

ЛОКУС

ЛЮДИ
ОБЩЕСТВО
КУЛЬТУРЫ
СМЫСЛЫ

1
2016

Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова
«История и политология»

Москва
2016

Формат листа 210×156 мм (не 148) До формата 210×148 подрезать лист по ширине на 4 мм с каждой стороны.

УДК 93/32/316

ЛОКУС

ЛЮДИ
ОБЩЕСТВО
КУЛЬТУРЫ
СМЫСЛЫ

1.2016

Издаётся с 2010 г.

Вестник МГГУ им. М.А. Шолохова
Серия «История и политология»

ИЗДАТЕЛЬ:
Московский
педагогический
государственный
университет

Свидетельство
о регистрации средства
массовой информации
ПИ № ФС 77-63326
от 09.10.2015 г.

Адрес редакции:
109240, Москва,
ул. В. Радищевская,
д. 16–18

Подписной индекс
65060
в каталоге
«Издания органов
научно-технической
информации»
ОАО «Роспечать»

С 9.10.2015 г. журнал называется
«Локус: люди, общество, культуры,
смыслы»

Редакционная коллегия

А.Б. Ананченко (*главный редактор*),
А.А. Орлов (*зам. главного редактора*),
Д.Н. Сергованцев (*ответственный секретарь*),
Е.В. Бродовская, Ф.А. Михайловский,
А.В. Миронов, В.Д. Нечаев, Д. Савино,
Н.И. Смоленский, А.Д. Эпштейн,
А.И. Юрьев

Журнал входит в Перечень ведущих
рецензируемых журналов и изданий ВАК

Электронная версия журнала: www.mpgu.ru

Содержание № 1 | 2016

ОТЕЧЕСТВЕННАЯ ИСТОРИЯ

Гришина Е.П.

- Первые упоминания о «сведущих лицах» в узаконениях
Российского государства (Х – первая половина XIX вв.) 5
Волков В.А.

Русское холодное оружие эпохи Смутного времени 14

Перевалова Е.В.

«Истина не должна бояться гласности...»

(Журнал «Русский вестник» и цензура в первые годы
реформ Александра II) 21

Ширяева С.В.

Направления деятельности государства и общества
по признанию безработных в России в XIX веке 32

ЗАРУБЕЖНАЯ ИСТОРИЯ

Белоусова К.А.

Политика США в Ираке (1945–1958 гг.) 37

Жиряков И.Г., Барабанов М.В.

«Бархатные революции» в социалистических
восточноевропейских странах: общее и особенное 46

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ, ПРОЦЕССЫ И ТЕХНОЛОГИИ

*Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю., Пономарев Н.А.,
Шаповалов В.Л., Новикова А.В.*

Технология организации движения ЭлектрикЕреван – 2015:
результаты анализа Интернет-контента 57

ПОЛИТИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА И ИДЕОЛОГИИ

Масалов А.Г.

Гуманистические технологии формирования гражданственности
и патриотизма современной российской молодежи 68

Наумов Д.И., Лотманцев А.М.

Религиозный компонент доктрин политических партий
Республики Беларусь 81

Социальная структура, социальные институты и процессы <i>Савельева О.О.</i>	
Кризис образования и социальная динамика сферы труда.....	86
<i>Шаламова Л.Ф., Лесконог Н.Ю.</i>	
К вопросу о трансляции идей модернизации российского образования в студенческую среду.....	97
<i>Эпштейн А.Д.</i>	
Обучая чужих детей: социологический анализ процесса интеграции в Израиле учителей – выходцев из бывшего СССР – после завершения периода массовой иммиграции.....	102
НАШИ АВТОРЫ.....	114
CONTENTS.....	116

0.0. САВЕЛЬЕВА

Кризис образования и социальная динамика сферы труда

В качестве основной причины т.н. «кризиса образования» рассматриваются не только быстрые изменения в системе знаний и технологий, но и изменения на рынке труда, широкое распространение атипичной занятости. Как следствие, университет по определению не может подготовить специалиста, полностью удовлетворяющего требованиям работодателя. На примере направления «Реклама и связи с общественностью» предлагаются меры по разрешению существующих противоречий.

