

Карельская Людмила Петровна

ВОСПРИЯТИЕ СТУДЕНТАМИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА

В статье рассматриваются проблемы формирования корпоративной университетской культуры в студенческой среде. На основе анализа результатов социологического исследования показано, что в силу неэффективности функционирования сложившихся механизмов включения студентов в университетскую среду имеет место кризис преемственности традиций, происходят ослабление внутренних социальных связей, нарушение норм поведения и, как следствие, формируется тенденция к размыванию и снижению восприятия университетской культуры учащимися.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/3/2013/6-2/16.html

Источник

Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики

Тамбов: Грамота, 2013. № 6 (32): в 2-х ч. Ч. II. С. 68-71. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/3.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/3/2013/6-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: voprosy_hist@gramota.net

УДК 316.75

Социологические науки

В статье рассматриваются проблемы формирования корпоративной университетской культуры в студенческой среде. На основе анализа результатов социологического исследования показано, что в силу неэффективности функционирования сложившихся механизмов включения студентов в университетскую среду имеет место кризис преемственности традиций, происходят ослабление внутренних социальных связей, нарушение норм поведения и, как следствие, формируется тенденция к размыванию и снижению восприятия университетской культуры учащимися.

Ключевые слова и фразы: университетская корпоративная культура; студенты; ценности и убеждения; социальные связи; нормы поведения; командный дух.

Карельская Людмила Петровна, к. филос. н., доцент
Южный федеральный университет
ludakarel@gmail.com

ВОСПРИЯТИЕ СТУДЕНТАМИ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ УНИВЕРСИТЕТА®

С момента своего возникновения и до настоящего времени университеты являются носителями особой корпоративной культуры. Интерес к изучению этого феномена со стороны научного сообщества продолжает устойчиво сохраняться, поскольку корпоративную культуру «стали признавать одним из необходимых показателей для правильного понимания и управления организационным поведением» [6, с. 7], как важный фактор, определяющий успешную деятельность университета.

Для обеспечения эффективного развития вуза корпоративная культура выполняет ряд социальных функций, таких как формирование моделей поведения, основанных на солидарности и кооперации сотрудников, преподавателей и студентов, создание механизмов адаптации университета к внешней среде на основе инноваций, применяемых в процессе обучения, развитие наставничества, воспитание ответственности и укрепление идентичности членов организации. Все это в конечном итоге позволяет учебному заведению успешно решать поставленные цели и миссию.

Несмотря на повышенный интерес к проблеме корпоративной культуры, в научной литературе до сих пор не выработано единого универсального понятия этого феномена. Это связано с тем, что многие специалисты не могут определиться, можно ли рассматривать понятия «корпоративная культура» и «организационная культура» как синонимы или между ними существует соподчиненность. «Т. Дил, А. Кеннеди, Е. Шейн и другие исследователи рассматривают корпоративную культуру как тождественную организационной и дают общее определение: организационная (корпоративная) культура – это комплекс базовых предположений, изобретенных, обнаруженных или разрабатываемых в организации (корпорации) для того, чтобы справляться с проблемами внешней адаптации и внутренней интеграции за счет совершенствования управления персоналом» [2, с. 12].

Поскольку основополагающим элементом корпоративной и организационной культуры является культура как таковая, постольку исследователи значительное внимание уделяют ее пониманию и функционированию в различных учреждениях. Так, один из основоположников изучения организационной культуры Е. Шейн отмечает, «что культура группы может быть определена как паттерн коллективных базовых предположений, приобретаемых группой при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции... передается новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем» [5, с. 31-32].

Другая группа исследователей, например Р. Акофф, считает, что корпоративная культура «отражает отношения автократии, характерные для традиционного управления корпорацией с централизованной структурой. Для нее характерны низкая степень привлечения работников к постановке целей и столь же низкая степень привлечения их к выбору средств реализации данных целей. Таким образом, корпоративная культура предстает в качестве одного из типов частей организационной культуры с явно негативным (не прогрессивным) оттенком» [2, с. 10].

