

прошли специальную профессиональную подготовку и получили соответствующие сертификаты).

Кооперация научных лабораторий НИИ физики и ЦКП позволила подготавливать более весомые заявки на участие в конкурсах научных проектов и, как следствие, чаще их выигрывать. Вместе с тем следует признать, что большинство ЦКП до сих пор не организовали эффективный маркетинг результатов своей научной деятельности. Для них, как и для других научно-исследовательских подразделений университета, пока еще характерно снижение научно-инновационной активности по мере прохождения стадий научно-инновационного процесса: генерация идеи — проведение НИР — выработка инновационного предложения — разработка инновационного проекта — реализация инновационного проекта. На этом фоне заслуживает внимания опыт работы ЦКП «Геоэкология», демонстрирующего высокую экономическую отдачу — по-

ложительный пример коммерциализации результатов научной деятельности.

В то же время организация и функционирование научно-образовательных центров (НОЦ), позволяющих значительно увеличить участие обучающейся молодежи в научной работе, организация и проведение научных конференций международного уровня, способствующих признанию научных школ университета, — все это примеры мероприятий, реализуемых в РГПУ им. А. И. Герцена, которые повышают результативность инновационной деятельности университета. Следует, однако, согласиться, что целостной, стройной системы трансфера результатов интеллектуальной деятельности сотрудников университета на сегодняшний день нет. Поэтому разработка нормативно-правовых, научно-методических и структурно-организационных основ функционирования системы трансфера в РГПУ им. А. И. Герцена, намеченная программой развития РГПУ им. А. И. Герцена на 2011—2015 гг., является важной задачей на ближайшее пятилетие.

*Е. В. Пискунова,
профессор кафедры педагогики*

СОЦИАЛЬНОЕ ПАРТНЕРСТВО: ГРАЖДАНСКАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ И ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ

Сегодня в сфере образования проблемы социального партнерства являются чрезвычайно актуальными. С учетом современной постановки целей образования любого уровня становится ясно, что достижение их чрезвычайно затруднительно усилиями только образовательных учреждений. Именно поэтому социальное партнерство является одним из стратегических направлений развития российского образования.

Чему помогает социальное партнерство? Складывающаяся в России практика социального партнерства показывает, что оно помогает оптимизировать использование ресурсов партнеров и привлекать ресурсы общества для развития сферы образования. Социальное партнерство позво-

ляет действовать эффективно и успешно в рамках приоритетной перспективы, общей для всех партнеров, эффективно координировать совместную деятельность с ясным пониманием своей ответственности.

Размышляя о социальном партнерстве в образовании, можно зафиксировать несколько проблем. Во-первых, назрела необходимость изменить вектор инициирования социального партнерства и включения образовательных учреждений в партнерские отношения: необходимо ориентироваться на вовлечение образования, особенно профессионального, в экономику и бизнес, а не наоборот, что позволит выпускнику, будущему профессионалу, выгодно «продавать» себя на рынке труда. Необхо-

димо отметить, что в практике мирового образования такой опыт получает все большее распространение. Мы могли бы обратиться, например, к опыту Лёвенского университета, крупнейшего университета Бельгии. Прохождение студентами производственной практики является, безусловно, традиционным процессом в профессиональном образовании. Опыт университета интересен тем, что студенты должны сами найти место прохождения практики, заинтересовав потенциального работодателя предложением своих услуг — проектных, исследовательских или образовательных. Интересно и то, что университет стимулирует преподавателей на работу в соответствующей преподаваемому предмету сфере экономики, поскольку это позволяет им постоянно быть в курсе актуального уровня развития и инноваций отрасли и, соответственно, передавать новейшие знания студентам.

Во-вторых, существует проблема осознания бизнесом привлекательности инвестиций в сферу образования и получения дивидендов не в виде профессионально подготовленных кадров, а в виде конкретной, ощутимой прибыли. Такая позиция бизнеса отражала бы его отношение к профессиональному образованию как сфере инвестиционных вложений и, тем самым, к развитию экономики страны, ее конкурентоспособности, безопасности. В этом плане уместно сделать небольшое отступление, чтобы привести результаты обследования 50 отечественных компаний по вопросу профессиональной подготовленности кадров, проведенного Аналитическим центром «Эксперт». Результаты свидетельствовали о том, что вузы не в состоянии самостоятельно дать сегодняшнему выпускнику специальные знания на современном уровне. Косвенно это подтверждается тем, что, например, затраты предприятий Северо-Западного региона страны на обучение персонала за последние пять лет возросли в среднем в 2 раза, а в некоторых компаниях в 5 раз. Вероятно, можно сде-

лать вывод, что существующие формы корпоративного обучения и профессиональной подготовки кадров в России часто направлены на устранение недостатков профессионального образования. Аналитический центр утверждает, что скорость реакции на открывающиеся вакансии на рынке труда со стороны формального профобразования составляет 10—15 лет, работодатели же на рыночные вызовы должны реагировать немедленно.

