конце 1980-х и до середины 1990-х годов профессорам, особенно имевшим связи с зарубежными университетами, приходилось еженедельно писать рекомендательные письма для направления социологической молодежи в западные вузы, то к концу 1990-х годов ситуация поменялась. Никто никуда больше не стремится. Российская молодежь быстро поняла, что образование в западных университетах требует колоссальной отдачи со стороны студента и аспиранта. На Западе просто числиться студентом и при этом «наслаждаться» жизнью не получается. При этом денежный доход студента и аспиранта в ходе обучения невысок, уровень его жизни неприятен — все нацелено на работу и последующий успех в «большой» жизни. Но для этого успеха надо сейчас отдать всего себя. Вот с этим-то и получается главная проблема. В России можно получить диплом и даже степень (при этом зарабатывать на стороне заветные 300—400 долл. в месяц и припеваючи жить, благо что современные российские города за деньги предоставляют все удовольствия жизни). Подобная жизненная «мудрость» накладывается и на тот факт, что западные университеты, утратив иллюзию молниеносного освоения Россией либеральных ценностей, естественно, сократили финансовую поддержку обучения российской социологической молодежи за рубежом. Это теперь в основном можно делать только за свои деньги. А этого как раз и не хочется.

Весьма симптоматично, что в рамках ИПРО мы можем видеть тотальное снижение интереса участников проекта к такой форме работы, как зарубежные стажировки. Именно эти статьи бюджета, как правило, оказывались неиспользованными. Это тревожная тенденция нарастания культурного изоляционизма в среде российских социологов. Возможно, многие решили, что нам все равно не догнать западные университеты по уровню преподавания социологии. (Что было бы в корне ошибочно.) Либо стажировки, а не приятные экскурсии по университетам, требуют таких знаний и таких навыков, обретение которых слишком хлопотно и затратно. Либо сами российские университеты вполне удовлетворены достигнутым уровнем преподавания социологии, и потому любая стажировка — ненужная трата энергии в условиях напряженного конвейерного производства на кафедрах и факультетах.

Косвенным показателем возможности таких интерпретаций ситуации может служить падение интереса студентов и аспирантов, а равно и преподавателей к изучению английского языка — фактически международного языка современной социологии. Если на ранних этапах перестройки и постперестройки изучение английского языка было исполнено величайшего энтузиазма со стороны студентов, то теперь большинство из них не утруждает себя этой кропотливой и непростой работой. Добиться заветного экономического статуса можно и без этого. Поэтому чтение научной литературы на иностранном языке, не говоря уже о восприятии лекции зарубежного профессора, представляет большую трудность даже для студентов-старшекурсников.

Текущая ситуация в развитии социологического образования: Россия и Запад

Меняющееся общество — меняющееся образование. Социологическое образование не изолированный институт общества. Оно тесно связано с другими общественными системами. Любые рассуждения о том, что происходит с социологией и социологическим образованием в России, следует сверять с развитием университетского образования в целом.

Эпоха глобализации зримо воздействует на высшее образование во всех странах мира, и в этом отношении Россия отнюдь не является исключением. Причем речь идет не только и не столько о самоочевидных последствиях процессов глобализации, сколько об изменении самой внутренней *парадигмы* университетского образования, т. е. о возникновении в высшей школе новых образцов, норм, ориентиров и мотиваций.

Изменения базовых парадигм восприятия мира, связанные с процессами глобализации (преобладание перманентных изменений над состоянием стабильности, индивидуализация единого исторического времени, новые типы взаимодействия локальных и глобальных практик, возникновение горизонтальных сетевых структур, виртуализация многих сфер жизни, гибридизация культурных феноменов и др.), приводят к формированию новой концепции знания, нового «идеального типа» (в веберовском смысле) университетского образования, преобразующего все составные компоненты университетской структуры.

Если прежде знание, наука опирались на просветительскую картину мира и рассматривались в основном как абсолютная и безбрежная ценность, то отныне возобладало понятие «полезное знание» (*useful knowledge*), т. е. знание, ограниченное в принципе, сфокусированное на конкретике и нацеленное на результат, приносящий немедленную экономическую выгоду.

Это приводит к «перенастройке» всей системы университетского образования, в том числе образования социологического, а также влечет за собой развенчание образа ученых (равно как и преподавателей), как людей, приобщенных к недоступным другим истинам, превращение их в группу экспертов, ничем не отличающихся от других субъектов рыночных отношений. Отныне университет — это не храм науки, а *market place* в самом широком смысле этого понятия. В этом же амплуа выступают и университетские социологи.

Тенденции развития социологии...

Процессы глобализации привели к возникновению разнообразных виртуальных форм знания и образования, противостоящих фундаментальности в традиционном смысле этого слова. По социологическим программам всех российских и ведущих зарубежных университетов прослеживается резкое падение интереса студентов к истории и теории социологии и другим базовым социологическим дисциплинам. Доминирование хорошо обоснованных теорий исчезает, уступая место искусственно гибридируемым форматам практических навыков и технологий с ограниченной зоной социальной ответственности. В социологии, в том числе российской, это инструменты маркетинговых исследований, методики оценки эффективности рекламы, рекрутерские стратегии работы с кадрами и пр. Подобные гибриды (яркие по форме, привлекательные, хорошо упакованные) легко разрушаются, распадаются на составные части, но зато столь же быстро возникают в новой конфигурации сугубо прикладного социального знания, часто весьма поверхностного.

На фоне этого фундаментальные знания вытесняются на периферию, приобретают, если угодно, эзотерический характер, представляя интерес для немногих. В России и за рубежом не более 3—4 % студентов бакалавриата обнаруживают интерес к фундаментальному знанию. Для всех остальных фундаментальная социология превращается в непосильное ярмо, либо она просто игнорируется.

В течение многих веков университетское образование воспринималось как известного рода священнодействие. И хотя во все времена университеты развивались (в том числе и в экономическом отношении), но просветительская задача распространения разумного, доброго, вечного превалировала над всем остальным. Экономическая сторона университетской жизни в основном сводилась к достойному поддержанию инфраструктуры и столь же достойному поддержанию деятельности профессуры. Ныне мы наблюдаем иную картину. Отныне в западных странах практически все университеты, лишившись своей исключительной роли, находятся под подозрением. Государство и общество априорно подозревают их в том, что университеты несправедливо и незаконно тратят общественные средства, обучают *не так*, воспитывают не в нужной системе норм и ценностей, способствуют растрате общественных средств и т. д. В качестве универсального средства предлагается снять с университетов особый статус и приравнять их к любым иным субъектам рыночных отношений по принципу: *то, что не потребляется, просто не производится*.

