

大学品牌打造与教师队伍建设探

郭 峰 李成新

(临沂师范学院教育科学学院, 山东临沂 276005)

[内容摘要] 随着市场经济对高等教育的影响, 大学自觉意识觉醒并必然走品牌打造之路。大学品牌的主体是教师。加强教师队伍建设, 亦成为大学品牌打造的必然追求。世界品牌大学的教师队伍建设制度启示我们: 教师的选拔应注重教师的真才实学, 避免唯学历化; 推进国际化办学, 构建国际化的教师队伍; 严肃教师职务聘任制度, 维护教师职务尊严; 理性引入竞争机制, 为教师的发展创造和谐氛围。

[关键词] 教师队伍; 大学品牌; 聘任制度; 晋升制度

中图分类号: G645 文献标识码: A 文章编号: 1673- 7164 2007) 07- 08- 0081- 05

随着市场经济对高等教育的影响, 高校自主权的逐步落实, 大学自觉意识觉醒并开始走品牌打造之路, 拥有优势的大学品牌显然能使大学在市场竞争中取得优势地位。因而, 打造大学品牌自然成为提高大学竞争力的战略需求。而一流的师资队伍是大学树立品牌的选择。因此加强教师队伍建设, 发挥教师在大学品牌建设中的主体地位, 是大学品牌打造的必然追求。

一、大学品牌与大学教师

(一) 大学品牌之意蕴

品牌, 这一概念主要用于市场营销, 美国市场营销学会所给的定义为: 品牌是一种名称、术语、标记、符号或设计, 或是它们的组合运用。其目的是借以辨认某个销售者、或某群销售者的产品及服务, 并使之与竞争对手的产品和服务区别开来。^①随着

市场的介入, 大学之间的竞争日趋激烈。为提高大学的竞争力, 大学自觉意识觉醒并必然走品牌打造之路。那么, 何谓大学品牌呢? 大学品牌是指大学在长期发展过程中所形成的关于这所大学的大学理念、办学水平、科研水平、学科建设、教学质量、毕业生素质等在公众心目中所形成的知名度和美誉度。它主要包括学科品牌、专业品牌、课程品牌、教师品牌、学生品牌等几个方面。评价大学品牌主要从公众对大学的知名度和美誉度两个维度进行。

(二) 教师是大学品牌的主体

教师是大学品牌的创造者, 是大学品牌的主要依托或载体, 是大学力量与声誉的象征。美国加州大学伯克利分校常务副校长凯罗·克里斯特反复强调这样一句话: “教师的素质就是学校的素质。”教师的科研、教学水平等无不反映着大学的整体水平和形象, 它是学生、家长及社会各界评价大学的重

收稿日期: 2007- 05- 08

作者简介: 郭峰, 临沂师范学院教育科学学院研究员, 主要从事高等教育学原理研究

李成新, 临沂师范学院教育科学学院副教授, 主要从事高等教育学原理研究

要依据。教师的综合素质对大学品牌的提升具有举足轻重的作用,强势品牌的大学必定有称得上大师级的学者。翻开大学发展的历史,凡是知名大学都非常重视大学教师在大学发展的重要作用,也正是依靠这些教师打造了大学的品牌。原清华大学校长梅贻琦屡次强调教师的重要作用,除了著名的“大师论”之外,他在总结清华建校25年的进展时说:“师资为大学第一要素,吾人知之甚切故亦图之甚亟也。”清华大学在梅贻琦先生“大师”思想的引领下,经过多年的努力,果真成为大师荟萃的一所名校,如清华国学研究院四大导师王国维、梁启超、陈寅恪、赵元任;物理系的叶企孙;数学系的熊庆来、杨武之、华罗庚,等等,他们的学识名扬海外,对清华品牌的形成起到了巨大的作用;竺可桢先生1936年出任浙江大学校长后,同样视教师为办好大学的首要因素,他认为:“大学实施教育,教授人选最为重要”,“一个大学学风的优劣,全视教授人选为转移。”他认为,最为大学校长其任务“最重要者在能请良好的教员”;蔡元培到北京大学任校长后就着手加强师资队伍建设,他特别强调招聘名师。为此,他才是用不拘一格聘请了陈独秀、胡适、鲁迅等大师,为北大成为知名学府奠定了坚实的基础……因而,加强教师队伍建设和打造大学品牌的必然追求。

