

Образование в России

Ценности и нормы социологической профессии на сайтах факультетов и кафедр



Окольская Лидия Александровна —
кандидат социологических наук, старший научный
сотрудник Сектора исследований личности
Института социологии РАН

e-mail: okoli@yandex.ru

Ценности и нормы социологической профессии на сайтах факультетов и кафедр

Аннотация

В статье проводится анализ обращений к абитуриентам и студентам социологической специальности на сайтах 111 российских вузов. Эти обращения рассматриваются как репрезентативный фрагмент профессионального дискурса вузовской социологии. В текстах проанализированы представления преподавателей о миссии социологии как науки и профессии, о профессиональных ценностях и нормах, а также о сферах приложения социологического образования. Выделены массовые и немассовые ценностные установки, характерные для профессионального сообщества социологов.

Abstract

This paper focuses on the problem of professional ethic agenda of sociological higher education in Russia. The article is based on the discourse analysis of sociological departments' webpages (111 universities websites in total). It appears that the pages send numerous socialization messages addressed to university entrants enlightening them on sociological profession and its esprit de corps. The article also analyzes teachers' assessments related to graduates' future employment. The entire mass of data reveals specific and common values characteristic for the professional discourse of Russian sociologists.

Ключевые слова: социология образования, профессиональное образование, социологическая специальность, ценности, этика, социализация, молодежь, дискурс-анализ

Keywords: higher education, sociological education, professional values, professional ethics, professional community, socialization, youth, discourse-analysis, hidden curriculum

Экстенсивное распространение социологической специальности в российском высшем образовании на рубеже XX–XXI вв. можно сравнить с распространением грамотности в первые годы советской власти. Социологические кафедры, как и пункты ликбеза, возникли во множестве и начали приобщать людей к новому способу мышления¹. В обоих случаях образовательные показатели взлетели вверх. Однако отсюда не следует, что обученные читать по складам и выводить слова в прописи автоматически стали интеллектуалами и обрели профессию.

В отличие от школ грамоты, снабженных мощным административным механизмом набора учеников, социологические факультеты и кафедры в 1990-е и 2000-е гг. должны были сами популяризовать специальность, неизвестную толком ни абитуриентам, ни их родителям. Школьный курс обществознания занимает второстепенное место в учебной программе и не дает представления о профессии социолога. Поэтому абитуриенты действительно нуждаются в информации о ней. Подростки могут сделать выбор и «втемную», но тогда он, скорее всего, будет продиктован не содержательными, а инструментальными мотивами². В интересах преподавателей – совершить первый шаг к профессиональной социализации студентов уже на этапе их конкурсного отбора, ведь работа с заинтересованной в предмете аудиторией гораздо эффективнее.

Развитие социологического образования в России совпало с распространением интернета, подарившего вузам богатый ресурс для самопрезентации и общения с контингентом. Сегодня практически все вузы имеют собственные веб-сайты. В данной работе мы намерены установить, как ценности и нормы профессионального сообщества социологов отображаются в этом информационном поле.

Эмпирической базой нашего исследования стали веб-сайты российских вузов, перечисленные в открытом каталоге федерального портала «Российское образование» (www.edu.ru). Из этого каталога легко узнать, в каких вузах можно получить высшее образование по социологической (и любой другой) специальности³. Опираясь на данные портала,

1 К 1931 г. в СССР работало 2807 школ для взрослых. По данным официальной статистики, в 1922–1931 гг. обучение в школах грамоты прошли 38 млн человек [1].

2 Л. Д. Гудков и др. показывают, что в целом внутренние и внешние мотивы выбора вуза молодежью соотносятся как 1:1 [2].

3 Редактор раздела «Абитуриент» в интернет-портале «Российское образование», В. В. Старов сообщил, что представленный каталог является наиболее полным из публикуемых в интернете.

можно сделать количественные оценки приема студентов на обучение социологическим специальностям¹ в 2009 г., а также собрать информацию о вузах и социологических подразделениях. Определим сначала масштаб высшего социологического образования в России.

Распространенность социологического образования в России

Информационная база портала «Российское образование» содержит данные о 113 государственных вузах России, имеющих аккредитацию на подготовку социологов. В сравнении с 6 вузами в 1989 г. это впечатляющая численность. Генеральная совокупность вузов, по-видимому, еще больше – в частности, за счет негосударственных вузов. К 2008 г. численность выпускающих кафедр и факультетов социологии оценивалась, по одним данным, в 150 единиц [3], по другим – в 137 [4]; правда, источники и методики расчетов не приводятся. За неимением других данных при расчете численности студентов будем пользоваться вышеприведенными оценками, а также усредненными показателями, вычисленными на основе нашей выборки.

Как и следовало ожидать, предложение социологического образования сосредоточено в Центральном федеральном округе России. Здесь оно на порядок разнообразнее, чем где бы то ни было в стране. Судя по нашей выборке, в Москве социологических факультетов и кафедр в два с лишним раза больше, чем в развитых в социологическом отношении округах – Приволжском, Сибирском и Северо-Западном. Тем не менее, высшее образование по этой специальности сегодня можно получить практически во всех уголках России. По сути, выпуск социологов до сих пор не налажен лишь в некоторых кавказских и поволжских республиках, а также в отдаленных северных и северо-восточных округах.

Социология поселилась в классических университетах, но также и в педагогических, технических и даже в сугубо отраслевых вузах. Так, в нашу выборку попали рыбохозяйственный институт, университет железнодорожного транспорта и т. д. Как правило, в структуре специальностей образовательного учреждения социологии отводится скромное место: самостоятельные, крупные социологиче-

1 Имеются в виду две специальности: 1) «Социология», код ОКСО 040200, квалификация – бакалавр социологии, магистр социологии; 2) «Социология», код 040201, квалификация – социолог, преподаватель социологии.

ские факультеты работают лишь в немногих вузах. Само слово «социология» содержится в названиях менее трети выпускающих факультетов, причем в большинстве случаев оно соседствует с названием еще какой-нибудь социальной науки. Как правило, обучение локализовано в малых подразделениях – на кафедрах. Они входят в состав самых разных факультетов – гуманитарных, исторических, юридических, философских. Встречаются и экзотические варианты: в одном вузе выпускающую социологическую кафедру приютил факультет химии и проблем устойчивого развития, в другом – факультет естественнонаучной и гуманитарной подготовки. Имена многих кафедр тоже включают названия нескольких наук: культурологии, политологии, психологии, социальной антропологии, а также областей прикладного знания (например, социальной работы, PR). Тенденция к созданию многоголовых гибридов позволяет предположить, что администрация вузов готова пробовать новые направления в зависимости от спроса на них (и закрывать, если мода проходит). Однако эта черта выдает отсутствие сложившихся научных школ по социальным наукам в вузах.

В 2009/10 учебном году на первый курс бакалавриата и специалитета по социологии (всех форм обучения) в среднем зачислялись 43 человека¹. Если допустить, что число выпускающих вузов может доходить до 137–150 единиц, то количество социологов-первокурсников в 2009 г. варьирует от 6000 до 6500 человек (при 137 и 150 выпускающих вузах соответственно). Из них половина поступила на платное обучение. Учитывая, что в современных вузах низок уровень отчисления за неуспеваемость, около 90% первокурсников суждено «дожить» до вручения диплома². Можно предположить, что в последнее время рынок труда каждый год пополняют 5500–6000 человек с высшим социологическим образованием.

Что касается общей численности студентов-социологов, то в 2009 г. в вузе учились в среднем 180 человек³. Совокупная численность студентов-социологов в России находится в диапазоне от 24 600 до 27 000 человек (при 137 и 150 выпускающих вузах соответственно). Примерно 40% студентов всех курсов оплачивают свое обучение,

1 При стат. ошибке среднего не более 3.

2 Например, если грубо сопоставить общую численность принятых в вузы студентов в 2002 г. с численностью специалистов, выпущенных через 5 лет, в 2007 г., получится, что вуз смог закончить 90% студентов [5].

3 Стат. ошибка среднего не более 15.