Что же касается социологического образования, то фундаментальная социология постепенно вытесняется из учебных программ факультетов. Причем это происходит либо скрыто (под давлением непреодолимых императивов управления учебным процессом), либо вполне открыто как программа переориентации факультетов на запросы жизни. К активизации этих процессов далеко не в последнюю очередь приводит и резкое возрастание значимости преподавательских рейтингов и введение многочисленных курсов «по выбору». Рейтингами и выбором предметов студенты в подавляющем большинстве голосуют за «полезные» дисциплины. А это, в свою очередь, ведет к структурным изменениям в учебных планах факультетов и кадрового набора преподавателей.

И университеты, и даже отдельные факультеты теперь финансово зависимы от предпочтений студентов.

Скажем, в США все без исключения (государственные и частные) учебные заведения выступают самостоятельными игроками на рынке образовательных услуг. Государственная финансовая поддержка даже государственных вузов (как на федеральном уровне, так и на уровне штатов) покрывает не более 30 % всех расходов. Оставшиеся средства должны быть в любом случае мобилизованы из других источников. Это принципиально меняет природу высшего образования. Отныне оно становится *предпринимательством* со всеми вытекающими последствиями. Альтернативой может стать только самоуничтожение вуза точно так же, как это происходит с любыми другими игроками на рынке.

Эти внешние макроизменения немедленно сказываются на внутренней структуре университетов и характере образовательной деятельности. Университеты под воздействием внешних факторов преобразуются в экономические *корпорации*, которые управляются как корпорации, но корпорации особого рода (связанные с производством и распространением знаний). Все звенья университетской структуры самоопределяются по признакам *конкурентоспособности* и *доходности*. И хотя эти принципы, применяемые к управлению университетами, не во всем звучат так же жестко, как они звучат в традиционных корпорациях, но это не влияет на суть радикального изменения. В системе университета как корпорации отдельный факультет превращается в юридическое лицо, имеющее право самостоятельной экономической деятельности. Ссылки на то, что образование это принципиально иная форма деятельности, где не все определяется прямой экономической выгодой, не имеют последствий.

В широком смысле слова университеты рассматривают корпорации как образец для творческого подражания. Даже в обиходной речи в университетском лексиконе все чаще встречаются такие выражения, как «корпоратизация» (*corporatization*), «академическое/научное предпринимательство» (*academic entrepreneurialism*), «студенты как клиенты» (*students as clients*). Это, в свою очередь, влечет за собой превращение финансирования и построение бюджета в главные рычаги управления всей структурой. Внутренний финансовый контроль и аудит во всех звеньях университетского технологического «производства» превращается в повседневность. Приходит и такое понятие, как тотальное управление качеством учебного процесса («*total quality management*», *TQM*). Эта стратегия имеет своей целью охватить все без исключения клетки университетской структуры, добиваясь от каждой из них самой высокой эффективности.

Социологические факультеты, лаборатории, научные центры и даже отдельные профессора-социологи рассматриваются теперь под углом зрения того, сколько «доходоприносящих» студентов они смогли привлечь, столько внешних грантов и дотаций они «внесли в общую копилку», каков их вклад в бренд университета на рынке образовательных услуг. Все сказанное сполна касается и традиционно гуманитарных, «чистых» областей знания. Они не составляют исключения. Американские авторы (например, John Stuhr) ссылаются на *Humanities, Inc.* (что означает гуманитарные дисциплины, инкорпорированные в рынок знаний) как на почти официальное понятие, имеющее широкое хождение.

В России эти процессы еще не заявили о себе в полную силу, но, в принципе, указанная тенденция вполне заметна. Она существенно меняет и стратификацию в среде преподавателей. Бесспорными лидерами в университетских сообществах становятся те из них, кто *любыми способами* (иногда далекими от

Тенденции развития социологии...

академических) привлекают массы студентов, готовы направить их к перспективным работодателям, мобилизуют фантовую поддержку со стороны фондов и частных доноров, а также постоянно работают над своим личным брендом на внешнем рынке, включая престижные премии, шумные публикации, связь со средствами массовой информации и пр. В рамках университета выживает тот, кто не только может произвести новое знание, но и обладает способностями выгодно его реализовать на рынке. Своим собственным имиджем и стилем жизни профессор социологии должен демонстрировать студентам образцы экономической успешности. В противном случае студенты не видят особого смысла в том, чтобы учиться у него. Ибо социологическое образование нацеливается не на знание как таковое, а на применение ограниченных и конкретных образовательных продуктов для решения доходоприносящих задач.

В этом смысле предполагается, что каждый преподаватель должен иметь *хотя бы минимальный талант* и в области менеджмента. Чисто академическая стратификация по-прежнему имеет значение, но она ни в коей мере не может быть теперь альтернативой тенденции к повышению роли предпринимательских дарований.

Обнаруживают себя и новые роли студентов (магистров, аспирантов). Теперь они выступают в качестве *клиентов* корпорации, *покупателей* на рынке образовательных услуг, предлагаемых университетом. И хотя известные дисциплинарные ограничения в отношении студенчества по-прежнему существуют, но по всем позициям изменился статус студентов. Корпорация, как никогда, оказывается зависимой от своих клиентов, от их запросов, желаний, жизненных целей и даже капризов. «Покупатель всегда прав!» — эта старая истина, пришедшая к нам из мира торговли, явственно заявляет о себе и в корпоративных университетах и составляющих их факультетах. Социология не составляет никакого исключения. Поэтому, говоря об интеллектуальной атмосфере на продвинутых российских социологических факультетах и ведущих западных факультетах социологии, можно утверждать, что интерес среди студентов к болевым точкам общества, социальным проблемам практически отсутствует. Их в основном интересует «красивая», «гладкая» социология, не поднимающая серьезных нравственных и социальных вопросов, но обеспечивающая безбедное существование в замкнутом—*герметичном*—социальном пространстве. Это с неизбежностью ведет и к социально-гражданственной герметизации преподавания. Становится совершенно бессмысленным толковать на лекциях об острых социальных проблемах (которых, скажем, в России, да и в США более чем достаточно). Студенты просто не понимают, о чем идет речь. Они искренне, а иногда и весьма агрессивно хотят жить «красиво». И все, что мешает им поддерживать этот баланс невмешательства в жизнь общества, вызывает у них активное неприятие. Позиция активного невмешательства в социальные проблемы весьма типична и для современных российских студентов-социологов. Более того, они склонны изолировать себя от любых проявлений внешнего мира, за исключением доходоприносящей работы и потребления. Их не интересуют политические вопросы, общественные дискуссии, средства массовых коммуникаций, социальная политика и пр.

