Уважаемые коллеги!

Существенные трансформации, происходящие сегодня в сфере высшего образования не только России, но и во всем мире, которые оказывают свое влияние на развитие профессионально-общественных коммуникаций в педагогическом сообществе. Как никогда развивается географическая и профессиональная мобильность граждан, стремительно меняется сам мир профессий, и за 4-6 лет до выпуска мы иногда не можем предсказать будущую карьерную траекторию нашего выпускника. Вследствие этого образовательные маршруты современного человека становятся мозаичными и долговременными проектами. Конкретной точкой сборки становится познавательные потребности субъекта обучения, направленные на развитие тех компетенций, которые помогут ему преодолеть карьерные барьеры. Готовность вузов гибко и оперативно реагировать на меняющиеся образовательные потребности граждан – залог их успеха и даже выживания, поскольку когда они не готовы удовлетворять эти потребности, на рынке появляются другие факторы, готовые предлагать современные, адаптивные образовательные продукты. Другой стороной трансформаций в сфере высшего образования становится его адаптация к нарастающей медиатизации образовательного, профессионального и личностного маршрутов жизни современного человека. Сегодня присутствие вузов в виртуальной среде также определяет их жизнеспособность и готовность отвечать на вызовы времени. В информационном обществе усиливается роль университетов, они становятся лидерами среди инноваторов и осуществляют опережающее воздействие на формирование новых социокультурных практик. Экономика знаний востребует экспертов и это повышает роль и долю консалтинга и тестирования в спектре предлагаемых образовательных услуг.

Происходящая сегодня модернизация высшего образования логически продолжает образовательные реформы конца XX-го века, однако ставит перед российскими университетами новые задачи. Если предшествующие реформы были нацелены в основном на развитие различных сторон деятельности вуза, причем развитие дисперсное – по всем направлениям, то смысловой вектор настоящих преобразований указывает на модернизацию как ориентацию на современность, востребованность современным обществом изменений содержания, процессов, менеджмента российских университетов. (ПРОФСТАНДАРТ, ДЕЯТЕЛЬНОСТНЫЙ ПОДХОД) И хотя такая позиция прагматична, она востребована, в первую очередь, государством, и отражается в государственной политике в области образования. Эти тренды указывают на необходимость серьезной рефлексии нашей деятельности и, прежде всего, тех профессионально-общественных коммуникаций, которые мы выстраиваем с широким кругом партнеров и заинтересованных в результатах нашей деятельности субъектов.

По существу, мы находимся в двойственной ситуации: требование времени обязывает нас думать о коммерческом измерении образования (мы вынуждены искать новые формы привлечения абитуриентов, новые форматы образовательных программ, новые механизмы привлечения финансовых средств), с другой стороны – исключительно коммерциализация образования неизбежно снизит ценность самого бренда «университета», а ведь, по существу именно бренд университета и есть тот нематериальный эквивалент, который соотносится с условной стоимостью образования (так называемый «капитал бренда»). Как показывают исследования, стоимость «неосязаемых ценностей» — торговой марки, бренда компании и т. д. может составлять до 70% ее рыночной капитализации.

Наш капитал складывается из целого комплекса факторов, среди которых коммуникационные получают всё большее влияние. Сегодня профессионально-общественные коммуникации осмысляются как поиск партнеров, способных усилить деятельность друг друга, достичь синергетического эффекта при построении многомерных, многосторонних и полифункциональных отношений взаимовыгодного сотрудничества. Как показывает практика, профессионально-общественные коммуникации становятся оптимальным способом адаптации к стремительно меняющимся условиям деятельности, умножают репутационный капитал участников коммуникаций. Однако критическое значение приобретают вопросы выбора партнеров и способов построения отношений: с кем необходимо сотрудничать, минимальное и оптимальное число связей, какие эффекты ожидать и как скоро, какие ресурсы вкладывать в развитие сетевых проектов и какой отдачи ожидать?