и это указывает если не на интерес к специальности, то на желание получить диплом социолога. Однако профессиональными социологами готовы стать лишь 4–5% молодых специалистов [6; 7, с. 100]. Рассмотрим, в каких условиях формируется их профессиональная идентичность и какую программу социализации могут предложить им вузы.

Анализ обращений к абитуриентам на сайтах вузов

Приведенные выше названия социологических кафедр и их специфическое размещение в структуре вуза уже сами по себе дают эскиз социологического образования в России. Анализ текстов, в которых педагогические коллективы рассказывают о специальности, прорисовывает детали этой картины.

Одна из главных задач высшего образования – воспроизводство профессионального сообщества социологов. Этот процесс подразумевает не только усвоение специализированного знания и языка, но и интернализацию профессиональных ценностей и норм, уважение к авторитетам и ориентацию на определенные референтные группы [8]. Понятно, что тексты на сайтах кафедр сами по себе не в состоянии решить задачу профессиональной социализации. Они могут лишь знакомить абитуриентов и студентов с профессией социолога на низовом уровне. Однако по их содержанию можно судить о «программе социализации», которая реализуется на факультете. При изучении сайтов нас интересовало, что преподаватели могут рассказать о социологической профессии, а именно:

- что изучает социология, для чего она нужна, какие ценности поддерживает?
- каковы характеристики профессионального социолога, где работают социологи, какие нормы регулируют их профессиональную деятельность?

Поскольку наше исследование носило разведывательный характер, формализованный контент-анализ мы не проводили, ограничившись отбором релевантных текстов и внимательным их прочтением. Мы обращали внимание на повторяющиеся высказывания, группировали их по смыслу и затем анализировали получившиеся смысловые группы [9] – узловые точки образовательного дискурса.

Из 113 вузов, которые вошли в нашу выборку, 111 имели доступные для чтения веб-сайты. Во внутренней структуре сайтов обнаружилось несколько мест размещения релевантной информации. Во-первых, это специальный раздел для абитуриентов, где часто публикуются списки специальностей с аннотациями. Во-вторых, страница социологического факультета или кафедры тоже могла быть источником данных по нашей теме. Обращения к абитуриентам были главным объектом поиска, но помимо них мы изучали и общую информацию о факультете или кафедре, о судьбе их выпускников. Изложим результаты анализа всех этих текстов.

Стили самопрезентации и обращений к абитуриентам

Во всем множестве презентаций социологических кафедр можно условно выделить три стиля. Самый распространенный из них походит на *парадный портрет*. Этот стиль характеризуется непрозрачным для аутсайдеров научно-бюрократическим языком, близким к языку права. Он активно использует профессиональную терминологию и ссылки на нормативные акты. Бюрократический стиль предполагает подробное перечисление достижений сотрудников факультета или кафедры: названия опубликованных работ, исследований, диссертаций, выигранных грантов. Фотографии студентов на таких сайтах публикуются редко. Отчеты о достижениях предназначены скорее для коллег по цеху и ревизоров, нежели для абитуриентов и родителей. Эти стилевые черты выполняют функцию рогаток, закрывая тот мир, в который абитуриент только готовится войти. Ключевая информация, которую он может почерпнуть на сайте, касается экзаменов, то есть правил входа в профессиональное сообщество, но не пребывания в нем.

Другой, менее распространенный стиль напоминает *рекламный плакат*. В нем используются идиомы и художественные образы российской рекламы: лаконичные фразы, восклицательные лозунги, профессионально выполненные фотографии. Социологические коллективы (или, скорее, вузы), избравшие данный стиль, чаще предъявляют абитуриентам их сверстников в качестве ролевых моделей. Они уделяют много внимания студенческой жизни и праздникам, используют легкий, доступный для школьников и родителей язык. Этот открытый стиль указывает на

клиентелистский подход к обучению. Образование представлено в нем как потребляемая услуга. Рекламный стиль больше характерен для молодых кафедр и вузов; вероятно, им часто пользуются негосударственные вузы, не попавшие в нашу выборку. В обращениях данного стиля барьеры входа в профессиональное сообщество преуменьшаются.

Третий вариант сочетает элементы первых двух стилей: довольно строгий, он использует профессиональную и бюрократическую терминологию в умеренных дозах, детально описывает образовательный процесс на социологическом отделении или факультете. По стилю и содержанию тексты данного типа адресуются молодежи, а не руководителям системы образования или заказчикам исследований. Данный тип уделяет значительное внимание профессиональной этике. Это стиль «общего дела», сотрудничества, приглашающий абитуриента войти в социологическое сообщество на определенных условиях и приоткрывающий перед ним кулису профессионального мира.

Основной предмет нашего интереса – рассуждения о поле трудовой деятельности социолога и ценностях профессии – встречается в текстах всех трех стилей, хотя, пожалуй, бюрократическому стилю они свойственны в меньшей степени. При этом развернутые (хотя бы на полстраницы) сообщения, за которыми угадывается стремление объяснить абитуриенту суть специальности и вызвать к ней интерес, опубликовала примерно половина вузов нашей выборки. Остальные лишь кратко коснулись данной темы: например, сообщили, что социологи обычно работают там-то и там-то. 15% кафедр вообще не сообщают молодежи каких-либо сведений о профессии.

С одной стороны, «скудость», закрытость некоторых педагогических коллективов можно интерпретировать как преднамеренный отказ от обсуждения профессиональных ценностей с неспециалистами. Это согласуется с утверждением У. Дж. Гуда, что профессиональные сообщества предпочитают «не выносить сор из избы», не афишировать корпоративные интересы и ценности [10]. С другой стороны, можно предположить, что преподаватели социологии затрудняются ответить на вопросы юношества потому, что не знают ответа или не могут его сформулировать. В этом случае «молчание» кафедр можно понимать как дисфункцию социологического сообщества.

В данной работе мы не занимаемся оценкой конкретных педагогических коллективов, а рассматриваем их во всей совокупности – как выборку анонимных «респондентов», которые все вместе и составляют профессиональное сообщество с его особым ценностным «духом».

Массовые установки по отношению к специальности и профессии социолога

Межпрофессиональный универсализм (тезис о широте). Представления педагогических коллективов о социологической специальности можно условно разделить на массовые и редкие смысловые группы. Они представляют кардинально разные установки по отношению к специальности; за ними стоят разные ценности. Логика дальнейших рассуждений состоит в противопоставлении этих двух групп и их сопоставлении с выделенными выше стилями.

Наиболее типичный, часто встречающийся элемент дискурса – тезис о широте социологического образования, о его универсальном характере. Этот тезис встречается в основном в обращениях, выполненных в рекламном и бюрократическом стилях. В текстах говорится, что учебная программа по социологии включает курсы по всем социальным наукам, благодаря чему выпускники смогут работать в самых разных сферах – в маркетинге, управлении персоналом, связях с общественностью, практической психологии и т. д. Преподаватели утверждают, что социологи могут легко переквалифицироваться в «соседние» специальности, так как обладают базовыми знаниями по ним. Таким образом, палитра предъявляемых студентам-социологам жизненных – или, по Р. Мертону, – культурных целей оказывается очень богатой [11]. Вот как принято писать об этом:

«Социолог обладает уникальным синтезом знаний, позволяющим найти себе применение почти в любой сфере, будь то политика, экономика, информатика, маркетинг, журналистика, PR, реклама, культура, туристический бизнес» (Пермский край).

«В рамках специализации «Экономическая социология» изучаются <дисциплины>, которые позволяют социологу занимать рабочее место не только социолога, но и маркетолога» (Свердловская область).

«Актуальность подготовки определяется высокой потребностью в данных профессионалах в социологических, кадровых, социальных и маркетинговых службах, а также возможностью быстрой переквалификации в смежные специальности: журналистика, маркетинг, логистика» (Самарская обл.).

«...Ведь выборы – это в значительной мере социология» (Приморский край).