Поэтому и от профессуры, и от управляющего учебным процессом администрирования требуется овладение «мягкими» технологиями и бесконфликтность

в отношениях со студентами-клиентами. Любые проблематические ситуации, возникающие в учебном процессе, заведомо будут разрешаться в пользу студентов по принципу «Надо делать так, чтобы конфликт не возникал вообще». Да и сам учебный процесс ныне подразумевает новые потребительские качества — полуразвлекательный характер, доступность и легкую усваиваемость сложных вопросов, создание у клиентов приятного чувства полноты полученного знания, упакованность в красивые формы (игровые методы преподавания, мультимедийность и пр.).

Это особенно проявляет себя на уровне бакалавриата, так называемого общего образования (*general education*), несколько сокращаясь в магистратуре и аспирантуре, но в целом оставаясь неизменным принципом построения нового университета³. Исключение студента рассматривается как чрезвычайное обстоятельство со всеми вытекающими последствиями. Это потеря клиента. В случае, если студент по тем или иным причинам не справляется с учебными программами, ему подыскивается щадящий режим работы, облегченная программа, персональное сопровождение со стороны преподавателя, но студент удерживается всеми доступными способами, чему способствуют и многочисленные промежуточные образовательные форматы.

Однако все это происходит не за счет снижения общего уровня требований и несоблюдения образовательного стандарта. Качество образовательных услуг поддерживается на высоком уровне, хотя, быть может, и иными средствами — прежде всего за счет динамичности учебного процесса и наличия многообразных форматов получения знания. Но дело в том, что этот «высокий уровень» образования, представляет *другое* образование и *другое* знание.

Университет как корпорация: опыт Запада. Университет-корпорация максимально вовлекает в свою деятельность все ресурсы расширения клиентуры. Помимо виртуозно отлаженной системы привлечения поступающих и «работы» с их родителями, университет уделяет большое внимание контактам с теми студентами, которые по тем или иным причинам покинули университет, но могли бы вновь включиться в его программы для получения итоговой степени. Для таких студентов (*drop-outs*) организуется система скидок, подбирается удобное время занятий и пр. Всемерно поощряются и так называемые нетрадиционные студенты (*non-traditional students*) — чаще всего пенсионеры, решившие расширить свой кругозор в той или иной науке, но без сдачи экзаменов и получения степени. В заметной части университетов США доля нетрадиционных студентов постоянно возрастает.

Вообще говоря, традиционные и строгие форматы преподавания (лекция, семинар, дипломная работы, получение степени и пр.) трансформируются в широкие и, как их характеризует современная социология, «перетекающие формы» (*liquid forms*). Это весьма неопределенные рамки того, кого можно считать студентом; самые различные формы обучения, соединяемые вместе, в одной программе; предоставление университетом самого широкого спектра услуг

³ В этом смысле добровольно-принудительное введение в вузах России 4-годичного бакалавриата имеет далеко не только техническое значение. Фактически это реализация новой для России *парадигмы* высшего образования, закрепляющей указанные тенденции. Однако, надо заметить, запрос на такой тип образования приходит от самой жизни. Он искусственно не формируется в самих университетах.

Тенденции развития социологии...

обществу и многое другое. «Каждый может быть любим» — этот тезис современного общества в полной мере проявляет себя и в сфере высшего образования.

Ныне западные университеты и колледжи управляются настоящими менеджерами, хотя и обладающими академическими степенями и званиями, но профессионально выступающими в совершенно иной роли. *Дух менеджериума* пронизывает все звенья высшего образования. С одной стороны, это приводит к большим потерям в областях знания, не имеющего прямой рыночной оборачиваемости. А с другой — академические круги университетов, как кажется, воспринимают новое положение дел как данность, которую нельзя изменить, но в которой можно попытаться найти свою интеллектуальную нишу.

Университет как корпорация стремится задействовать ресурс связи с местными сообществами, называя это «служением обществу». Как бы ни был грандиозен университет, стремление решать местные проблемы и быть любимым местными жителями весьма важно (принцип обратного воздействия локального на глобальное). И это стремление — не просто благое пожелание. Оно вполне прагматично. Местные сообщества, обладающие разветвленной сетевой структурой, могут стать либо важным союзником университета во всех его начинаниях, либо (в случае конфликта) стать его значимым противником.

Корпоративная природа нового образования заявляет о себе не только в общих вопросах управления университетами, но в деле конкретного формирования конкретных учебных программ и воздействия на учебный процесс.

Multidisciplinary и *Interdisciplinary* — вот два самых популярных понятия, циркулирующих в университетах. Они (особенно последнее) означают, что практически ни один традиционный предмет преподавания, традиционная специальность или область знания в чистом виде никого не устраивают и прежде всего студентов. Постоянно и в большем числе требуются новые *составные* образовательные продукты, *гибриды*, которые в любой комбинации будут содержать компонент бизнес-образования и менеджмента.

Скажем, мало кого устраивает традиционная фундаментальная социология. Она не собирает необходимого числа специализирующихся студентов. Весьма ограничены возможности применения чисто социологического знания по окончании вуза. Социологические факультеты (например, в Дюкском университете — одном из ведущих частных университетов США) уже не могут конкурировать с другими факультетами по числу привлеченных студентов и объемам внешнего внебюджетного финансирования. Поэтому в этом университете традиционная факультетская структура нашла свое спасение в открытии общеуниверситетской и межфакультетской программы «Организации и мировая конкуренция». В этой весьма успешной программе традиционные дисциплины фундаментальной социологии существенно трансформировались (и прежде всего в своих названиях) в предметы, более привлекательные для студентов и обеспечивающие им будущую работу. Многие естественно-научные, инженерные и медицинские специальности отныне соединяются с конкретными обществоведческими специальностями в рамках единых образовательных программ с последующим присуждением степени.