Важно отметить и то, что зона взаимодействия выстраивается и в контексте миссии университета, и в контексте ценностей, разделяемых участниками коммуникации. Западными исследователями отмечается, что совместная общественно полезная деятельность является эффективным способом создавать *«вечных друзей бренда»*, а обсуждение способов совершенствования продукции превращает критиков в сторонников. То есть, любое событие общественно-профессиональных коммуникаций всегда работает на наш имидж, если, конечно, университет позиционируется как полноправный участник процесса.

Так мы получаем возможность выстраивания репутационного менеджмента, не требующего специальных финансовых вложений, и действующего с высокой точностью. Лидирующие позиции РГПУ им. А.И. Герцена в различных международных и российских рейтингах подтверждают наличие ресурса капитализации нашего бренда. На слайде представлено место Герценовского университета в различных авторитетных рейтингах, причем с каждым годом наши позиции в этих рейтингах улучшаются. При этом важно учитывать: каковы цели, смыслы и результаты нашего участия в различного вида рейтингах: как это используется в профессионально-общественных коммуникациях, как это «работает» на капитализацию вуза, на развитие собственной уникальной культуры субъектов? И, конечно, надо отметить, что отдельного внимания заслуживает проблематика позиционирования наших внешних рейтинговых позиций, которые в целом выглядят весьма успешными.

Остановимся кратко на характеристике внешних и внутренних общественно-профессиональных коммуникаций в различных сферах деятельности нашего университета. Говоря о различных коммуникациях в образовательной сфере следует, прежде всего, отметить динамику в проектировании и реализации образовательных программ, которые и призваны выстраивать профессионально-общественные коммуникации как внутри университета, команд образовательных программ, студенчества, так и вовне – с работодателями и экспертами.

Но здесь мы зачастую сталкиваемся с проблемами:

* Недостаточной информированности студентов о самой программе (ее содержании, путей реализации, возможностей для обучающегося, ввода в профессию и т.п.);
* Зачастую отсутствием координации действий в цепочке: деканат-кафедра-руководитель программы;
* Недостаточной включенностью преподавателей в процесс командной реализации образовательной программы (как на уровне разработки основных компонентов программы, так и ответственности за конечные результаты)

Безусловно, расширяет возможности коммуникаций в образовательной сфере наличие механизмов сетевого взаимодействия.

Так, новым вектором развития ООП является появление в 2012 году сетевой формы обучения, которая направлена на повышение качества образования и позволяет аккумулировать лучший опыт зарубежных и отечественных образовательных организаций, в том числе в области профессиональной подготовки кадров, а также актуализировать образовательные программы с учетом уровня и особенностей ресурсного обеспечения реальной профессиональной деятельности.

В нашем университете на сегодняшний день разработаны 19 образовательных программ, динамику роста программ вы видите на слайде. Важным показателем развития профессионально-общественных связей является разработка и внедрение в вузах международных сетевых образовательных программ с двойным дипломом. Сегодня в нашем университете 11 основных образовательных программ, реализуемых частично или полностью на английском языке.

Не без сложностей идет реализация сетевых образовательных программ, их реализация ставит все те же вопросы о партнерстве и способах его реализации. Проблемы в разработке и реализации ООП, выдвигают ряд задач для их развития:

* формирование образовательной среды позволяющей реализовывать программы как внутри университета, так и вовне.
* обновление платформы Moodle для решения конкретных задач реализации образовательного процесса;
* подготовка профессорско-преподавательского состава к разработке электронных ресурсов;
* внедрение электронного обучения и дистанционных образовательных технологий в реализации дополнительных образовательных программ;
* реализация сетевой ООП на иностранном языке;
* языковая подготовка профессорско-преподавательского состава;
* повышение уровня языковой подготовки студентов.

Однако прежде, чем решать эти, безусловно, важные задачи, мы должны ответить себе на другие вопросы. Много ли вообще должно быть сетевых, в том числе международных, программ? И сколько их должно быть, если мы имеем в виду качественное образование? Что это дает РГПУ? В том числе для развития коммуникаций? Какого рода коммуникации возникают при сетевых ООП, особенно в международных программах?

