

Научная статья
УДК 37.378
DOI: 10.18101/2307-3330-2022-2-89-94

К ВОПРОСУ О КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ УНИВЕРСИТЕТА

© **Будаева Эржена Владимировна**

старший преподаватель,

Бурятский государственный университет имени Доржи Банзарова

Россия, 670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а

erchena@yandex.ru

Аннотация. В статье представлен анализ психолого-педагогических результатов исследования корпоративной культуры студентов в образовательной практике университета. Автор также отмечает, что понятие «корпоративная культура» стало актуальным для университетов в условиях кризиса. В статье отражено различие между корпоративной культурой бизнеса и образовательной организации. Автор считает, что корпоративная культура в образовательной организации должна основываться на гуманных отношениях и тесном взаимодействии всех субъектов образовательного процесса. Это создаст условия для формирования позитивной корпоративной культуры, соответствующей стратегии развития, являющейся необходимым условием эффективного управления, устойчивости и конкурентоспособности организаций в современных условиях.

Ключевые слова: корпоративная культура, студенты, образование, социально-психологический климат, сплоченность, имидж, образовательная среда, общение, обучение.

Для цитирования

Будаева Э. В. К вопросу о корпоративной культуре в образовательной среде университета // Вестник Бурятского государственного университета. Образование. Личность. Общество. 2022. № 2. С. 89–94.

В настоящее время с учетом особенностей социально-экономической ситуации в обществе и стране возрастает потребность в создании новых концепций и педагогических технологий в условиях современного образования, что, несомненно, связано с постоянно меняющимися требованиями рынка труда, предъявляемыми к выпускникам вузов [7, с. 288].

Университет выполняет образовательные, научные, социальные, экономические функции, его можно сравнить с крупным производственным предприятием, являющимся сложной организационной системой. Основная цель университета заключается в том, чтобы студент стал высококвалифицированным специалистом и обладал всеми компетенциями в выбранной им профессии.

Воспитательная работа в университете направлена на решение основных задач, таких как формирование гражданской позиции личности, основанной на духовно-нравственных ценностях, что влияет на положительную мотивацию к учебной деятельности, потребность подрастающего поколения в усвоении национальной культуры и общечеловеческих ценностей. Кроме того, важную роль, на наш взгляд, играет студенческое самоуправление, здоровый образ жизни, а также

интерес студентов к образовательной деятельности. Все это улучшает результаты обучения и воспитания [6, с. 9].

Конечно, в воспитательной работе университета большая ответственность возлагается на кураторов (тьюторов), которые сопровождают студенческие группы в процессе всей учебной и воспитательной деятельности. Поэтому куратора (тьютера), к которому студенты могут обратиться за помощью, называют наставником студенческой группы.

Воспитание студента, с уважением относящегося к духовным ценностям и традициям разных народов, моральным принципам и нравственным ориентирам, является главной целью кураторской работы в университете [5, с. 113]. Приведем определение этого понятия, указанное в Большом энциклопедическом словаре: «Куратор — это тот, кто наблюдает за тем, как продвигается та или иная работа, или другой процесс» [2, с. 16].

Основной частью системы воспитательной работы со студентами считается кураторство, так как это является незаменимой и эффективной формой взаимодействия преподавателя и студента. С одной стороны, куратор способствует формированию гражданской позиции, с другой — организует систему взаимоотношений студентов в группе и создает условия для индивидуального самовыражения каждой личности студента [3, с. 57].

Студенческий период проходит индивидуально и по-разному. Следовательно, в процессе учебной деятельности студент при усвоении материала должен использовать одновременно две формы — это понимание и запоминание, а также осмысление и структурирование изученного материала в памяти. Для этого студенты как субъекты учебной деятельности должны быть способными осваивать новое и прогрессивное, за что отвечает прежде всего руководитель студенческого коллектива.

Одним из аспектов, который интересует многих исследователей, является корпоративная культура образовательных организаций. Нами был рассмотрен термин «корпоративная культура» университета с позиций разных авторов (О. Андомина, Л. И. Беловой, Н. Н. Богданова, А. Ю. Белова, Н. В. Назаренко, Н. С. Лебедева и др.).

Прежде всего необходимо обратить внимание на то, что корпоративная культура многими исследователями обозначается как совокупность установок, поведения и мировоззрения, а также ценностных норм участников образовательного процесса, способствующих укреплению имиджа образовательного учреждения [8, с. 28].