Не исключается, что в скорой перспективе факультеты (а в России и кафедры) как самостоятельные структурные единицы начнут отмирать, уступая место динамичным междисциплинарным программам, открывающимся и закрыва-

ющимся в соответствии с запросами внешнего рынка и опирающимся на подвижный состав профессоров, привлекаемых на договорной основе. В целом университеты в современных условиях всемерно снимают с себя груз гарантий и обязательств перед штатным составом профессоров, приглашая профессуру к участию во временных междисциплинарных программах (часто весьма успешных в экономическом отношении, но заведомо временных), где все зависит от рыночной эффективности этих программ при минимуме ответственности администрации за возможный неуспех в будущем.

Это требует и нового типа профессора—умеющего легко перенастраивать свое преподавание, специалиста в нескольких смежных областях знания, находящего контакт с любой аудиторией вне зависимости от уровня ее подготовки, легко владеющего мультимедийными технологиями и полностью интегрированного в Интернет.

Тенденции к междисциплинарности, динамичности, рыночной ориентированности вступают в конфликт с традиционными ценностями преподавания в университетах. А поскольку успехи университета-корпорации в большой степени зависят от качественного состава преподавателей, то университеты в спешном порядке и не жалея средств организуют программы переподготовки преподавателей по наиболее привлекательным направлениям. Фактически разворачивается тотальная система «переобучение образователей» (*re-education of educators*). Ее призваны поддерживать и открывающиеся новые центры методики преподавания, технической поддержки образования и пр. Это императив, связанный с превращением университета в современную корпорацию. Причем лидирующие университеты стремятся захватить рынок этих услуг в национальном и даже международном масштабе.

Все в меньшей степени фундаментальное знание (прежде всего в гуманитарных и социально-экономических дисциплинах) сохраняет свою привлекательность для студентов и университетских структур.

Его место постепенно занимает знание *экзотическое*, т. е. ориентированное на необычность, неповторимость, уникальность и при этом раскрывающее свои новые потребительские качества на рынке профессий. На поиски новых комбинаций и междисциплинарного синтеза направлены усилия руководителей академических программ. В известной мере сами фундаментальные знания, прежде всего в области социально-экономических наук, тоже приобретают экзотический характер, ими занимаются лишь немногие студенты и столь же немногочисленные профессора, по разным причинам не вписавшиеся в основной поток корпоративной деятельности. Разумеется, внутри корпоративно устроенного университета по-прежнему остаются подразделения и профессора, отвечающие традиционным требованиям и не приносящие прямых доходов корпорации. Их статус и дальнейшая судьба в каждом отдельном случае определяются по-разному. Иногда их оставляют в покое, не требуя практической эффективности, по соображениям престижа университета в целом (опять же «экзотика»), особенно если благоприятная экономическая конъюнктура дает для этого основания. Но в случае ухудшения конъюнктуры подобные островки чистой науки приносятся в жертву в первую очередь. С другой стороны, университет-корпорация по-прежнему выступает и в роли центра экспертизы по тем или иным научным вопросам, т. е. того, что называется *think tank*. Для поддержания этой

Тенденции развития социологии...

функции университета также нужна узкая экзотическая специализация, основанная на фундаментальном знании, но в его, так сказать, точечном варианте.

Характерно и то, что перспективные работодатели уже не нуждаются (как раньше) в выпускниках университетов, обладающих фундаментальными знаниями. Для работы в современной фирме или корпорации этого просто не требуется. А требуется другое — способность динамично перенастраиваться на другие программы, владение некими базовыми умениями, обладание общим уровнем культуры, не переходящим в сверхобразованность.

Корпоративные требования диктуют поддержание инфраструктуры на высочайшем уровне. И действительно, университеты за последние годы вложили весьма существенные средства в новое строительство, расширение и обновление компьютерной базы, пополнение библиотек.

Аудиторный фонд и офисные площади факультетов западных университетов постоянно расширяются. В целом можно сказать, что университеты-корпорации растут буквально на глазах. Каждый год поднимаются новые аудиторные, лабораторные корпуса и общежития. Большинство аудиторий оснащены средствами мультимедиа и прямым доступом в Интернет. Это стало своеобразным признаком стиля современного университета. Особое значение придается офисам профессоров. Как правило, каждый профессор имеет свой кабинет, оснащенный компьютером, подключенным к LAN, множительной техникой и большой личной библиотекой. Своими офисами располагают и доценты. Только младшие преподаватели и аспиранты размещаются по два человека в одном офисе. Практически таков стандарт любого корпоративного университета. Следует признать, что этот стандарт предопределен и интенсивными формами преподавательской деятельности. Без личного пространства, закрепленного за преподавателем, трудно требовать от него высокой эффективности преподавания, а также соответствия требованиям рациональной организации труда.

Компьютеризация достигла весьма впечатляющих масштабов. Доступ студентов и аспирантов к компьютерным классам поддерживается чуть ли не 24 часа в сутки. Все новейшие программные продукты закупаются факультетами (или университетом в целом) и размещаются в локальной сети. Серверы факультетов и университетов превращены в многоцелевые информационные порталы, обеспечивающие имеющих доступ к ним всем необходимым. В каком-то смысле можно говорить о том, что компьютеризация в корпоративном университете достигает своего возможного максимума. Конечно, совершенствование техники и программных продуктов будет происходить и далее, но формы их включения в учебный процесс и научную работу, как кажется, уже достигли полного раскрытия.

Особого упоминания требуют мультимедийные средства в аудиторном преподавании. Психология восприятия, присущая современным студентам, подразумевает усвоение информации в основном визуальными рецепторами. Преподавательские стратегии динамично отозвались на это. Теперь без поддержки программой *PowerPoint* или технологии *Black Board* не читается ни один курс. Причем речь идет не о визуализации тех или иных материалов, а о существенном их переструктурировании в связи с включением в процесс визуализации. Иными словами, *PowerPoint* не просто размещает картинки на экране монитора или на большом экране, он требует совершенно нового взгляда на концепцию

лекции, ее структуру, тезисный характер изложения материала, включение звуковой дорожки, видео и пр. Все материалы курса размещаются на сайте профессора, и студенты имеют круглосуточный доступ к этому сайту, где они также общаются с профессором, оставляют послания и готовые письменные работы. Многие лекционные курсы оцениваются студентами в основном со стороны зрительного эффекта, который они производят, и более высокие рейтинги получают те профессора, которые более удачно *визуально* преподносят свои курсы.