У российских ученых также нет единого подхода к данному определению. Так, Е. К. Черных, ведущий специалист Института корпоративной культуры, пишет, что «попытки разделить понятия организационной и корпоративной культуры ведут к смешению этих терминов и ничего не добавляют к решению методологических проблем» [4].

Н. Л. Яблонскене считает, что «организационную культуру следует выделить особо, как один из компонентов корпоративной культуры, особенно когда речь идет об университетах, являющихся “сложносочиненной корпорацией”, и где далеко не все строится на нормах и правилах, администрировании и управлении» [6, с. 8].

В представленной статье понятия «корпоративная и организационная культура» будут рассматриваться как синонимы. Автор разделяет мнение О. С. Виханского, что ведущим признаком у данных понятий являются «предположения, ценностные ориентации, верования, ожидания, расположения и нормы, лежащие в основе отношений и взаимодействий как внутри организации, так и за ее пределами» [1, с. 420-421].

Несмотря на кажущуюся невидимость, корпоративная культура предстаёт в системе конкретных университетских ценностей, отражаемых в миссии, в документах, определяющих цели деятельности, неформальном общении и др. Корпоративная культура не появляется из ничего и не воспринимается автоматически членами организации.

В университетской среде основным производителем, хранителем и транслятором социокультурных ценностей выступает профессорско-преподавательский коллектив. Как показывает практика, сотрудники и преподаватели, работающие в организации длительное время, в основной массе не замечают требований, которые предъявляет к ним корпоративная культура, так как она воспринимается ими как данность. Однако это не означает, что преподаватели не пытаются привносить что-то новое и полностью принимают ее.

В отличие от преподавателей и сотрудников, имеющих опыт работы в вузе и разделяющих в целом корпоративные ценности, студенчество, ежегодно вливающееся в состав университета, чаще всего является носителем инородной культуры, не сразу адаптируется к нормам, предположениям и принципам деятельности вуза. Вот почему требуются определенные усилия как со стороны самых студентов по включению в жизненное пространство университета, так и участие в этом процессе со стороны преподавателей и сотрудников.

Совместная деятельность позволяет установить диалог социальных субъектов, снять противоречие между формальной корпоративной культурой и реальной, ускорить процесс восприятия студентами базовых основ культуры.

Рассмотрим, как протекает процесс восприятия корпоративной культуры студентами Южного федерального университета. Анализ этой проблемы был проведен на основе материалов социологического исследования, посвященного изучению проблемы «Социализация и воспитание студентов Ростовской области» (руководитель – доктор социологических наук В. И. Филоненко), выполненного в 2011 и 2006 годах социологическим центром мониторинга, диагностики и прогнозирования социального развития при Южном федеральном университете. Данное исследование проводилось в 15 государственных и 12 негосударственных вузах. Число опрошенных студентов составило 4 029 человек, опрошенных преподавателей – 953 человека.

Кроме того, автором проводились самостоятельные исследования на основе анализа эссе, написанных студентами четвертого курса отделения социальной работы ЮФУ, и проведенных бесед со студентами пятого курса этой же специальности.

Исследование поставленной проблемы осложнено тем, что постперестроечные изменения в российском обществе сопровождаются неопределенностью и противоречивостью координат образования и воспитания, что отражалось в непоследовательности и противоречивости ответов студентов и преподавателей. Априори можно сделать вывод, что плюрализм ценностных установок, норм поведения будет усложнять процесс разработки мероприятий по формированию корпоративной культуры студентов и их адаптации к внутренней жизни университета.

Для распространения принципов корпоративной культуры должна проводиться постоянная работа со студентами, направленная не только на развитие личных и профессиональных способностей, но и на гармонизацию внутриорганизационных отношений, улучшение психологического климата.