(三) 教师对大学品牌打造的价值

教师对大学品牌打造的价值主要体现在大学教师的独立人格、学术思想、对学生发展的导引等方面。

1. 教师的独立人格

教师承担着人才培养、学术研究、服务与引领社会发展等重大职责,是社会先进文化的突出代表者。大学教师要忠实地履行自己的使命,在使命中不断求真、向善、创美,就必须实现独立的人格,《高等教育哲学》的作者布鲁贝克认为:“为了保证知识的准确和正确,学者的活动必须只服从真理的标准,而不受任何外界压。”^②教师只有具有了独立人格,他才能做到自由思想。深受西方文化熏陶的蔡元培先生主政北大时,为北大提出的办学原则就是“思想自由,兼容并包”,他明确地指出:“思想自由,是世界大学的通例。”原清华大学国学大师陈寅恪

也说过:“研究学术最重要的是要具有自由思想和独立的精神。”自由思想是人格独立的具体表现,是教师不可或缺的精神特征。独立人格与自由思想,能为教师的人生构建起多方面的重要价值。大学发展史实中似乎存在着这样一个规律:凡取得较多创新或发现的教师,事实上大都是那些独立人格与自由思想性较强的专家学者。缺少这一品性的教师,其学术研究就可能难保质量。在教学过程中,教师的独立人格与自由思想意识的对外流露,最能培养出那种思想视野开阔、求学执着且卓有骨气与才气的年轻学子来。

2. 教师的学术水平

教师理应把握自己的研究领域在国内外最前沿的学术水平,理应具有比较开阔的思想视野,比较深厚的理论基础、专业知识,有比较透彻的解释专业基础问题的理性能力,有明辨专业问题差别的批判能力,有较精明的应用研究能力。在众多能力中,教师必须具有有一种发展专业的核心能力,即能在专业学术前沿解决新问题的能力。只有具有了这种核心能力,教师才能在教学活动中把最先进的知识传授给学生,高质量地做好教学工作;才能面向经济社会发展的主战场,承担起服务、引领经济社会发展的历史重任。概言之,教师的学术水平,既要有学术自由,更要有学术责任;既要体现个人理想,更要体现国家意志。学术成果是教师学术水平的外在表现形式。一般来说,大学都会要求每位教师每年在学术前沿领域提出自己的新观点、思想,以保持学术研究的生命力。阿克隆大学杰出教师、著名高分子科学家程正迪说过:“如果一个教师在一、二年内不在高水平的学术期刊上发表相当数量的论文,也许这位教师就会在这个研究领域销声匿迹”,“在美国,知名教师稍有放松,哪怕是一、二年,他可能永远沉默下去。”

3. 教师对学生发展的导引

教师不应只是系统知识的灌输者,而更应是新视角的提出者、新问题的发现者、新思维的探索者。大学教师主要是启发学生自主学习的能力,帮助他们形成独到的思维,以获得发现和解决问题的方法。

因此,大学课堂的关键是培养反省、批判、怀疑、提问、探索的能力,“教师的职责现在已经越来越少地传递知识,而越来越多地激励思考;除了他的正式职能以外,他将越来越成为一位顾问,一位交换意见的参加者,一位帮助发现矛盾论点而不是拿出现成真理的人。”^③

