

Сыченков Владимир Владимирович
Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»
Департамент медиа факультета коммуникаций, медиа и дизайна
vsychenkov@hse.ru

**Управленческая риторика преподавателя как способ управления
деятельностью в условиях давления со стороны
Z-студентов и X- менеджеров вуза**

***Аннотация.** Среди требований к современному преподавателю вуза много как коммуникационно-технических, так и общекультурных, деловых и психолого-коммуникационных навыков для общения со студентами и непосредственными руководителями. Учитывая постепенный переход высшего образования в категорию платного, и обостряющиеся отношениями вузов с основным инвесторами-родителями студентов, риторические компетенции преподавателей, оказывающим непосредственную «образовательную услугу» на переднем крае, выходят на новый уровень.*

***Ключевые слова:** управленческая риторика, конфликтная коммуникация, хейт, риторизация, риторическая компетенция педагога высшей школы.*

Актуальность. Одним из важнейших видов профессиональной активности педагога высшей школы является коммуникативная деятельность. Для повышения ее эффективности исследователи предлагают риторизацию педагогического взаимодействия [1], развитие риторической компетенции педагога высшей школы [2], чему посвящены значимые работы последнего десятилетия. Сам термин «риторизация» рассматривается как «процесс преобразования, т. е. совершенствования и развития, образовательного процесса в целом, преподавания любой учебной дисциплины средствами риторической деятельности участников процесса» [3]

Среди требований к современному преподавателю вуза много как коммуникационно-технических, так и общекультурных, деловых и психолого-коммуникационных навыков для общения со студентами и непосредственными руководителями. Во многих вузах от преподавателя по-прежнему требуют быть «академиком» (обладать академическим красноречием), при этом оставаться прекрасным методистом и разбираться в практике. С одной стороны, это показатель идеального образа, к которому педагог высшей школы должен стремиться, с другой - критерий «бюрократизации» высшего образования, которому не просто сложно, а подчас и бессмысленно соответствовать на образовательном рынке, например, с учетом соотношения требований и рыночной зарплаты.

Учитывая постепенный переход высшего образования в категорию платного, и обостряющиеся отношениями вузов с основным инвесторами-родителями студентов, риторические компетенции преподавателей, оказывающим непосредственную «образовательную услугу» на переднем крае, выходят на но-

вый уровень. Вкупе с уходом в прошлое «авторитета педагога», товарно-денежные отношения резко меняют расстановку сил, отчетливо отрицая, например, просветительский и воспитательный компоненты. Вместе с тем заказчиков высшего образования не устроит и прикладной характер образовательной услуги – это сегодня могут дать краткосрочные образовательные программы на рынке и самообучение в Интернет.

Отсутствие конкретной цели в получении высшего образования порождает необоснованные ожидания. Студенты начинают строить планы на работу после вуза, однако у рынка свои запросы и работодатели жестко обозначают их в отборе выпускников и поствузовской адаптации. Крайним в этой проблеме снова оказывается преподаватель.

Родители, студенты, контролирующие образование госструктуры, менеджеры вузов становятся ключевыми стейкхолдерами, выдвигающими преподавателю свои «клиентские пожелания», подчас противоречащие друг другу. Понятие «токсичная среда» в этих условиях, как ни странно, естественная часть образовательного ландшафта, усилившегося в период пандемии и временного дистанционного формата. Выжить в этой ситуации – задача минимум для вузовского преподавателя, оказать качественную образовательную услугу так, чтобы ее признали таковой разные целевые группы – задача максимум.

Таким образом, на первый план работы педагога высшей школы выходит умение публично управлять всесторонним давлением как со стороны руководства вуза, контролирующих структур, будущих работодателей выпускника, так и студентов, родителей и широкой общественности, готовых по первому зову в соцсетях оперативно подключиться к любой ошибке преподавателя.

Вопросы исследования. Мы рассматриваем преподавателя вуза как представителя «среднего управленческого звена», на котором, по сути, выстраивается вузовское обучение. При этом он – профессиональный бюрократ, по Г.Мицбергу, способный принимать оригинальные решения внутри установленных рамок. В идеале преподаватель – часть адхократии вуза, если организация – «высокорганичная структура с незначительной формализацией поведения; узкая горизонтальная специализация, основанная на соответствующей подготовке сотрудников; тенденция к объединению специалистов в функциональные единицы при одновременном их участии в небольших проектных командах...» [4, с. 433].

По сути, преподаватель – публичный управленец, задача которого – «общаться и руководить – в интересах компании». А. Шепель, автор термина «управленческая риторика» так поясняет смысл деятельности менеджера [5].

