

Преподаватель как основной компонент внутренней среды вуза культуры

Рассмотрены проблемы кадровой политики вузов, обусловленные рыночными отношениями. По мнению автора, именно преподаватели – главное достояние вуза. Следовательно, основная задача администрации – создание в вузе творческой атмосферы, выработка и соблюдение принципов, входящих в понятие корпоративной культуры.

Высшие учебные заведения, имеющие библиотечные отделения, стали возникать в нашей стране только в середине 1920-х гг. Небольшое число обучавшихся студентов не позволяло иметь стабильный состав преподавателей – обычно было не более двух-трех. Преподавание специальных дисциплин полностью передоверялось работникам библиотек, привлекавшимся в порядке совместительства и практически не имевшим опыта работы в высшей школе.

В 1930 г. создан Московский библиотечный институт. Самая сложная задача с начала его образования – формирование состава преподавателей библиотечно-библиографических дисциплин. Огромную работу в этом направлении провела первый директор института Г. К. Дерман: ей потребовалось много сил, энергии и настойчивости, чтобы доказать важность и острую необходимость широкого развития высшего библиотечного образования, заинтересовать ведущих библиотечных специалистов, убедить их переменить квалификацию и перейти на работу в институт, используя свой богатый практический опыт для подготовки библиотекарей нового поколения.

В ноябре-декабре 1935 г. комиссия по присвоению ученых званий в области библиотековедения при Библиотечном управлении Наркомпроса РСФСР приняла решение представить в Высшую аттестационную комиссию на утверждение в ученых званиях доцентов Г. К. Дерман, М. П. Гастфера, Ф. И. Каратыгина, Л. А. Левина, К. Р. Симона и других. Многим современным представителям преподавательского корпуса, в том числе и мне, посчастливилось знать этих людей, мы учились по подготовленным ими учебникам, изучали их публикации как классику библиотековедения и библиографоведения. Основанные ими научные и педагогические школы вырастили элиту профессорско-преподавательского состава, их ученики работали и работают во всех вузах нашей страны.

Сегодня вся система высшего профессионального образования переживает период реформ. Необходимость преобразований в первую очередь была связана с переходом экономики России к рыночным отношениям. Как и все отрасли, образование трансформируется из «рынка продавца» в «рынок покупателя», так как наращиваемый объем предложения товаров начинает превосходить доминировавший ранее спрос на них.

По оценкам специалистов, объем предложений в сфере образовательных услуг за последние несколько лет в России колоссально вырос и сейчас превышает уровень спроса. Это ведет к тому, что учебные заведения начинают не только конкурировать друг с другом, стремясь привлечь студентов, но и все больше зависеть в финансировании своей деятельности от диверсификации предлагаемых продуктов и услуг. Конкурируют школы и программы, ведется активная борьба за контингент обучаемых, получение финансовой поддержки государства, зарубежной помощи, грантов, привлечение спонсоров.

В условиях рыночной экономики изменяются связи и взаимоотношения вузов с внутренней и внешней средой. Появилась связь между семьей студента и вузом в случае обучения на контрактной основе. Семья из бесплатного «поставщика ресурса» становится еще и потребителем услуг вуза, оплачивая «производство товара» и получая его по завершении учебного процесса. Ослабла связь вуза с соответствующими министерствами в части сокращения финансирования обучения, т.е. государство стало приобретать у вузов меньшее количество «товара». И, что особенно важно, появилась конкуренция между вузами, стимулирующая их к повышению качества рыночного предложения.

При централизованной плановой экономике рынок высшего образования был представлен государством,

выступавшим плательщиком услуг высшей школы и гарантированным потребителем выпускаемых ею «товаров», т.е. молодых специалистов. В процессе реформирования экономики страны на этом рынке появились новые сегменты – промышленные предприятия, научные, проектные, коммерческие, общественные организации – со своими требованиями к качеству, стоимости, срокам, условиям подготовки молодых специалистов. И если на некоторых предприятиях всё ещё сохраняется тенденция занижения требований к получаемому из вузов «товару», то в ближайшее время неизбежен рост запросов рынка в отношении качества подготовки специалистов – ведущего фактора повышения конкурентоспособности современных организаций.

Смена условий внешней среды в образовательной сфере определяет необходимость проведения соответствующих внутренних изменений в системе вуза. Без непрерывной адаптации к ужесточающимся требованиям конкурентной среды невозможно долго оставаться на рынке. По некоторым оценкам, государственные образовательные учреждения, «отягощенные грузом» прежних традиций, взглядов, персоналом пенсионного возраста, устаревшим аудиторным и лабораторным фондом и т.д., проводящие преобразования недостаточно динамично, – вполне реальные кандидаты на вытеснение с рынка. Это звучит особенно убедительно в свете заявлений, что в России останется 150–200 учебных заведений, которым будет обеспечена государственная поддержка, все остальные должны будут полностью обеспечивать себя сами. К числу других ожидаемых угроз рынка можно отнести уже заявленную (хотя и отложенную) приватизацию вузов; подписание Россией Болонских соглашений и перевод высшего образования на двухуровневую систему; дальнейшее сокращение бюджетного финансирования вузов; отсутствие кадрового ресурса, способного восполнить нехватку педагогов в связи с уходом на пенсию квалифицированного преподавательского состава и т.д.