二、世界品牌大学的教师队伍建设及启示

(一) 世界品牌大学的教师队伍建设

世界品牌大学的教师队伍建设有着一整套教师选拔聘用、师资晋升评审以及教师培训等制度。

1. 大学教师须经严格选拔

在发达国家,要进入大学任教,必须具备博士学位,而且录取的程序非常复杂。首先,学校必须在两家以上公开发行的英文报刊上刊登招聘广告。招聘广告上注明标准和申请的截止日期。招聘委员会必须是独立的,即该委员会不是由系主任或院长和校长组成,而是由校和系资深教授担任。招聘委员会收到应聘申请后,评估每个应聘者的研究成果、教学成果、学术奖励等,在此基础上请应聘者到学校做公开学术演讲,由招聘委员会的无记名投票,签署意见,递交系主任过目并签署意见。然后招聘委员会再把招聘委员会和系主任意见交到学院一级,由学院招聘委员会审查有没有违规操作,还需补充哪些信息,再由学院院长分别独立提出意见后送学校一级,由大学的招聘委员会重新审查。

世界品牌大学在选聘教师时,既看应聘者的学历又看重实际能力,除全面权衡外,还侧重科研成就要求。比如,有没有在比较公认的学术刊物上发表的论文等,如成果是专著,还需提供几份独立的述评。如美国一些高校还规定了教师各级职务的最低标准,教授:有博士学位;在科研中取得重大的成就;有8—10年以上的教学工作资历;有一定的管理能力。副教授:有博士学位;在本专业方面有公认的成就;有8—10年的教学经验。助理教授:有博士学位;具有从事高等学校教学和科研工作的能力;有2

—3年的教学经验。讲师必须有硕士或博士候选人资格。加州大学伯克利分校还明文规定,应聘者科研能力强教学稍差可聘,教学能力再强,但科研能力差则不聘。

2. 为防止近亲繁殖,学术退化,不留本校毕业生任教

品牌大学一般不留本校毕业生任教,以鼓励学科交叉,避免近亲繁殖和少数人学术上唯我独尊,有利于学术争鸣和学术创新。哈佛大学在师资选留上就实行了一条特殊规定,即“选贤避亲”。对于自己培养的应届毕业生,不管是博士还是硕士,也不管成绩有多好,能力多强,一旦毕业都要离开学校。学校不留自己学生任教,如果哪位毕业生想在本校任教,一定要先去其他学校或部门奋斗数年,获得了教授级水平,再与别的应聘者一样,同等地到哈佛大学来应聘,在选聘过程中没有亲疏远近之分,只凭真才实学。正是由于采用了“选贤避亲”的政策,哈佛大学形成了一种良好的引进人才的运行机制。在学术上,把不同学校、不同体系的人员汇集在一起,能够标新立异、博采众长、熔冶提炼、推陈出新,从而形成学术思想上新的增长点,产生新的优势,避免知识的同化、僵化和老化,形成教学和科研上的良性循环,从而也使自己牢固地处于世界领先地位。伯克利分校从20世纪50年代起就定下了不留本校毕业的博士生任教的规定,并实践至今,同时,尽量从不同的学校如哈佛、麻省理工、普林斯顿、斯坦福等品牌大学选择教师。此举有效地防止了教师“近亲繁殖”和学术观点、教学方法因循守旧,这对激活教师的学术思想,提高研究能力功效显著。1983年,美国举办了一个很大的大学研究院评比活动,伯克利加州大学工学院获得了第一名,而多年来一直保持第一的麻省理工学院工学院退至第二。麻省理工反省出原因就是“近亲繁殖”,从1985年始,麻省也绝不再用自己培养的博士生当教师了。

3. 面向全世界招聘,形成国际化教学科研队伍

世界品牌大学在人才的选聘上非常看重应聘者的来源、资历和才干。当某一岗位需要聘用人员时,他们通过一些渠道向社会各方求贤,应聘者要经过

几次严格的筛选。美国最有名的学校总是积极地广泛招聘师资,在学术刊物上登广告,在学术会议上贴告示,在全国各地的同事同行都会接到信或电话被告知求贤事宜。与此同时,面向全世界招聘,形成国际化的教学科研队伍。