Ключевые слова: высшее образование, атипичная занятость, реклама, связи с общественностью, образовательный стандарт, профессиональный стандарт.

Образование находится в кризисе... Эти слова стали привычным рефреном большинства публикаций на темы обучения и профессиональной подготовки, причем независимо от того, идет ли речь о средней школе, профессионально-техническом, среднем специальном или высшем образовании. Но аналогичные мнения высказываются более-менее перманентно на протяжении всей истории образования как социального института, причем высказываются они в разных культурах и государствах, людьми разного социального статуса, интеллектуального уровня, пола и возраста. В российской прессе и дня, наверное, не проходит, чтобы не критиковались неудачи в образовательных реформах. Но и в США в 2012 г. был представлен фундаментальный доклад Конгрессу на ту же тему, только уже применительно к американскому образованию («U.S. Education Reform and National Security», Council on Foreign Relations, the U.S. Department of State). Тон критических высказываний разных людей и в разное время в адрес сложившейся системы

образования варьируется от иронического («Я никогда не позволял, чтобы мои школьные занятия мешали моему образованию» Марка Твена) до почти панического (доклад «A Nation at Risk», National Commission on Excellence in Education, 1983 г., США). При этом все, в принципе, согласны с учеником Сократа Аристиппом в том, что «детей надо учить тому, что пригодится им, когда они вырастут». Только вот представления общества, государства, работников образования и работодателей о том, «что пригодится», расходились, как правило, весьма значительно.

Разрыв между образованием и социальной жизнедеятельностью, для которой, собственно, и готовит человека образовательная система, существовал всегда. Наверное, уже студенты первых европейских университетов, открывшихся в X–XI вв. в Болонье, Салерно, Кембридже, Оксфорде и Париже, сталкивались с тем, что образование и практическая деятельность – весьма различающиеся сущности. Это не изменилось на протяжении следующего тысячелетия. Вспомним бессмертные слова из миниатюры Аркадия Райкина про выпускника советского вуза: «Забудьте индукцию и дедукцию, здесь надо давать продукцию».

Высшая школа с многочисленными оговорками, но всегда имела в виду необходимость включения выпускников в социальную деятельность, независимо от того, готовился ли этот выпускник к роли врача, юриста, священника или джентльмена. Но в традиционном обществе изменения технологий, социального устройства проходят не быстро. Поэтому классическая система обучения, сложившаяся в XII в.: стабильность форм обучения (лекция, семинар, испытания, выпускная работа), относительная стабильность учебных программ и содержания курсов, стабильность и обоснованность профессорского корпуса, – очень долгое время удовлетворяла, в общем и целом, трех социальных акторов: студента, его будущего работодателя, университет. Образовательная система, хоть и с перманентными кризисами той или иной степени глубины, выполняла свою функцию – давала выпускнику общие и профессиональные знания «на всю жизнь», твердые социальные гарантии повышения его статуса после окончания университетского курса. Работодатель, со своей стороны, ориентировался на диплом как на «сертификат соответствия» выпускника базовым профессиональным требованиям и свидетельство его социализированности в профессиональной сфере (и не только в профессиональной). Университет чувствовал себя востребованным и статусным социокультурным институтом, а профессорско-преподавательский состав рассматривался как группа с высоким статусом. Такая ситуация «взаимного удовольствия» начала решительно переопределяться во второй половине XX в., более точно – в его последней трети.

Этот системный, даже парадигмальный, образовательный кризис образно описал известный немецкий социолог У. Бек в книге «Общество риска» (Beck Ulrich. «Risikogesellschaft – Auf dem Weg in eine andere Moderne», 1986 г.). Он образно и очень эффективно сравнил институт образования с «призрачным вокзалом», где поезда уже не ходят по расписанию. «Тем не менее, все идет по-старому. Кто хочет уехать – а кому охота оставаться дома, читай: обречь себя на без будущность? – тот должен занимать очередь в кассы, где дают билеты на поезда, которые большей частью уже переполнены или идут вовсю не в указанных направлениях. Делая вид, будто ничего не произошло, восседающие в кассах чиновники от образования с огромным бюрократическим рвением распределяют билеты в Никуда, да еще и терроризируют стоящую перед ними очередь угрозами: «Без билетов вы никогда не сможете уехать на поезд!». И самое ужасное, что они правы!» [1, с. 219–220].