Отметим, что некоторые ученые, в частности Г. Ф. Арстангалеева, определили корпоративную культуру студента как интегративное качество, представленное в аксиологическом, когнитивном, деятельностном и личностном компонентах, которое формируется в процессе учебно-познавательной деятельности в образовательном пространстве учреждения [1, с. 78–81].

В современном мире для самостоятельного творческого поиска нужны профессионалы, способные решать профессиональные задачи в более широком контексте, чем сама профессиональная деятельность. Это связано с созданием новой модели профессиональной подготовки студентов и формированием профессионально значимых личностных качеств будущего специалиста. Важным является

развитие корпоративной культуры в университете, которая позволит студентам владеть коммуникативными приемами корпоративного общения, культурой поведения во внутригрупповом и межличностном взаимодействии друг с другом, а также принять корпоративную этику, нормы и т. д.

Итак, эти качества необходимы будущим специалистам для успешной профессиональной деятельности и являются условием адаптации в профессиональном сообществе.

Отметим, что результаты эффективного формирования корпоративной культуры могут быть представлены в различных формах либо так называемых стилях корпоративной культуры образовательной организации:

- то, как взаимодействуют преподаватели и студенты, относится к низшему типу корпоративной культуры — либерально-демократическому;
- отношения между участниками образовательного пространства характеризуются промежуточным типом корпоративной культуры — демократическим;
- учебное заведение включает в себя взаимодействие преподавателей и студентов на авторитарно-демократической основе, это относится к высшему типу корпоративной культуры [5, с. 59–67].

Более того, опыт и знание корпоративной культуры в современных промышленных корпорациях становятся необходимыми при формировании корпоративной культуры студентов вузов, что поможет развить общекультурные, профессиональные компетенции и личностные качества, такие как коммуникативные навыки, культура общения, сотрудничество.

В этом случае студентов вуза можно охарактеризовать с четырех позиций при формировании корпоративной культуры, оказывающих огромное влияние на процесс адаптации: идеологической, социально-психологической, психолого-педагогической, а также психофизиологической.

Исходя из этого, студенческое сообщество представляет собой особую социальную категорию, организационно объединенную университетом. Кроме того, корпоративная культура определяется общими нормами университетской культуры и особой ролью студента. Таким образом можно предположить, что общая культура студента неразрывно связана с корпоративной культурой, которая проявляется как в его внешнем виде, так и поведении в студенческом сообществе.

Другими словами, корпоративная культура — это проявление общей культуры и поведения студентов, соотношенное с их внутренней культурой, образованием и воспитанием.

Таким образом, корпоративная культура образовательной организации обладает множеством функций, в том числе:

- ✓ формирование единства, солидарности между участниками образовательного процесса, что способствует взаимопониманию и координации действий в достижении образовательных целей;
- ✓ на рынке образовательных услуг повышение конкурентоспособности вуза, привлекательности (имиджа) учебного заведения для студентов и их родителей (законных представителей);
- ✓ создание единого и регламентирующего поведения преподавателей и студентов;

✓ формирование психологически комфортной и безопасной образовательной среды, а также создание благоприятного социально-психологического климата в образовательной организации;

✓ повышение уровня вовлеченности в жизнь коллектива, что позволяет повысить командный дух каждого студента и создает условия для их самореализации, вовлекая субъектов образовательного процесса в многогранную деятельность и взаимоотношения;

✓ повышение качества обучения и воспитания, т. е. результативности учебно-методической деятельности [7, с. 288].

Поэтому «студенческий коллектив должен иметь свою культуру — со своими ценностями, традициями, негласными правилами поведения, символами и т. д.» [6, с. 8].

Корпоративная культура университета оказывает влияние на студенческую группу. Исходя из этого, можно раскрыть потенциал личности студента, а также взаимоотношения между участниками образовательного пространства, что может способствовать успешному усвоению новых знаний.

По мнению многих исследователей, совокупность условий и организационных мер направлена на повышение эффективности проектирования педагогической деятельности, что обеспечивает успешное решение образовательных задач [8, с. 23].

Следует отметить, что корпоративная культура студенческого сообщества является фактором, позволяющим всем субъектам образовательной среды университета эффективно взаимодействовать и сосредоточиться на решении общих задач. Создание благоприятного эмоционального и психологического климата на основе общих ценностей способствует предоставлению студентам возможностей для саморазвития и поддержанию высокой репутации университета [6, с. 9].

Таким образом, на основе анализа психолого-педагогической литературы можно сделать вывод, что важность корпоративной культуры в студенческом сообществе заключается в том, что она позволяет выбирать наиболее эффективные модели поведения без давления со стороны участников образовательного процесса, а также сосредоточиться не только на достижениях, но и на общем успехе.