Обращаясь к абитуриентам на сайтах, преподаватели дают понять, что сумма знаний и умений, полученных на социологическом факультете, – достаточное средство для достижения разных профессиональных и карьерных целей, для устройства взрослой жизни в целом. Это, несомненно, притягивает подростков, которые еще не решили, какой работе хотят себя посвятить. В этом случае обучение на социологическом отделении вуза становится «заготовкой» ресурсов для достижения пока еще не определенных целей. Это удобный вариант психосоциального моратория¹, позволяющего молодежи примериться к работам разного рода, прежде чем остановиться на одной из них. Преподаватели заверяют молодых людей, что гибкий подход не нанесет вреда их будущему (хотя, судя по текстам, осознают, что такая гибкость несколько противоречит формальной задаче факультета – воспроизводству профессионального сообщества):

«Абсолютное большинство выпускников, формально работающих не по специальности, не рассматривают сложившуюся ситуацию как проблемную и отмечают адекватность и пригодность знаний, полученных во время обучения по специальности, в своей профессиональной деятельности» (Ростовская область).

«Интересно, что за 13 лет существования факультета ни один студент не изъявил желаний перевестись на другой факультет, сменить специальность» (Удмуртская республика).

С позиции межпрофессионального универсализма, социологическое образование является ресурсом для достижения разнообразных целей на рынке труда, и, получив диплом социолога, человек может двигаться, куда угодно в зависимости от своих интересов. С одной стороны, эта стратегия кажется предусмотрительной, поскольку по-

¹ Термин, введенный Э. Эриксоном и обозначающий институционально закрепленный интервал между подростковостью и взрослостью, позволяющий молодежи отложить выбор профессии и других ролей [12].

зволяет адаптироваться к изменчивой ситуации на рынке труда. Кроме того, предложение социологических вакансий явно недостаточно для трудоустройства всех выпускников. Транслируя универсалистскую установку, преподаватели, на первый взгляд, готовят студентов к реальной жизни, что позволит им избежать разочарований после выпуска из вуза. С другой стороны, следует понимать, что универсалистская установка на «образование без профессии» еще на этапе вступительного отбора находит отклик среди абитуриентов, у которых инструментальная мотивация преобладает над содержательной, а профессиональные притязания невысоки. Поступив, эти молодые люди, скорее всего, будут слабо интересоваться специальностью и в дальнейшем оставят ее. Л. Д. Гудков и его коллеги утверждают, что внешняя мотивация в выборе вуза и специальности характерна для молодежи из семей с небольшим объемом культурного капитала [2, с. 50–52]. Таким образом, межпрофессиональный универсализм способствует негативному отбору контингента на социологических факультетах.

Мы считаем, что межпрофессиональный универсализм также девальвирует ценность социологической специальности и затрудняет постановку профессиональных и карьерных целей у студентов. Он обесценивает и промежуточную цель – учебу, которая в глазах молодежи теряет статус средства достижения успеха в профессии. С одной стороны, социологическое образование – это средство для достижения, заготовленное впрок, но с другой, – оно может не подойти для тех целей, которые начинают привлекать студентов в ходе обучения в вузе. Молодые люди словно возвращаются в школьные времена, когда они точно знали, что большая часть учебной программы им не пригодится. Ощущение дежавю может переключить студентов на знакомую им роль школьника средних классов – более детскую, менее ответственную. Это, несомненно, сказывается на качестве образовательного процесса и квалификации выпускников. Я. И. Кузьминов утверждает, что около трети всех студентов российских вузов учатся лишь формально, социализируясь, но не получая профессиональных компетенций [13]. Мы видим, что в случае с социологией эта социализация носит довольно специфический характер.

Межпрофессиональный универсализм способствует негативному отбору контингента на социологических факультетах, девальвирует ценность социологической специальности и затрудняет постановку профессиональных

Межпрофессиональный универсализм способствует негативному отбору контингента на социологических факультетах, девальвирует ценность социологической специальности и затрудняет постановку профессиональных и карьерных целей у студентов, обесценивает и промежуточную цель – учебу, которая в глазах молодежи теряет статус средства достижения успеха в профессии.

и карьерных целей у студентов, обесценивает и промежуточную цель – учебу, которая в глазах молодежи теряет статус средства достижения успеха в профессии.

Таким образом, принимая позицию межпрофессионального универсализма, преподаватели не только не способствуют воспроизводству социологического «цеха», но действуют в обратном направлении, снабжая молодыми кадрами другие сектора российской экономики.

Прагматизм. С вопросом о практической применимости социологического знания приходилось сталкиваться еще Макс Веберу сто лет назад [14]. Общество продолжает задавать социологам этот вопрос и сегодня. Для большинства современных россиян чрезвычайно актуальны вопросы достижения богатства, власти и личного успеха [15], и образование рассматривается ими как средство получения высокооплачиваемой работы [16, с. 192]. Поэтому, выбирая специальность при поступлении в вуз, абитуриенты и их родители в первую очередь оценивают ее экономическую привлекательность. Как мы показали выше, вузы удовлетворяют этот запрос, демонстрируя абитуриентам доступные профессиональные и карьерные цели. В большинстве изученных нами текстов обсуждение профессиональной идентичности социолога сводится к вопросу его востребованности на рынке труда. Наряду с универсалистской установкой прагматизм является одной из узловых точек массового образовательного дискурса.

Сегодня социологическим кафедрам значительно легче отвечать на прагматичные вопросы абитуриентов и их родителей, чем, например, двадцать лет назад. В 1989 г. в России работало всего 6 социологических факультетов и отделений, и социологи были «штучными», редкими и в глазах широкой публики «странными» специалистами. Массовизация специальности была встречена людьми недоуменно: социологию постоянно путали с социальной работой, статистикой, философией и даже сексологией [17]. Кроме того, социология несла на себе стигму схоластичности, которая, вероятно, передалась ей от близкой соседки – философии, и усилилась от массового перехода теоретиков марксизма-ленинизма в социологию во время реформ. Эта стигма травмировала профессиональную идентичность социологов. Долгое время вопрос о применении социологического знания был болезненным как для пре-

В большинстве изученных нами текстов обсуждение профессиональной идентичности социолога сводится к вопросу его востребованности на рынке труда.

подавателей, так и для студентов. В текстах обращений на сайтах обнаруживаются защитные реакции профессионального сообщества, стремление избавиться от стигмы.

Долгое время социология несла на себе стигму схоластичности, которая, вероятно, передалась ей от близкой соседки – философии, и усилилась от массового перехода теоретиков марксизма-ленинизма в социологию во время реформ. Эта стигма травмировала профессиональную идентичность социологов. Долгое время вопрос о применении социологического знания был болезненным как для преподавателей, так и для студентов. В текстах обращений на сайтах обнаруживаются защитные реакции профессионального сообщества, стремление избавиться от стигмы.

Основной способ защиты от нападений прагматиков – это акцент на прикладном характере учебной программы по социологии. Крылатая фраза декана одного из столичных социологических факультетов: «Мы готовим не ученых, которые будут сидеть в кабинетах и рассуждать о превратностях бытия», – тиражируется на сайтах региональных вузов. Эти слова выражают желание отмежеваться от стиля социологических доктрин – близкого к метафизике дискурса, о котором Г. С. Батыгин писал, что он сосредоточен на «последних истинах бытия», абстрактных мыслительных построениях и пророчествах [18]. В описании специальности принадлежность к иному стилю подчеркивается при помощи таких эпитетов, как «реальный», «конкретный», «практический», «актуальный». Прагматический подход к образованию выдают и следующие высказывания:

«Вам дадут базовое академическое образование и одновременно – ремесло, то есть навыки практического исследователя» (Томская область).

«В тематике выпускных квалификационных работ учтены реальные потребности государственных организаций и промышленных предприятий г. Курска и области» (Курская область).

«Студенты должны освоить и осуществить все операции конкретного эмпирического социологического исследования, на базе участия в реальном, практическом социологическом исследовании» (Нижегородская область).

Спустя некоторое время после начала массового выпуска дипломированных социологов в обществе накопилось знание об их типичных трудовых траекториях. Тогда преподаватели получили на руки еще один козырь, которым можно отбивать выпады прагматиков. Сегодня на витри-

Долгое время социология несла на себе стигму схоластичности, которая, вероятно, передалась ей от близкой соседки – философии, и усилилась от массового перехода теоретиков марксизма-ленинизма в социологию во время реформ. Эта стигма травмировала профессиональную идентичность социологов. Долгое время вопрос о применении социологического знания был болезненным как для преподавателей, так и для студентов. В текстах обращений на сайтах обнаруживаются защитные реакции профессионального сообщества, стремление избавиться от стигмы.