Таким образом, мы можем говорить о включении вузов в рыночные отношения. Не затрагивая всех аспектов этой проблемы, остановимся на одной из них – проблеме кадров. Никто не будет отрицать значение личности педагога в образовательном процессе. Реформирование высшего образования потребует от преподавателей значительных интеллектуальных усилий, психологической перестройки, временных затрат.

Кто будет готовить библиотекарей завтрашнего дня? Преподавательский корпус стремительно стареет. Если раньше попасть на работу в вуз считалось большой удачей и мечтой многих молодых специалистов, то теперь найти преподавателя по специальным дисциплинам практически невозможно. Это вызвано падением престижа преподавательской работы, что напрямую связано с проблемой оплаты труда...

Так кто будет в России внедрять положения Болонского процесса? Кто будет готовить библиотекарей будущего? Пока политика государства в области высшего образования не претерпит кардинальных изменений, нельзя ждать качественного прорыва в этой области.

Конечно, нельзя рассчитывать только на помощь государства. Сами вузы должны активно развивать кадровую политику. В первую очередь вузам надо вспомнить, что их главное достояние – это люди, а не деньги или имущество. Каждый преподаватель – это личность, заслуживающая уважения. Важно, чтобы чувство удовлетворения, испытываемое человеком от выполнения своей работы, дополнялось материальными и моральными поощрениями. Это может быть продвижение по службе, премия; сотрудника можно публично поблагодарить, написать о нем статью, доверить ему выступление на большой конференции, предоставить возможность побывать в зарубежных командировках.

Каждый вуз обязан выработать основные принципы, которыми он будет руководствоваться в своей работе. Они должны исходить из общечеловеческих ценностей и не преследовать узкокорпоративные цели. Думается, что к основным принципам, опираясь на опыт зарубежных фирм, можно отнести следующие: каждый сотрудник заслуживает внимания и уважения; успех вуза зависит от деятельности каждого сотрудника; каждый должен стремиться к совершенству в своей работе.

Принципы легко могут превратиться в пустые лозунги. Чтобы сыграть свою роль, они должны быть прежде всего осознаны профессорско-преподавательским и вспомогательным составом, руководством и даже студентами. Необходимо, чтобы каждый проникся их важностью. Для этого можно использовать собрания, совещания, внутренние публикации, встречи сотрудников с руководством и частные беседы. Но все это имеет значение только в том случае, если руководство своими собственными действиями и поступками демонстрирует на практике эти принципы. Люди должны понять, что от соблюдения этих принципов зависит не только успех вуза, но и успех каждого из них. Настоящим руководителем можно считать того,

кто обладает способностью побуждать людей словами или собственным примером к полному проявлению своих потенциальных возможностей, предоставлять им поле деятельности и свободу для реализации возможностей. Лучшие руководители быстро и уверенно определяют приоритеты, не разбрасываются на детали, не тратят попусту время и силы.

Вместе с новыми рыночными отношениями к нам пришло понятие корпоративной культуры, которое включает в себя основные принципы работы. Специалисты выделяют четыре модели корпоративной культуры, по которым выстраивается деятельность организации, отношения между сотрудниками, методики поощрения и наказания и т.д. К ним относятся:

1. Патриархальная (общинная) – пришла из Восточной Азии. Характерные черты: жизнь коллектива выстраивается как жизнь большой семьи, есть общие ценности и правила, они соблюдаются по умолчанию; есть харизматичный лидер; которого все искренне любят; культивируется чувство стыда за проступки; нельзя выносить сор из избы; действует система пожизненного найма; карьера запланирована на всю жизнь, своего поста надо дожидаться, ключевое значение имеет стаж. При приеме на работу требуются характеристики и рекомендации.

2. Предпринимательская – пришла из США. Основа – англосаксонская, протестантская культура. Характерные черты: поощряется индивидуализм, конкуренция, нацеленность на результат любым способом; кто больше принес денег, тот и главный; победителей здесь не судят; понятия карьерной очереди нет; действует схема выживания сильнейших, идея естественного отбора. При приеме на работу ценятся деловые качества, хватка; смотрят, в каком проекте и каким образом вам удалось заработать много денег.

