

DOI: 10.24290/1029-3736-2019-25-4-52-76

ИСТОРИЯ КАФЕДРЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ И МЕНЕДЖМЕНТА — РЕОРГАНИЗАЦИЯ ДЛИННОЮ В ЖИЗНЬ

С.А. Барков, докт. социол. наук, проф., зав. кафедрой экономической социологии и менеджмента социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, Москва, Российская Федерация, 119234*

А.А. Осеев, докт. социол. наук, доц., проф. кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, Москва, Российская Федерация, 119234**

Подразделения, составившие базис для образования современной кафедры экономической социологии и менеджмента, претерпели множество реорганизаций. Они сопровождались сменой руководителей, изменением кадрового состава, научных и образовательных приоритетов, и во многих случаях названий. Кафедра социологии труда и трудовых коллективов, кафедра социологии организаций, кафедра экономической социологии и социологии труда, кафедра экономической социологии и маркетинга, кафедра социологии организаций и менеджмента — все эти подразделения были предшественниками кафедры экономической социологии и менеджмента, существующей в структуре социологического факультета с 2017 г.

Авторы статьи детально анализируют объективные и субъективные причины преобразований, а также те последствия, к которым они приводили. Особое внимание уделено смене слов, терминов и понятий, использовавшихся в названиях структурных подразделений и курсов, которые за ними закреплялись. Изменения в языке специфическим образом отражали трансформации, происходившие в экономике и обществе. Слова появлялись и исчезали, обретали позитивный и негативный смысл, возбуждали различные эмоции у всех тех, кто связан с образовательным процессом.

Сделан вывод о том, что множественные изменения, часто осложнявшие работу преподавателей, одновременно повышали их сплоченность, способствовали овладению множеством дисциплин, что позволяет сегодня реализовывать инновационные проекты в научной и образовательной сферах.

Ключевые слова: кафедра экономической социологии и менеджмента, менеджмент, социология, социологический факультет МГУ, маркетинг, социология труда, коллектив, реорганизация, структурное подразделение, структурное преобразование.

* Барков Сергей Александрович, e-mail: barkserg@live.ru

** Осеев Александр Александрович, e-mail: oseev.a@mail.ru

HISTORY OF THE DEPARTMENT OF ECONOMIC SOCIOLOGY AND MANAGEMENT — A LIFE-LONG REORGANIZATION

Barkov Sergey A., Doctor of Sociology, Professor, Head of Economic Sociology and Management Department, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: barkserg@live.ru

Oseev Alexander A., Doctor of Sociology, Associate Professor, Professor of Economic Sociology and Management Department, Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninskiye Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: oseev.a@mail.ru

The units that formed the basis for the creation of the nowadays Department of Economic Sociology and Management have undergone many reorganizations. They were accompanied by a change of leaders, changes in personnel, changes of scientific and educational priorities, and in many cases of names. The Department of Sociology of Labor and Labor Collectives, the Department of Sociology of Organizations, the Department of Economic Sociology and Sociology of Labor, the Department of Economic Sociology and Marketing, the Department of Sociology of Organizations and Management — all these divisions were predecessors of the Department of Economic Sociology and Management, existing in the structure of the sociological faculty since 2017 year.

The authors of the article analyze in detail the objective and subjective reasons for the transformations, as well as the consequences to which they led. Particular attention is paid to the change of words, terms and concepts used in the names of the structural units and courses that were assigned to them. Changes in language in a specific way reflected the transformations that took place in the economy and society. Words appeared and disappeared, acquired a positive and negative meaning, excited various emotions in all those involved in the educational process.

The authors concluded that multiple changes, often complicating the work of professors, simultaneously increased their cohesion and contributed to the mastery in many disciplines. These features allow them today to implement innovative projects in the scientific and educational spheres.

Key words: Department of Economic Sociology and Management, management, sociology, sociological department of the Moscow State University, marketing, sociology of labor, team, reorganization, structural unit, structural transformation.

Кафедра экономической социологии и менеджмента имеет богатую и во многом необычную историю. Ее, по большому счету, можно свести к череде реорганизаций, сопровождавшихся сменой названий структурных подразделений, изменениями их кадрового состава и научных приоритетов. Примечательным, а, может быть, и парадоксальным является тот факт, что структурное подразделение, ответственное за экономико-управленческую проблематику само стало, можно сказать, “полигоном” для структурных преобразований. Реорганизации в той или иной форме отразили важнейшие изменения в экономике и управлении, имевшие место с начала 1990-х гг. Многие из этих реорганизаций были вызваны субъективными факторами, в частности, конфликтами в руководстве социологического факультета. Но для проведения струк-

турных изменений всегда требовалась некая “реальная” или “объективная” причина. Декларирование такой причины и способствовало тому, что реорганизации отражали определенные вехи в развитии хозяйственных процессов и общества в целом.

С постмодернистской точки зрения, социальные изменения — это, прежде всего, изменения слов. И то, что происходило с названиями структурных подразделений, создавших фундамент современной кафедры экономической социологии и менеджмента, весьма показательны. Также показательны и то, как менялись в истории кафедры названия основных курсов и какие понятия появлялись для обозначения определенных явлений и процессов в экономике и управлении.

Можно задаться закономерным вопросом о том, а нужны ли были вообще эти многочисленные реорганизации. Ответы на него могут быть разными. С одной стороны, радикальные социально-экономические реформы в стране не могли не сказаться на научных и образовательных интересах, а их изменение могло вполне закономерно приводить к структурным трансформациям. С другой стороны, в Московском университете существует опыт трансформации проблематики подразделений без видимых формальных изменений. Лучшим примером тому может служить кафедра управления производством, ответственная за проблематику менеджмента на экономическом факультете. Она сохранила свою структуру и свое название, несмотря на все отмеченные выше перемены в реальной жизни.

Так или иначе, современная кафедра экономической социологии и менеджмента стала продуктом множества реорганизаций, последняя из которых имела место в 2017 г. и представляла собой объединение кафедры социологии организаций и менеджмента с кафедрой экономической социологии и маркетинга. До этого времени данные структурные подразделения существовали раздельно, и, чтобы представить всю сложность и противоречивость организационно-управленческих процессов, приведших к появлению объединенной кафедры, рассмотрим исторические этапы становления двух кафедр по отдельности.

Кафедра экономической социологии и маркетинга

История развития кафедры берет свое официальное начало с 1989 г. — с самого образования социологического факультета. В момент своего создания данное структурное подразделение носило название “Кафедра социологии труда и трудовых коллективов”. Под руководством первого заведующего кафедрой профессора Н.И. Дряхлова, одного из основателей социологического факультета, кафедра объединила ведущих представителей научного сообщества с философского и экономического факультетов Московского университета, занимавшихся проблематикой социально-трудовых отношений, что позволило ей внести значительный вклад в институционализацию данной области

знаний в России. Сразу следует сказать, что к появлению социологического факультета в МГУ были причастны многие люди. Но среди них заслуженно выделяется декан-организатор В.И. Добреньков — человек талантливый и наделанный сильными организаторскими способностями, но при этом авторитарный по складу характера и не терпящий никаких возражений против своих мнений и начинаний. Эти качества самым непосредственным образом отражались на структурной политике факультета в годы его руководства.

Предыстория появления кафедры социологии труда и трудовых коллективов берет свое начало с появления в 1970-е гг. на философском факультете МГУ межкафедральной лаборатории социологических исследований, возглавляемой А.И. Демидовой, а затем кафедры конкретных социологических исследований, возглавляемой Б.В. Князевым. Сотрудники лаборатории и кафедры проводили социологические исследования на заводах и фабриках Москвы и Московской области, в городах и районных центрах СССР.