нах социологических факультетов выставляются судьбы благополучных выпускников в качестве ролевых моделей (и жизненных целей). На видном месте обычно красуются имена самых успешных людей – ставших директорами каких-нибудь совсем не исследовательских компаний. Для молодежи это несомненный вызов – высокая планка притязаний, до которой престижно дотянуться, даже жертвуя специальностью. Следовательно, преподаватели тоже оценивают вертикальную мобильность в общей системе стратификации выше достижений внутри профессионального сообщества. Однако примеры выдающегося успеха, демонстрируемые на сайтах, единичны; в основном выпускники занимают более скромные должности руководителей отделов и рядовых специалистов в области маркетинга, рекламы, управления персоналом и т. д. Некоторые преподают в вузах, другие работают в муниципалитетах, еще не совершив значительного карьерного роста. Социологическая специальность встраивается в общую для российского образования тенденцию, подмеченную Л. Д. Гудковым и его коллегами: она рассматривается как гарантия пусть не очень высокого, но стабильно оплачиваемого социального статуса [2]. Вот типичные варианты приложения социологического образования:

«Профессиональная карьера наших выпускников складывается достаточно успешно. Среди выпускников специальности «Социология» многие работают в сферах образования, политики, маркетинга, рекламы, PR в различных коммерческих компаниях и государственных учреждениях г. Новокузнецка и других городов» (Кемеровская область).

«Выпускники отделения успешно работают: в системе образования; в научно-исследовательских учреждениях; в бизнес-структурах (консультанты); в представительных органах государственной власти; в административных структурах и правоохранительных органах» (Магаданская область).

«Уважаемые абитуриенты, если Вы хотите: ...без проблем выстраивать деловые и коммерческие контакты в сфере бизнеса, ... у Вас есть уникальная возможность пройти обучение на кафедре социологии» (Москва).

Из приведенных цитат видно, что в общественном мнении и в образовательном дискурсе сделана нормативная маркировка некоторых видов трудовой деятельности как «достойных» точек приложения социологического образования¹.

Надо заметить, что на сайтах вузов рассказывается не только о занятости выпускников «в коммерческих структурах», но и о молодых ученых и преподавателях. Публикуются названия исследовательских проектов и научных работ сотрудников факультета или кафедры, в том числе аспирантов и молодых кандидатов наук. Эти фигуры должны служить ролевыми моделями для тех студентов, которые действительно собираются заниматься социологией после окончания вуза. Ссылки на интеллектуальные результаты устанавливают планку достижений, к каким, по идее, должна стремиться молодежь.

Тем не менее, утилитаризм пронизывает и этот фрагмент дискурса. Из названий многих публикаций и особенно исследований видно, что это коммерческие проекты, мотивированные скорее спросом со стороны заказчика, чем научным интересом. «Социологическим» может называться даже исследование рынка мебели (хотя это скорее исключение, чем правило). Некоторые кафедры рекламируют себя в качестве субподрядчиков на рынке аналитических услуг, причем в единичных случаях эта их роль изображена на сайте более выпукло, чем образовательная. Упоминание грантов, которые удалось выиграть сотрудникам кафедры, подсказывает читателям, что деятельность профессиональных социологов тоже конвертируется в денежные знаки, как и любая другая работа.

В целом, обращения к абитуриентам подтверждают, что доходы у социологов не хуже, чем у других людей, то есть достигают среднего регионального уровня. Интересно,

¹ Существуют представления и о неудачных вариантах трудоустройства, но о них не принято писать на сайтах вузов. Мы встречали такие «анти-модели» на социологических интернет-форумах, где студенты и выпускники соцфаков обсуждали сферы применения социологического образования. Например, работа менеджера по продажам, администратора в детском клубе оценивалась как неудачный вариант трудоустройства. К работе интервьюера молодые специалисты относятся негативно, но допускают такую занятость в качестве временной практики для овладения профессией.

что преподаватели иногда приукрашивают экономические возможности выпускников-социологов, оценивая специальность как одну из самых популярных и высокодоходных:

«Данная специальность является одной из наиболее востребованных и высокооплачиваемых» (Москва).

«Получив социологическое образование, Вы обретете прекрасный шанс устроить свою профессиональную жизнь. Социологи входят в пятерку наиболее востребованных специалистов на рынке труда, как в зарубежных, так и в ведущих российских компаниях» (Москва).

«Подавляющее большинство выпускников работают по специальности, а их заработная плата в течение 1-го года по завершении обучения составляет 20–50 тыс. рублей» (Москва).

Таким образом, несмотря на то, что выпускники в основном занимают скромные или средние позиции в организациях и учреждениях, социологическая специальность иногда изображается на сайтах чуть ли не синекурой. Здесь кроется интересный нормативный нюанс. Приподнимая доходы выпускников-социологов в глазах абитуриентов, педагогические коллективы следуют нормам, предписывающим человеку иметь высокий уровень запросов. В исследовании жизненных притязаний старшеклассников В. С. Магун и М. В. Энговатов зафиксировали, что такие нормы сформировались в России еще в 1990-е гг. [19]. По-видимому, для успешной демонстрации специальности кафедрам необходимо задать не только нижнюю (реалистичную), но и верхнюю («звездную») планку достижений; в противном случае специальность будет восприниматься как удел неудачников. Поэтому преподаватели считают нужным хотя бы намекнуть на возможность красивой жизни после выпуска из вуза.

Принцип удовольствия. Мы установили, что интернет-страницы социологических кафедр выполняют функцию витрин, на которых выставлен широкий ассортимент профессиональных и карьерных целей. По наблюдению Ю. А. Левады, культуре свойственно скрывать за «витриной» свою «фабрику», не обсуждая, какой ценой достаются привлекательные цели, чем нужно пожертвовать, чтобы достичь успеха [20, с. 12]. В нашем случае роль «фабрики» играют описания учебных курсов и требований к ним. Иногда они бывают довольно подробными. Однако в боль-

шинстве случаев кафедры ограничиваются лишь перечнем дисциплин, который сам по себе не проясняет объем усилий, необходимых для превращения в квалифицированного социолога. Таким образом, «фабрика» социологических карьер преимущественно остается в тени. Ее маскировка особенно характерна для обращений в рекламном стиле, следующих принципу удовольствия¹. Они в основном подчеркивают радость от процесса обучения на факультете и общения с однокурсниками. В этих случаях поговорка о горьком корне учения уступает место своему антониму в буквальном смысле слова. На сайте одной социологической кафедры мы нашли описание ежегодного праздника-ритуала, где студенты-социологи сообща съедают красивый торт в форме книги. Сладкий символ учебы является одним из атрибутов массового образования.

Сами студенты предлагают еще одну любопытную метафору образовательного процесса – компьютерную игру. На странице факультета социологии и социальной работы одного из региональных вузов мы обнаружили любительский видеоролик, в котором показано продвижение студента-персонажа по уровням игры, символизирующей учебу в вузе. Выполняя незатейливые комичные трюки, молодой человек движется к финальной цели – получению диплома. Его успехи и неудачи маркируются звуковыми сигналами, типичными для компьютерной игры. Чтение учебников, «корпение» над задачами и вообще какие-либо интеллектуальные усилия, даже символические, в этом процессе не показаны. Например, во время семинара студент спит на парте и атакуется рассерженным преподавателем, но это не снижает его шансов на победу. К поражению в игре может привести лишь нарушение формального вузовского распорядка – столкновение с деканом в коридоре во время занятий. Впрочем, игру всегда можно начать заново. Юноша успешно справляется с большинством задач, и в заключительном кадре декан пожимает ему руку со словами: «Ну, <имярек>, несмотря ни на что, вы все-таки заслужили диплом».

Данный эпизод свидетельствует, что студенческий опыт по взаимодействию с системой образования обобщен в виде правил и передается младшему поколению. Главное правило гласит: взрослые заинтересованы в том, чтобы пропустить молодежь через всю систему высшего образо-

1 По З. Фрейду, ориентация, при которой требуется немедленное удовлетворение всех желаний и потребностей, невзирая на требования или ограничения действительности [12].

