

Профессор Силласте Галина Георгиевна
Заслуженный деятель науки Российской Федерации,
доктор философских наук, руководитель научной школы «Гендерная и
экономическая социология» Финансового университета при Правительстве РФ,
Член научно-Экспертного совета при Председателе Совета Федерации РФ

Коммуникология образования и его социальные риски в модусах социального времени

Коммуникология как **формирующееся** научное направление, объединяет широкий диапазон исследований и отличается большим разбросом и вариативностью терминологического аппарата. Как бы ее ни называли – *коммуникативная систематика, коммуникативистика, коммуникология [1]* – совершенно очевидно, что ключевая категория этой отрасли науки – *коммуникация*. Коммуникология рассматривается в работе с одной стороны, с позиций социологического подхода как вид социального процесса (*процесса коммуникативного*). А с другой – как вид *коммуникативного социального воздействия и взаимодействия* участников вузовского сообщества.

Его *содержанием* является обмен информацией, ее ретрансляция в вузовскую социальную среду, воздействие в ней на вузовских **коммуникантов** (а это и студенты, и преподаватели, и вузовский обслуживающий персонал, и руководящая (управленческая) вузовская группа). От степени их коммуникативного воздействия зависят его социальные последствия, качество формируемых вузом специалистов, их адаптация в профессиональной деловой среде.

В статье выделены наиболее значимые, по-нашему мнению, социологические аспекты коммуникологии как отрасли науки о коммуникациях, в основу которых положена концепция *модусов социального времени*. Их три : модус прошлого, модус настоящего и модус будущего.

«Аспект 1.» В *модусе прошлого* социального времени зададимся вопросом: **была ли коммуникология в советской высшей школе и отличалась ли она от современной?** Отмечу ряд особенностей высшей школы как коммуникативной системы советского периода:

1) образование рассматривалось как один из **ведущих** социальных институтов общества и государства, обеспечивающий потребности интенсивно развивавшейся экономики, стержнем которой являлось промышленное производство (в нынешнее время – это так называемый сектор реальной экономики);

2) образование как социальный институт обладало монополией централизованного государственного руководства(управления) и влиянием на его развитие;

3) это был институт, опиравшийся на единство государственной идеологии и мировоззренческих принципов воспитательной работы;

4) это был институт, обеспеченный государственной стратегией долгосрочного развития и полной социальной ответственностью государства за выпускаемых специалистов, их трудоустройство и первичную адаптацию в сфере трудовой занятости.

Стратегия советской высшей школы заключалась в формировании качественной новой (если ни сказать лучшей в мире) национальной интеллигенции, развитии и продвижении передовой отечественной науки и техники. В основе развития лежал принцип социальной справедливости, бесплатности, а потому полной доступности всех видов образования, что обеспечивало равное право получения высшего образования всеми слоями населения, любым способным выпускником школы, независимо от социального положения его семьи.

В плане развития информационного обеспечения в работе высшей школы речь не велась о **коммуникологии** как таковой, не использовался и этот термин. Но базовый акцент всегда делался на обеспечении в высшей школе интенсивной ретрансляции научно-образовательной информации посредством ее трех главных **коммуникантов**: образованных преподавателей, печатного слова и СМИК (средств массовой информации и коммуникации). Объединительное начало: коллективистский дух, энтузиазм и взаимответственность.

Воспитательная функция высшей школа была имманентной. Работодатель – один: государство, взявшее на себя полную социальную ответственность за развитие высшего образования и обеспечение выпускаемых специалистов гарантированной трудовой деятельностью.

Особенностью коммуникологии между преподавательским и студенческим сообществами являлся прямой речевой и межличностный контакт, единое информационно-образовательное пространство, речевая коммуникация и абсолютная доминанта печатного источника.

Итог: яркие мировые достижения в области науки и техники, культуры и образования. В книге Гиннеса первые девять основополагающих рекордов в области науки и техники принадлежали Советскому Союзу. Первый – запуск искусственного спутника земли, несколько позже – полет человека в космос. Бердяев назвал его триумфом советского образования.