Причина переформатирования социального института образования в «призрачный вокзал» – высокая социальная, культурная и научно-техническая динамика, характерная для постиндустриального общества. Во-первых, социальные сдвиги, «усреднение» социальной структуры, рост общего образовательного уровня в постиндустриальных странах обусловили возникновение нового социального феномена – всеобщего высшего образования. Соответственно, в полном смысле слова профессиональным оно не может быть по определению и подвергается такой же инфляции, как в свое время среднее образование. Следствием и, одновременно, одним из атTRACTоров омассовления высшего профессионального образования является технологизация этого образования, внедрение компьютерных обучающих сред и систем. Это нововведение можно определить как самое значимое изменение технологии обучения со времен первых университетов. Преподаватель «оцифровывается» и «выкладывается» в систему для санкционированного доступа, он переформатируется в тьютора, процесс становится «прозрачным», но безличностным. Все это напоминает эпизод кормления конвейерного рабочего механическим устройством прямо на рабочем месте (фильм Чарли Чаплина «Новые времена», 1936 г.). Но зато в технологизацию очень вписывается то, что привычно и для университета, и для системы управления образованием: планы, графики, штатные расписания, часы, компетенции, ведомости, программы, стандарты и т.д.

Во-вторых, причина возникновения «призрачного вокзала», не менее, а, может быть, и более важная, – скорость и разнонаправленность изменений различных сфер общественной и частной жизни, новые технологии коммуникации, которые начали стремительно разрушать систему т.н. «типичной занятости». Для типичной занятости были характерны получение в образовательном профессиональном учреждении

пожизненной профессии, ориентация на долгосрочный, а то и пожизненный найм в рамках профессии, получение рабочего места с пространственной локализацией в стенах предприятия. Дистантные отношения между работником и работодателем, фрилансеры, краткосрочный или среднесрочный найм под конкретный проект (например, Олимпиаду в Сочи), адхократические предприятия (т.е. производственные структуры, заранее создаваемые на определенный срок), быстрое устаревание конкретных знаний, навыков, умений, изменение иерархических отношений на производстве и развитие сетевых и горизонтальных организационных структур, «самообучающихся организаций» и т.д. – приметы сегодняшнего рынка труда, получившие в экономике и социологии название «атипичная занятость». При этом перечисленные нами характеристики новой ситуации на рынке труда далеко не исчерпывают список социальных инноваций в этой сфере. Для примера скажем, что на наших глазах принципиально меняется значимость отдельных факторов профессионального успеха. С появлением Интернета снизилось значение эрудиции как обязательного требования к «образованному человеку». Зато возросло значение возможностей человека к быстрой адаптации к новым профессиональным и социокультурным реалиям. Появление значимой социальной группы «эффективных менеджеров», которые руководят объектами и процессами независимо от уровня знаний о содержании этих объектов и процессов, поставило под большое сомнение такое качество работника, как «содержательный профессионализм». Высокая скорость изменений раз за разом делает сомнительно полезным имеющийся у работника опыт, во всяком случае, содержательный опыт.

Все эти новые реалии привели к т.н. «образовательной инфляции». Ее очевидное проявление – диплом сразу после получения теряет свою ценность в связи с тем, что не гарантирует желательного трудоустройства. Диплом перестает быть сертификатом на законность притязаний на определенный социальный статус, он чем-то напоминает только что купленный автомобиль, который мгновенно дешевеет по оплате чека в автомагазине. С другой стороны, без диплома гарантированно «останешься на вокзале», окончание только средней школы свидетельствует в глазах работодателя о «сомнительности» претендента, отсутствии у него не только профессиональных знаний и умений, но и должного уровня социализированности.