Название “Кафедра социологии труда и трудовых коллективов” появилось неслучайно, оно в полной мере отражало реалии общественного развития того времени. Труд был обязанностью всех советских людей, которых никоим образом не возможно было разделить на работников и работодателей. Трудились все — от дворника до генерального секретаря партии. Если человек не трудился, его привлекали к уголовной ответственности за тунеядство. Последнее понятие практически не имеет аналогов в других языках: его прямой перевод — parasitism — только отчасти характеризует то явление, с которым боролись в Советском Союзе. Тем самым труд составлял системообразующий процесс не только в хозяйственной сфере, но и во всей жизни людей. В процессе труда работники предприятий образовывали устойчивые коллективы. Сегодня вроде бы можно было бы употреблять данный термин и по отношению к персоналу компаний. Но сделать это можно только с очень большой натяжкой. Сущность рабочего пространства и ценности, регламентирующие поведение работников, самым существенным образом изменились. Можно ли называть коллективом персонал организации, в котором постоянно идут сокращения и новые наборы кадров? И можно ли называть коллективом работников, которые не только и не столько кооперируются, сколько конкурируют друг с другом? Именно поэтому слово “коллектив” сегодня ушло в прошлое и прочно ассоциируется с советским временем.

Что касается научно-прикладной деятельности тогдашней кафедры, то наиболее распространенной формой были исследования по хоздоговору. Работа по хоздоговору не терпела поверхностных выводов и недобросовестности. Предприятия просто не заключали новых договоров с творческими коллективами, не способными решать практические задачи. В то время практически все известные социологи занимались

хоздоговорными работами — В.И. Бестужев-Лада, И.М. Слепенков, Г.М. Андреева, Ж.Т. Тощенко, А.И. Кравченко, В.Н. Шаленко, А.И. Шкаратан, В.А. Ядов и многие другие.

Тематика проведения работ была самая обширная. Но стоит обратить внимание на две темы, которые в наибольшей мере отражали особенности и проблемы экономических отношений времен “позднего” или “развитого” социализма. Первая тема — мотивация труда¹ — была в особенности актуальна в условиях уравнительной оплаты труда. Невозможность решить данную проблему во многом обозначила неперспективность всей плановой экономики, идеалом для которой был хозяйственный рост при сохранении имущественного равенства населения. Вторая тема — текучесть кадров — была непосредственно связана с отсутствием безработицы. На решение этой проблемы, выливавшейся в немалые расходы на замещение вакантных мест, тратились огромные деньги, но опять-таки институциональный контекст социалистического общества делал ее в большинстве случаев непреодолимой.

Заказчики обращались к исследователям с самыми разными запросами. Некоторые из них выглядели комично и странно, хотя отражали всю сложность проблем, встававших перед руководителями в 1980–1990-е гг. Вспоминается один показательный случай: директор промышленного предприятия четко и настойчиво ставил задачу: “У меня в гальваническом цехе жуткие условия труда. Женщины болеют и умирают. Вы, социологи, должны срочно снизить текучесть кадров!”

Изучение реальных социальных проблем и практика проведения многочисленных прикладных исследований позволили сотрудникам кафедры приобрести громадный опыт исследовательской работы. Необходимость разработки по результатам проведенных социологических исследований конкретных рекомендаций требовала научного обоснования принимаемых решений, а оно, в свою очередь, — переосмысления и уточнения теории, методологической базы проводимых исследований. Именно поэтому почти все, кто занимались такого рода деятельностью, придерживались “диссидентских” или “ревизионистских” взглядов. Официально заявлялось, что методологической основой всей социологии в стране является исторический материализм. Особенно ретивые защитники чистоты идей прибавляли к нему наиболее идеологизированную и далекую от науки концепцию, именуемую “научным коммунизмом”. Но эта методология ничего не давала для решения конкретных проблем предприятий. Марксизм-ленинизм оказался настолько же бесполезен для изобретения действенных социальных технологий, насколько была бесполезна Библия для изобретения паровой машины. Сотрудники кафедры подспудно создавали свою методологию, и в 1990-е гг. оказалось, что их наработки во многом вписываются в то,

¹ См., например: *Осеев А.А. Соотношение мотива и стимула в трудовом процессе // Мотивация труда работников в условиях современного производства. М., 1989.*

чем занимались консультанты развитых капиталистических стран для решения аналогичных производственных проблем.

Начавшиеся рыночные реформы не могли не отразиться на языке, и перед изменением названия кафедры произошло весьма значимое изменение названия ее базового курса. Курс стал называться “Социология труда и предпринимательства”. В сочетании этих слов стало просматриваться очевидное разделение членов общества на тех, кто работает, и тех, кто владеет производством. Как уже говорилось, такого по определению не могло быть в Советском Союзе.

Интересным является и выбор термина “предпринимательство”, который в то время стал широко использоваться для описания экономической активности в условиях рыночной экономики, любой деятельности, имеющей целью получение прибыли. Но в этом широком смысле термин, что называется, не прижился. Очень скоро под предпринимательством стали подразумевать исключительно малое предпринимательство. И здесь безошибочно сработало языковое “чутье” нашего народа. Выяснилось, что существуют весьма разные способы получения прибыли. И главные из них для России очень трудно охарактеризовать как предпринимательство. Занимается ли предпринимательством “Газпром”, или РЖД, или “Роснефть”, или даже “Сбербанк”? Деятельность наиболее значимых для национальной экономики корпораций вряд ли возможно назвать предпринимательством. Поэтому данный термин постепенно стал исчезать как из учебных планов, так и названий структурных подразделений вузов. К этому прибавилось еще и то обстоятельство, что в России видные специалисты по экономике решили, что учить предпринимательству нельзя, ведь оно непосредственно связано с интуицией и удачей. С этим по большей части согласилось научное и образовательное сообщество. И сегодня такое отношение к предпринимательству в образовательных структурах служит одной из отличительных особенностей нашей страны. В Восточной Европе, где структура экономики другая и большая часть национального богатства создается компаниями, созданными после 1990-х гг., термин “предпринимательство” употребляется значительно чаще, а в Болгарии, Чехии и ряде других стран существуют множество программ обучения предпринимательству, причем, как в вузах, так и в школах.

Профессорско-преподавательским составом кафедры были разработаны и внедрены в учебный процесс основной курс по социологии труда, спецкурсы и спецсеминары, многие из которых востребованы до сих пор. Был выпущен в свет ставший впоследствии классическим в нашей стране учебник по социологии труда².

Первый этап развития кафедры закончился с уходом с факультета Н.И. Дряхлова, обусловленным серьезным конфликтом с деканом. Пер-

² Социология труда: Уч. / Под ред. Н.И. Дряхлова, А.И. Кравченко, В.В. Щербины. М., 1993.

вую реорганизацию проводил ее новый заведующий А.С. Панкратов. Но уже незадолго до нее стало очевидно, что старое название не удовлетворяет запросам нового времени. В социологии сформировались устойчивые научные направления, связанные со сферами жизни людей — социология политики, социология культуры, социология науки и др. Востребованным стало появление в этом ряду “социологии экономики” или экономической социологии. Но ряд членов кафедры социологии труда и трудовых коллективов не хотели переименования. В свое время они очень активно дискутировали по поводу предмета социологии труда и настаивали на том, что они занимаются именно этим и ни в коем случае не экономической социологией. При всей настойчивости и широких властных полномочиях декан никак не мог их переубедить. Тогда было решено параллельно открыть кафедру экономической социологии, которую возглавил М.А. Севрук. Но просуществовала она очень недолго. Виной тому опять же обострившиеся до предела отношения между ним и деканом. Соответственно реорганизация, осуществленная А.С. Панкратовым, заключалась в объединении существующих в структуре социологического факультета кафедр экономической социологии и кафедры социологии труда и трудовых коллективов с образованием единой кафедры экономической социологии и социологии труда. Это произошло в 1999 г.

В результате этой реорганизации экономическая социология получила “постоянную прописку” на факультете. Сегодня в силу более широкого подхода она интегрирует в себе основные направления исследований, которые ранее относились к социологии труда. В целом появление экономической социологии было вызвано необходимостью преодолеть ограниченность экономического и социологического подходов к анализу хозяйственной сферы общества. Если говорить об экономической теории, то эконом-социолог нужен для того, чтобы расширить горизонты экономического мышления, преодолеть узость подхода, когда экономисты, создавая теоретические модели, жертвуют сложностью и многообразием неэкономического мира. Для социологии данное научное направление продуктивно тем, что позволяет показать, что не только методология социологических исследований может быть применима к анализу экономики, но и наоборот — экономические подходы могут быть эффективно использованы в социологии.