Особую роль корпоративная культура играет в формировании духовных ценностей, профессиональной этики, гражданского чувства. Решение этой задачи во многом определяется готовностью преподавательского коллектива участвовать в процессе формирования мировоззрения студенческой аудитории.

Установка на проведение воспитательной работы с целью формирования студентов как личностей, как будущих профессионалов была присуща в ответах 60% преподавателей. Вместе с тем только 39,3% учащихся отметили, что обсуждение мировоззренческих проблем на занятиях характерно для большинства преподавателей, как правило, они сосредотачивают свое внимание на вопросах учебной программы, так считают 70,7% студентов.

Проявляют ли студенты желание принимать ценностные координаты, которые преподаватели стремятся внедрить в их сознание? 34,6% учащихся считают, что университет должен дать знания по профессии, а остальное – мировоззрение, образ жизни, стиль поведения – личное дело каждого, однако большинство, а это составляет 46,2%, не согласны с данным утверждением.

По мнению 65,9% студентов, важно иметь мудрого, авторитетного наставника, который помимо учебных занятий помогает ориентироваться как в профессиональных, так и в жизненных проблемах. 82,0% студентов отмечают, что могли бы назвать преподавателей, которые являются для них примером и образцом.

В целях развития наставничества студенты и преподаватели должны поддерживать неформальные отношения, которые могут утверждаться на основе традиций, совместной научной работы. Вместе с тем большинство – 48,0% студентов – в процессе опроса написали, что взаимоотношения с большинством преподавателей носят чисто формальный характер в рамках учебного процесса. Эту тенденцию отмечают Я. И. Кузьминов и М. М. Юдкевич. Они пишут, что «новое поколение преподавателей меньше занимается со студентами, меньше инвестирует в формирование и поддержание университетской среды. Как следствие, трансформируются базовые основы университетской культуры» [3].

Возможно, поэтому в эссе на тему «Мое восприятие университетской культуры» большинство студентов отмечали, что хотели бы общаться с преподавателями не только в рамках учебного процесса, в качестве примера учащиеся неоднократно отмечали, что на них особое впечатление произвели посещения театра с преподавателем и экскурсия-прогулка по центру города. Делясь впечатлениями, студенты отметили, что такие мероприятия заставили их «по-другому смотреть на преподавателя, на предмет, который он ведет, мало того, способствовали сплочению группы». В эссе многие студенты писали, что в неформальной обстановке

они, как и преподаватели, «раскрепощались, делились свободно своими мнениями, переживаниями и в конечном итоге больше понимали друг друга». Некоторые учащиеся отмечали, что такое общение «дает им возможность избежать состояния неопределенности, потерянности, создает позитивное стремление в достижении целей». Неформальное общение, по мнению студентов, «способствует идентичности с вузом, т.к. каждый студент и преподаватель является лицом ЮФУ».

Как преподаватель могу отметить, что мое неформальное общение со студентами за пределами университета оказывало наиболее эффективное влияние на мотивацию к обучению и успешному усвоению материала по читаемым курсам и действительно способствовало большей доверительности и пониманию друг друга.

В эссе, отвечая на вопрос: каким в идеале хотели бы вы видеть преподавателя, студенты чаще всего называли такие качества, как высокий профессионализм, преданность долгу, т.е. «гореть на работе, работа – это жизнь». Доминировали ответы, где студенты считали, что преподаватели должны быть «верны университету, быть носителями лучших его традиций, духовной культуры», таких как «дух свободы, креативности, уважение к личности, свободному изложению своего мнения». Студенты отмечали с сожалением, что эти черты в большей степени присущи «преподавателям старой школы». Это связано с тем, что до образования ЮФУ Ростовский госуниверситет, ставший ядром нового объединения вузов, в большей степени сохранял культурные традиции классического университета, носителями которых были его преподаватели. Но с массовым приходом новых сотрудников и присоединением других вузов РГУ, как писали студенты в эссе, «потерялся» и «потерял свое лицо и культуру».