Отсюда принципиально меняется смысл, который многие связывают с обучением в вузе: если получить гарантию трудоустройства «по специальности» невозможно, то нужно получить «образование вообще», образование как самостоятельную ценность, не привязанную жестко к будущему источнику средств для жизни. Образование начинает

рассматриваться как жизненно необходимая «инвестиция в себя», позволяющая, в принципе, надеяться на профессиональное будущее, не обязательно «по профилю». В условиях быстрой социальной динамики для работника с востребованной квалификацией, дефицитными знаниями, уже имеющимися навыками и умениями, социальной известностью в своей области деятельности открываются совершенно новые возможности самореализации и материального благополучия. Но для многих, особенно для молодых специалистов без трудового опыта, такая нестабильная занятость, отсутствие «типичного» рабочего места не позволяют набрать требующийся опыт, адаптироваться к условиям реальной деятельности. Выпускники университетов сталкиваются на рынке труда с ситуацией отсутствия для них позиций, связанных с теми статусом и ролью, которые ранее считались само собой разумеющимися для дипломированного специалиста. Иначе говоря, выпускать работников, конкурентоспособных на атипичном рынке труда, университеты пока не научились.

У. Бек не упомянул в своей модели еще двух социальных акторов, прямо заинтересованных в образовательной системе: работодателя, интерес которого – полностью подготовленный работник на конкретное трудовое место здесь и сейчас; общество, которое заинтересовано, прежде всего, в удовлетворенных жизнью людях. Последний критерий очень важен, потому что именно удовлетворенные люди поддерживают стабильность общества, его повседневную жизнедеятельность, создают платформу для будущих изменений. Средний класс – это люди, которые, с одной стороны, осознают, что они не относятся к социальной элите, т.е. не обладают максимальным доступом к ресурсам общества. С другой – это люди, которые «в общем и целом» удовлетворены своим материальным и социальным положением, не считают себя обделенными обществом. Когда их удовлетворенность жизнью снижается или утрачивается, то средние классы радикализируются (middle class radicalism), перестают быть гарантом стабильности. «Неустроенная» молодежь, получившая профессиональное образование, особенно высшее – один из значимых атTRACTоров радикальных социальных действий среднего класса.

Сегодня в развитых странах такая радикализация налицо. Общеизвестно, что в различного рода оппозиционных власти движениях (экологических, аграрных, против миграции и т.д.) участвует, прежде всего, средний класс. Впервые же о радикализме средних классов заговорили в конце 1960-х гг., когда выяснилось, что электоральное поведение и политическую активность значимого числа представителей именно этой социальной страты можно определить как «классово-девиантное»: они голосовали вопреки традиционным «классовым нормам», участвовали в политических движениях и выступлениях левого толка.

Эта тенденция за прошедшие годы только укрепилась. «Средний класс будет испытывать на себе все возрастающее давление, которое будет сопровождаться увеличением разрыва между ним и новым классом сверхбогатых, – отмечалось в докладе Министерства обороны Великобритании «Будущий стратегический контекст для обороны» (2007 г.), авторы которого предприняли попытку определить основные тенденции в области глобальной безопасности на период до 2035 г. – В результате произойдет радикализация среднего класса, и он будет использовать полученные знания, умения и связи с тем, чтобы кроить мир, исходя из собственных интересов. Это, в свою очередь, приведет к возрождению марксизма как учения о равенстве. Наряду с этим, произойдет увеличение числа участников различных религиозных течений, а также популистских движений» [4]. В 2016 г. налицо и рост числа различных религиозных течений, и рост популистских движений радикального толка. «Капитал» активно переиздают, хотя сегодня назвать марксизм значимым трендом социально-политической мысли вряд ли можно.

Собственно, размывание среднего класса, постепенная потеря им стабилизирующей социальной роли привело социологов к выделению нового социального слоя – креативного класса [5]. Он рекрутируется из инновационно настроенных и занятых интеллектуальным трудом представителей «классических» средних слоев. При всей своей радикальности, креативный класс интерпретируется некоторыми социологами как «вентиль», позволяющий канализировать радикализм средних классов в социально приемлемых формах, в частности, посредством создания и распространения новых форм трудовой занятости [2].

Все высказанное позволяет обосновать тезис – сложившаяся система высшего образования принципиально не может подготовить специалиста, непосредственно готового для практической эффективной работы на конкретном рабочем месте. Она никогда этого не могла, даже в условиях т.н. «типичной» занятости, но сегодня, в условиях «атипичной занятости», тем более не может.