Отдельного внимания требуют вопросы международных коммуникаций. Общее количество иностранных студентов в 2014-2015 учебном году составило 1051 иностранный студент из 42 стран мира. В настоящее время в рамках аспирантуры и организации научных стажировок в РГПУ обучаются 63 молодых ученых из других стран. Подготовка научно-педагогических кадров ведется для учебных заведений 10 стран евразийской зоны.

Следует отметить, что при всей развитости международных связей есть нерешенные вопросы. Это и концептуализация менеджмента международных договоров. И содержание международных коммуникаций. И более активное вовлечение российских студентов в международные коммуникации. И наконец, учет интересов иностранных студентов и более активное включение их в российский контекст образования. Один из вопросов – язык сайта РГПУ. У нас более 600 студентов из Китайской Народной Республики, а возможности читать сайт на китайском нет?!

Следующий важный контекст развития профессионально-общественных коммуникаций, в котором можно и нужно говорить о взаимодействии с важнейшими стейкхолдерами вуза – это организация практики студентов.

В сфере организации практик значительно расширились профессионально-общественные коммуникационные возможности с введением в учебные планы летней педагогической практики. Следует отметить, что это не просто раздел учебного плана, а реальное погружение студентов университета в профессиональную педагогическую среду. Активное сотрудничество осуществляется как с Комитетом по образованию Санкт-Петербурга при согласовании программ подготовки студентов, проведении выездного слета вожатых в Загородном центре детского и юношеского творчества «Зеркальный», при определении баз практики, так и с детскими оздоровительными лагерями, в которых работают наши студенты.

Налажены контакты с известными Всероссийскими детскими центрами, в том числе международными: «Артек», «Орлёнок», «Океан». В настоящее время три студента университета проходят обучение в Школе педагогического работника в «Артеке» с перспективой трудоустройства в центре от 6 месяцев до 3-х лет. Растёт количество договоров на проведение практики: за три года их число увеличилось в два раза.

Открытости пространства педагогического образования способствует и расширение спектра форм проведения практики: в качестве примера можно привести участие в фестивале молодежных театров «Михайловское – 2015» студентов-практикантов факультета философии человека. Фестиваль – это новые отношения, новые идеи, новые сферы влияния. Нельзя не отметить и участие в течение двух предыдущих лет (2013-14г.г.) в работе археолого-геологической экспедиции «Кызыл-Курагино» (Тува) по приглашению Русского географического общества студентов факультетов географии и философии человека. По результатам практики открыта выставка студенческих работ, написаны курсовые и дипломные работы.

 Безусловно, это не единственные позитивные примеры организации практик, но если мы рассматриваем этот вид деятельности студентов с позиции развития профессионально-общественных коммуникаций, то, возможно, следует думать

* о новой концептуализации практики студентов в контексте задач формирования открытого пространства педагогического образования, а значит:
* об изменении содержания заданий на практику, учитывая в том числе и характер изменений в образовательном процессе школы;
* поиске современных форматов практик с учетом процессов модернизации педагогического образования;
* о более адресном выборе базы практик;
* привлечение работодателей к разработке содержания и видов практик и т.п.

 Коммуникации с работодателем и рынком труда

 Взаимодействие с рынком труда и работодателями осуществляется не только при организации практик, но и в образовательной деятельности. Так в государственной итоговой аттестации в качестве членов экзаменационных комиссий в 2012 году приняли участие 69 работодателей, а в 2015 году уже 117.

Работодатели привлекаются к консультированию и рецензированию ВКР. С момента включения в 2006 г. университета в конкурс дипломных работ, выполняемых по заказу органов исполнительной власти Санкт-Петербурга, 74 студента были удостоены премии. 15 дипломных проектов разработаны по заказу Комитета по образованию. Но студенческие работы по заказу выполняются не только в рамках конкурса. В сентябре текущего года от Комитета по природопользованию в адрес ректора университета поступило предложение привлечь студентов к исследованиям, проводимым Комитетом. Сформулировано порядка 20 тем для ВКР экологической направленности.

Проблемным является то, что пока не определён механизм учета таких работ и проверки внедрения проектов – это следует сделать в ближайшей перспективе.