С точки зрения студентов, профессионализм и личные качества преподавателя неотделимы: «его слова не должны расходиться с поступками, он должен быть справедливым, уметь слушать студента». Учащиеся выражали надежду, что преподаватель может для них стать «новым другом». Студентам хотелось бы, чтобы преподаватель активно вовлекал их вне рамок учебного процесса в исследовательскую работу с проектами, что позволит им получить дополнительные знания и опыт.

Опросы социологического центра ЮФУ показали, что и преподаватели, и студенты определили уровень воспитательной работы как средний: 54,5% – преподаватели и 42,7% – студенты. Подавляющая часть преподавателей (60%) считает, что поскольку студенты только формируются как личности, как будущие профессионалы и как члены общества, то нуждаются в воспитании в рамках регламентированного учебного процесса. Чаще всего преподаватели называли такую форму воспитания, как индивидуальные беседы (76,1%), личный пример (56,1%), кураторство (22,1%).

Если сравнивать представления о формах общения студентов и преподавателей, то прослеживается расхождение – преподаватели в целом готовы общаться формально в рамках учебного процесса, большинство учащихся – неформально за пределами регламента деятельности университета и принимать более активное участие в научной работе своего руководителя, помогать ему в реализации различных проектов. Однако результаты опроса, проведенного социологическим центром мониторинга, диагностики и прогнозирования социального развития при Южном федеральном университете, показывают другое отношение к учебе: с полной отдачей сил и способностей учатся только 25,7% студентов, 67,4% – учатся, не бездельничая, но без особого напряжения сил. При таком отношении к учебе готовы ли на самом деле студенты дополнительно заниматься научной работой? На практике основная часть учащихся не стремится откликаться на предложения научного руководителя писать с ним научные статьи, участвовать в конференциях или опросах населения.

Корпоративная культура – это не только отношение к учебе, основному виду их деятельности, но и участие в общественной работе, творческих и любительских сообществах, функционирующих в университете. В ходе опроса выяснилось, что 94,4% учащихся не входят в состав разного рода общественных объединений, но 50,9% готовы принять более активное участие во внеучебной студенческой жизни.

Можно предположить, что одной из причин низкого уровня участия студентов в общественной работе является слабая информированность. Так, 70,1% респондентов написали, что кое-что слышали о студенческом самоуправлении. Другой причиной может быть слабое сплочение в студенческих группах, так 55,2% ответили, что на курсе заметно выражены отдельные группировки, и только 35,3% писали, что группе присущ коллективизм и дружеские отношения. В неформальных беседах большая часть студентов отмечала, что если бы деканат и кураторы курсов выступали инициаторами различных мероприятий, они бы активнее участвовали в общественной работе, но сами проявлять инициативу не стремятся. Эта позиция подтвердилась и в ходе опроса центра мониторинга, где 40% студентов написали, что заниматься организацией студенческих факультетских мероприятий должны преподаватели совместно со старостами и профорганами. Отмечая основные задачи куратора курса, 54% респондентов написали, что таковыми является осуществление контроля над успеваемостью студентов, а 47% посчитали, что они должны принимать участие в проведении групповых мероприятий.

В эссе все студенты писали, что гордятся своим университетом, тем, что это вуз с особыми историческими традициями и культурой, заложенными русским Варшавским университетом, что ЮФУ занимает высокое место в рейтинге университетов России и его дипломы котируются за рубежом, отмечали большой вклад выпускников в поднятие престижа учебного заведения. Но любая университетская культура и традиция требуют бережного к себе отношения, постоянного внимания с целью ее сохранения и развития.

Исследования показывают, что процесс восприятия корпоративной университетской культуры студентами происходит с определенными трудностями. Значительная часть студентов не принимает участия в общественной жизни университета, что затрудняет процесс адаптации и усвоения корпоративных ценностей, норм и правил, существующих в организации, не развивает командного духа даже в группах учащихся. Высшее место на лестнице предпочтений студентов занимают такие черты, как самостоятельность, независимость и свободолюбие, так считают 48,6% человек.