Можно наметить несколько конкретных перспективных тенденций развития современного университета⁴:

отношение студентов и их родителей к университетскому образованию становится все более *потребительским*. Большое значение приобретают такие компоненты выбора университета, как широко известный бренд, красивый и убедительный каталог, хорошая реклама, наличие современного сайта и пр. Кроме того, а быть может, и в первую очередь, принцип «цена-качество» превращается в ведущий в определении высшего учебного заведения будущим студентом и его родителями. Университет должен быть *мега-маркетом* потребления знания со всеми вытекающими последствиями;

для большинства студентов университетское образование потеряло характеристику «судьбоносности» (экзистенциальности). Обучение в университете — это всего лишь эпизод в их жизни, развертывающийся параллельно с другими, не менее важными эпизодами: параллельная работа, личная жизнь, наполненная удовольствиями потребительского общества, и пр.;

университет должен быть *удобным*, т. е. от университета требуется безусловно хороший *сервис* во всех его инфраструктурных и основных компонентах: (а) доступность и инвайронментальная дружелюбность (хорошее расположение кампуса в городе или пригороде, удобная парковка автомобилей, развитая природная среда, комфортность, экологичность помещений, прекрасное питание, наличие торговых точек и индустрии рекреации непосредственно в кампусе и др.), (б) легкая усваиваемость предметов, (в) сквозная ясность состава образовательного продукта с заранее ожидаемыми свойствами (дисциплины, учебные программы, биографии профессоров), (г) *полное соответствие* требованиям рынка труда, (д) наличие в учебном плане спецпредложений, т. е. особых эксклюзивных предметов («изюминки»), недоступных студентам других вузов, е) «праздничность» — организация праздников и фестивалей самого различного рода, необременительность университетской жизни;

университет должен находиться на гребне технического и технологического прогресса, предлагая студентам самые новейшие достижения в организации учебного процесса и студенческой жизни;

постепенно университетское образование включается в процесс *виртуализации*, т. е. все больший вес приобретают программы дистантного образования, телеконференции, образование через Интернет-сайты и пр. Для любого студента университет и преподаватель (в том числе и профессор) должны быть *оперативно* доступны. Даже традиционные формы обучения уже немислимы без максимальной поддержки в Интернете и виртуальных библиотек;

⁴ С использованием материалов Дж. Ритцера (*George Ritzer*).

Тенденции развития социологии...

постепенно трансформируются и другие, казалось бы, вечные формы университетского преподавания. На смену поточным лекциям приходят дискуссии со студентами по типу «ток-шоу», возникает сеть промежуточных форм вовлечения клиентов в университетское образование: семинары для публики и местного сообщества, консультации фирмам и общественным организациям и многое другое. Иногда за участие в этих, чаще всего платных, формах работы могут начисляться кредиты, т. е. зачетные баллы, которые в итоге войдут в учебный план, ведущий к присуждению степени. За всем этим стоит принцип: все средства хороши для привлечения новой клиентуры, но при соблюдении высокого стандарта предоставляемых образовательных услуг;

деятельность университета-корпорации имеет четкие регулирующие нормы и принципы. Все обуславливается контрактами и договорами, за каждой формой взаимодействия со студентами-клиентами стоит юридическое сопровождение;

университет должен предлагать многочисленные программы за рубежом и иметь свои кампусы-базы в различных привлекательных регионах мира. В этом смысле процесс обучения и туризм постепенно сближаются. Так, Бостонский университет имеет программу обучения на океанском лайнере, барражирующем в мировом океане и встающем на якорь в различных портах. Причем речь идет не об обучении океанологии, а о сугубо гуманитарных и экономических дисциплинах. В процессе обучения студенты хотят быть *в движении*, меняя координаты своей географической и социально-культурной локализации.

Изменение функций образования. Обсуждая тенденции развития и современные реалии высшего образования, как представляется, важно учитывать и радикальное изменение самого понятия «качество высшего образования». Если прежде это, вне сомнения, была фундаментальность и профессиональная отточенность университетских программ, то ныне мы видим несколько иную картину. Абитуриенты социологических факультетов и их родители (т. е. клиенты, совершающие важнейший выбор) во временном плане существенно отделены от периода, когда они могут оценить качество образовательного продукта. Иными словами, поступая в российский вуз, будущий студент не имеет достаточной квалификации и знаний конъюнктуры для того, чтобы реально оценить потребительские качества учебных программ и всего образовательного цикла в целом. Эти потребительские качества разворачиваются только в процессе послевузовской профессиональной деятельности, создающей условия для экспертного «взгляда назад».

Однако выбор и оценку учебных программ и вуза в целом надо делать здесь и теперь. В этом и состоит проблема выбора для абитуриентов и их родителей. Прежде гарантом этого выбора выступал бренд университета, который гарантировал уровень качества. Университету доверяли, даже, можно сказать, «вверяли» своих детей. В современных условиях никто никому не собирается никого «вверять». Нужны доказательства и объективные оценки. Из этого следует, что университеты немалую часть своих усилий тратят на рекламу бренда. И, как правило, эта реклама сосредоточивается на простых и самоочевидных фактах, а именно: наличие в учебных планах популярных в массовом сознании дисциплин, имеющих репутацию «полезных». В социологии это маркетинг, политический и иной PR, реклама и, пожалуй, все. В глазах родителей и самих абитуриентов ценность всех остальных предметов весьма сомнительна. Они, по их мнению,

не самокупаются за короткий период. А длительные периоды теперь мало кого интересуют.

Это, в свою очередь, с неизбежностью деформирует менталитет университетских управленцев и самих студентов. Все, что не подпадает под категорию «полезность здесь и теперь», подвергается большему или меньшему сомнению. Наиболее популярный вопрос, витающий в студенческих аудиториях наших дней, это вопрос: «А зачем это мне нужно?» Данный вопрос, как правило, относится к фундаментальным дисциплинам, а также ко всем иным предметам, не имеющим в глазах студентов конкретной полезности. Иногда тест на полезность проходят не только отдельные дисциплины, но и внутренние разделы курсов. «Нам это не нужно», «много воды», «нет реальной пользы» и пр. — такими формулировками пестрят рейтинги, с помощью которых студенты оценивают преподавателей и их курсы. Отчасти это можно рассматривать в качестве полезной обратной связи с аудиториями. Но во многих других случаях мы имеем дело с чистой прагматикой, наступающей на фундаментальность социологического знания.