Именно этот концептуальный подход, когда экономическая социология рассматривается как самостоятельная научная отрасль социологического знания, предметом исследования которой являются законы становления, функционирования и развития системы отношений между людьми, социальными общностями, социальными институтами во взаимосвязи с системой экономических отношений (отношений по поводу производства, распределения, обмена и потребления), разделяется и пропагандируется коллективом кафедры. И с таким определением согласятся многие ученые как в нашей стране, так и за рубежом.

Однако в реальности все не так просто. Термин “экономическая социология” скрывает за собой ряд совершенно непохожих друг на друга концепций. Экономическая социология была и остается междисциплинарной наукой. А если это так, то ее содержание у одних авторов неизбежно приближается к экономике, а у других — к социологии и философии хозяйства. В нашей стране различные по своим теоретическим постулатам “экономические социологии” были разработаны в Высшей школе экономики и МГУ. Главный теоретик экономической социологии в Высшей школе экономики, В.В. Радаев, создал концепцию, основанную на “социологизации” экономики. В такой концепции с неизбежностью присутствует изощренный математический аппарат, так любимый современными экономистами. В Московском университете глубокой разработкой теории экономической социологии занимался В.И. Верховин, создавший синтетическую теорию экономического поведения, основанную на многочисленных трудах зарубежных и отечественных авторов, осмысливших развитие хозяйственных процессов либо вообще без применения математики, либо с минимальным ее использованием. Так в России появились две существенно различающиеся по методологии и исследовательским приоритетам экономические социологии, одну из которых условно можно назвать “математической”, а вторую — “беллетристической”. Следует отметить, что такая ситуация в целом характерна не только для нашей страны: в широкое проблемное поле экономической социологии в современном мире попадают самые разные по своему научному жанру и концептуальным предпочтениям исследования и написанные на их основе книги.

Учебник экономической социологии В.И. Верховина и В.И. Зубкова³, многократно дорабатывавшийся и переиздававшийся⁴, стал исключительно популярным. По нему и сегодня обучаются студенты не только в МГУ, но и во многих вузах России.

В целом, А.С. Панкратову удалось создать уникальный коллектив, один из наиболее представительных на социологическом факультете — на кафедре работало шесть штатных профессоров, докторов наук. При этом важно отметить тот факт, что это было сделано не за счет привлечения внешних специалистов, а за счет роста интеллектуального потенциала сотрудников кафедры. В этот период пять сотрудников кафедры защитили докторские диссертации по специальности 22.00.03 — экономическая социология и демография. Этот период развития данного структурного подразделения закончился с неожиданной смертью А.С. Панкратова.

Следующая реорганизация проводилась в 2005 г. под руководством Н.Р. Исправниковой, которая возглавляла кафедру в период с 2004 по 2016 г. Новым названием стало название “Кафедра экономической социологии и маркетинга”. Как видно из него, важнейшей причиной реорганизации стало появление нового направления образовательной

³ Верховин В.И., Зубков В.И. Экономическая социология. М., 2005.

⁴ Последнее издание: Верховин В.И. Экономическая социология. М., 2018.

и научной деятельности — маркетинга. На факультете открылось отделение маркетинга, и стал осуществляться набор на эту специальность. Само соседство маркетинга и социологии кажется вполне оправданным, так как именно в маркетинговой сфере находят практическое применение все классические методы социологических исследований. Социологи всегда были востребованы в маркетинговой деятельности, без них она попросту невозможна. Поэтому и набор курсов, и преподавательский состав для данной специальности в определенной мере уже наличествовали на факультете.

Однако можно сказать, что слову “маркетинг” не повезло ни в русском языке, ни в системе отечественного образования. Появившись вместе со своим собратом, менеджментом, он не смог возбудить к себе устойчивых положительных эмоций. Имиджи у маркетинга и менеджмента оказались различными. Не существует однозначной причины того, почему маркетинг стал вызывать скептическое отношение к себе в обществе, и, что нас, прежде всего, интересует, у родителей абитуриентов. По этому поводу можно только высказать несколько предположений. Во-первых, маркетинг однозначно связывался со всем тем западным, что привнесли в нашу страну разрушительные реформы 1990-х гг. Во-вторых, для тех, кто хотя бы немного разбирался в предмете, маркетинг прочно ассоциировался с надоевшей всем и вызывающей отторжение рекламой. В-третьих, ратовавшие за образовательные программы по маркетингу не могли, как это было в случае с менеджментом, привести самый весомый аргумент в свою пользу, они не могли сказать: “Мы воспитываем будущих руководителей!” Так или иначе, но во всех вузах, где одновременно существовали программы по менеджменту и маркетингу, первые всегда пользовались большей популярностью в сравнении со вторыми. Исключением не стал и социологический факультет. Но в период низких цен на платное образование наборы на отделение маркетинга были достаточно большими, и данное направление образования стало активно развиваться.

В этот период кафедрой был проделан большой объем работы. Предложенный учебный план специальности “Маркетинг” был составлен с учетом требований рынка, на котором в последние годы возросла потребность в специалистах-маркетологах с опытом организации и проведения маркетинговых исследований на предприятиях различных отраслей экономики. К 2009 г. сотрудники кафедры обеспечивали преподавание 41 курса по основным дисциплинам, а также 12 спецкурсов и спецсеминаров. Для реализации образовательной программы по маркетингу привлекались высококвалифицированные маркетологи-практики, известные в научной среде теоретики маркетинга, члены гильдии маркетологов России и признанные консультанты в маркетинговой сфере.

Профессорско-преподавательский состав кафедры состоял из 26 кандидатов и докторов наук, из них 15 являлись штатными сотрудни-

ками Московского университета. Они обеспечивали обучение специализирующихся по кафедре двух сотен и более студентов. Целевая ориентация кафедры в области разработки программ учебных дисциплин, спецкурсов и спецсеминаров заключалась в том, что они должны были быть составлены с учетом возможности применения полученных теоретических знаний на практике, что способствовало лучшей ориентации и быстрой адаптации наших выпускников в различных видах деятельности после окончания обучения.

Но вскоре обозначились тенденции, существенно снизившие возможности развития научного и образовательного потенциала кафедры. Самым большим ударом стало резкое подорожание платного образования в МГУ. Количество студентов-маркетологов сократилось в разы. Это обусловило отказ от привлечения внештатных работников. Коллектив кафедры стал сокращаться. Несколько лет удавалось с трудом набрать одну группу студентов по данной специальности. В определенный момент времени (в 2011 г.) было принято решение о закрытии отделения.

Тогда многим казалось, что социология станет надолго единственной специальностью на факультете. Однако изменения в экономике и образовании шли очень быстро. Цены на образовательные услуги постоянно росли, но неравными темпами в разных учебных заведениях. Буквально через несколько лет цены в других вузах вплотную приблизились, а иногда даже превысили цены Московского университета. Появилась возможность возобновить прием на платные отделения. Но в этот раз руководством было принято решение не распылять силы, а синтезировать в одной программе проблематику маркетинга и менеджмента. Так появилась образовательная программа по специальности “Менеджмент” с профилем “Маркетинг”. С преподавательской точки зрения, такой синтез составлял конкурентное преимущество перед программами по менеджменту, осуществлявшимися без профиля. Но уже рассмотренный выше отрицательный имидж маркетинга и здесь сыграл свою роль. Очень часто члены приемной комиссии были поставлены в затруднительное положение, когда родители абитуриентов с неудовольствием спрашивали: “А зачем тут у вас этот маркетинг?” И с большим трудом им удавалось объяснить, что маркетинг не “портит” менеджмент, а скорее добавляет выпускнику дополнительные возможности в трудоустройстве и карьере.

Образовательная программа по менеджменту с профилем “Маркетинг” осуществлялась совместно двумя дружественными кафедрами — кафедрой экономической социологии и маркетинга и кафедрой социологии организаций и менеджмента. Сотрудничество в рамках этой программы было достаточно тесным, преподаватели двух кафедр хорошо узнали друг друга, и когда продолжающиеся сокращения привели к идее создания объединенной кафедры, ее фундамент уже был заложен и оказался достаточно прочным.