Желание студентов более активно общаться и сотрудничать с профессорско-преподавательским коллективом не получило достаточного развития. Этому способствует как установка преподавателей заниматься воспитательной работой главным образом в рамках регламентированного учебного процесса, так и пассивное поведение студентов. Еще со школы учащиеся практически не получили опыта самоуправления, привыкли, что большая часть инициатив идет от преподавателей, и, будучи студентами, ожидают, что будут вовлекаться ими в общественную жизнь вуза. Не способствует более тесному сотрудничеству преподавателей и студентов равнодушное отношение большей части последних к учебе.

Все это указывает на проявление тенденции размывания университетской культуры, ослабления внутренних социальных связей, усиления проявлений потребительского поведения студентов, противостояния между прагматизмом и корпоративизмом.

Университеты являются старейшими социальными институтами, сумевшими адаптироваться ко многим радикальным изменениям в социумах и при этом сохранить свою уникальную корпоративную культуру, воспитав на ней не одно поколение студентов. Все это позволяет надеяться, что и сегодняшние проблемы, связанные с восприятием организационной культуры, студентами будут преодолены.

Список литературы

1. Виханский О. С., Наумов А. И. Менеджмент. М.: Гардарики, 1998. 527 с.
2. Капитонов Э. А., Зинченко Г. П., Капитонов А. Э. Корпоративная культура: теория и практика. М.: Альфа-Пресс, 2005. 351 с.
3. Кузьмин Я. И., Юдкевич М. М. Академическая свобода и стандарты поведения [Электронный ресурс]. URL: <http://www.hse.ru/data/294/995/1240/342.pdf> (дата обращения: 24.04.2013).
4. Черных Е. К. Корпоративная и организационная культура – синонимы или разные понятия? [Электронный ресурс]. URL: <http://www.corpculture.ru/content/korporativnaya-i-organizatsionnaya-kultura-sinonimy-ili-raznye-ponyatiya> (дата обращения: 24.03.2013).
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / пер. с англ. С. Жильцова, А. Чех. СПб.: Питер, 2002. 328 с.
6. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета // Университетское управление. 2006. № 2 (42). С. 7-25.

STUDENTS' PERCEPTION OF UNIVERSITY CORPORATE CULTURE

Karel'skaya Lyudmila Petrovna, Ph. D. in Philosophy, Associate Professor
South Federal University
ludakarel@gmail.com

The author considers the problems concerning corporate university culture formation among students, and basing on the analysis of a sociological survey shows that due to the functioning inefficiency of the existing mechanisms of students' inclusion into the university environment the crisis of traditions continuity is in process, there is a weakening of internal social relations, the violation of behaviour norms, and as a result the tendency to the erosion and reduction of students' perception of university culture is formed.

Key words and phrases: university corporate culture; students; values and beliefs; social relations; norms of behaviour; team spirit.

УДК 165.7

Философские науки

Предметом анализа в данной статье является эпистемический контекстуализм в формулировке К. ДеРоуза. Выявляются его истоки в теории П. Унгера, определяются его основные положения. Анализируются конкретные примеры, где контекст определяет условия истинности предложений, содержащих эпистемическую модальность «знать». Выявляется связь эпистемического контекста с языковой прагматикой. Эпистемический контекстуализм рассматривается как возможный путь преодоления радикального скептицизма.

Ключевые слова и фразы: эпистемология; контекст; эпистемический контекстуализм; инвариантизм; скептицизм; прагматика.

Каримов Артур Равилевич, к. филос. н.
Казанский (Приволжский) федеральный университет
anthropology.ksu@mail.ru

КОНТЕКСТУАЛИЗМ, СКЕПТИЦИЗМ, ПРАГМАТИКА ©

Эпистемический контекстуализм (ЭК) является одним из дискуссионных направлений в современной эпистемологии. В целом, понятие контекста является междисциплинарным. И. Т. Касавин выделяет различные