Методы. Таким образом, преподаватель должен уметь вести профессиональную управленческую борьбу за картину мира [6], чтобы эффективно взаимодействовать со всеми целевыми адресантами. Это публичная управленческая борьба, невидимая, но необходимая, жесткая по форме, но гуманистическая по содержанию. У нее есть инструмент оценки – показатель полезности публичного выступления (ПППВ), где оценивается

результат (+/-), эффективность (+/-), лидерство (+/-),
эффект бумеранга (+/-)

Этим инструментом [7] можно померить публичное выступление преподавателя, которое вызвало общественный резонанс.

Цель нашего исследования – оценить показатель полезности публичного выступления преподавателя и возможности решения имеющихся задач средствами управленческой риторики.

Результаты исследования. Успех любой коммуникации – в целевой аудитории и той обратной связи, которая она дает. В ситуации вуза – это, в первую очередь, студенты, с которыми преподаватель взаимодействует и менеджеры вуза, чьи решения он реализует в повседневной деятельности.

Любопытно, что в этом случае преподаватель коммуницирует с двумя принципиально разными поколениями: поколением Z-студентов, рожденных век цифровых технологий [8], для кого интернет — неотъемлемая часть жизни. И поколением Z-менеджеров вузов, «последним советским поколением», переживших неоднократные крушения идеалов и мыслящих прагматично [9]. Под каждого актора преподавателю нужно подстраиваться и находить с ними общий язык [10].

Примечательно, что высший управленческий менеджмент поколения X «родом из вуза»: «в подавляющем большинстве случаев ректоры университетов Проекта 5–100 ранее работали в университете, который они сейчас возглавляют, среди ректоров других российских вузов данный показатель существенно ниже (около 50%)». Еще один фактор «Более трети ректоров российских университетов вне Проекта 5–100 имеют опыт работы в органах власти...». И сильно уступают зарубежным конкурентам в опыте работы в академических и бизнес-структурах [11].

Вывод: Токсичная коммуникативная среда - норма современного образовательного пространства. В этих условиях на первый план выходят управленческая риторика преподавателя, которая становится стратегически важным инструментом публичных коммуникаций, помогающим как избегать ненужных рисков, так и находить способы диалога с целевыми группами.

Литература

1. Чечева Н. А. К вопросу о развитии риторической компетенции педагога высшей школы // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. № 6. URL: <https://mir-nauki.com/PDF/05PDMN620.pdf> (дата обращения: 10.05.2021);

2. Минеева С. А. Проблемы и трудности риторизации. URL: https://labritor.ucoz.ru/index/mineeva_s_a_problemy_i_trudnosti_ritorizacii/0-65 (дата обращения: 10.05.2021).

3. Балыхина Т. М. Профессионально-риторическая компетенция преподавателя РКИ: дискурс-анализ с позиций инноваций в университетском образовании // Ученые записки Забайкальского государственного университета. Серия: Филология, история, востоковедение. 2012. № 2. С. 261-265.

4. Минцберг Г. Структура в кулаке: создание эффективной организации. СПб., 2001.

5. Шепель В. М. Человеческая компетентность менеджера. Управленческая антропология. М. : Народное образование. 1999. 432 с.
6. Тарасов В. К. Искусство управленческой борьбы. Технологии перехвата и удержания контроля. М. : Хорошая книга, 2014.
7. Сыченков В. В. Управленческая риторика как направление и способ трансформации психологии государственных служащих в условиях ценностного раскола // Пути трансформации государственного и корпоративного управления на современном этапе. М. : Буки Веди, 2021. С. 38-42.
8. Захарова В. А. Студенты поколения Z: реальность и будущее // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2019. № 4. URL: [http:// journals.mosgu.ru/trudy/article/view/1013](http://journals.mosgu.ru/trudy/article/view/1013) (дата обращения: 10.05.2021).
9. Юрчак А. Это было навсегда, пока не кончилось. Последнее советское поколение. М. : Новое литературное обозрение. 664 с.
10. Коатс Дж. Поколения и стили обучения / пер. с англ. Л. Е. Колбачева. М. : Межгосударственная ассоциация последиplomного образования, 2011 121 с.
11. Жданов П. А., Тростянская И. Б., Барсуков А. А., Полихина Н. А. Портрет современного ректора: необходимые компетенции на глобальном научно-образовательном рынке // Вопросы образования. 2019. № 2. URL: <file:///C:/Users/%D0%BF%D0%BA/Downloads/portret-sovremennogo-rektora-neobhodimye-kompetentsii-na-globalnom-nauchno-obrazovatelnom-rynke.pdf> (дата обращения: 10.05.2021).