Кафедра социологии организаций и менеджмента

Теперь стоит обратиться к истории кафедры социологии организаций и менеджмента. В ней не было такого множества переименований, как в случае с первым рассмотренным нами структурным подразделением, но были очень разные периоды развития и опять же постоянные реорганизации, вызванные как объективными, так и субъективными факторами.

Кафедра социологии организаций и менеджмента просуществовала в Московском университете как самостоятельное подразделение до объединения с кафедрой экономической социологии и маркетинга четверть века. Целью ее работы было исследование управленческой проблематики в рамках социологии, и, соответственно, преподавание управленческих курсов в рамках социологических образовательных программ и программ по менеджменту.

В момент своего создания, в 1991 г., это структурное подразделение было весьма необычным. Кафедра создавалась как российско-американская с четкой ориентацией на активное задействование иностранных специалистов в области исследования бизнеса и менеджмента. Со стороны университета инициатором ее создания выступил декан социологического факультета и одновременно проректор по гуманитарным факультетам В.И. Добреньков. Американскую сторону представлял С. Райнсмит, широко известный в мире консультант по управлению, занимавший во времена перестройки специальную должность в посольстве Соединенных Штатов по налаживанию гуманитарных связей между двумя странами.

Тем самым, первый период в истории кафедры можно условно назвать “периодом Райнсмита”. Название кафедры было простым — “Кафедра социологии организаций”, но также требующим своего объяснения. В советской социологической и экономической науке чаще всего использовалось слово “предприятие”. Слово “организация” было удачным заимствованием из английских источников по менеджменту. Термин “предприятие” хорошо обозначает прежде всего индустриальную организацию. Но закономерности и принципы менеджмента едины, они не сильно связаны с какой бы то ни было отраслью. А вот назвать банк предприятием, конечно, можно, но в таком сочетании слов слышится некий диссонанс. То же самое можно сказать и о торговой сети, и об отеле, и тем более о муниципалитете. Слово “организация” в этом смысле оказалось универсальным и очень удобным по части использования в управленческих текстах. Но почему в названии не использовалось слово “менеджмент”? Дело в том, участвующие с американской стороны специалисты занимались консультированием как некой “высшей” управленческой деятельностью. Они привыкли к тому, что менеджмент их аудитория уже знает. Слово “менеджмент” тогда в России было очень новым и непривычным, а термин “организация” мало того,

что не резал слух, но еще и позволял завуалировать проблемное поле кафедры, включив с него самые разные направления как исследовательской, так и образовательной деятельности. Поэтому вместо понятных и более конкретных названий — “Кафедра социологии предприятия” или “Кафедра социологии менеджмента” — было выбрано нейтральное название — “Кафедра социологии организаций”.

Это было время эйфории относительно российско-американских и в целом российско-западных отношений. В области работы кафедры такая эйфория была вполне оправдана: важно было изучить зарубежный опыт управления в условиях рыночной экономики. Только в этом случае можно было рассчитывать на успех реформ, в который тогда реально верили.

Осенью 1991 г. начал читаться основной курс кафедры “Социология организаций” для студентов IV курса социологического факультета. Основную часть курса читал видный специалист по теории организаций и консультант еще советского периода, работавший по многочисленным, упомянутым выше хоздоговорам, А.И. Пригожин. При этом каждый месяц из США прилетал профессор для чтения одной лекции, проведения семинаров и консультирования студентов. Среди них были реальные “звезды” американской науки, в частности Р. Несбит, прославившийся своей книгой “Мегатренды”.

Такой опыт непосредственного сотрудничества преподавателей и ученых двух стран был исключительно интересен. К сожалению, этот эксперимент остался единичным. И причины, которые к этому привели, весьма показательны. Проведение в месяц трех лекций и соответствующих им семинаров русскими преподавателями, а одной лекции и семинара — американцами, требовало серьезной организационной работы по обмену информацией и установлению единых “правил игры”. Однако организационные трудности при всей их важности не были главными в прекращении приезда иностранцев на кафедру социологии организаций. Наибольшие трудности, как это часто бывает, крылись в финансах. Как выяснилось, все преподаватели приезжали из личного уважения к С. Райнсмиту и по настоятельным его просьбам. У университета не было денег, чтобы достойно оплачивать труд иностранных специалистов. Поэтому все попытки кафедры активизировать международные контакты сталкивались в то время с главной проблемой — все нужно делать на энтузиазме.

Нехватка денег привела к тому, что впоследствии визиты иностранных гостей продолжились, но носили скорее эпизодический характер. Кафедру посетили специалисты из Великобритании и Швеции, осуществлявшие собственные проекты в России и параллельно организовавшие ряд дискуссий и круглых столов по близкой им проблематике.

Если говорить о взаимодействии с Западом применительно к развитию теории организации и менеджмента, то следует в целом

признать его результаты положительными. Сотрудники кафедры сумели многое взять из развитой теории организации и управления. Российские ученые, преподаватели и действующие управленцы за очень короткий период, который собственно и следует назвать пресловутым “переходным периодом”, освоили практически все наработки западных ученых. Сегодня столичные менеджеры (имеется в виду Москва, Санкт-Петербург и другие города-миллионники) ничуть не уступают своим зарубежным коллегам по части знаний современных управленческих концепций, прохождения соответствующих тренингов и овладения соответствующими навыками, а за ними и “сленгом”. Таким образом, союз с Западом, по крайней мере в области развития менеджмента, явно имел свои положительные результаты.

Конечно, были неизбежные прецеденты “утечки мозгов”, когда Запад получал реальную выгоду от сотрудничества с нами. Наглядным примером является ситуация, когда в 1993–1994 гг. состоялись первые два выпуска студентов, специализировавшихся на кафедре. Некоторые из них нашли себе работу в компании “Кока-Кола”, которая тогда с особым рвением стала проникать на российский рынок. В 1990-е гг. “Кока-кола” активно отбирала выпускников университета для своих открывающихся в стране офисов. И кафедра впервые увидела своих выпускников (точнее, выпускниц) на кубке Кремля по теннису, когда они подносили красные стаканы с колой Б.Н. Ельцину и Ш.А. Тарпищеву. Уже через несколько лет, сделав соответствующую карьеру и поработав в нескольких странах, некоторые из них переехали в США. Они сделали это не столько по своему желанию, сколько по корпоративной необходимости: должности следующего порядка находились уже в центральной штаб-квартире компании.

Стивен Райнсмит постепенно стал отходить от дел и его место занял С.Р. Филонович, сегодня один из наиболее известных преподавателей менеджмента в стране, декан Высшей школы менеджмента ГУ ВШЭ. В то время он активно осваивал управленческие знания, будучи физиком по базовому образованию. Следует сказать, что с момента образования кафедры С.Р. Филонович брал большую часть организационной работы на себя. Поэтому “период Филоновича” не ограничивается только тем временем, когда он формально занимал должность руководителя подразделения. В это время с кафедры социологии труда и трудовых коллективов сюда приходит работать классик отечественной социологии организаций В.В. Щербина, с ней активно сотрудничает один из родоначальников советской “игротехники” В.С. Дудченко. Таким образом, осуществилась связь современных, ориентированных на рыночную экономику подходов (имеющих западное происхождение), с наработками специалистов советского времени.

На термине “игротехника” следует остановиться отдельно. В Советском Союзе это был эвфемизм для консультационных проектов.

Дело в том, что, исходя из постулатов господствовавшей идеологии, у советских, “лучших” на планете предприятий, да еще и действовавших в “лучшей” плановой экономике, вообще не должно быть никаких проблем. Понятно, что в реальности они были и немалые. Чтобы не нарушать идеологические догматы, ученые придумали интересный ход: они признавали, что проблем нет, и только предлагали “поиграть”, как будто проблемы есть. В стране появились целые школы игротехников, наиболее известными из которых были школы уже упомянутого В.С. Дудченко и Г.П. Щедровицкого. Создаются сотни типов игр: учебно-деловые, организационно-деятельностные, инновационные, ансамблевые. Когда зарубежные специалисты по экономике стали активно посещать нашу страну в конце 1980-х гг., от всей этой “кипучей работы” у них округлялись глаза. Они нигде в мире не видели ничего подобного. А, как говорится, “ларчик просто открывался”: за всеми этими играми стояли реальные проекты по улучшению работы организаций. Понятно, что впоследствии многие игротехники с успехом переквалифицировались в консультантов по управлению.