В-третьих, существует явная необходимость построить механизм социального заказа, то есть механизм формулирования тех нужд, которые есть у общества, включая бизнес. Проявляется необходимость привлечения бизнеса в процессе формирования государственных стандартов в сфере профессионального образования, также в осуществлении общественного контроля и регулировании профессионального образования. Действительно, конструктивное партнерство вузов и работодателей — назревшая потребность: российский бизнес должен в большей степени влиять на систему высшего образования в стране, поскольку более четко представляет реальную потребность в тех или иных профессиях и специальностях. Вместе с тем у высшей школы есть претензии к сообществу работодателей: до сих пор нет четких критериев оценки профессионализма современных специалистов, нет четкого прогноза потребности рынка труда ни на уровне отрасли, ни на уровне региона. Именно поэтому вуз предпринимает попытки самостоятельно сформулировать требования к современному специалисту. Так, в Герценовском университете было проведено исследование с привлечением работодателей, в результате которого были определены квалификационные требования к профессиональной деятельности педагога [2].

Размышления о социальном партнерстве Герценовского университета актуализируют ряд проблем, которые можно сформулировать в виде вопросов, среди которых

основными являются: с кем реально и необходимо строить партнерские отношения и в чем видится их реальная необходимость?

Чем определяется необходимость социального партнерства для Герценовского университета? Во-первых, миссией современного университета вообще: сегодня многие зарубежные и отечественные вузы рассматривают себя как значимую силу регионального развития. Известно, что в ряде стран мира университет может быть лишен государственной части финансирования на основании низких показателей экономического развития региона, поскольку образование рассматривается как социальный институт, обеспечивающий такое развитие. Такое положение вещей в современном обществе ярко определил З. Бжезинский: «Университеты превращаются в “мыслящие танки” и вторгаются в самую сердцевину жизни общества» (цит. по [1]). Во-вторых, необходимость социального партнерства определяется миссией Герценовского университета — ориентацией нашей общей работы на создание условий для жизненного самоопределения человека во всем многообразии его проявлений в современной культурной практике. Образование сегодня рассматривается в качестве сферы социальной жизни и в связи с этим выдвигается идея создания новой образовательной среды, способной обеспечить формирование основ нового культурно-образовательного и социально-педагогического мышления. Если миссию университета рассматривать как духовно-нравственную сверхзадачу, направленную на созидание, то в этом случае его деятельность — не только выполнять «ответственное задание» или «поручение» по профессиональной подготовке студентов, но и занимать лидирующие позиции в становлении образовательной политики в регионе.

Преподаватели университета являются активными участниками процессов обновления общего и высшего педагогического образования, проектировщиками нового знания об образовании, навигаторами по-

иска нового качества образования, инициаторами новой образовательной практики. Именно в этом и проявляется гражданская ответственность университета как форпоста позитивных изменений в образовании.

Пересматривая свои позиции как учреждения, определяющего развитие образования в регионе, университеты за рубежом активно ищут сотрудничества с другими образовательными учреждениями. Представляет интерес опыт зарубежных университетов. Например, усилиями Лёвенского университета, о котором уже говорилось, в 2002 г. была создана университетская ассоциация, которая объединила вуз с 12 колледжами, которые сегодня наряду с университетом реализуют бакалаврские образовательные программы и имеют статус университетских колледжей. Показательно, что в Бельгии вышел закон о новой структуре высшего профессионального образования в связи с Болонским процессом, который фактически нормативно оформил инициативу Лёвенского университета. Безусловно, в этой ситуации в выигрыше все. Университет укрепляет свои позиции, прежде всего, за счет стабильности пополнения контингента на магистерские программы. Для университетских колледжей несомненным плюсом является сам статус, принадлежность к университету, возможность реализации бакалаврских программ, а значит и расширение контингента студентов за счет предоставления возможности продолжения образования в университете.

Осознавая необходимость и значимость действий по развитию образования в регионе, правильно задуматься о том, какие преференции можно получить из социального партнерства? Дело в том, что результатом правильно построенного взаимодействия с учреждениями и организациями региона и позиционирования своих достижений будет расширение влияния университета и лучшее представление о его возможностях и предоставляемых услугах. Что же может быть ожидаемым результатом в этом слу-

чае? Во-первых, повышение спроса на образовательные услуги. Известно, что одним из факторов развития университетского образования сегодня является диверсификация контингента обучающихся в связи с появлением новых категорий: работающие учителя и руководители учреждений, получающие образование в магистратуре без отрыва от производства, обучающиеся, использующие «второй шанс» для получения высшего образования, обучающиеся, менявшие сферу деятельности и нуждающиеся в переподготовке или повышении квалификации. Следует отметить, что зарубежные университеты имеют сложившийся опыт предоставления образовательных услуг в условиях непрерывного педагогического образования, в России же в силу того, что академии постдипломного педагогического образования и институты повышения квалификации обладают монополией на реализацию подобных программ, педагогические университеты практически лишены возможности осваивать данный сегмент рынка образовательных услуг. Важно обратить внимание, что в регионе Санкт-Петербург готовятся кардинальные изменения сложившейся ситуации: работники сферы образования будут получать персонализированные бюджетные сертификаты, что означает, что учитель будет самостоятельно выбирать учреждение, где он может пройти повышение квалификации и «тратить» бюджетные деньги, вложенные в индивидуальный сертификат, на те программы повышения квалификации, которые окажутся наиболее привлекательными для него. Это, действительно, важная информация для преподавателей Герценовского университета, поскольку здесь проявляется реальная возможность для университета стать реальным игроком на рынке образовательных услуг в системе непрерывного педагогического образования и при условии разработки действительно актуальных для потенциальных обучающихся программ повышения квалификации получить новых