вания, и потому склонны предоставлять ей «скидки» при аттестации. Зная это, молодежь ожидает от преподавателей снисходительного отношения. Д. Л. Константиновский, А. А. Овсянников и Н. Е. Покровский обращают внимание на эти студенческие ожидания в статье о тенденциях развития социологического образования [7]. Исследователи считают, что студенчеству свойственно стремление к «красивой жизни» и отстраненность от политических и социальных проблем. Заметим, что такая установка характерна для дискурса глянцевого журналов, к которому студенты, несомненно, приобщены. Согласно нашим исследованиям, данный анклав коллективного знания предъясняет читателям тезис, что ценность любого человека рано или поздно становится очевидной обществу и вознаграждается им, особенно если человек предпринимает хоть что-нибудь для раскрытия своих талантов [21]. Заимствуя нормы рекламного языка и «глянцевого» дискурса, высшее образование укрепляет в студентах такое представление о жизни.

Инженеризм. По мнению У. Дж. Гуда, каждая профессия должна управлять особым типом общественных отношений – болезнью или смертью, свободой или собственностью, проблемой зла и войной, строительством и производством [10]. Общество должно понимать, чем занимается группа профессионалов; лишь тогда эта группа может рассчитывать на привилегии и вознаграждения. В России общественное мнение о том, каким сегментом управляет социология, находится еще в стадии формирования. Оно успело выработать некоторые стереотипы – например, что социолог – это «человек с анкетой». Понимание россиянами того, что делает этот человек и зачем это нужно, определяет статус социологии как науки и профессии.

На основе накопленного за последние десятилетия опыта социологические кафедры формулируют ответ, вполне понятный широкой публике: социология нужна, чтобы управлять обществом в целом и отдельными его группами. Этот ответ претендует на высокую общественную и государственную значимость социологии. Чаще всего он встречается на сайтах с бюрократическим языком. В обращениях к молодежи говорится, что социологи предотвращают принятие неоправданных решений, повышают уровень эффективности менеджмента и конкурентоспособности предприятия или даже страны. Социологическое сопровождение управления предъясняется как инновация:

В России общественное мнение о том, каким сегментом управляет социология, находится еще в стадии формирования. Оно успело выработать некоторые стереотипы – например, что социолог – это «человек с анкетой».

«Обучение по специальности «Социология» определяется растущей потребностью общества в квалифицированном управлении сложными социальными процессами, структурами и системами» (Пермский край).

«В условиях демократии и рынка выработка успешных управленческих решений не возможна без достоверной информации о характере социальных действий людей и формирующих их факторах» (Орловская область).

Данная смысловая группа конструирует собственно профессиональную идентичность социолога в массовом дискурсе (в отличие от идентичности «специалистов широкого профиля»). Она состоит из нескольких элементов. Прежде всего, для конструирования идентичности используется метафора **инженера**, имеющая глубокие исторические корни. Г. С. Батыгин и И. Ф. Девятко в статье «Социология и власть» указывают, что в 1920-е гг. советская социология развивалась благодаря идеалам технической рациональности, широко распространенным в кругах приближенной к власти интеллигенции [22]. Эти идеалы продолжают воспроизводиться, и не случайно ими оперирует именно бюрократический стиль самопрезентации, в наибольшей степени сохраняющий преемственность с советской социальной мыслью. Согласно этим идеалам, социолог выступает в роли инженера, способного отладить человеческий коллектив наподобие часового механизма. В описаниях навыков, которые должен приобрести молодой специалист, часто встречается понятие «моделирования социальных процессов» (иногда – математическое моделирование, прогнозирование и даже программирование). Какой именно продукт работы студента-социолога под этим подразумевается, не совсем ясно. Тем не менее, данный термин указывает на существование нормы технико-рационального склада мышления у профессионального социолога. «Моделирование» служит реквизитом роли социального инженера, наподобие циркуля и линейки. Способность социолога к какому-либо моделированию является средством для участия в разработке социальной политики – желанной цели для данного сегмента массового дискурса.

Инженерная установка содержит еще одну презумпцию – занятость на крупном промышленном предприятии. Наличие социологической службы в административном аппарате какой-либо организации оценивается как элемент прогрессивного и новаторского мышления, а ее отсутствие – как отсталость и залог неуспеха.

Инженерная установка содержит еще одну презумпцию – занятость на крупном промышленном предприятии. Наличие социологической службы в административном аппарате какой-либо организации оценивается как элемент прогрессивного и новаторского мышления, а ее отсутствие – как отсталость и залог неуспеха.

«Многие организации и коммерческие структуры начинают осознавать необходимость социальных исследований для успешной деятельности и выживания в условиях конкуренции, а также для более эффективного управления» (Удмуртская республика).

«Практически каждая организация, фирма, завод повысит уровень результативности своей работы, если будет иметь социологическую службу, аналитический отдел или социолога, включенного в другие службы» (Курская область).

«Те организации и страны, которые принимают важные решения наобум без соответствующего изучения, автоматически пополняют число аутсайдеров» (Новосибирская область).

Таким образом, из представления о социологии как о науке для управления следует вхождение социологов во властные структуры – в качестве помощников или консультантов. На сайтах факультетов и кафедр говорится об участии социологов в разработке социальной политики, причем с использованием инженерного подхода. Подчеркивается, что такой помощник очень полезен для менеджмента:

«Уже сегодня становится все более и более понятным, что ни одна властная структура не может качественно исполнять управленческие функции без опоры на социологические службы, конечно, при условии, что сама работа последних построена на научной основе» (Свердловская область).

«Растет потребность общества в специалистах в области социальной политики, как социологах – исследователях, так и социологах – социальных технологах (социальная сфера – объект социальной политики)» (Самарская область).

«Социологическое образование связано с овладением практическими навыками социальной инженерии» (Волгоградская область).

Рассказывая абитуриентам о трудоустройстве выпускников, администрация кафедр практически всегда упоминает органы муниципальной и региональной власти, иногда подчеркивая, что социологи занимают в них руководящие позиции. Некоторые кафедры специально сообщают, что их работа направлена на производство кадров для молодежной политики региона, что студенты-социологи проходят практику в администрации территориального подразделения. Из обращений к абитуриентам видно, что между

социологическими кафедрами вузов и органами местной власти налажены солидарные отношения и сотрудничество. Таким образом, трудоустройство в государственные структуры является одной из целей, выставленных на «витринах» соцфаков, и эта цель должна вполне удовлетворять прагматичные запросы студентов. Установка на межпрофессиональный универсализм тоже соответствует роли помощника-консультанта, которому могут поручать не только исследования, но и другие задачи. Однако, если прагматизм и универсализм, как мы установили выше, сами по себе не работают на воспроизводство профессионального сообщества социологов, то инженеризм, несомненно, выполняет эту функцию. Допустимо предположить, что те немногие молодые специалисты, которые социализировались в массовом дискурсе и решили работать социологами после окончания вуза, являются носителями именно инженерно-управленческой профессиональной идентичности и разделяют связанные с ней ценности.

Альтернативные установки по отношению к специальности и профессии социолога

Внутрипрофессиональный универсализм. В общем хоре социологических кафедр, который мы анализировали в предыдущем разделе, различимы и другие голоса, в которые, на наш взгляд, важно вслушаться. Они в значительно большей степени ориентированы на профессиональную социализацию молодежи и на то, чтобы выпустить именно социологов, а не кого-то еще. Мы выделили несколько узловых точек альтернативного дискурса, вокруг которых группируется небольшое число кафедр – как столичных, так и региональных. Одна из этих точек – интерпретация структуры учебной программы по специальности.

Распространенное представление о социологическом образовании выражается мнением, что это универсальный набор знаний, владелец которых становится специалистом «широкого профиля» и может гибко подстраиваться под требования рынка труда. Однако у «тезиса о широте» существует и другая трактовка. Она иначе объясняет включение в учебную программу по социологической специальности ряда смежных дисциплин. Согласно немассовой трактовке, социологическое познание опирается на достижения других наук о человеке и невозможно без базовой компетентности в этих науках. Квалифицированные социоло-

Трудоустройство в государственные структуры является одной из целей, выставленных на «витринах» соцфаков, и эта цель должна вполне удовлетворять прагматичные запросы студентов.