В годы руководства С.Р. Филоновича кафедра окончательно теряет определение “российско-американская”, а ее популярность среди студентов постоянно растет. Это было время повального увлечения бизнесом. Оно затронуло практически всех молодых людей. Они увлекались именно бизнесом, частным бизнесом со всеми присущими ему рисками, а не государственным управлением, что стало характерно для 2000-х гг. У студентов возникла вера в то, что уж в Московском университете их научат, как заниматься предпринимательством с наибольшим успехом. В то время они реально надеялись на то, что с помощью знаний в области экономики и управления они смогут заработать капиталы, войти в историю и просто быть счастливы. Практически никто из выпускников университета не мечтал работать в Газпроме, муниципалитете или БТИ.

В 1990-е гг. по большей части наивная вера в чудодейственность знаний в области менеджмента, в то, что эти знания будут реально востребованы на Родине, привела к тому, что из выпускников кафедры только небольшое число мигрировало за границу, а очень многие добились в стране реального успеха. Выпускники кафедры верили, и у них получалось. Как уже говорилось ранее, это разительно отличало социологов от студентов естественных факультетов и, например, филологов, среди которых отъезд за границу становился одним из самых популярных сценариев будущей жизни. И сегодня выпускников кафедры можно найти на высоких постах во множестве преуспевающих российских корпораций.

“Период Филоновича” был очень недолгим. Буквально через год после его вступления в должность заведующего, отношения с деканом ухудшились. Будучи высококлассным специалистом с широкими связями в образовательном сообществе, он просто не захотел работать в

складывающейся на факультете обстановке. И хотя острого конфликта не было, обида на происходящее нашла свое отражение на страницах одного из ведущих социологических журналов⁵.

В 1996 г. кафедру возглавил Г.Н. Бутырин. С его приходом начинался новый этап в развитии кафедры. Она, что называется, начинает расти “вглубь” и “вширь”. Такое развитие было связано в первую очередь с открытием на социологическом факультете образовательной программы по подготовке менеджеров. Вначале в связи с направленностью факультета велась подготовка по специальности “Менеджмент в социальной сфере”, затем в силу изменений общеобразовательных стандартов и списков специальностей данная программа была преобразована в “Менеджмент организации” и просуществовала более десяти лет. Кафедра стала головной структурой в рамках подготовки менеджеров. Через несколько лет в названии кафедры появился менеджмент, она стала именоваться “Кафедрой социологии организаций и менеджмента”.

Мода на менеджмент, относительно невысокая (по сравнению с современной) оплата университетского образования и весьма либеральное отношение к неуспевающим студентам сделали отделение менеджмента очень популярным. Ежегодный набор на это отделение неуклонно возрастал до 2006 г. и едва не дотягивал до 200 человек в год, большая часть из которых специализировалась на кафедре.

За считанные годы преподавателями были подготовлены десятки новых курсов, каждый начал руководить написанием десятков курсовых и дипломных работ. На кафедрах специализировалось больше студентов, чем на некоторых факультетах университета. При этом количество ее сотрудников хотя и увеличивалось за счет совместителей, все-таки никогда не достигало “факультетских” размеров. В особенности это касалось вспомогательного персонала. Фактически, три лаборантки кафедры обслуживали более чем 500 студентов.

Разные люди были объединены общим делом, колоссальный объем работы никогда не давал разрастаться разногласиям и взаимным претензиям. Это положительно сказывалось и на научной жизни. Кафедра социологии организаций и менеджмента никогда не увязала в схоластических спорах, которые так часто преследуют определенные направления общественных наук в стране. В частности, на кафедре никогда не обсуждался предмет и метод социологии организаций. Всем было понятно, что если наука существует и востребована не только учеными, но и бизнес-сообществом, она имеет право на существование, и только ее поступательное развитие само по себе расставит все точки над “i” в вопросах размежевания границ предметного поля и специфики методов с другими направлениями социологического и экономического знания.

⁵ См.: *Филонович С.Р., Щербина В.В.* Курс “Введение в социологию организаций” на социологическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова // Социологические исследования. 1997. № 11.

Под руководством Г.Н. Бутырина кафедра активно включилась в проведение прикладных социологических исследований. Значительная их часть была осуществлена по заказу Правительства Москвы. Были составлены социальные паспорта районов, проанализированы самые разные проблемы города, начиная от игорного бизнеса и заканчивая деятельностью самих органов власти (всего было произведено более 30 опросов). Многочисленные исследования проводились по заказам отдельных организаций. В этом ряду выделяются исследования общеизвестности товарных знаков: многие яркие бренды обозначили свою “полную легитимность” в России и мире именно благодаря труду сотрудников кафедры.

Если же обратиться к основной деятельности кафедры на рубеже столетий и в начале 2000-х гг., то следует признать, что это была система “массового производства” менеджеров и социологов управления со всеми присущими ей как положительными, так и отрицательными сторонами.

Отметим позитивные стороны. Бум платного образования в области экономики и юриспруденции был обусловлен недостатком финансирования вузов. Именно эта проблема, в конечном итоге, стала важнейшей причиной кризиса образования в стране. Университеты, чтобы выжить, должны были набирать в огромных количествах платных студентов и, желательно, не отчислять их, чтобы финансирование было непрерывным. Социологический факультет был одним из первых в этом процессе, и в некоторый период процент “платников” доходил почти до 90. С экономической точки зрения, это было очень хорошо. Такая ситуация позволяла факультету развиваться и спокойно решать многочисленные хозяйственные вопросы.

Интересно, что вал студентов необязательно приводил к общему падению уровня образования. Среди 150 студентов-менеджеров одного курса почти всегда находилось около 40 исключительно талантливых и заинтересованных в учебе и научных изысканиях ребят. Все-таки они поступали в МГУ, имели соответствующую образовательную базу и мотивацию. Несмотря на это, все отчетливее проявляла себя тенденция, заключающаяся в том, что в университет стали поступать люди, которые еще десятилетием раньше с трудом заканчивали бы профессиональные училища. И их количество возрастало с ухудшением демографического положения, определившего общее сокращение количества студентов. Если рассчитывать финансовые потоки исходя из прошлых лет, нужно было бы брать всех без разбору. А это уже не могло не сказаться на качестве образования. В результате из университета зачастую выходили люди, никак не соответствующие традиционному званию его выпускника ни по знаниям, ни по жизненным приоритетам.

С ростом экономики в начале 2000-х гг. у государства появились определенные средства для поддержки системы образования. Старый

лозунг “Выживайте сами за счет платных студентов!” стал отходить в прошлое. И был найден очень удачный бюрократический прием, позволивший свернуть платные программы. Стоимость обучения на таких программах увязали с суммой средств, которую запрашивал университет на одного бюджетного студента. Понятно, что в Московском университете это была очень большая сумма, обусловленная наличием сложных технических средств на естественнонаучных факультетах. Рост стоимости обучения со 140 000 рублей в год до 260 000 имел самые радикальные последствия. Количество платных студентов сократилось на порядок. На отделение менеджмента еле-еле набирали одну группу количеством до 15 человек. Через несколько лет безуспешных попыток реанимировать отделение было принято решение прекратить набор на эту специальность. За сокращением количества студентов последовало и сокращение преподавательского состава. Сначала отказались от услуг всех совместителей, затем под угрозу были поставлены уже и штатные должности ввиду отсутствия академической нагрузки.