«Аспект 2.» В модусе *настоящего* социального времени *много изменений и смещений в социальной сущности образования*. Во-первых, сегодня это социальный институт, развивающийся в «обществе всеобщего риска», обусловленном неустойчивостью рыночной экономики, глубинной трансформацией социальной структуры общества, социальных отношений и социальной базы обучающихся.

Изменились и вошли в конкуренцию по приоритетности и выгоды, исторически традиционные социальные и ново-рыночные монетарные функции этого института. Доминирующей стала монетарная: *образование как рынок образовательных услуг, удовлетворяющий интересы и потребителей и производителей этих услуг*. Изменились коммуникации, и информация в высшей школе и образовании из самооценности стала средством, инструментом индивидуальной достигательной жизненной стратегии обучающегося.

В терминах коммуникологии действующими лицами этого процесса стали *коммуниканты*. Доминирует плюрализм форм и видов информации, средств ее ретрансляции, свободы доступа к источникам, отказ от идеологии и деидеологизация образовательного процесса.

Принципы равенства, свободы выбора, социальной справедливости замещены доктриной коммерциализации образования, а цельность системы – искусственной уровневой дробностью. Рынок образовательных услуг стал рынком разных форм собственности, разных работодателей, разной оплаты за равный труд. Рынок отличается перепроизводством популярных по *монитарной* престижности профессий и специалистов. Государственное регулирование процесса производства и распределения молодых кадров отсутствует.

Стимулы – не столько профессия и общественная отдача, сколько монетарное и материальное вознаграждение. Социальная и социокультурная ценность профессорско-преподавательского состава стала заменяться качествами «*производителя образовательной услуги*», а классическая межличностная коммуникация преподаватель-студент, технизацией этих отношений, посредничеством тестирования на всех уровнях образовательной системы; замены речевой коммуникации технологическим кодированием текстов контроля знаний; владение (подчеркиваю: *владение*, а не элементарное *знание*) русским языком как языком межнациональной коммуникации и культуры – тестированием, а по сути введением легальной селекции.

Итог: конфликт интересов участников образовательного рынка, отформатировался в социальное противоречие между *интересами и запросами* двух рынков: образовательных услуг, с одной стороны, и рынка труда, занятости и профессий – с другой. Разумного компромисса между ними пока не достигнуто, диспропорции – преобладают, качество образования резко упало. Государство сняло с себя ответственность за трудоустройство выпускников вузов и не управляет их распределением для отраслей экономики, абсолютную доминанту в которой составляет институт частной собственности.

А теперь в *модуле настоящего социального* времени обратимся к высшему образованию в терминах и концепте коммуникологии. В таком случае высшее образование придется рассматривать не с позиций традиционного социального института или вульгаризированного подхода к нему как к рынку

образовательных услуг, а оценить высшую школу как *коммуникативное пространство*. *Пространство, построенное* по законам развития социетальной системы, *развивающееся* по законам аккумуляции и ретрансляции информации с *циркуляцией* внутри его *коммуникативного диаполя*, *развивающего коммуникативную компетентность* его *коммуникантов* (т.е.участников).

Кто сегодня в их роли? Преподавательское сообщество – с одной стороны, студенты – с другой. Притом, что преподаватели сами обладают высокоразвитой *коммуникабельностью и социальным статусом*. Социальной единицей анализа этой системы является *коммуникативная личность*. То есть личность, которая обладает совокупностью индивидуальных свойств и характеристик, обеспечивающих ей умение выбрать схему передачи информации в конкретной ситуации и адекватно ее воспринять. В таком контексте высшее образование – интересный объект современной коммуникологии.

Во-первых, в этом коммуникативном пространстве развиваются два ведущих типа *коммуникативной личности*. Первый – *доминантный*, которому присущи *коммуникативная компетентность*, напористость, самоуверенность, способность подавления своей информацией студенческой аудитории. К этому типу *коммуникативной личности* относятся представители профессорско-преподавательского сообщества.

Второй тип *коммуникативной личности* в вузе – *реагирующий*. Для нее характерны отзывчивость на информацию, аргументированность, освоение аналитического подхода к информации, технологичность ее обработки.