логи должны располагать значительной суммой знаний из истории, экономики, психологии и других областей. Выпускники соцфаков должны быть математически грамотны, уметь работать со статистическими пакетами для обработки данных и обладать рядом социальных компетенций. Социологическое образование представляет собой синтез гуманитарного знания и методов точных наук; профессиональным идеалом является человек, освоивший оба этих направления – но не для легкого перехода в другую сферу, а для квалифицированного решения своих, социологических задач. Этот идеал внутрипрофессионального универсализма вполне ясно формулируется на страницах вузовских сайтов:

«Для научного изучения общества необходимо уникальное сочетание гуманитарных и математических знаний» (Москва).

«Студентам-социологам стараются дать разносторонние знания о жизни общества. Студенты знакомятся с разными научными школами, осваивают методы подготовки и проведения соцпросов, анализа полученной информации, учатся работать с базами данных, электронными таблицами, статистическими пакетами» (Ульяновская область).

«Мы увидим, что его (социолога – прим. Л. О.) работа весьма разнообразна и требует очень разных навыков. Что прежде всего отличает социолога от всех остальных – это определенный стиль мышления» (Санкт-Петербург; скопировано в Липецкой области, Приморском крае).

Внутрипрофессиональный универсализм, несомненно, работает на воспроизводство сообщества социологов. Такой подход предлагает студентам цель: стать квалифицированными социологами, и разворачивает ее на конкретные задачи: изучить социальную теорию, освоить основы статистики, и т. д. Его презумпция – студенты смогут найти работу по специальности, и эта работа многого от них потребует. Принципиальное отличие данного подхода от принципа «широкого профиля» – в нормативизме. Если межпрофессиональная установка предлагает студентам неопределенные цели (жизненное благополучие как таковое), то внутрипрофессиональная установка ставит конкретную цель и, как будет показано далее, дисциплинирует в соответствии с этой целью. Сладкий образ учебы здесь был бы неуместен.

Социологическое образование представляет собой синтез гуманитарного знания и методов точных наук; профессиональным идеалом является человек, освоивший оба этих направления – но не для легкого перехода в другую сферу, а для квалифицированного решения своих, социологических задач.

Рефлексивная и терапевтическая установки. Массовый дискурс объясняет, что социология нужна для эффективного управления обществом и используется, прежде всего, государственными институтами. Немассовый дискурс также не обходит стороной тему управления, однако представляет ее иначе. Преподавательское меньшинство полагает, что социология есть социальная рефлексия, которая распространяется на широкие слои общества, а не только на управленцев, и исподволь изменяет поведение людей. Эта точка зрения близка к мнению Макса Вебера о том, что социальная наука главным образом содействует людям в обретении ясности, выявляет связь между мировоззрением и практическими установками людей, а также их следствиями [14]. На сайтах говорится, что социологическое знание позволяет увязать между собой частные элементы социальной жизни, – что не всегда можно сделать на основе одного лишь здравого смысла. Социология диагностирует состояние общества и предугадывает дальнейшие направления его развития. Таким образом, преподавательское меньшинство считает, что главный мотив деятельности социолога – принесение пользы обществу, самоотдача ради общественного блага. В современной России этот «рыцарский» мотив довольно редок [15]. Как мы видим, даже в специализированном сообществе его поддерживает меньшинство членов. Преподаватели формулируют эту позицию следующим образом:

«По мере того, как наше общество взрослеет и все больше задумывается о самом себе, профессия социолога становится все более востребованной» (Санкт-Петербург; скопировано в Липецкой области и Приморском крае).

«На плечах социолога лежит непростая, но чрезвычайно важная задача – быть зеркалом общества, уметь предсказать реакцию на действия политических, экономических деятелей, привлекать внимание людей к общим проблемам, апеллируя неопровержимыми данными, полученными опытным путем» (Москва).

«Работу социолога можно образно сравнить с составлением puzzle, когда, собрав воедино тысячу разрозненных кусочков, мы выявляем целостное видение того, что было разрозненно» (Новосибирская область).

Сравнение социологии с *зеркалом* заставляет вспомнить фламандского фольклорного героя Уленшпигеля [23, с. 47–48]. Установив свое «социальное зеркало» на ярмарке, он предлагал прохожим распознать их социальный тип

и дать ему аллегорическое толкование – обычно в сопровождении безжалостной критики в адрес как типа, так и его конкретного носителя. В отличие от Уленшпигеля, социологи не относятся к своему предмету столь жестоко. Педагогические коллективы, имеющие альтернативный взгляд на профессию, считают, что социологические открытия могут быть катализатором модернизации, обратить внимание общества на важные проблемы с тем, чтобы люди сами выработали пути их решения. Г. С. Батыгин замечает, что такая позиция типична для дискурса социальных обследований. Анализируя данный стиль, он не упоминает метафору зеркала, но приводит сходный вариант: понимание роли социолога как высококомпетентного репортера, который вызывает общественный резонанс своими открытиями [18]. Вот пример такой точки зрения в обращениях к абитуриентам:

«Переход к демографическому развитию невозможен без обретения россиянами новой психологии, связанной с само- и взаимопомощью. Необходимы живые, творческие поиски самими людьми новых “моделей своей жизни”» (Самарская область).

На сайтах кафедр изредка встречается и другая метафора – роль социального врача, которая подразумевает терпимость и сочувствие по отношению к «пациенту», но при этом – переход от диагностики к терапии. Один из вариантов обнаруженной в текстах реформистской идентичности принадлежит студенту, которого еще нельзя считать профессиональным социологом. Тем не менее, решение кафедры опубликовать его попытку профессиональной самоидентификации свидетельствует о желании транслировать студентам сходный взгляд на специальность. Приведем данное высказывание целиком:

«Все-таки, кто ты, социолог? Это вопрос к себе. Каждый из нас и строитель, и художник, кто-то нас называет хирургом. Но когда социолог задумывается о том, кто же он, в голову приходит, как бы это пафосно и даже странно не звучало, фраза из “Мастера и Маргариты”: “Для того, чтобы управлять, нужно, как-никак, иметь точный план на некоторый... срок”. Вот социолог и помогает составить этот план как можно точнее и реалистичнее, чтобы Вам было завтра где жить, как жить, а главное – быть!» (Алтайский край).

Если массовая установка транслирует в основном технико-рациональный взгляд на общество, то меньшинство, отнюдь не отказываясь от рациональности, придерживается скорее романтической позиции. Для него общество остается своего рода волшебным, бесконечно сложным и увлекательным предметом. Социология, которая все-таки позволяет приподнять скрывающий его подлинное устройство занавес, приобретает статус особого, более высокого знания. Она утверждает свое превосходство по отношению к другим наукам о человеке:

«Изучая процессы в обществе, социолог свяжет в своем анализе экономику и культуру, политику и искусство, право и бизнес. Ни экономист, ни юрист, ни психолог не раскроют тайн социального взаимодействия. Это может сделать только социолог!» (Астраханская область).

«Методы и инструментарий <социологии> берут на вооружение другие науки об обществе: экономика, право. Среди них социология начинает играть примерно ту же роль, которую выполняет математика в естественных науках» (Новосибирская область).

«Несколько лет назад “Нью-Йорк таймс” написала в передовице, что на смену экономике, которая была царицей общественных наук в прошлом веке, в XXI веке приходит социология» (Москва).

«Социология... нередко указывает другим наукам на границы их возможностей, призывая их вернуться к реальности и умерить свои неоправданные амбиции» (Санкт-Петербург).

За данными установками стоит не утилитарный интерес к профессии, но содержательная мотивация: увлеченность предметом, гордость своим особым знанием и даже ощущение элитарности. В основном они высказываются в стиле делового сотрудничества, но также встречаются и в рекламном стиле, что не вполне укладывается в нашу классификацию – ведь рекламный стиль в основном воспроизводит ценности массового дискурса. Это можно объяснить стремлением кафедр, разделяющих рекламный стиль, облечь в красивую упаковку не только студенческую жизнь (что, как подчеркивалось выше, достигается за счет рассказов о факультетских праздниках и т. д.), но и учебную программу.