Наиболее очевиден и велик разрыв в тех областях социальной практики, где изменения особенно радикальны и быстры. Одна из таких областей – социальные коммуникации, к которым относятся, в частности, журналистика, реклама и связи с общественностью.

Проанализируем, для примера, изменения, произошедшие в начале XXI в. в понимании журналистской профессии, характера и направленности журналистского труда, специфике рабочего места журналиста. Прежде всего, необходимо отметить переход к цифровым технологиям. Дело не только в том, что новые медиа предъявляют новые требования к авторам журналистских материалов, их навыкам, умениям, знаниям. В значительном числе случаев блоги, твитты, ленты, страницы

непрофессионалов имеют подписчиков и просмотров больше, чем традиционные СМИ. Соответственно, идет «депрофессионализация профессии», в нее приходят люди, недостаточно подготовленные, но сумевшие быстро адаптироваться к новой коммуникативной среде – к ее технической составляющей и, главное, к аудитории. Понимание аудитории, ее культурных кодов, интересов, предпочтений, умение говорить на ее языке и пр. вообще является основой успеха этой новой непрофессиональной журналистики. Отсюда и тренд: все чаще успеха достигают те, кто сам относится к этой аудитории или имеет там значимые социальные связи. А весьма значимыми могут быть и т.н. «слабые» социальные связи, как показал еще 40 лет назад американский социолог Марк Грановэттер [6].

«Диагноз» системе профессиональной подготовки журналистов ставит и непосредственный руководитель этой важнейшей сферы социального взаимодействия – заместитель министра связи и массовых коммуникаций РФ А.К. Волин. На встрече со студентами-журналистами в феврале 2016 г. он сказал следующее: «Ситуация, которая складывается сегодня, ведет к тому, что готового профессионала, который выходит со студенческой скамьи и сразу идет работать, просто нет. Это связано с тем, что в медиаиндустрии произошли достаточно большие изменения. Первое касается того, что достаточно долгий отрезок времени готовились узкие специалисты. Сегодня СМИ обрели абсолютную мультимедийность. Если вы приходите работать в крупное, даже в среднее СМИ, у него есть печатная версия, сайт. Не очень дорого сегодня, благодаря интернету, запустить интернет-радиостанцию, интернет-телестудию, не обязательно со стопроцентным full-time вещанием... Разделение специальностей на гуманитарные и технические тоже начинает уходить в прошлое. Журналист, который не является IT-шником, веб-дизайнером и средней руки технарем, сегодня мало востребован хотя бы в силу того, что не сможет подготовить материал, для этого ему нужны определенные знания» [3].

Итак, руководитель отрасли прямо говорит, что сегодня готового профессионала система образования не может выпустить «по определению». Слишком быстро изменилась и продолжает изменяться та самая профессия, к которой, якобы, готовят в системе высшего профессионального образования. Реально для отрасли предпочтительны специалисты не с журналистской, а с технической подготовкой. В «активе» же тех, кто получил журналистскую подготовку – «профессиональное донесение мысли и ответственность за слова, которые написаны» (цитата из того же интервью). Но «профессионально донести мысль» способен далеко не каждый журналист и, наоборот, многие специалисты в других отраслях (социологи, инженеры, политологи и пр.) как раз способны

это сделать, если владеют даром слова. «Ответственность за слова» вообще вряд ли стоит упоминать всуе – это не сильная сторона современной журналистики, даже самых солидных изданий.