Метаморфозы, отличительные для университетов и многих факультетов социологии, в данном тексте несколько акцентированы и заострены. В реальности их обнаружить можно лишь при достаточно внимательном анализе, опирающемся на сравнение того, что было, к примеру, 15 лет назад, и того, что есть теперь.

Кроме того, тенденции развития университетов наших дней, как представляется, не требуют оценки по принципу «хорошо—плохо», «нравится—не нравится». Это объективные параметры системы, которая перенастраивается в новых условиях глобализации и постиндустриального общества. И хотя реакции на эту перенастройку могут быть самыми различными (в том числе резко негативными), следует признать, что высшее образование в современном мире, скорее всего, идет уже новым, кратко обрисованным выше путем.

Но как бы ни относиться к указанным тенденциям, надо признать, что отечественные социологи оказались неподготовленными к их анализу. По-прежнему, как и много десятилетий назад, знание, в их восприятии, окружено культовым ореолом, а любая попытка трезвого обсуждения новых реалий воспринимается как святотатство. Табуирование этих вопросов чревато невосполнимым выпадением России из мирового образовательного процесса.

Тенденции развития социологического образования в регионах

В обществе российских социологов не принято поднимать тему столицы и провинции. Нельзя ставить вопрос, есть ли у нас провинциальные социологи и есть ли провинциальная социология. (В том, что есть «столичные», вроде бы не сомневаются.) В современных условиях понятие «провинциальность» звучит оскорбительно (почти политически некорректно), по меньшей степени, пренебрежительно. Неким решением проблемы стал термин «региональный».

Легче всего было бы действительно не входить в обсуждение регионального вопроса, но можно попытаться это сделать, тем более что выводы нас могут ожидать не столь тривиальные.

Тенденции развития социологии...

Следует, видимо, зафиксировать тот исторический факт, что к началу XXI в. в России по-прежнему существует «столичность» и «провинциальность». Это наследие может служить еще одним подтверждением того, что Россия далеко не полностью преодолела матрицы феодализма (хотя и с постмодернистским флером) как в экономике, политике, так и в области культуры. По-прежнему Москва дренирует все финансовые потоки, «здесь делаются дела» и «решаются вопросы», здесь выпекается духовный хлеб для всей страны. Правда, в последние годы наметились новые тенденции. Федерализация России повлекла за собой возникновение самостоятельных экономических точек роста в регионах, их некоторую политическую самостоятельность и культурную автономию. Причем, эти тенденции каким-то причудливым образом переплетаются с сохраняющейся традиционностью регионов, неспешностью их поступи и большой замкнутостью в себе — самодостаточностью.

Географическая отдаленность регионов и их кросс-региональная несвязанность не только не исчезли, но, напротив, усилились прежде всего в силу экономических причин. Одновременно с этим и в некотором внешнем противоречии с этой тенденцией российские регионы, в том числе и в области преподавания социологии, приблизились к западным стандартам.

Для региональных социологов подчас легче добраться для ближней и дальней Европы, чем до Москвы. Все крупные и средние региональные социологические центры в наши дни быстрее столичных находят зарубежных партнеров, обмениваются студентами, преподавателями, программами, совместно ищут международные источники финансирования. Не в последнюю очередь это происходит потому, что Запад существенно переориентировал свои интересы (в том числе в области социологических кадров и программ). Социологическая Москва его привлекает теперь несравненно меньше, чем региональные центры, пусть даже не столь эффективные и красиво упакованные в офисы и компьютеры. Таким образом, исторически обусловленный резерв, связанный с горизонтальным приоткрытием российских регионов, есть не что иное, как потенциальная точка роста. Кроме того, несмотря на весь экономический и политический монополизм Москвы, в провинции поднимает голову свой бизнес и формируются свои мощные политические круги. Это еще один важный фактор развития для социологии.

В целом можно констатировать, что социология решительно повела свое наступление на регионы. Практически каждый крупный город теперь имеет свою выпускающую кафедру социологии, а многие города Поволжья, Урала и Сибири — несколько центров социологического образования в одном городе. И именно в российской провинции социология становится массовой профессией, по крайней мере, по цифрам выпуска студентов.

Однозначной бесконфликтно-позитивной картины развития социологии за пределами столиц не складывается. Как представляется, потенциальные возможности российской провинции намного превысили и до сих пор превышают уровень реализации этих возможностей.

Ни один далекий от Москвы центр социологического образования сполна не использовал свои связи с зарубежными партнерами и местными значимыми кругами, чтобы засверкать на российском (не говоря уже о европейском) небосклоне. Да, есть не только отдельные удачные образовательные программы.

Есть заявившие о себе центры (например, в Новосибирске, Нижнем Новгороде, Сыктывкаре, Петрозаводске, Саратове, Самаре, Ульяновске, Екатеринбурге и др. городах). Есть отдельные талантливые социологи, проявившие себя дома или за границей (правда, так и не решившие, где, в каком месте они прикладывают созидательные силы своего интеллекта). Но по-прежнему Москва сильнее. И это та сила, которая самих московских социологов не радует, а скорее тяготит. Если спросить напрямую, вырос ли за последние годы хотя бы один российский региональный социологический центр до уровня пусть даже отдаленного антипода или альтернативы московскому, то ответ будет отрицательным. Есть ли хотя бы одна социологическая программа в региональном университете, куда бы можно было целенаправленно посылать московских студентов и аспирантов? И вновь, увы, нет.

Такого откровенного культурно-географического монополизма в социологии нет ни в Европе, ни в Америке, ни в Китае.

Начал было расти социологический факультет (пока еще формально отделение экономического факультета) Новосибирского государственного университета, но вот многие сильные социологи из НГУ переместились в Москву. Ф. Бородкин определил это перемещение библейским словом «исход». И не только Новосибирск включен в этот москвостремительный поток. Так что конкуренции Москвы и Новосибирска в социологическом образовании пока не предвидится.

Суммировать сказанное можно следующим образом. Да, действительно, в регионах произошли и происходят большие трансформации. Касаются они и социологии. Но процесс пока еще идет в рамках экстенсивного роста числа студентов, но не принципиального продвижения вперед по линии качества. Причем предпосылки качественного роста, бесспорно, были и продолжают оставаться. Но некоторая надломленность, невыраженность цели, инертность откладывают этот качественный рост на неопределенное будущее.