Требует своего осмысления и выработки механизмов формирования образовательной политики университета взаимодействие с работодателями в случае целевой подготовки. И здесь речь должна идти о разработке модели сопровождения целевой подготовки: от поступления, профессионального коучинга в процессе подготовки до входа в профессию а значит, необходимо выстраивать и модель коммуникации с работодателями в данном контексте.

 Стратегическое позиционирование университета в образовательном пространстве осуществляется и в олимпиадном движении.

РГПУ им. А. И. Герцена уверено заявляет о себе как о центре организации интеллектуальных соревнований школьников федерального и регионального уровня. Общее количество участников олимпиад, проведенных университетом, составило 5 500 человек из 62 регионов России и 13 стран ближнего зарубежья.

Конечно, все это позволяет позиционировать себя как серьезный вуз, обладающий соответствующими ресурсами (кадровыми, интеллектуальными, инфраструктурными) для проведения разного уровня олимпиад, дает возможность для организации сетевых олимпиад, работа над которыми уже началась в этом учебном году.

Вместе с тем, остаются и нерешенные вопросы:

* Дает ли это приток абитуриентов в Герценовский университет, если да, то в каком процентном соотношении?
* Какие предметные олимпиады и конкурсы следует разработать и провести для студентов-герценовцев?
* Какими могут быть межвузовские олимпиады студентов в рамках сетевого объединения вузов «Педагогические кадры России»?

Полагаю, что эти вопросы, можно смело перевести в плоскость задач на ближайшую перспективу.

 Ранее уже отмечалось, что определенные перспективы выстраивания профессионально-общественных коммуникаций РГПУ им. А.И. Герцена открываются в рамках сетевого объединения вузов «Педагогические кадры России», Ассоциацией творческих вузов, а также Университетского округа, сотрудничества со школами-лабораториями. На слайде представлена статистическая характеристика этих общественно-профессиональных объединений. Но именно это направление требует сегодня:

* действенных, реальных механизмов взаимодействия в рамках сетевого объединений вузов «Педагогические кадры России»,
* современной программы междисциплинарных исследований в области общего образования.
* разработки модели Герценовского университетского округа.

Представляется, что не исчерпан, а может быть, еще и не найден механизм коммуникации с органами власти, депутатским корпусом, с различными общественными организациями и представительствами, организациями культуры, спорта и др., что могло бы не только позиционировать Герценовский университет как центр социокультурного развития региона, но и качественно влиять на подготовку кадров.

РГПУ им.А.И.Герцена успешно взаимодействует с профильными комитетами городского правительства, с администрациями районов Санкт-Петербурга, начинает развиваться сотрудничество с муниципальными образованиями. Это и проекты в сфере образования и культуры, волонтерство, экспертная деятельность, осуществляемая на самом высоком уровне.

Мы успешно реализовали ряд совместных историко-культурных проектов, посвященных 300-летию Красного Села и 70-летию Победы в Великой Отечественной войне; прежде всего – это подготовленные нами книги «Город Красное Село», «Триумфальная Арка Победы в Красном Селе» и «Южный рубеж Ленинграда». Отрадно, что наш интерес нашел поддержку у как у Администрации района, так и Муниципального совета Муниципального образования города Красное Село. Над созданием книг трудился коллектив ученых Герценовского университета – историков, географов, краеведов и педагогов и специалистов факультета изобразительного искусства под руководством В.П. Соломина.

Конечно, все это можно считать точками роста в профессионально-общественных коммуникациях. Но задачи стоят гораздо шире, чем просто участие в предлагаемых региональных и муниципальных программах: задача минимум - интеграция в региональные и муниципальные программы /проекты; и максимум – формирование региональных и муниципальных программ /проектов – формирование образовательной политики в регионе!

С целым рядом общественных организаций нас связывают многолетние и успешные отношения. Так, с Центром Национальной Славы мы реализуем ежегодный Общественно-педагогический форум, который является крупной экспертной площадкой федерального уровня. Председатель Попечительского совета фонда, Владимир Иванович Якунин неоднократно у нас выступал с открытыми лекциями, которые активно освещались в СМИ.