В целом годы заведования Г.Н. Бутырина распадаются на два этапа. В первый этап происходило поступательное развитие кафедры, развивались различные направления ее деятельности, и на ней работало очень много людей — как штатных, так и совместителей. Второй этап можно назвать выживанием, в это время в разы сократился численный состав, и постоянно возникали вопросы о расформировании кафедры. Можно сказать, что изменение по историческим меркам произошло в одночасье. В октябре 2006 г. состоялись очередные выборы декана факультета. На них Г.Н. Бутырин заявил себя как альтернативный кандидат. Понятно, что в ходе очень краткой избирательной кампании он активно критиковал В.И. Добренькова. Но эту критику ни по тем, ни по теперешним временам нельзя было назвать “грязной” или “огульной” — все же совсем недавно оба кандидата были друзьями. В.И. Добреньков сохранил свои руководящие позиции, и уже через месяц после выборов началась мощнейшая атака на кафедру и ее заведующего. Был включен бюрократический “пресс” с требованием предоставлять все возможные формы отчетности. Пытались найти какие-то существенные недоработки по части документов, обеспечивающих учебный процесс. По любому поводу для нормальной работы кафедры создавались искусственные препятствия.

Апогеем противостояния стал 2008 г., когда пришло время выборов заведующего кафедрой социологии организаций и менеджмента. Декан выдвинул альтернативного кандидата и оказывал сильнейший нажим на преподавателей с тем, чтобы они поддержали именно его. Но члены кафедры не подчинились, и тогда в ход был пущен весь возможный в таких случаях административный ресурс вплоть до фальсификации протокола голосования кафедры. Только вмешательство ректора В.А. Садовниченко позволило Г.Н. Бутырину сохранить свою должность.

Как говорится, “беда не приходит одна”. Именно на годы противостояния пришлось уже не раз упомянутое сокращение числа платных студентов. В 2010 г. отделение менеджмента было закрыто, а само слово “менеджмент” на целых четыре года попало под негласный запрет на факультете. В эти же годы происходит переход на двухуровневую систему подготовки специалистов с высшим образованием. В предложенном руководством факультета учебном плане бакалавриата практически не было курсов кафедры.

Когда один из авторов этой статьи возглавил кафедру, она была совсем непохожа на ту, которая работала до 2006 г. Преподавателей стало в разы меньше, а “доброхоты” из деканата с наигранной грустью любили приговаривать: “Жалко — закроют кафедру!” Но выпавшие на долю преподавателей кафедры трудности в эти годы способствовали их сплочению. По всей видимости, в 2010 г. это был самый сплоченный коллектив (именно коллектив, а не персонал!!!) на факультете, а, может быть, и в университете.

Отношения с руководством факультета начинают постепенно налаживаться. Уже к 2012–2013 гг. прекращаются разговоры о расформировании кафедры. С изменением учебных планов растет количество отнесенных к ее “юрисдикции” курсов.

В этот период кафедра становится “пишущей”. Начинается активная творческая деятельность по написанию учебно-методических изданий, научных монографий и учебников⁶. В целом, с 2010 г. преподавателями кафедры совместно с коллегами по факультету с привлечением небольшого числа соавторов из других вузов были изданы учебники по важнейшим направлениям деятельности — социологии организаций, организационному поведению и управлению человеческими ресурсами⁷.

Новый этап в развитии кафедры начинается в 2014 г. Совершенно неожиданно принимается решение об открытии обучения по специальности “Менеджмент” с профилем “Маркетинг”. Это происходит несмотря на то, что после 2010 г., как уже говорилось, на слово “менеджмент” было наложено табу, а преподавателей кафедры постоянно обвиняли в “склонности” к менеджменту. В этом же году происходит важнейшее изменение в руководстве факультета. Деканом становится Н.Г. Осипова. С этого момента в прошлое уходят подробно описанные выше “субъективные” причины реорганизаций. Кафедра становится, хотя и небольшим, но устойчивым подразделением со своим четко определенным направлением образовательной и научной деятельности.

⁶ Социология. Организация. Менеджмент: Программы учебных курсов. М., 2011; Трансформация общества и проблемы управления (коллективная монография). М., 2012; Бизнес в литературе: социологический анализ / Под ред. С.А. Баркова, В.И. Зубкова. М., 2014.

⁷ Барков С.А., Зубков В.И. Социология организаций. М., 2015; Организационное поведение / Под ред. С.А. Баркова. М., 2015; Управление человеческими ресурсами / Под ред. С.А. Баркова, В.И. Зубкова. М., 2016.

Кафедра экономической социологии и менеджмента

Последняя свершившаяся реорганизация была вызвана объективными причинами. Две описанные выше кафедры образовали одну — кафедру экономической социологии и менеджмента. Это было вызвано, прежде всего, сокращением численного состава обеих кафедр. Кроме того, дружественные кафедры оказались удачными партнерами по объединению в силу схожести направлений научной деятельности. Фактически и та, и другая кафедры занимались социальными аспектами экономических процессов. При этом практически в любом целостном исследовании присутствовал и управленческий аспект, ведь в его завершение принято давать некоторые рекомендации, а последние с неизбежностью выводят авторов на механизмы управления. Современные постиндустриальные реалии также сблизили научные области двух кафедр. Важнейшим отличием проблемных полей социологии организаций и экономической социологии традиционно можно было считать то, что для первой основным объектом изучения являются организации, тогда как для второй — как организации, так и рынки. Но в современном социально-экономическом пространстве организации и рынки активно гибридизируются. И именно их гибриды становятся основными двигателями хозяйственных процессов в современную эпоху⁸. Кроме того, организации и рынки становятся альтернативными инструментами достижения социально-экономических целей. Если на протяжении тысячелетий люди для решения своих задач создавали организации, с конца XX в. они стали использовать для этого и рынки — в ходе экономических реформ по трансформации плановой экономики в рыночную, в процессе реструктуризации естественных монополий и др. Сегодня для достижения своих целей в экономике, политике и культуре человек может создавать не только организации (фирму, партию, фонд и др.), но и рынки, а также гибридные структуры (например, блог в интернете).

В результате объединения возникла полноценная кафедра с серьезным научным и образовательным потенциалом. Она существует только два года, но и за это время обозначились возможности для ее поступательного развития, в рамках которого с неизбежностью появятся достижения, которые не могли бы осуществиться в полном масштабе у двух кафедр по отдельности.

Первым таким достижением служат масштабные инициативные научные исследования. Опыт по их проведению уже имелся на обеих объединившихся кафедрах. Так, на кафедре экономической социологии и маркетинга несколько лет исследовалась коррупция как социальное явление, причем это явление рассматривалось с самых широких позиций и не только в России, но и во многих развитых и развивающихся

⁸ См.: Барков С.А. Организация и рынок: противоборство или согласие. М., 2008.

странах. На кафедре социологии организаций и менеджмента был осуществлен исследовательский проект по проблематике “Бизнес и искусство”: была проведена всероссийская конференция под этим названием, и издана коллективная монография. Но небольшие размеры кафедр не позволяли расширить исследовательское поле и собрать максимум эмпирической информации по проблемам исследования.

В настоящее время на объединенной кафедре запущен исследовательский проект под общим названием “Наблюдая за виртуальными русскими”. В его названии присутствует коннотация с всемирно известной книгой британского социолога К. Фокс “Наблюдая за англичанами”. Но если она в рамках исследования национального характера прибегала к классическому наблюдению и интервью, мы сосредоточили внимание на поведении наших соотечественников в интернете. О необходимости анализа информации, содержащейся в интернет-пространстве, в качестве эмпирической базы современных социологических исследований говорится очень много. Но до сих пор для этого не выработано единой методологии, а методы, используемые различными учеными, сильно отличаются друг от друга. В рамках данного проекта анализируются множественные сообщества, интернет-издания и блоги — тысячи единиц информации. К исследованию на протяжении двух лет привлекаются магистры, проходящие обучение по программе “Социальные технологии современного управления”. Такое масштабное исследование вряд ли возможно было провести силами одной кафедры, по крайней мере, в условиях объединения его финальные результаты появятся раньше и будут основаны на неизмеримо большем объеме информации.