Сходная картина складывается и в системе профессиональной подготовки специалистов по другому направлению социальных коммуникаций – рекламе. Абитуриенты идут на эту специальность, желая стать «рекламщиками». Они, как правило, не подозревают, что такой профессии просто нет. В современном рекламном бизнесе, как на большой фабрике, заняты люди многих профессий, подчас весьма далеких друг от друга. Тут и кинорежиссер, и дизайнер, и копирайтер (проще говоря, сочинитель текстов), и экономист, и социолог, не говоря уже о многочисленных «профильных» менеджерах. Такая же ситуация и в области PR-профессий. Там можно найти кого угодно, за исключением пресловутого «пиарщика». Система профессиональной подготовки поневоле не может подготовить специалистов по всему спектру специальностей, востребованных в этих областях деятельности. Она может подготовить лишь специалистов с высшим образованием, *профессионально социализированных и ориентированных* для работы в рекламе и в сфере связей с общественностью. Кстати, и само это словосочетание – «реклама и связи с общественностью» – многие люди, реально работающие в этой отрасли, считают устаревшим, не отвечающим современным реалиям. Всё чаще в названиях соответствующих организаций используются словосочетания «интегрированные коммуникации», «социальные коммуникации», «коммуникативные агентства» и т.п. Но образование, как всегда, отстает от динамики сферы труда и продолжает выпускать бакалавров по направлению 031600 «Реклама и связи с общественностью» и готовить магистров по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Топ-менеджеры высшего профессионального образования понимают, в целом, комплексный характер многих специальностей. Такой вывод можно сделать, проанализировав образовательные стандарты, утвержденные Министерством образования и науки РФ, например, образовательный стандарт «Бакалавр по направлению подготовки 031600 Реклама и связи с общественностью». Там сказано (п. 4.3), что в процессе обучения студент готовится к следующим видам профессиональной деятельности: организационно-управленческая, проектная, коммуникационная, рекламно-информационная, рыночно-исследовательская и прогнозно-аналитическая. В расшифровке (п. 4.4. Стандарта) указывается уже 13 крупных позиций будущей деятельности: от создания благоприятного психологического климата в коллективе до производства рекламных материалов и проведения социологических исследований. И все это бакалавр должен делать так, как положено специалисту с высшим образованием, т.е. на высоком профессиональном уровне.

Но можно ли подготовить столь разностороннего специалиста в рамках деятельности вуза? Не правильнее ли выпускника с базовым социологическим образованием путем краткосрочной дополнительной подготовки адаптировать к специфике исследований в области рекламы, PR или какой-либо иной социальной практики? Редкий выпускник направления 031600 сможет так же профессионально визуализировать рекламное сообщение, как выпускник дизайнерского факультета. Не правильнее ли подготовить дизайнера рекламы из «классического» дизайнера путем краткосрочного обучения через систему дополнительного образования при ведущих рекламных агентствах и вузах? Такого рода курсы открыты, например, при крупном сетевом агентстве BBDO и они пользуются успехом (Академия Коммуникаций Wordshop BBDO). Другой вариант – создать специализированные магистратуры, в которых могли бы адаптироваться к практической работе в определенной области бакалавры «классических» специальностей. Возможны и другие варианты, в частности, в дополнительной подготовке может быть широко задействовано дистанционное образование. Но перспективный путь тут только один – сотрудничество с производственными организациями. Как и везде, в сфере коммуникаций работодателям нужны люди, которые готовы немедленно сесть за конкретный проект и сделать его профессионально. Таких находят через систему фрилансерства, найма временных работников, переманивания нужных специалистов из аналогичных организаций. Но это повышает бизнес-риски, поэтому крупные организации идут на создание своих корпоративных систем подготовки кадров, систему стажировки студентов и т.п. Тем самым формируется квазисоветская система «вуз + предприятие», но на гораздо более шаткой, кратковременной и, к тому же, коммерческой основе.

Вспомним советский опыт: в высшей школе была создана, фактически, двух-трехступенчатая система подготовки. Высшее образование длилось, фактически, не 5 лет (с полугодовой стажировкой на том предприятии, куда ты будешь, скорее всего, распределен), а 8 лет (учитывая 3 года статуса «молодой специалист»). Только через 8 лет союз образования и индустрии предъявлял на рынок труда работника, реально готового к высококвалифицированной профессиональной деятельности. Если же выпускник хотел реализовать себя в научной деятельности, то подготовка увеличивалась еще на 3 (или 4 – в заочном варианте) года аспирантуры. Но сегодня сотрудничество образования и работодателя не носит столь системного характера. Работодателю, как уже неоднократно говорилось, нужен полностью готовый работник, которого система образования «сделать» не может по определению. Это, во многом, объясняет тот парадокс, что, войдя, порой с большими трудностями, в систему высшего образования, немалая доля студентов пренебрегает возможностью получить в полной мере это образование, предпочитая

потратить время на практическую работу в отрасли. Человек выходит за порог вуза с дипломом и практическим опытом, но без полноценного системного образования, иногда в прямом смысле слова неграмотным. И, если конкретный выпускник может от этого и не пострадать, то общество, рано или поздно, пострадает. Да и для самого человека такая тактика выглядит довольно обоснованной только на первый взгляд, на короткую перспективу. Она закрывает для многих вариант «образования как инвестиции в себя», которые признан сегодня наиболее перспективным со стратегической точки зрения.