Несомненным успехом можно признать участие университета в Санкт-Петербургском образовательном форуме в течение пяти лет, а также в Санкт-Петербургском международном культурном форуме.

Герценовский университет является организатором и участником большого количества международных и всероссийских мероприятий. Например, всего за год представители университета приняли участие только в зарубежных мероприятиях более чем в 100 (это каждый 4-й день, а то и 3-й день мы «выходили в Мир»).

Вместе с тем, есть и ряд факторов, которые следует учитывать, реализуя принципы общественно-профессиональных коммуникаций. События, проходящие при участии Герценовского университета, должны ясно позиционироваться под брендом нашего университета. Сегодня чрезвычайно распространено явление, получившее название «ньюсджекинг» (newsjacking) – это перехват инициативы в изложении новости, в результате которого будет обесценено участие в мероприятии других партнеров. Конечно, чаще мы встречаемся с ньюсджекингом при взаимодействии с организациями, чей бренд слабее. Но иногда и наши не менее «мощные» коллеги «перетаскивают» на свои площадки акценты в проводимых совместно проектах.

Профессионально-общественные коммуникации университета неразрывно связаны с вузовской наукой. Сегодня наметились два вектора ее востребованности. Первый из них обусловлен потребностями образовательной практики. Современные образовательные программы должны формироваться исходя из вопросов актуальных междисциплинарных исследований, где наука становится инструментом практической подготовки кадров. Другой вектор направляют процессы в экономике и общественной жизни, в которых актуализируются новые потребности, и здесь важны интуиция и способность опережать эти потребности со стороны вузовской науки, развитие академических междисциплинарных сфер. Стержневыми вопросами, стоящими перед руководством университета, перед каждым его сотрудником, становятся направления поиска оптимизации научной деятельности, эволюция взглядов, отношений, целей, систем ценностей ее субъектов, выбор путей развития научных исследований в условиях модернизации педагогического образования в соответствии с быстро меняющимися реалиями и потребностями современного российского общества.

Сегодня университет ориентирован на прорывные направления исследований. Это позволяет концентрировать научный и инновационный потенциал вуза в тех областях научной деятельности, которые являются авангардными в современной науке, отвечают актуальным потребностям российского общества. Значимым результатом нового менеджмента исследований стала отработка модели полного цикла, когда научные результаты безотлагательно трансформируются в научно-образовательные и технологические продукты. Достигнутая интенсификация внедрения научных результатов в образовательную практику университета позволила отработать технологии перевода и трансляции передового научного знания, получаемого в университете, в содержание образовательного процесса. Это способствовало переходу на качественно новый уровень подготовки специалистов, главной целью которого стало формирование креативного понимающего сознания. Правильность выбранной стратегии подтвердилась ростом публикационной активности сотрудников и обучающихся университета, увеличением числа выполняемых грантов РГНФ, РФФИ и других фондов, общим объемом выполняемых НИОКР. Университет вошел в ТОП-10 организаций с наибольшим числом публикаций в РИНЦ. В 2015 году в три раза по отношению к 2012 году возрос объем средств, полученных университетом по научным исследованиям.

В свете развития научных коммуникаций необходимо дальнейшее развитие и усовершенствование системы сопровождения талантливых ученых, реализация когнитивной политики от абитуриента до преподавателя; разработка мотивационного поля субъектов научной деятельности, изменения их психологии, развитие кооперации и интеграции ресурсов сетевых партнеров, в том числе создание мобильных межвузовских проектных групп элитных научных кадров, внедрение новых моделей научных коммуникаций, и, наверное, самое главное – выстраивание новых моделей карьерной реализации ученого Герценовского университета.

Коммуникации в студенческой среде – особый, очень важный и чувствительный вид коммуникационных связей, в котором происходит смена вектора в отношениях между студенчеством и педагогическим и административным персоналом университета от «воздействия» к «взаимодействию», от руководства к партнерству и сотрудничеству, причем не декларируемому, а реальному. Основа взаимодействия нового качества – инициатива, свобода выбора, самостоятельность, ответственность студентов и помощь, содействие, поддержка преподавателей и руководителей.