Вторым несомненным достижением является возобновление активной международной деятельности. В таких масштабах она не велась со времен С. Райнсмита. Главным направлением в этой области стал научно-образовательный проект студенческого обмена между МГУ и Университетом прикладных исследований рынка труда (Вышей школы Агентства по труду и занятости Германии). Вот уже два года немецкие студенты со своими руководителями осенью приезжают в МГУ, где разрабатывают программу совместных исследований, а в мае российские студенты посещают Мангейм, где окончательно сводят воедино полученные в двух странах данные опросов и представляют полученные результаты. За это время были осуществлены исследования по множеству интересных для обеих сторон тем: безработице, трудовой мобильности, образовательным программам для безработных, дауншифтингу, семейным династиям, балансу работы и личной жизни и т.п. Понятно, что значительная часть исследований носит пилотажный характер и призвана развить у студентов как компетенции по части проведения самостоятельных опросов, так и компетенции в области международного сотрудничества. Но результаты некоторых проведенных сравнительных исследований, осуществленных в рамках этого проекта, можно

считать инновационными, они нашли свое отражение в публикациях в “Вестнике Московского университета”⁹.

Как это всегда бывает, столкновение двух культур даже на обычном уровне заставило по-новому задуматься о социально-экономических реалиях России и Германии, а также поколебать некоторые устойчивые стереотипы. Так, если в немецком университете существует конкурс студентов, в рамках которого отбирают тех, кто поедет в Москву, на нашем факультете приходится специально искать студентов для проекта, а иногда и активно их убеждать принять в нем участие. При этом в целом российские студенты показали себя более мотивированными, в большей мере нацеленными на получение реальных и интересных результатов, а иногда и попросту более трудолюбивыми в сравнении с немецкими коллегами.

Итак, наступил 2019 г.... Можно ли сказать, что реорганизациям и переименованиям пришел конец? Нет, как бы нам ни хотелось противоположного. В начале года Президент РФ посетил МГУ и задал вопрос о том, почему менеджмент преподается на многих факультетах университета. Он специально оговорился, что это только вопрос, но весь подтекст с очевидностью обозначил его негативное отношение к такой ситуации. В результате руководством университета было принято решение закрыть образовательные программы по менеджменту на большинстве факультетов. Закрытию подлежит и наша программа по специальности “Менеджмент” с профилем “Маркетинг”. Можно сказать, что, если маркетинг как направление образовательной деятельности испытывал трудности из-за своей непопулярности, то менеджмент сгубила его чрезмерная популярность. Эта специальность оказалась исключительно удобной в условиях нашей страны, где сегодня от руководителя любого — даже самого низкого уровня — требуют наличия высшего образования. Такое образование дают сотни вузов, и это обстоятельство в значительной мере обесценило его.

В свете случившегося к преподавателям кафедры уже стали подходить их коллеги по факультету с вопросом: “А как теперь будет называться ваша кафедра?” Понятно, что название не всегда должно меняться, но в любом случае перемены будут, и то относительно устойчивое по-

⁹ Барков С.А., Коврова М.А., Селезнева А.С., Чугунова М.А. Территориальная мобильность населения как экономическая и социокультурная проблема российского рынка труда // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2; Барков С.А., Шарпф М. Институциональные контексты развития рынка труда в России и Германии // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2; Колодезникова И.В., Галицкая Д.В. Особенности функционирования систем социального страхования России и Германии: социологический анализ // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2; Маркеева А.В., Панферов Д.А., Жолובהва О.А. Модернизация программ переобучения безработных граждан в РФ в условиях перехода к цифровой экономике // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2.

ложение кафедры в образовательной системе с наличием специальной программы по менеджменту уходит в прошлое.

Для описания реорганизаций длиною в жизнь в русском языке чаще всего используют два выражения: строку из стихотворения А. Блока — “Покой нам только снится!” и слова, приписываемые Конфуцию — “Не дай Бог жить в эпоху перемен!” Но, на самом деле, все не так плохо. Как уже отмечалось выше, перемены повышают сплоченность и взаимопонимание внутри коллектива. Бурная организационная жизнь подразделений, составивших современную кафедру экономической социологии и менеджмента, сделала многих преподавателей универсальными специалистами, способными преподавать самые разные дисциплины и проводить междисциплинарные исследования. Да и вообще современное общество — это общество постоянных изменений, спокойное состояние в нем является скорее исключением, чем правилом. Важно научиться жить в эпоху перемен, а, может быть, и получать от них удовольствие, реализуя новые возможности, появляющиеся с каждой новой реорганизацией. Как говорится, продолжение следует...

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Барков С.А.* Социология организаций. М., 2004.
- Барков С.А.* Организация и рынок: противоборство или согласие. М., 2008.
- Барков С.А., Зубков В.И.* Социология организаций. М., 2015.
- Барков С.А., Коврова М.А., Селезнева А.С., Чугунова М.А.* Территориальная мобильность населения как экономическая и социокультурная проблема российского рынка труда // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2.
- Барков С.А., Маркеева А.В.* Социология и управление: походы к инновационному образовательному синтезу // XX Международная научно-практическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений. Сборник материалов / Под общ. ред. В.А. Евстафьева. М., 2016. С. 97–107.
- Барков С.А., Шарпф М.* Институциональные контексты развития рынка труда в России и Германии // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2.
- Барков С.А., Денильханов А.Х.* Формы организации бизнеса: Монография. М., 2018.
- Бизнес в литературе: социологический анализ / Под ред. С.А. Баркова, В.И. Зубкова. М., 2014.
- Верховин В.И.* Экономическая социология. М., 2018.
- Верховин В.И., Зубков В.И.* Экономическая социология. М., 2005.
- Колодезникова И.В., Галицкая Д.В.* Особенности функционирования систем социального страхования России и Германии: социологический анализ // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2.
- Ксенофонтова Е.Г.* О кадровом обеспечении, страхах, табу, (реальных) ограничениях // Управление персоналом. 2010. № 3.
- Маркеева А.В.* Открытые образовательные ресурсы как инновационная образовательная практика в России // Креативная экономика. 2014. № 9 (93). С. 139–150.

- Маркеева А.В.* Умения и навыки работников: постиндустриальные императивы // Управление социальными изменениями в нестабильных условиях: Всероссийская научная конференция, 24 мая 2016 г., МГУ имени М.В. Ломоносова, социологический факультет: Мат-лы / Под общ. ред. В.П. Васильева. М., 2016. С. 410–414.
- Маркеева А.В., Панферов Д.А., Жолобова О.А.* Модернизация программ переобучения безработных граждан в РФ в условиях перехода к цифровой экономике // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2019. № 2. Организационное поведение / Под ред. С.А. Баркова. М., 2015.
- Осеев А.А.* Соотношение мотива и стимула в трудовом процессе // Мотивация труда работников в условиях современного производства. М., 1989.
- Осеев А.А.* Средства социологической диагностики в системе управления персоналом: диагностика причин трудовых конфликтов и профессионально важных личностных качеств руководителей. М., 2018.
- Свердликова Е.А.* Традиции и ценности российской деловой культуры. М., 2011.
- Социология. Организация. Менеджмент: Программы учебных курсов.* М., 2011.
- Социология, социальные технологии и управление. Сборник рабочих программ дисциплин по направлению подготовки 39.04.01 — Социология (уровень магистратуры) / Под общ. ред. С.А. Баркова, А.В. Маркеевой.* М., 2016.
- Социология труда: Уч. / Под ред. Н.И. Дряхлова, А.И. Кравченко, В.В. Щербины.* М., 1993.
- Трансформация общества и проблемы управления (коллективная монография).* М., 2012.
- Управление человеческими ресурсами / Под ред. С.А. Баркова, В.И. Зубкова.* М., 2016.
- Филонович С.Р.* Life-long learning: последствия для высшей школы // Вопросы образования. 2009. № 4.
- Филонович С.Р., Щербина В.В.* Курс “Введение в социологию организаций” на социологическом факультете МГУ им. М.В. Ломоносова // Социологические исследования. 1997. № 11.
- Юрасова М.В.* Оценки систем качества подготовки выпускников в вузах России // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. 2013. № 1.
- Юрасова М.В.* Разработка критериев эффективности программ дополнительного профессионального образования в вузах России // Вестник Московского университета. Серия 20. Педагогическое образование. 2015. № 2.