Как бы там ни было, данная позиция подразумевает значительно более высокие требования к содержанию труда, не сводящиеся к тому, чтобы устроиться на работу

«около специальности» и получать небольшой гарантированный доход. Заинтересованное отношение к работе, высокие интеллектуальные притязания характерны для студентов, происходящих из семей с высоким культурным капиталом [2, с. 50–52]. Кафедры, которые уделяют внимание профессиональной социализации, по всей видимости, ориентируются на таких студентов, которые имеют больше шансов остаться в профессиональном цехе после выпуска из вуза. В данном случае оправдывается предположение Т. Веблена о том, что образование в области гуманитарных наук предпочитают высокоресурсные слои общества [24]. Такая победоносная идентичность социологов может возникать либо на почве идеализма, либо от ощущения роста общественного внимания к социологической науке.

Корпоративный нормативизм. Выше мы уже упоминали, что массовый образовательный дискурс – в том сегменте, который мы изучаем – практически не предъявляет студентам нормативных ограничений. Немассовый дискурс, напротив, уделяет внимание нормативной регуляции профессиональной деятельности. На сайтах некоторых факультетов и кафедр можно найти нормы, касающиеся профессионального и даже гражданского поведения социолога. Если массовый дискурс практически ни в чем не стесняет молодого специалиста, то немассовый стремится нагрузить его обязательствами. Обращения к абитуриентам, в которых содержатся профессиональные нормы, чаще всего написаны в соратническом (а не бюрократическом или рекламном) стиле.

Согласно немассовой установке, важнейшей профессиональной нормой для социолога является *честность*. Роль субподрядчика и исполнителя, которую обычно приходится играть социологу, нередко вступает в конфликт с этой нормой, и исследователю приходится выбирать между желанием угодить заказчику и стремлением дать адекватную оценку изучаемому явлению. Социолог должен сохранять независимость суждений, беспристрастность и *непредвзятость* даже в ситуации финансовой и корпоративной зависимости, и уметь отстаивать свое мнение публично. Эти нормы утверждаются в «Кодексе социолога», разработанном в одном из академических институтов в 1991 г. и найденном нами на сайте социологической кафедры в Тюменской области. Сходные нормы постулируются и в «Клятве социолога», вывешенной на сайте одного из столичных социологических факультетов:

Образование в области гуманитарных наук предпочитают высокоресурсные слои общества.

На сайтах некоторых факультетов и кафедр можно найти нормы, касающиеся профессионального и даже гражданского поведения социолога.

«Что бы при исследовании – а также в жизни – я ни увидел или ни услышал касательно жизни людской, я буду отстаивать свои взгляды, идеи и концепции, невзирая на конъюнктуру и авторитеты, вступать в спор с общепринятыми взглядами на то или иное явление общественной жизни, с авторитетами в науке» (Москва).

В «Клятве социолога» говорится о том, что социолог должен стремиться установить истину и отвечать за достоверность полученного результата. Профессиональной обязанностью считается изучение общественно значимых проблем даже при отсутствии коммерческого заказа на такие исследования. Социолог должен быть готов к тому, что общество, увидев свое нелицеприятное отражение, будет пенять именно зеркалу, а не самому себе. Для этого ему требуется быть *смелым и целеустремленным*:

«...Но есть еще третий вид исследований – академические; у которых нет сиюминутного заказчика. Например, непредвзятое исследование мафии не решатся вам оплатить ни бизнес-структуры, ни государственные органы, ни тем более сама мафия. Им всем есть чего бояться: могут вскрыться и детали преступлений, и связь бизнесменов с мафиози, и неэффективность работы госструктур. Но общественности знать о таких вещах полезно. ... Такая работа требует от социолога определенного гражданского мужества» (Санкт-Петербург).

«Не менее важно для современных массовых обществ наличие развитого критического мышления, способного разоблачать опасные социальные мифы и затруднять манипулирование массовым сознанием. <Социолог> предлагает ...способы борьбы со злоупотреблениями властью – политической, экономической, информационной и др.» (Санкт-Петербург).

В обращениях к абитуриентам встречается норма критицизма. Она предписывает социологам сохранять статус независимых экспертов. Согласно типологии Г. С. Батыгина, часть этих норм относится к дискурсу социальных исследований (гражданский активизм, мужество), часть – к дискурсу социологических исследований (стремление к достоверности, непредвзятость, бескорыстие). Так или иначе, эти нормы являются признаком действующего профессионального сообщества и условием его воспроизводства. Цитирование региональными социологами норм и этических кодексов, разработанных коллегами, указывает на то, что

Цитирование региональными социологами норм и этических кодексов, разработанных коллегами, указывает на то, что преподаватели чувствуют потребность в профессиональной социализации студентов и ищут культурные эталоны, которые можно было бы им предъявить.

преподаватели чувствуют потребность в профессиональной социализации студентов и ищут культурные эталоны, которые можно было бы им предъявить.

Помимо «высоких» ценностей и норм, характеризующих общественную позицию социолога, в обращениях к абитуриентам встречаются, так сказать, «малые» нормы, регулирующие повседневную деятельность специалиста. Они не затрагивают отношений с властью и не рассматривают социологию в глобальном контексте, а скорее предписывают, как исследователь должен взаимодействовать с респондентами и заказчиками, а также акцентируют моральные качества, отличающие хорошего социолога – инициативу, терпение, ответственность. «Малые» нормы встречаются в основном на сайтах региональных вузов:

«Инициатива – это качество, которое ценится среди социологов» (Омская область).

«<Социолог> должен буквально излучать обаяние, отличаться коммуникабельностью, иметь аналитический склад ума, а главное – проявлять сочувствие к проблемам людей, уметь слушать и понимать их» (Новосибирская область).

«В профессии социолога очень важны усидчивость и терпение, но не менее важно уметь анализировать и брать на себя ответственность за принятые решения» (Ростовская область).

Получается, что альтернативный дискурс четко обрисовывает моральный портрет социолога, регламентирует его поведение в разных секторах профессиональной деятельности. При этом вознаграждения, которые описаны в текстах, в основном носят моральный, а не материальный характер: интересное содержание труда, высокая общественная значимость работы, принесение пользы обществу. По-видимому, альтернативному дискурсу присуща вера в справедливый мир – феномен, описанный американским психологом М. Лернером [25], – и это позволяет им рассчитывать на устройство своей материальной жизни, несмотря на то, что их помыслы и усилия не направлены напрямую на решение этой задачи. Социологи, разделяющие эту позицию, верят, что общество отблагодарит их за самоотдачу.

Заключение

Обращения к абитуриентам на сайтах социологических факультетов и кафедр позволяют составить представление о ценностной атмосфере в вузовской социологии как крупном сегменте профессионального сообщества. Из обращений вычитываются типы установок по отношению к социологической специальности, профессиональные ценности и нормы. Большинство педагогических коллективов знакомит абитуриентов с основами профессиональной идентичности; 15% не работают в этом жанре – возможно, испытывая дефицит профессиональной культуры.

По своему языковому и художественному стилю презентации подразделяются на бюрократические, рекламные и соратнические. По содержанию и частоте встречаемости – на массовые и относительно редкие. И те, и другие встречаются как у коллективов с именем, так и у малоизвестных кафедр.

С точки зрения массового образовательного дискурса, предназначение социологии заключается в содействии институтам, реализующим управление обществом. Сформировалось устойчивое мнение, что серьезные решения нужно принимать после проведения социологических исследований; подразумевается, что социология может быть источником технологий для реализации той или иной политики. Социолог уподобляется инженеру или технологу, а общество или отдельные его группы сравниваются с механизмом, который нужно настроить на определенный режим. В обращениях к абитуриентам подчеркиваются тесные связи социологического сообщества и власти, а также возможность трудоустройства социологов в органы управления.