Достижение нашего стратегического ориентира – открытости педагогического образования – невозможно без создания условий для продуктивных коммуникаций в студенческой среде.

Прежде всего, это развитие студенческих объединений в рамках программы «Инициатива – действие – успех», которая в течение двух лет поддерживается Минобрнауки России и Федеральным агентством по делам молодежи РФ. Сегодня по 10 направлениям воспитательной работы и реализации молодежной политики в университете созданы и действуют около 130 студенческих объединений, которые реализуют новые возможности для организации коммуникаций как внутри вуза, так и за его пределами.

По инициативе студентов в университете создан центр инклюзивной физической культуры и спорта. Налажена стабильная работа студенческого телевидения «Герцен-ТВ» - только за один год подготовлено 19 передач, которые регулярно выставляются в Youtubе, что повышает рейтинг вуза по числу размещенных в нем видеороликов. В течение нескольких лет действует разговорный клуб иностранных и российских студентов.

Устойчивому взаимодействию с другими вузами способствует конкурс социально значимых проектов «Моя инициатива в образовании» и Герценовский моложенный форум, которые уже стали своеобразным брендом нашего вуза и в нем принимают участие студенты свыше 30 вузов всех федеральных округов.

Вместе с тем, следует отметить и определенные проблемные поля, а именно:

* Неготовность многих обучающихся и преподавателей к субъектно-субъектной коммуникации: не все преподаватели признают в студенте равноправного партнера, имеющего право на собственное мнение, линию поведения, достижения и ошибки.
* Не все студенты стремятся к взаимодействию с преподавателями за пределами учебного занятия
* недостаточно развиты неформальные, неинституциональные формы коммуникации студентов и преподавателей;

Исходя из обозначенных проблем, можно сформулировать и ближайшие задачи:

* Вовлечение обучающихся, в том числе иностранных, а также студентов с ограниченными возможностями здоровья в социальную практику, обеспечение поддержки их созидательной инициативы, научной, общественной, творческой и предпринимательской активности.
* Совершенствование системы студенческого самоуправления.
* Усиление роли институтов, факультетов, кафедр и руководителей образовательных программ в развитии открытой коммуникативной среды педагогического образования.

И наконец, коммуникации в Интернет-пространстве. Присутствие в глобальной сети Интернет на сегодняшний день становится стратегической задачей для любого университета. Активное участие в виртуальных профессионально-общественных коммуникациях позволяет достигать целого ряда эффектов, представленных на слайде.

В 2015 году аналитическая группа «Интерфакс» провела анализ социальных коммуникаций российских университетов, согласно которому наш университет входит в число вузов, активно реализующих свой коммуникационный потенциал в этом сегменте Интернет-пространства. Так по показателю «отношение зарегистрированных в основных академических и профессиональных сетях аффилированных с вузом лиц к числу НПР вуза на полной ставке» университет вошел в ТОП-40 российских вузов, по числу размещенных видеороликов в сети YouTube в ТОП-30. По относительному числу аккаунтов университет занял в сети Twitter 4 место, в сети ВКонтакте – 2 место и в сети Facebook – 2 место, разделив его с Высшей школой экономики.

Более пристальный анализ коммуникаций Герценовского университета в профессиональных сетях показывает большой потенциал для роста. Так в научных сетях Academia.edu и ResearchGate наши исследователи представлены достаточно немногочисленно, всего 170 человек, включая обучающихся и сотрудников, на Academia.edu, и 46 на ResearchGate. Это второй результат среди педагогических вузов, однако, в несколько десятков раз ниже, чем у ведущих университетов страны (МГУ, СПбГУ).

Лидером среди структурных подразделений университета по активности общественно-профессиональных коммуникаций в сети Интернет является Фундаментальная библиотека имени императрицы Марии Федоровны, которая представлена во всех значимых социальных сетях: Google+, ВКонтакте, Facebook, Academia.edu и др. Группа библиотеки ВКонтакте единственная из всех является официальной и входит в ТОП-5 лидеров по числу участников.