REFERENCES

- Barkov S.A.* Sotsiologiya organizatsii [Sociology of organizations]. М., 2004 (in Russian).
- Barkov S.A.* Organizatsiya i rynek: protivoborstvo ili soglasie [Organization and market: confrontation or consent]. М., 2008 (in Russian).
- Barkov S.A., Denil’khanov A.Kh.* Formy organizatsii biznesa: monografiya [Forms of business organization: Monograph]. М., 2018 (in Russian).
- Barkov S.A., Kovrova M.A., Selezneva A.S., Chugunova M.A.* Territorial’naya mobil’nost’ naseleniya kak ekonomicheskaya i sotsiokul’turnaya problema rossiiskogo rynka truda [Territorial mobility of population as an economic and social-cultural problem of Russian labour market] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya [Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science] 2019. N 2 (in Russian).

Barkov S.A., Markeeva A.V. Sotsiologiya i upravlenie: pokhody k innovatsionnomu obrazovatel'nomu sintezu [Sociology and management: campaigns to innovative educational synthesis] // XX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya zaveduyushchikh kafedrami marketinga, reklamy, svyazei s obshchestvennost'yu, dizaina i smezhnykh napravlenii. Sbornik materialov [XX International scientific-practical conference of heads of the departments of marketing, advertising, public relations, design and related areas. Collection of materials] / Pod obshch. red. V.A. Evstaf'eva [Ed. by V.A. Evstafiev]. M., 2016. S. 97–107 (in Russian).

Barkov S.A., Scharpf M. Institutsional'nye konteksty razvitiya rynka truda v Rossii i Germanii [Institutional contexts of labour markets' development in Russia and Germany] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya [Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science] 2019. N 2 (in Russian).

Barkov S.A., Zubkov V.I. Sotsiologiya organizatsii [Sociology of organizations]. M., 2015 (in Russian).

Biznes v literature: sotsiologicheskii analiz [Business in the literature: sociological analysis] / Pod red. S.A. Barkova, V.I. Zubkova [Ed. by S.A. Barkov, V.I. Zubkov]. M., 2014 (in Russian).

Dotlich D.L., Cairo P.S., Rhinesmith S.H. Head, heart, and guts: how the world's best companies develop complete leaders. San Francisco, 2006. ISBN13: 978-0787964795.

Dotlich D.L., Cairo P.S., Rhinesmith S.H. Leading in times of crisis: navigating through complexity, diversity and uncertainty to save your business. San Francisco, 2009. ISBN-13: 978-0470402306.

Filonovich S.R. Life-long learning: posledstviya dlya vyshei shkoly [Life-long learning: implications for higher education] // Voprosy obrazovaniya [Issues of education]. 2009. N 4 (in Russian).

Filonovich S.R., Shcherbina V.V. Kurs "Vvedenie v sotsiologiyu organizatsii" na sotsiologicheskom fakul'tete MGU im. M.V. Lomonosova [The course "Introduction to sociology of organizations" at the sociology faculty of the Moscow State University. M.V. Lomonosov] // Sotsiologicheskie issledovaniya [Sociological research]. 1997. N 11 (in Russian).

Kolodeznikova I.V., Galitskaya D.V. Osobennosti funktsionirovaniya sistem sotsial'nogo strakhovaniya Rossii i Germanii: sotsiologicheskii analiz [Social insurance systems in Russia and Germany: sociological analysis] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya [Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science] 2019. N 2 (in Russian).

Ksenofontova E.G. O kadrovom obespechenii, strakhakh, tabu (real'nykh) ogranicheniyakh [On staffing, fears, taboos (real) restrictions] // Upravlenie personalom [Personnel management]. 2010. N 3 (in Russian).

Markeeva A.V., Panferov D.A., Zholobova O.A. Modernizatsiya programm pereobucheniya bezrobotnykh grazhdan v RF v usloviyakh perekhoda k tsifrovoi ekonomike [Digital economy and retraining programs of unemployed persons in Russia] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 18. Sotsiologiya i politologiya [Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science] 2019. N 2 (in Russian).

Markeeva A.V. Otkrytye obrazovatel'nye resursy kak innovatsionnaya obrazovatel'naya praktika v Rossii [Open educational resources as an innovative educational practice in Russia] // Kreativnaya ekonomika [Creative Economy]. 2014. N 9 (93). P. 139–150 (in Russian).

Markeeva A.V. Umeniya i navyki rabotnikov: postindustrial'nye imperativy [Skills and skills of workers: post-industrial imperatives] // Upravlenie sotsial'nymi izmeneniyami v nestabil'nykh usloviyakh: Vserossiiskaya nauchnaya konferentsiya; 24 maya 2016 g., MGU

imeni M.V. Lomonosova, sotsiologicheskii fakul'tet: Materialy konferentsii [Management of social changes in unstable conditions: All-Russian scientific conference; May 24, 2016, Moscow State University named after M.V. Lomonosov, Faculty of Sociology: Materials] / Pod obshch. red. V.P. Vasil'eva [Ed. by V.P. Vasilyev]. M., 2016. P. 410–414 (in Russian).

Organizatsionnoe povedenie [Organizational Behavior] / Pod red. S.A. Barkova [Ed. by S.A. Barkov]. M., 2015 (in Russian).

Oseev A.A. Sootnoshenie motiva i stimula v trudovom protsesse [Motive and incentive in the labor process] // Motivatsiya truda rabotnikov v usloviyakh sovremennogo proizvodstva [Workers motivation in the conditions of modern production]. M., 1989 (in Russian).

Oseev A.A. Sredstva sotsiologicheskoi diagnostiki v sisteme upravleniya personalom: diagnostika prichin trudovykh konfliktov i professional'no vazhnykh lichnostnykh kachestv rukovoditelei [Tools of sociological diagnostics in the personnel management system: diagnostics of the causes of labor disputes and professionally important personal qualities of managers]. M., 2018 (in Russian).

Rhinesmith S.H. Manager's guide to globalization: six skills for success in a changing world. N.Y., 1996. ISBN-13: 978-0786305452.

Sotsiologiya truda [Sociology of labor. Textbook] / Pod red. N.I. Dryakhlova, A.I. Kravchenko, V.V. Shcherbiny [Ed. by N.I. Dryakhlov, A.I. Kravchenko, V.V. Shcherbina]. M., 1993 (in Russian).

Sotsiologiya, sotsial'nye tekhnologii i upravlenie. Sbornik rabochikh programm distsiplin po napravleniyu podgotovki 39.04.01 — Sotsiologiya (uroven' magistratury) [Sociology, social technologies and management. The collection of working programs of disciplines in the field of preparation 39.04.01 — Sociology (master's level)] / Pod obshch. red. S.A. Barkova, A.V. Markevoi [Ed. by S.A. Barkov, A.V. Markeeva]. M., 2016 (in Russian).

Sotsiologiya. Organizatsiya. Menedzhment: programmy uchebnykh kursov [Sociology. Organization. Management: programs of training courses]. M., 2011 (in Russian).

Sverdlikova E.A. Traditsii i tsennosti rossiiskoi delovoi kul'tury [Traditions and values of Russian business culture]. M., 2011 (in Russian).

Transformatsiya obshchestva i problemy upravleniya (kollektivnaya monografiya) [Transformation of society and management problems (collective monograph)]. M., 2012 (in Russian).

Upravlenie chelovecheskimi resursami [Human resources management] / Pod red. S.A. Barkova, V.I. Zubkova [Ed. by S.A. Barkov, V.I. Zubkov]. M., 2016 (in Russian).

Verkhovin V.I. Ekonomicheskaya sotsiologiya [Economic sociology]. M., 2018 (in Russian).

Verkhovin V.I., Zubkov V.I. Ekonomicheskaya sotsiologiya [Economic sociology]. M., 2005 (in Russian).

Yurasova M.V. Otsenki sistem kachestva podgotovki vypusknikov v vuzakh Rossii [Estimates of the quality systems for the training of graduates in Russian universities] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 20. Pedagogicheskoe obrazovanie [Bulletin of Moscow University. Series 20. Pedagogical education]. 2013. N 1 (in Russian).

Yurasova M.V. Razrabotka kriteriev jeffektivnosti programm dopolnitel'nogo professional'nogo obrazovaniya v vuzah Rossii [Development of criteria for the effectiveness of additional professional education programs in Russian universities] // Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 20. Pedagogicheskoe obrazovanie [Bulletin of Moscow University. Series 20. Pedagogical education]. 2015. N 2 (in Russian).