Сложности нахождения соответствия между образовательной системой и рынком труда касаются, конечно, не только образовательной системы, но и рынка труда. Поясним возникающие сложности на примере тех же рекламы и связей с общественностью.

С 2013 г. под руководством Министерства труда и социальной защиты РФ ведется работа по созданию профессиональных стандартов. Возникла проблема таких стандартов и в анализируемой нами области: реклама и связи с общественностью. Выяснилось, что создать такой стандарт очень сложно, т.к. многие специальности, задействованные в рекламе и PR, относятся к другим «областям профессиональной деятельности», например, к отрасли «Связь, информационные и коммуникационные технологии» и «Средства массовой информации, издательство и полиграфия». Соответственно, стандарты на эти позиции разрабатываются другими людьми и под другую специфику деятельности. Остается не так много трудовых позиций, которые можно считать «рекламными» (например, копирайтер). Названия многих из них носят, скорее, характер сленга, чем строгого, юридически значимого термина. Тут можно напомнить о имиджмейкере, креаторе, аккаунт-менеджере и прочей экзотике, которая часто встречается в штатном расписании рекламных агентств, но не легитимизирована в должной мере в документах Минтруда РФ. Профессиональные стандарты разрабатываются для того, чтобы можно было сделать юридически значимые записи в трудовых документах работника (для подсчета стажа по специальности и т.п.), чтобы провести лицензирование организации (а соответствуют ли специалисты предъявляемым требованиям?) и т.п. И главное – профессиональные стандарты должны сопрягаться со стандартами образовательными, иначе профессиональная подготовка в рамках направления «Реклама и связи с общественностью» становится, фактически, безадресной, т.к. под указанную в дипломе профессию нет конкретных трудовых позиций.

Итак, вывод. В условиях высокой динамики рынка труда и атипичной занятости, по нашему мнению, бесполезно пытаться подготовить специалиста к работе на конкретной трудовой позиции через систему высшего образования. Но можно через эту систему дать студенту корпус базовых знаний и умений, обучить технологиям профессиональной

адаптации к реальным условиям и задачам, и, что очень важно, профессионально социализировать обучающегося в рамках определенного профессионального поля. Остальной человек должен «добраться» через систему дополнительного образования, более высоких ступеней высшего образования, самообразования и т.д.

Соответственно должны строиться и учебные программы. В них самое существенное место должно быть уделено фундаментальным предметам и обучающим технологиям, развивающим интеллект студентов, профессиональную память, общую культуру, ментальную гибкость. В конечном счете, в условиях высокой социокультурной динамики именно в этом – главное конкурентное преимущество.

Пока же три актора социального образовательного пространства – образовательное учреждение, работодатель и человек – действуют сегодня каждый в своих интересах и интересы их не выстраиваются в общий вектор, который мог бы на удовлетворительном уровне решить задачу хотя бы одного из акторов. Задача – переформатировать систему их взаимоотношений так, чтобы эти частные векторы хотя бы не были разнонаправленными. А для того, чтобы начать работу, необходимо всем отказаться от мысли, что университет может собственными силами подготовить для индустрии работника, немедленно готового к работе на конкретном рабочем месте, требующем специфических навыков и знаний. Университет может дать профессионально ориентированное высшее образование – не более. Но и не менее. В конечном счете, развитый интеллект, знания основ отрасли, базовых технологий, умение находить нужную информацию, осваивать ее – это альфа и омега любой квалифицированной работы. В подготовке же работника на конкретное рабочее место должен принять участие и сам работодатель.