东京大学在建校伊始就坚定地实行以欧美大学为师的方针,为了保证高水平的教学质量,在师资方面,利用高薪聘请外国一流学者来校任教。起初,东京大学所有课程的教学几乎都由外籍教师来担任,日本教师只占一小部分,基本上都当助手。为了能吸引外国的一流学者,日本政府和东京大学不惜重金到了竭尽所能的地步。政府为了重点办好东京大学,将全部教育经费的40%拨给东京大学,而东京大学则拿1/3的经费聘请外国教师。当时外国教师月工资最高时相当于东京大学校长工资的1.5倍。

4. 完善而严谨的师资晋升与评审制度

主要是制订了严格的晋升条件,实行“非升即走”政策等。美国大学教授的学衔有助理教授、副教授、大学教授以及以一些基金会命名的教授之分,每一级的晋升都很严格。一流大学普遍实行了“非升即走”政策,不论教员还是助理教授、副教授,合同期满如果不能晋升就要离校另谋职位。

在教师晋升评审方面,伯克利自认为是全美最严格的学校,如助理教授升副教授,要经过学校的专家组、学生集体以及校外5—10位专家的评审。从助理教授升到教授的标准是:在国内,要求在本专业已露头脚;副教授升教授,应该是全国第一流的权威。正教授还分7级,还有特级教授。到第四五级晋升时,要求是国际上的第一流权威。至于特级教授,则要求必须是某一领域的最高权威。

(二) 世界品牌大学教师队伍建设的启示

1. 教师的选拔应注重教师的真才实学,避免唯学历化

我们必须坦承,目前我国大学教师选拔过程中较为严重地存在着重学历、轻能力的问题,教师的教学水平、科研能力还没有得到充分的重视。借鉴世界品牌大学的教师选拔制度,我国大学教师的选拔理应利用各种平台实行公开招聘,避免近亲繁

殖,选拔最适合大学自身发展需要的人才;加大对教师培训的针对性与有效性,做到选拔与培训有机结合;落实教授治学的现代大学制度,发挥教授在大学学术发展中的核心作用,建立与完善教授对青年教师的培养机制;建立健全科学规范的教师管理机制,确保人才的合理流动,做到人尽其才。

2. 推进国际化办学,构建国际化的教师队伍

世界品牌大学都通过大学教育的国际交流与合作,以博采世界各国大学教育之长,推进本国大学教育的现代化。“21世纪的大学,从教育体制到教育内容必将更开放,更加国际化,更具有前瞻性。”^④加强和扩大人才交流,是国际化办学的一条重要途径,这正如美国哈佛大学社会学博士丁学良教授所言:“世界一流大学教员的来源,必须是普遍的,不能仅仅来自于本校,来自于本地,也不能仅仅来自于本国。因为知识无疆界,越是近亲繁殖的大学,衰败的越快,而且,重新恢复它的生命力的代价也越高……”^⑤构建国际化的教师队伍是大学学术创新之本,能够促进学术的交流、互补、碰撞与融合,有助于避免学术的老化,通过博采众长、融会贯通而推陈出新,进而产生学术研究上的新的增长点,形成教学与学术上的良性循环和优势互补。构建国际化的教师队伍的途径一是请进来,聘请国际知名学者、专家到大学任教、讲学或到科研机构合作进行学术研究;二是送出去,把那些德才兼备的优秀教师选派国外,进入国际一流的高等学府或科研机构从事基础科学或尖端科学的学习或研究工作。