Причем, этот коммуникант – современный студент – особенно интересен изменениями своих социальных и конкретно коммуникативных характеристик. Я бы определила этого коммуниканта как тип *homo ludens* – «человек играющий», который «на ты» с информационными каналами, легко ориентирующийся в инфопотоках, как реальных, так и виртуальных.

С этой точки зрения данный коммуникант по своим коммуникационно-

технологическим способностям принципиально отличается от коммуниканта советской высшей школы, так как является *типом опережающего коммуниканта*. Опережающего по своим информационно-технологическим способностям, коммуниканта доминантного (т.е. представителя преподавательского сообщества).

Особенность нового типа студента-коммуниканта обусловлена тем, что в его лице мы имеем *поколение миллениум*. Это молодые люди, родившиеся в эпоху конца 90-х годов, развивавшиеся как личность в значительной мере через специфическую социализацию в сетевом пространстве XXI столетия, потерявшие речевую свободу самовыражения в виду тестовой «технизации» высшего образования и «егэнизации» среднего. Ценность и умение устной коммуникации у сегодняшних студентов вытеснено культивацией кнопочного тестирования. Это сам по себе продукт новой системы англоизирующегося (или – болонизирующегося – как хотите) образования.

«Аспект 3.» Как можно изучать коммуникативную личность? На мой взгляд, лучше всего *социологически*, если мы имеем дело с высшим образованием как социальным коммуникативным пространством. А если с проблемами отдельной коммуникативной личности (аудиторной), то - *психологически*.

Применимы в этих случаях и метод наблюдения, и критического анализа социального поведения студента и самого преподавателя; социологический мониторинг качества образовательного процесса; сравнительный анализ восприятия коммуникантов друг другом на основе общевузовского мониторинга «Преподаватель глазами студентов» (и наоборот). Например, в Финансовом университете при Правительстве РФ этому служит социологический аудит качества преподавания и учебного процесса, внедренный автором (2000 г.). Применимы также методы социолингвистики, контент-анализа, экспертного и электронного опросов, социологического наблюдения и т.д. У социологии здесь безграничные возможности.

В этой части Болонская декларация ставит две коммуникативные задачи:

1) сохранять «свободу исследований и обучения, чтобы способы реализации этой свободы были доступны всем членам образовательного сообщества»;

2) развивать «взаимный обмен информацией и документами, совместные проекты» для неуклонного прогресса знаний» [2].

Особый исследовательский интерес для вузовского коммуникативного пространства представляет изучение *речевого поведения*. Причем, и преподавателей как *доминантного* типа коммуникативной личности), так и студента как типа реагирующей личности. Сегодня результаты обмена и взаимовлияния речевого поведения коммуникативных личностей в вузах практически не исследуются. А это, без сомнения полезные методы анализа для самопознания и самокоррекции (причем, поведения обеих сторон).

На этой основе можно было бы предлагать *формы самосовершенствования* коммуникативной личности в вузовском коммуникативном пространстве, тесно связанным с *языковым самосознанием*. Ведь по своей природе *языковое сознание* – индивидуально и включает в себя типовые характеристики культуры, социальных норм общения, этнические и конфессиональные регуляторы. На оптимальном сочетании этих характеристик строится *неповторимость образа*, прежде всего *преподавателя* как возможного образца либо для подражания, либо напротив – объекта-антипода, неприятия, отказа ему в авторитете со сторон.

В чем проявляет себя коммуникативная личность в вузе?

Прежде всего, в разносторонней *коммуникативной деятельности* (говорении, чтении, в написании). Например, в аудиторном конспектировании, в выполнении самостоятельных аналитических студенческих работ. С этой точки зрения преподавателю полезно осуществлять аудит своего времени, его распределения и эффективности использования (назову его *аудиторный тайм-менеджмент*).

Если подойти с таких позиций к изучению современного типа, коммуниканта в вузе ,то можно дать оценку коммуникативной личности как

социальному феномену, зависящему от эффективности реализации основных функций учебного процесса. Это иной взгляд на личность студента – оценка его как *коммуниканта в современной вузовской коммуникологии*.