Обеспеченность социологического образования учебной литературой

Научно-методическая база преподавания в первую очередь связывается с учебной литературой и более узко с учебниками. Трудно выявить основную (или основные) тенденцию (тенденции), ибо в общем и целом на рынке социологической литературы господствует хаос.

Рынок учебников по социологии не обнаруживает склонности к саморегуляции, чего теоретически от него ожидали. Каждый вуз, каждая более или менее значимая кафедра социологии стремится создать и побыстрее напечатать свой и исключительно свой учебник социологии. В противном случае репутация кафедры будет страдать. Учебники сплошь и рядом пишут авторы, познакомившиеся с социологией чуть ли не накануне. Никаких ни внутренних, ни внешних сдерживающих механизмов они при этом не обнаруживают. Все зависит только от умения организовать свое время и природной продуктивности, порой не имеющей ничего общего с профессионализмом. Косвенным образом и издательства поощряют этот непрофессионализм, без разбора обращаясь к любым

Тенденции развития социологии...

авторам, лишь бы только они выдерживали временные рамки и работали в поле социологии.

«Самопроизвольность» создания и «проталкивания» своей учебной продукции на рынок социологической литературы стала нормой. Регулируемый рынок оказался на поверку рынком хаотичным. Что касается общественных объединений социологов, например, Российского общества социологов, которые могли бы взять на себя не директивные, а общественные функции контроля качества учебной литературы (как это фактически происходит в других странах), то этого также не произошло и не происходит.

Важное исключение составляла программа выпуска учебной литературы Институтом «Открытое общество». В этой программе отчасти просматривалась логика, стремление ориентироваться на качество продукции, тематическая и междисциплинарная координация. Так называемая «желтая серия» (по цвету переплетов пилотных изданий учебной литературы) оказалась на поверку и самой удачной за все последние десять лет. Учебники этой серии перешли в коммерческие издательства и теперь переиздаются из года в год.

Доступны ли качественные учебники и учебные пособия по социологии студентам (не социологам)? Казалось бы, да. Книжные магазины и киоски перенасыщены социологической учебной литературой. Но это обилие крайне обманчиво.

Во-первых, студенты (и отчасти преподаватели) полностью дезориентированы обилием издаваемой учебной литературы по социологии. И разобраться в этом обилии достаточно сложно. Поэтому даже в ведущих столичных вуза на семинарских занятиях по социологии можно видеть самые экзотические учебники, абсолютно не соответствующие качественным стандартам. Во-вторых, книжные лавки (иной термин не приходит в голову) не ведут никакой разъяснительной и просветительской работы, сбывая в больших количествах учебную литературу низкого качества. В-третьих, нет системы распространения «книгапочтой» и потому социологическая литература не доходит до мест отдаленных. В-четвертых, многие сайты Интернета (за исключением 3—4-х) еще более всеядны и непрофессиональны. Они размещают у себя некие пересказы социологических источников и полуграмотные «рефераты», делающие чтение литературы по социологии необязательным для многих студентов. В-пятых, авторы социологических учебников всеми правдами и неправдами навязывают свою продукцию университетам, в которых преподают, и имеющимся в них библиотекам. Есть даже неписаное правило, по которому преподающий профессор волен предлагать и, естественно, продавать своим студентам изданные им книги. При этом он говорит, что все остальные учебники «не подходят». В итоге студенты, как правило, всеми доступными методами стремятся уклониться от приобретения рекомендуемого учебника, предпочитая делать отдельные ксероксы глав либо просто сдавать экзамены по рефератам из Интернета и шпаргалкам без работы с учебником.

Все это порождает порочный круг в нашем книгоиздании. И в указанной цепочке страдающих участвуют все: и авторы, и издатели, и книготорговля, и студенты. Но более всего страдает сама социология.

Вклад проектов НФПК в развитие российской социологии и социологического образования

В настоящее время Правительство РФ и МБРР завершили реализацию Инновационного проекта в области образования. Финансирование и организация выполнения проекта были возложены на Национальный фонд подготовки кадров (НФПК). Проект носил пилотный характер и совмещал элементы инвестиционного проекта и проекта технической помощи. Его составной частью были программы поддержки инноваций в высшем образовании, в данном случае в социологии.

Основной целью программы «Совершенствование преподавания социально-экономических дисциплин в вузах» в области социологии было совершенствование качества социально-экономического образования в отобранных на конкурсной основе вузах и обеспечение его сопоставимости с образованием в области экономики, политологии и социологии, которое дают ведущие университеты мира.

Программные цели ИПРО в значительной степени носили прикладной характер. Однако уже сегодня есть основания заявлять о более серьезных результатах, которые проявляются в новых образцах социологической культуры. Радикального роста этой культуры за время реализации проекта не произошло. Но можно утверждать, что ИПРО сыграл роль интеллектуального *фермента*, внесшего заряд новых идей и новой системности в прежде достаточно неопределенную и во многом консервативную среду:

Принятые в ИПРО тексты учебных пособий демонстрируют *полипарадигмальную культуру* понимания и интерпретации социальной жизни. Истина, в том числе в социологии, *множественна*. После десятилетий монополии марксизма в советской социологии и доминирования сегодня на социологических кафедрах профессоров, сделавших карьеру как апологеты догматического марксизма, это обстоятельство трудно переоценить;

ИПРО инициировал появление блестящей серии учебных пособий по эмпирической и теоретической социологии. Эта серия содержит превосходные примеры эмпирических и теоретических исследований, выполненных как зарубежными, так и российскими социологами и являющихся примерами профессиональной честности и гражданственности в самом высоком смысле этого слова;

Стратегическим результатом проекта является появление нового поколения учебной профессиональной литературы, включающей современные социологические тексты и, что еще более важно, Интернет—ресурсы, их содержащие и поддерживающие в актуальном состоянии;

ИПРО способствовал формированию нового поколения российских социологов, работающих в университетах и институтах РАН и полностью разделяющих принципы международной социологии.

В рамках ИПРО удалось также решить следующие стратегические задачи: поддержка социологических профессиональных журналов: «Социологический журнал», «Мир России», «Журнал социологии и социальной антропологии». Также были поддержаны новые электронные источники социологической ин-

Тенденции развития социологии...