3. 严肃教师职务聘任制度,维护教师职务尊严

根据《中华人民共和国教师法》的精神,我国将逐步实施教师聘任制,由长期以来的职称评定制度转向教师职务聘任制度。这是我国高等教育走向国际化,逐步与国际接轨的一个重要举措。严肃教师职务聘任制度的关键是形成规范、有序的激励与评价机制。(1)对教师的激励,就是通过科学管理,把教师的积极性、能动性和创造性很好地发挥出来,把教师的潜能发挥出来,使每一位教师在学校组织中都有自己的位置。对教师的激励应以人文关怀为出发点,以个性服务为基础,以制度建设为前提,以

实现教育目标为宗旨;(2)对教师的评价,就是提高教师的教育教学及其学术水平,促进大学的可持续发展。教师评价的关键是建立与完善教师评价指标体系。对教师的评价应妥善处理好教师的显性工作与隐性工作的关系、定量与定性的关系、结果与过程的关系。

4. 理性引入竞争机制,为教师的发展创造和谐氛围

市场给大学带来的变化主要体现在两个方面:一是竞争机制;二是效益观念。但是,我们要清醒地认识到:市场目标不同于大学教育目标。市场目标是追求利润化;大学教育目标主要是人才培养,从事的活动主要在精神领域。而市场目标的普遍法则表明,市场目标一般会对精神活动造成压力,这对大学的发展尤其不利。教师的教学和学术研究是一种创造性的劳动,教师创造力的基础就是“对周围的机构的结构保护和巩固:大学……需要创造这样一种环境,它给其教员:一种稳定感——他们不应该害怕使他们的工作分心的不断变化;一种安全感——他们不应该担忧来自大门外的对他们的攻击;一种持续感——他们不应该担忧他们的工作和生活的结构会有重大的混乱;一种平等感——他们不应该怀疑别的人会受到更好的对待。”^⑥但是,由于市场竞争机制的引入,带来的是:周期过短且频繁的考核评优、量化评价指标体系的控制、学术活动中行政权力的过多介入引致的非公平现象,把大学内部的利益竞争和冲突推向了白热化程度,加上捉襟见肘的物质待遇造成的生存压力,使大学教师

很少能够按捺住来自利益需要的冲动,保持一份平和的心态。韦伯在《学术与政治》一书中描述的科学发现或创新是“发生在沙发之上燃一支雪茄之时,或出现在一条缓缓上行的街道的漫步之中”的灵感闪现,而在“绩效”优先的主导思想下教师已无法那样平心静气了。因此,在教师队伍建设过程中,引入竞争机制应适度把握,理性运用,要尊重教师的自主性,制定一种“宽容”的政策,营造一个“宽松”的学术环境和氛围,提供相对“宽裕”的生活和工作条件,让教师在和谐的氛围中工作、学习、生活,使外在的制度、条件的控制转化为教师的自我调节和自我控制,从而激发教师的积极性、创造性,每一位教师能够“诗意地栖居在大地上。”

注释:

①李世丁.整合致胜:打造强势品牌的锐利武器[M].广州:广东经济出版社,2001:90.

②(美)约翰.S.布鲁贝克,王承绪等译.高等教育哲学[M].浙江:浙江教育出版社,1987.

③联合国教科文组织国际教育发展委员会.学会生存——教育世界的今天和明天[M].北京:教育科学出版社,1996:108.

④路甬祥.展望21世纪教育——大学将肩负更多的社会责任[N].中国教育报,1997-12-11.

⑤丁学良.什么是世界一流大学[J].高等教育研究,2001,(3):8.

⑥(美)克拉克·科尔,陈学飞等译.大学的功用[M].南昌:江西教育出版社,1993:39.

Quest for Establishment of the University Brand and Construction of the Teachers Procession

Guo Feng Li Chengxin

Abstract Along with an influence that the market economy exerts on higher education, each university becomes to realize the importance of the university brand and begins to found its own brand. Since the teacher is the principal part of the university brand, it is also necessary to enhance the construction of the teachers procession for the cultivation of the university brand. We can also learn much from the world-famous universities' systems of the construction of the teachers procession.

Key words university; university brand; teachers

(责任编辑:山 洲)