С этой характеристикой коммуникативного пространства связаны два **подающихся измерению показателя**: *коммуникативная механика* (концепция М. Шепель) – область, которая включает в себя технологии самопрезентации личности; а также *коммуникативная перегрузка*. Категория актуальная для современного учебно-образовательного процесса, ибо отражает ситуацию, при которой объем *коммуникативных входов* и каналов инфонагрузки существенно превышает возможности аудитории для применения и обработки поступающей информации.

Что сегодня в аудитории давать целесообразнее: медийные перегрузки технизированной информации (когда мы стремимся все свои текстовые «заготовки» перевести на презентационное сопровождение) или их речевую передачу? В чем и какая пропорция разумна в применении этих форм трансляции информации? Калейдоскоп картинок медийной презентации или речевые паузы?

В определенной мере ответ на этот вопрос зависит от *коммуникативных потребностей* как студентов, так и преподавателей. Причем, эти потребности у коммуникантов *реагирующего* типа личности (т.е. студентов) *выше, чем у коммуникантов-ППС*, обладающих реальной *властью знания*, но меньшими способами ее удовлетворения ввиду все более усиливающегося аудита в образовательном процессе, который стал напоминать бухгалтерский учет (баллов, пропусков, промежуточных аттестаций и технических процедур).

Процесс происходит странный: свобода действий преподавателя все больше сокращается, а свобода выражения недовольства студентов контролирующими действиями преподавателей напротив – расширяется. Иногда, кажется, что еще немного, и в вузе начнет действовать торговый принцип: «покупатель всегда прав» (при том, что покупателем образовательной услуги и ее потребителем является студент и его родители).

В таких условиях резко возросло значение **социологических исследований** качества информационно-образовательного процесса в вузе, внедрение социологических методик измерения качества вуза как коммуникативного пространства и его использования для подготовки кадров.

В нашем вузе социологи много лет осуществляют социологический аудит качества преподавания учебных дисциплин, на основании разработанного автором инструментария, включающего до 30 измеряемых индикаторов. Но это отдельный разговор.

Хотя не могу не заметить, что любая социологическая информация, профессионально собранная – это эксклюзивный информационный продукт. Причем, продукт дорогой (учитывая стоимость вложенных в него затрат).

«Аспект 4.» Коммуникология вуза в модусе будущего социального времени. Видов коммуникации, применимой в вузовской среде и способной создать продуктивное коммуникативное вузовское пространство много. Это *межличностная и межкультурная коммуникация* (учитывая зарубежное студенчество и многонациональный вузовский социум), *коммуникация научная, производственная, офисная, партисипаторная, речевая и рекреационная, социальная, рекламная, перформансная, непосредственная и непубличная.* Выбор большой, искусство результата заключается в выборе и сочетании видов коммуникации в вузовской среде.

Причем, она хорошо вписывается в формирование *корпоративной культуры и корпоративных ценностей коммуникантов и вуза*(как социальной организации) в целом, создавая единую систему ценностей и цельности вузовского коммуникативного пространства. Коммуникативные стратегии, применяемые в вузовском пространстве должны учитывать и социальные риски, которые уже возникли и влияют на вузовскую среду.

Одна из функций коммуникативных практик – **минимизация социальных рисков.**

О каких социальных рисках идет речь? Они все связаны с трансформацией высшей школы в условиях ее болонской модернизации

(фактически – реформации). Россия остается мировым рекордсменом в области высшего образования как страна, занимающая *первое место* в Европе и *второе* в мире по количеству студентов на душу населения. Вместе с тем, в рейтинге стран мира по уровню образования страна занимает 49 место из 188, а в рейтинге стран мира по уровню расходов на образование 98 место из 153 [3]

Выделим несколько видов социальных рисков. Заранее заметим, что все эти риски – риски второго порядка, так называемые *агрегированные* риски (используя терминологию У. Бека). Это риски рукотворные, созданные человеческой деятельностью, и прежде всего, несовершенством руководства высшей школой, ее скоростной *европеизацией*. Они характеризуются долгосрочными негативными социальными последствиями и непросчитанными потерями.