формации, созданные в рамках ИПРО и уже завоевавшие признание у профессионалов — социологов страны («Экономическая социология», «Социологическое обозрение»);

создание Федеральных центров переподготовки преподавателей социологии в Москве и Санкт-Петербурге.

ИПРО создавался, декларировался и осуществлялся как принципиально открытый проект. Он предоставлял участникам только институциональную среду для плодотворной творческой деятельности. Выбор предметных областей потенциальных учебных курсов, их тематическое наполнение, собственно содержание учебных курсов не регламентировалось вовсе. Такая принципиальная позиция привела к тому, что в итоге некоторые социологические области оказались «густо» заполненными учебными пособиями, фактически альтернативными. Так случилось, к примеру, с экономической социологией. В то же время огромные поля социологической профессиональной деятельности оказались не заполненными. Особенно на уровне различных спецкурсов (по социологии культуры, молодежи, науки и др.). С одной стороны, это хорошо. Пробились только академически сильные проекты. С другой стороны, этот факт свидетельствует о том, что в стране нет сильных специалистов по многочисленным отраслям социологии. Очевидно, что социологи, профессионализирующиеся в этих областях, нуждаются в специальной поддержке, в том числе связанной с обучением в ведущих университетах мира.

Модель университета как культурного и научного центра, встроенного в систему маркетинговых коммуникаций на рынке образовательных услуг, с одной стороны, и рынка труда, с другой — предполагает и диверсификацию социологического знания и социологических методов в двух направлениях.

Первое касается изучения социологии всеми, обучающимися социальным и гуманитарным специальностям. Здесь просто необходимо добиться обязательности обучения социологии для специалистов, чья профессиональная деятельность социологизирована.

Второе связано с обучением социологии специалистов, занятых в политике, государственном и муниципальном управлении, журналистике, менеджменте, в социальной сфере, в правоохранительных структурах и службах, в вооруженных силах. Социологическое образование для них является компонентом повышения квалификации, переподготовки или вторым высшим образованием.

Такая диверсификация уже сегодня требует координации усилий университетов по разработке комплексов учебно—методических пособий, имеющих и виртуальную форму, позволяющую организовывать дистанционное обучение.

Главным выводом реализации ИПРО стало то, что проект был источником мощного научного, культурного и, конечно, педагогического прорыва. В орбиту этого возмущения были вовлечены практически все университетские социологические центры страны. Конечно, только самые сильные, доказавшие свою *потенциальную способность* к созданию инновационных педагогических продуктов, стали участниками проекта. По его окончанию можно с полной уверенностью заявлять, что эти университетские социологические центры существенно обогатили свой интеллектуальный потенциал, став социологическими явлениями в России. И не только. Благодаря ИПРО наши университеты стали лучше известны и в западных университетах.

Важным результатом ИПРО была представленность в нем не только Москвы, но и региональных университетских центров. В проекте участвовали университеты Санкт-Петербурга, Саратова, Томска, Волгограда, Нижнего Новгорода и других университетских центров страны. В этом абсолютно не усматривается снисходительность экспертного комитета по социологии. Социологи региональных университетов сделали такие предложения, которым нельзя было отказать. Важно, что нестоличные социологи продемонстрировали вполне столичный профессионализм, свою включенность в мировое социологическое сообщество.

ИПРО позволил получить социально значимые результаты во многом благодаря отбору участников. Для исполнения проекта были отобраны не просто превосходные педагоги, но и известные в России (и не только в России) ученые, честолюбивые и пассионарные молодые социологи, активно включенные в научно-исследовательскую практику. Такой отбор участников проекта был принципиально важен. Написать хорошее учебное пособие можно и без участия в исследовательской практике. Но это будет репродукция известных социологических положений (чаще всего банальных), но никак не инновационный продукт. Инновационные же учебные материалы, бесспорно, основываются на научных исследованиях многочисленных социальных реальностей трансформирующейся России. В этой связи программа ИПРО стимулировала не только процесс создания инновационных образовательных продуктов, но она стимулировала и углубление процесса научного самопознания России и ее реальностей. ИПРО продемонстрировал, что ведущие российские социологические университетские центры придерживаются классического университетского правила: «Исследуя, обучаю».

Вузовская направленность ИПРО обусловила и важнейший социокультурный и образовательный эффект от собственно исполнения проекта его участниками. Этот эффект связан с привлечением к мероприятиям проекта студентов, аспирантов, молодых специалистов кафедр социологических факультетов и исследовательских центров. Многочисленные конференции, семинары, круглые столы, мастер-классы ведущих профессоров, летние школы, стажировки не обходились без участия социологической молодежи. Они не были статистами этих мероприятий. Они не только «внимали» мастерам, но поощрялись их активность в дискуссиях и выступлениях. ИПРО было для них школой современной социологии, хорошего социологического вкуса и блестящей социологической педагогики. Есть уверенность, что эта школа еще даст свои плоды: молодежь увидела, что такое настоящая социология.

Подводя итоги

В завершение отчета мы попытались прийти к некоему обобщенному образу состояния социологического образования в России начала XXI в. Разумеется, ответить на этот вопрос коротко очень сложно. Количественные результаты проектов в рамках программ НФПК «Совершенствование преподавания социально-экономических дисциплин в вузах» и «Поддержка академических инициатив в области социально-экономических наук» достаточно внушительны (учебники, информационное оснащение, центры переподготовки, зарубежные стажир-

Тенденции развития социологии...

ровки, конференции, журналы и пр.) На этом фоне качественные характеристики весьма противоречивы. Малая часть отечественного социологического образования, образно выражаясь, прорубила окно в Европу. Через это окно к нам вошла международная социология, представленная лучшими новейшими теориями, передовой профессурой западных университетов, книгами, учебными программами и т. д. В то же время немалая часть социологического цеха находится на перепутьи. Присутствует некая общая неуверенность в завтрашнем дне, в том числе и в социологии. Это сковывает творческий потенциал преподавателей. «А вдруг преподавание социологии вообще отменят сверху? Зачем тогда учить языки и ездить на международные конференции?» Эти вопросы, увы, не отошли в прошлое. Впрочем, витают в воздухе и иные настроения.

Ничто не может в длительной перспективе стать альтернативой профессиональному совершенствованию и росту.

Литература

Поппер К. Нищета историцизма. М.: Прогресс, 1993.