«клиентов» на предоставляемые услуги образования.

Второй явной преференцией, ожидаемой от правильно выстроенного партнерства с учреждениями образования, является повышение спроса на исследования, научные разработки и анализ преобразования школьной практики. В связи с финансовой автономией образовательных учреждений среднего образования через несколько лет можно ожидать проявления интереса к организации деятельности образовательного учреждения на основе исследовательских разработок. Таким образом, уже сегодня необходимо формировать спрос на исследовательские разработки университета, позиционируя имеющийся богатейший опыт в данной области, масштабно представляя результаты выполненных исследований и анализа позитивной практики образовательных учреждений, строящих свою деятельность на основе исследований. В зарубежных вузах активно появляются исследовательские центры, которые не только ведут исследовательскую деятельность, но и предлагают результаты научных разработок на рынке услуг. При этом университет активно пропагандирует в обществе — в учреждениях и организациях, необходимость проведения добротных исследований для правильного выстраивания стратегий их развития.

Безусловно, при организации системной работы в области социального партнерства, которое в современной ситуации в образовании в России все-таки основывается пока на методе «ценных вкладов», важно заинтересовать партнеров. Как создать привлекательное для социальных партнеров учреждение? Для этого, очевидно, есть несколько путей. Первое — это конкурентоспособный педагог и конкурентоспособный выпускник. Выпускник Герценовского университета является, безусловно, конкурентоспособным, о чем свидетельствуют данные трудоустройства выпускников. Что касается преподавателя, то условием общественной привлекательности университета

является рост компетентности преподавателей. В этом плане в Герценовском университете были реализованы беспрецедентные мероприятия по повышению квалификации профессорско-преподавательского состава. Но можно обозначить два направления работы, которым пока не уделялось должного внимания, — поддержка молодых преподавателей, причем не только финансовая, а, например, поддержка в получении грантов, стипендий и т. д. и второе — это полноценное использование мощнейшего потенциала опытных преподавателей, профессоров университета. Здесь можно размышлять о введении должностей профессора-консультанта, эксперта, аналитика и т. д.

Второй путь повышения привлекательности университета — это его открытость социуму, в первую очередь через открытость информации. Хорошими возможностями обладает сайт университета, хотя его англоязычная версия должна быть все-таки более «богатой», поскольку мы становимся все более интересными для зарубежных партнеров. Не менее важным механизмом обеспечения открытости являются серьезные публикации преподавателей университета и использование возможностей электронных публикаций, которые обладают огромными возможностями с точки зрения доступности материалов для пользователей. В качестве примера можно привести созданное в университете электронное научное издание (научно-педагогический интернет-журнал) «Эмиссия. Оффлайн», который входит сегодня в список изданий, рецензируемых ВАК [www.emissia.org].

И третий путь — это рост доверия партнеров, что определяется, прежде всего качественным выполнением своих обяза-

тельств и спланированной работой по развитию системы образования в регионе, которая осуществляется по следующим направлениям:

- сопровождение развития образовательной системы на уровне школы, района, города: научное руководство инновационными процессами;
- проектирование, разработка и апробация компонентов городского образовательного процесса (в рамках системы среднего и высшего образования);
- исследование (в том числе в рамках международных проектов) региональной образовательной ситуации с целью ее осмысления, научной экспертизы и поиска путей развития;
- ориентация школьных педагогических коллективов, творческих групп и отдельных учителей на партнерские отношения с университетом через создание привлекательного имиджа, разрушение стереотипов в отношении учителей-практиков к академической науке;
- предоставление образовательных услуг как через основные и дополнительные образовательные программы (магистратура), так и в сфере повышения квалификации работников сферы образования.

В заключение отметим, что возможности развития образования с помощью социального партнерства строятся на следующих основаниях: открытость и сотрудничество, общение и обмен идеями, развитие межпрофессиональных сообществ, культуры общественного самоуправления, инициирование различных учреждений, структур и организаций стать активными партнерами в решении проблем системы образования.

ПРИМЕЧАНИЯ

1. Калиновский Ю. И. Философия образовательной политики. М., 2000.
2. Разработка квалификационных требований к профессиональной деятельности в сфере образования: Монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2006.
3. Научно-педагогический интернет-журнал «Эмиссия. Оффлайн» www.emissia.org.