1. Риск молодежного социального протеста при возможном сокращении доступа молодежи к высшему образованию. Государству лучше допускать перепроизводство кадров, асимметрию в запросах и потребностях рынка специальностей, чем ввести ограничение на поступление в вузы. Объясняется такая ситуация тем, что введение вузами органичения на поступление резко усилит угрозу социальной дестабилизации в регионах со стороны безработных выпускников школ. Это равносильно тому, что поднести фитиль к бочке с порохом. Естественно, государство такой ситуации допустить не может.

2. Социальный риск поколенческой смены советской генерации профессорско-преподавательского состава вузов, ускоряемый сегодня форсированной политикой омоложения преподавательских кадров, с одной стороны, и противоестественным процессом министерского слияния, объединения вузов – с другой, приближающих их к формату образовательных холдингов [4].

По сути, заканчивается эпоха активного научно-педагогического творчества советской генерации преподавателей. Кадров огромного социального, педагогического и научного опыта, основателей и генераторов

многих научных школ. На смену приходят в своей основе молодые, неопытные кадры, с отсутствием, прежде всего методического, воспитательного опыта и просто навыков вузовской деятельности. Выстраивается новый процесс коммуникативного воздействия, отличающийся техницизмом, дистанционностью, бюрократизацией отношений в коммуникативном вузовском пространстве между его *прямыми* коммутантами: преподавателями и студентами, а также *регулятивными* коммутантами (т.е. управленческими кадрами). Вместе с этими изменениями в вузовских сообществах все шире распространяется дух *менеджеризма*, снижается *уровень демократизма научной вузовской среды*, зато усиливается *бюрократизация деятельности* вузовского сообщества.

3. К названным выше добавляются еще ряд социальных рисков. Среди них *риск социального старта, риск девальвации высшего образования, риски дистанционного обучения и инновационных форм преподавания, риск всеобщего тестирования, риск дегуманитаризации высшего образования* [4, с. 54].

4. И особо нужно выделить еще один серьезный вид социального риска в вузовском сообществе взаимодействия коммуникантов: *риск стертой исторической памяти при девальвации исторического сознания студентов*. А ведь давно известна максима, не нуждающаяся в доказательствах: без исторической памяти патриотизм либо умирает, либо перерождается в свою противоположность... Патриотическое воспитание в вузах – особая характеристика воспитательной практики, призванная формировать чувства национальной гордости и верности Отечеству. Для этого в вузах немало средств идейного воздействия: как прямого, контактного, так и информационного.

Создание *конструктивной социальной коммуникативной среды* в вузовском сообществе является действенным средством минимизации социальных рисков в развитии высшей школы и модернизации системы высшего образования, которым российская высшая школа, даже в нынешних

сложных мировых и внутренних условиях может гордиться. В рейтинге *самых образованных стран мира* (подготовленном экспертами Организации экономического сотрудничества и развития) Россия до сих пор занимает первое место [3, с. 39].

Актуальность проблемы взаимодействия образовательных учреждений с «группами влияния» (так называемыми стейкхолдерами) обуславливается в значительной мере трансформацией социальных функций вуза в условиях транзитивной экономики на постсоветском пространстве. Российские вузы в ходе их т.н. модернизации все сильнее приобретают формы образовательных холдингов, наращивающих свое информационно-образовательное и коммуникативное пространство, влияние, авторитарный стиль управления коммуникантами и нуждающихся в продуманном развитии коммуникативных норм.

Литература:

1. Шарков Ф. И. Коммуникология. Энциклопедический словарь-справочник. – М.: 2009. – С.283-286.
2. Болонская декларация (Хартия европейских университетов) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://studydoc.ru/doc/4019140/velikaya-hartiya-evropejskih-universitetov>. – Загл. с экрана.
3. Садовничий В.А. Новые университеты для новой России / В.А. Садовничий // О реализации государственной политики в сфере образования Аналитический Вестник Совета Федерации. – № 21 (574). – 2015. – С. 39.
4. Силласте Г. Г. Социальные риски модернизации российского высшего образования и формирования транспрофессионального типа специалиста / Г. Г. Силласте // О реализации государственной политики в сфере образования. Аналитический Вестник Совета Федерации. – № 21 (574). – 2015. – С. 50–62.