Наконец, последнее слово всегда остается за человеком. Что ищет он в вузовской аудитории? Ведь главный «клиент» университета – студент, а не работодатель, как это было в СССР. Сегодня работодатель для университета лишь ориентир, некая «линия горизонта». Отсюда и взаимные претензии предприятий и вузов, ведь линии горизонта по определению нельзя достичь.

Библиографический список

1. Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. М., 2000.
2. Волков Ю.Г. Креативный класс – альтернатива политическому радикализму // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 84–92.
3. Гандапас Р. У журналистики нет задачи спасения души – за этим надо идти в церковь. Как замминистра связи России спорил с руководством белгородского журфака. URL: <http://fonar.tv/article/2016/02/19/u-zhurnalistiki-net-zadachi-spaseniya-dushi-za-etim-nado-idti-v-cerkov-kak-zamministra-svyazi-rossii-sporil-s-rukovodstvom-belgorodskogo-zhurfaka> (дата обращения: 20.02.2016).

Наумов Дмитрий Иванович – кандидат социологических наук, доцент; доцент кафедры экономической социологии, Белорусский государственный экономический университет, г. Минск, Республика Беларусь. E-mail: cedrus2014@mail.ru.

Новикова Алевтина Владимировна – аспирант кафедры социально-политических исследований и технологий Института истории и политики МПГУ. E-mail: alevtina.tv@gmail.com.

Перевалова Елена Владимировна – кандидат филологических наук, доцент; доцент кафедры журналистики и массовых коммуникаций, Московский государственный университет печати им. Ивана Фёдорова. E-mail: helenpv@yandex.ru.

Пономарев Николай Андреевич – кандидат исторических наук; магистрант кафедры социально-политических исследований и технологий Института истории и политики МПГУ. E-mail: sharukin87@yandex.ru.

Савельева Ольга Олеговна – доктор социологических наук, профессор; профессор департамента интегрированных коммуникаций, Национальный исследовательский университет Высшая школа экономики. E-mail: osaca@yandex.ru.

Шаламова Любовь Фёдоровна – кандидат социологических наук; заведующая кафедрой государственного, муниципального управления, правоведения и психологии, Национальный исследовательский университет Московский авиационный институт. E-mail: lfsh57@mail.ru.

Шаповалов Владимир Леонидович – кандидат исторических наук; декан факультета прикладной политологии Института истории и политики, МПГУ. E-mail: hispol@mpgu.edu.

Ширяева Светлана Валентиновна – кандидат юридических наук, доцент; заместитель директора Института социально-гуманитарного образования, заведующий кафедрой теории и истории государства и права Института социально-гуманитарного образования, МПГУ. E-mail: semantika@gmail.com.

Эпштейн Александр (Алек) Давидович – Ph.D. (социология); председатель, Центр изучения и развития современного искусства, г. Иерусалим, Израиль. E-mail: alekdep@gmail.com.

of reforms. The journal supported very progressive ideas: the right for everyone to the freedom of speech and print, the abolition of censorship and organizing the higher tribunal that was supposed to legally consider cases of print errors and interventions into censorship issues.

Key words: M. Katkov, "Russian Herald", N. Kruse, freedom of press, Moscow censorship committee.

SAVELYEVA O.

The crisis of education and social dynamics of labour

The main reason for the so-called "crisis of education" covers not only the rapid changes in the system of knowledge and technology, but also the changes in the labor market, the prevalence of atypical employment. As a result, university, by definition, cannot train a specialist, fully satisfying the requirements of the employer. On the example of the program "Advertising and Public Relations" the author proposes measures to resolve the existing contradictions.

Key words: higher education, atypical employment, advertising, public relations, educational standard, professional standard.

SHALAMOVA L., LESKONOG N.

On the issue of broadcasting ideas of modernization of Russian education among students

The article presents some aspects of broadcasting ideas of modernization of Russian education among students. The authors suggest subjects of acceptance of an innovative solution; subjects of broadcast of the made innovative solution; processes of broadcasting ideas as important components of the mechanism of broadcasting innovative ideas among students. Special attention is paid to subjects of broadcasting innovative ideas in higher education institution which can be bodies of student self-government, active student's youth and students' associations.

Key words: modernization of education, innovative idea, students, bodies of student self-government, mechanism of broadcasting ideas, public associations, youth forums.