3. Бюрократическая – пришла из Центральной Европы. Характерные черты: технологии доминируют над человеком, ориентация не на индивидуальное творчество, а на проверенные схемы; люди рассматриваются как винтики, лучшим считается тот, кто избавился от своей индивидуальности; действует правило – начальник всегда прав; большое внимание уделяется символизму, идеологии – компания придумывает себе миссию, герб, гимн и т.д. При приеме на работу способности людей тоже определяются технологиями. Каждое рабочее место соответствует какой-то функции, поэтому разработана тестовая процедура – по ней и определяются способности испытуемого.

4. Партнерская – пришла из Северной Европы. Характерные черты: дело рассматривается как совместное творчество, искусство. Действует принцип – все вместе мы станем универсальными профессионалами и сохраним общее дело. Создается атмосфера дружелюбия и всеобщей причастности к процессу; каждый участвует в нескольких проектах. При приеме на работу имеют значение рекомендации специалистов, важно, в какие профессиональные сети вы включены, каковы ваша репутация и имя в определенной среде.

Правда, как утверждают специалисты, в чистом виде эти модели почти не встречаются. Корпоративная культура предприятия, как правило, – синтез четырех базовых моделей. Что-то берется из патриархальной японской, что-то из предпринимательской англосаксонской. Скажем, четвертый тип – партнерская культура – вобрала в себя лучшие черты трех предыдущих: дружелюбность отношений, ориентацию на результат, технологичность. Эта культура, которая воспринимает дело как совместное творчество, – самая перспективная, за ней будущее, в ней нет места интриганам, лжецам, завистникам. Хочется думать, что в нашей высшей библиотечной школе появится именно такое идеальное сочетание всех базовых культур.

Надо помнить, что качество работы вуза зависит от способности администрации обеспечить рост квалификации своего персонала. Ведущие зарубежные фирмы тратят на учебные и образовательные программы немалые средства. Повышение квалификации преподавательского состава, тренинги, стажировки, командировки, возможность обучения в аспирантуре и подготовки кандидатских и докторских диссертаций, творческие отпуска – все это позволяет поддерживать высокий уровень педагогической и научной деятельности, играет значительную роль и при поиске кадров, так как позволяет заинтересовать выпускников вузов возможными перспективами в их работе.

Одно из определений маркетинга: это процесс установления фирмой соизидательных и плодотворных связей со средой, в которой она осуществляет реализацию своих товаров и услуг. Коренное различие сбыта и маркетинга в том, что в первом случае вы пытаетесь заинтересовать покупателя в том, что вы уже имеете, во втором – стараетесь занять то, в чем покупатель сам заинтересован. Реализация второго направления тесно связана с изучением рынка. Надо найти свою «нишу» среди подобных себе фирм, предложить на рынок

либо аналогичный товар, но высочайшего качества, либо товар исключительной рыночной новизны.

Вузы должны чувствовать потребность в специалистах новых направлений, а также совершенствовать традиционное образование путем внедрения новейших методик, применения современных технических средств, обеспечения образованию достойной материально-технической базы. Но все это останется только благими пожеланиями, если каждый сотрудник не будет сознательно участвовать в общих усилиях вуза, понимая, что это главный источник существования учебного заведения. Работа должна быть организована таким образом, чтобы в конечном счете деятельность каждого стала частью производимой продукции. Другими словами, каждый сотрудник должен стремиться сделать свою работу так, словно от этого зависит успех всей организации. Создать такие условия – это основная задача администрации вуза.

К сожалению, в настоящее время мы можем говорить о том, что уровень развития высшей библиотечной школы базируется не на понимании ценности преподавателя как основного источника благосостояния вуза, а на деятельности энтузиастов от образования. В вузах работают скорее подвижники, преподаватели, которые ни при каких условиях не оставят свое рабочее место. Я думаю, что именно таких людей Л. Н. Гумилев относил к числу пассионариев. По его определению, пассионарность (как характеристика поведения) – это избыток биохимической энергии живого вещества, проявляющийся в способности людей к сверхнапряжению, а пассионарии – люди, пассионарный импульс у которых превышает импульс инстинкта самосохранения. Он писал, что любому ремеслу, в принципе, можно научиться, но ремесло так и останется ремеслом, так как без творческого озарения невозможно перешагнуть границы подражания или копирования. Однако, отмечал учёный, и творческого эмоционального порыва недостаточно, ибо без упорного стремления к цели создать законченное произведение нельзя. Искусство требует жертв, а способность жертвовать собою ради идеала – это и есть проявление пассионарности. Следовательно, в каждом создании человека содержится комбинация трех элементов: ремесленной работы, пассионарности создателя и культурной традиции. Таким образом, любое творение рук человека – это, в известной мере, кристаллизованная пассионарность его создателей.

Высшее библиотечное образование стоит на пороге глубоких изменений всего образовательного процесса: технологического, организационного, ресурсного, кадрового. Какими будут эти изменения, приведут ли они к реальной перестройке образования или затронут лишь его внешнюю оболочку, – это во многом зависит от тех, на кого ляжет основная работа по решению этих проблем – от преподавателей вузов.