В аспекте наших виртуальных коммуникаций мы только начинаем наше развитие. И здесь вопросов гораздо больше, чем ответов. Как выстраивать политику университета в отношении к социальным сетям, каково присутствии нашего бренда в Интернет-пространстве, кто и как должен модерировать контент, как решить проблему авторских прав, как строить виртуальный герценовский университет?

Открытое пространство педагогического образования – это не только разнообразные, разноплановые внешние коммуникации, но и внутренние, и прежде всего, горизонтальные профессионально-общественные коммуникации. Именно они обеспечивают создание условий качественного образования, повышения профессиональной компетентности ППС, доверия к нам потребителей услуг (и абитуриентов, и студентов, и общества, и работодателей, и различных социальных и образовательных партнеров) и как позиционирования Герценовского университета в российском и международном культурно-образовательном пространстве.

Активная профессиональная коммуникация – это еще один способ повышения квалификации преподавателей, а также их самообразования, канал делового общения, средство координации действий, креативный источник новых интересных идей и проектов.

Экспресс-опрос ППС, проведенный при подготовке к ученому совету, по оценке частоты и эффективности взаимодействия с коллегами других факультетов, кафедр и административно-управленческих структур по направлениям деятельности (результаты приведены на слайде) показал, что чем интенсивней коммуникация, тем выше преподаватели оценивают ее эффективность. В этой связи очевидно, что для повышения качества и эффективности профессионального взаимодействия сотрудников университета необходимо внедрение специальных мер и механизмов.

Предстоит решить целый ряд вопросов: как формировать корпоративную культуру университета, новое открытое информационное пространство коммуникаций, носящее антропологический характер? В каком направлении развивать дифференцированную систему стимулирования сотрудников Университета?

Представляется, что возможным механизмом в построении и стимулировании внутренних профессионально-общественных коммуникаций должна стать система внутреннего мониторинга и рейтингования. Сегодня внутренний мониторинг включает:

* Комплексный рейтинг кафедр университета;
* Мониторинг размещения обязательной информации структурными подразделениями университета на странице официального сайта;
* Мониторинг административно-управленческих подразделений;
* Мониторинг исполнения решений.

И это не застывшая система, она постоянно совершенствуется, дорабатывается, информация анализируется и обобщается соответствующими службами, на основе этой информации принимаются определенные управленческие решения.

Но проблема рейтингования и мониторинга структурных подразделений должна трансформироваться от непонимания цели появления дополнительных самообследований до осознания каждым сотрудником своей роли в «общем деле» продвижения университета.

В этой связи, представляется важным:

* Формирование корпоративной культуры университета, а значит, прежде всего, прозрачности и разделяемости ценностных установок, понимание всеми! задач Университета
* Формирование информационного пространства коммуникаций, носящего антропологический характер.
* Развитие системы стимулирования работников, особенно, морального, поскольку в нашей гуманитарной среде это чрезвычайно важно
* Очень значима реализация полного цикла внутренней коммуникации: от мониторинга, рейтингования, аттестации, до стимулирования (и не только материального, но и поднять уровень морального стимулирования).

Уважаемые коллеги!

Хочется особенно подчеркнуть, что построение и развитие профессионально-общественных коммуникаций ни в коем случае не является целью нашей деятельности, а средством (но очень мощным средством) развития.

Анализируя в целом выстраивание внешних и внутренних профессионально-общественных коммуникаций, нельзя не выделить общую проблему: мы очень много делаем, количество и качество нашей активности очень высоки, однако в этой активности не прослеживается системность и концептуальная структурированность задач, событий, действий.

Представляется, что необходима согласованная и прозрачная политика университета в области расширения профессионально-общественных коммуникаций, что предполагает не только разработку комплекса мер по укреплению статуса РГПУ им. А.И. Герцена в системе коммуникационных процессов, но и проектирование системы репутационного менеджмента. И у нас есть для этого потенциал!

В завершении хочу выразить признательность не только членам рабочей группы, но и другим коллегам за помощь в подготовке доклада.

Благодарю за внимание!