Среди массовых установок наиболее типичной является межпрофессиональный универсализм – отношение к высшему социологическому образованию как к набору разносторонних знаний, позволяющих человеку легко переходить в смежные области и адаптироваться к запросам рынка труда. Универсалистская установка поддерживает психосоциальный мораторий на взросление, позволяя молодежи отложить выбор трудового поприща. В дискурсе уже накоплено знание о типичных трудовых траекториях выпускников, и их переход в некоторые сферы деятельности (маркетинг, управление персоналом) рассматривается как нормальное явление, не противоречащее содержанию

С точки зрения массового образовательного дискурса, предназначение социологии заключается в содействии институтам, реализующим управление обществом.

Среди массовых установок наиболее типичной является межпрофессиональный универсализм – отношение к высшему социологическому образованию как к набору разносторонних знаний, позволяющих человеку легко переходить в смежные области и адаптироваться к запросам рынка труда.

образования. Данная установка заранее готовит студентов к тому, что они не будут работать по специальности и, таким образом, не способствует воспроизводству профессионального сообщества. С ней связано прагматичное отношение к образованию как к способу извлечения пользы для себя – в частности, гарантированного дохода в будущем. Преподаватели поддерживают инструментальную мотивацию в студентах и акцентируют прикладной характер образования, которое дает факультет или кафедра.

Массовый образовательный дискурс предлагает абитуриентам и студентам набор карьерных целей, подразумевающих уход из специальности. Однако усилия и жертвы, необходимые для достижения этих целей, практически не обсуждаются. Напротив, учебный процесс представляется как удовольствие, как приятное времяпрепровождение в компании веселых сверстников. Подразумевается, что образовательным требованиям смогут удовлетворить все студенты, а если они будут немного не дотягивать до установленной планки, преподаватели могут ее понизить.

Особенность массового дискурса состоит еще и в том, что он не предъявляет абитуриентам нормы, регулирующие профессиональную деятельность. Он не накладывает обязательств по отношению к обществу, не запрещает использовать те или иные средства для достижения профессиональных целей.

Альтернативные, относительно редкие установки в социологическом образовании демонстрируют во многом противоположное отношение к специальности. Универсальный характер учебной программы по социологии трактуется как набор разносторонних требований, которым должен удовлетворять квалифицированный социолог. Данный подход ориентирует студентов на то, чтобы стать профессиональными социологами, и ставит перед ними множество промежуточных задач на пути к этой цели. Он в значительно меньшей степени акцентирует ценность прагматизма, а фокусируется на ценностях самоотдачи, принесения пользы обществу и бескорыстия. Для немассового дискурса социолог – это общественное зеркало или врач, исцеляющий болезни общества. В отличие от инженерного подхода, предполагающего внешнее вмешательство в социальные процессы, презумпция немассового подхода состоит в том, что рефлексия, вызванная социологическим знанием, способна изменить общество изнутри.

Особенность массового дискурса состоит еще и в том, что он не предъявляет абитуриентам нормы, регулирующие профессиональную деятельность. Он не накладывает обязательств по отношению к обществу, не запрещает использовать те или иные средства для достижения профессиональных целей.

Альтернативные, относительно редкие установки в социологическом образовании ориентируют студентов на то, чтобы стать профессиональными социологами, и ставят перед ними множество промежуточных задач на пути к этой цели. Они в значительно меньшей степени акцентируют ценность прагматизма, а фокусируются на ценностях самоотдачи, принесения пользы обществу и бескорыстия. Для немассового дискурса социолог – это общественное зеркало или врач, исцеляющий болезни общества.

Немассовый дискурс формулирует ряд ценностей и нормативных ограничений, в нескольких случаях – в виде целого свода правил, которыми должен руководствоваться социолог в профессиональной деятельности. Среди этих ценностей – ответственность, стремление к поиску истины и к получению достоверных результатов исследований, честность, беспристрастность и непредвзятость. Предъявляются конфликтные модели поведения, связанные с открытой критикой и проявлениями гражданского мужества. Немассовому дискурсу свойственно ощущение высокой общественной значимости социологической профессии и гордость по отношению к ней. Он, несомненно, более эффективен для профессиональной социализации студентов и способствует принятию идентичности социолога.

Библиографический список

1. Костюхина М. С. Учебники для взрослых: мир в картинках // Учебный текст в советской школе. Сб. ст. / Сост. С. Г. Леонтьева, К. А. Маслинский. СПб.; М.: Институт логики, когнитологии и развития личности, 2008. С. 180–215.
2. Гудков Л. Д., Дубин Б. В., Леонова А. С. Образование в России: привлекательность, доступность, функции // Вестник общественного мнения: Данные. Анализ. Дискуссии. 2004. № 1 (69). С. 35–55.
3. Осадчая Г. И. Заметки о социологическом образовании в России: рефлексия новых требований общества // Социологические исследования. 2009. № 2. С. 102.
4. Буланова М. Б. Социологическое образование в России (1960-е гг. – настоящее время) // Социологические исследования. 2008. № 12. С. 14–24.
5. Образование в России – 2008. Статистический бюллетень. М.: МГУПИ, 2009.
6. Родовая травма российской социологии. Интервью с Воронковым В. М. / Интервью провела Демина Н. В. // Полит.ру. 08.05.2007 [online]. Дата обращения: 27.09.2010. URL: <http://www.polit.ru/science/2007/05/08/voronkov.html>.
7. Константиновский Д. Л., Овсянников А. А., Покровский Н. Е. Тенденции развития социологии и социологического образования в России // Мир России. 2005. № 1. С. 89–119.
8. Greenwood, E. Attributes of a profession // Social Work. 1957. Vol. 2, pp. 45–55.
9. Пропп В. Я. Морфология волшебной сказки / Сост., науч. ред., текст. комм. И. В. Пешкова. М.: Лабиринт, 2005.
10. Goode, W. J. Community within a community: the professions // American Sociological Review. 1957. Vol. XXII, pp. 194–200.

11. Merton, R. K. Social structure and anomie // *American Sociological Review*. 1938. Vol. 3, No. 5, pp. 672–682.
12. Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности. Основные положения, исследования и применение / Пер. С. Меленевской и Д. Викторовой. СПб.: Питер Пресс, 1997.
13. Кузьминов Я. И. Капитализация личности. Состояние и перспективы российских университетов // *Пермский экономический форум*. 2010. URL: <http://www.hse.ru/video/23462222.html>. Дата обращения: 24.10.2010.
14. Вебер М. Наука как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М.: Прогресс, 1990. С. 707–735.
15. Магун В. С. Руднев М. Г. Жизненные ценности российского населения: сходства и отличия в сравнении с другими европейскими странами // *Вестник общественного мнения*. 2008. № 1 (93). С. 33–58.
16. Петренко Е. С., Галицкая Е. Г., Шмерлина И. А. Ценность высшего образования. Мнения представителей семей, в которых есть дети, о важности высшего образования. Опрос фонда «Общественное мнение» // *Вопросы образования*. 2010. № 2. С. 187–237.
17. Паутова Л. А. Профессия в вопросах и ответах: Социология // Портал «Экономика. Социология. Менеджмент». 2010. URL: <http://www.ecsocman.edu.ru/text/33309477.html>. Дата обращения: 13.10.2010.
18. Батыгин Г. С. Три типа социологического дискурса: исторический очерк // *Журнал исследований социальной политики*. 2003. Т. 1. № 2. С. 245–263.
19. Магун В. С., Энговатов М. В. Динамика притязаний и изменение ресурсных стратегий молодежи (1985-2005 годы) // *Отечественные записки*. 2006. № 3. С. 76–96.
20. Левада Ю. А. «Человек ограниченный»: уровни и рамки притязаний // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. 2000. № 4.
21. Окольская Л. А., Комогорцева М. В. Жизненные проекты и правила для девушек в российских глянцевах журналах // *Социологический журнал*. 2010. № 2. С. 68–91.
22. Батыгин Г. С., Девятко И. Ф. Социология и власть: эпизоды советской истории // *Тоталитаризм и посттоталитаризм (Статьи и подготовительные материалы)*. Кн.2. М.: ИС РАН, 1994. С. 174–201.
23. Костер Ш. де. Легенда об Уленшпигеле. М.: Правда, 1983.
24. Веблен Т. Теория праздного класса. М.: Прогресс, 1984. Гл. XIV.
25. Lerner, M. J. The belief in a just world a fundamental delusion. N.Y.: Plenum Press, 1980.