Соглашаемся с мнением исследователей о том, что под влиянием студенческой корпоративной культуры образовательная организация похожа на большую семью, где каждый участник выполняет только те действия, которые наилучшим образом служат общему благу и цели. Кроме того, в целом «студенческая корпоративная культура» — это система материальных и духовных ценностей, а также убеждений, ожиданий, норм и моделей поведения. Таким образом, это способ взаимодействия, который разделяется и поддерживается большинством студентов университета внутри и за пределами студенческого сообщества в их повседневной и будущей профессиональной деятельности [6, с. 8].

Следует отметить, что это влияет на эффективность студенческого сообщества, в первую очередь на обогащение культуры, а также выработку новых ценностей, которые включены в оценочную и нормативную функцию; во-вторых, использование корпоративной культуры в качестве индикатора и регулятора поведения студентов отвечает за регулятивные и регулирующие функции;

в-третьих, это когнитивная функция; в-четвертых, это семантическая функция, влияющая на систему взглядов и оценок студента, а также на корпоративные ценности; в-шестых, это коммуникативная функция, обеспечивающая взаимопонимание членов студенческого сообщества и их взаимодействие; наконец, это функция социальной памяти, сохранения и накопления опыта [9, с. 484].

Таким образом, студенческая корпоративная культура образовательной организации является основой воспитательной работы, проводимой в университете, а также создания студенческого самоуправления и развития студенческой субкультуры.

Литература

1. Арстангалеева Г. Ф. Педагогические условия успешной реализации модели формирования корпоративной культуры студента в открытом образовательном пространстве колледжа // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2011. № 1. С. 78–81. Текст: непосредственный.
2. Большой энциклопедический словарь. Москва, 2018. С. 16. Текст: непосредственный.
3. Бирюкова М. В. Работа куратора как условие адаптации первокурсников к обучению в среднем профессиональном учебном заведении. URL: <http://zhurnal.ape.relarn.ru/articles/2007/152.pdf> (дата обращения: 07.05.2022). Текст: электронный.
4. Ибрагимов Н. В. Формирование корпоративной культуры студентов высшей школы // Казанский педагогический журнал. 2009. № 11–12. С. 59–67. Текст: непосредственный.
5. Лебедева Н. С., Мальцев А. П. Особенности формирования корпоративной культуры студентов // Модернизация регионального образования: опыт педагогов Оренбуржья. 2016. № 4(12). С. 113–124. Текст: непосредственный.
6. Пестерева О. А., Будаева Э. В. О формировании корпоративной культуры у будущих педагогов и психологов // Мир науки. Педагогика и психология. 2020. Т. 8, № 2. URL: <https://mir-nauki.com>. (дата обращения: 07.05.2022). Текст: электронный.
7. Персикова Т. Н. Корпоративная культура: учебник. Москва: Логос, 2011. 288 с. Текст: непосредственный.
8. Пешкова В. П. Формирование студенческой корпоративной культуры средствами социально-культурной деятельности: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук. Санкт-Петербург, 2014. 23 с. Текст: непосредственный.
9. Чижикова Е. С. Роль активных, интерактивных методов в процессе формирования корпоративной культуры студенческого сообщества // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 2. С. 484. Текст: непосредственный.

Статья поступила в редакцию 02.04.2022; одобрена после рецензирования 13.05.2022; принята к публикации 04.06.2022.

MORE ON CORPORATE CULTURE
IN UNIVERSITY EDUCATIONAL ENVIRONMENT

Erzhena V. Budaeva
Senior Lecturer,
Dorzhi Banzarov Buryat State University

24a Smolina St., Ulan-Ude 670000, Russia
erchena@yandex.ru

Abstract. The article presents an analysis of psychological and pedagogical results on the problem of students' corporate culture in educational practice of the university. We have emphasized that the concept of "corporate culture" has become acute for universities in a crisis. The article draws a distinction between the corporate culture in business and in the educational organization. We believe that the corporate culture in the educational organization should be based on humanist attitudes and close interaction of all subjects of the educational process. This will create conditions for the development of a positive corporate, which is a necessary condition for effective management, sustainability and competitiveness of organizations in the modern context.

Keywords: corporate culture, students, education, socio-psychological climate, cohesion, image, educational environment, communication, training.

For citation

Budaeva E. V. More on Corporate Culture in University Educational Environment. *Bulletin of Buryat State University. Education. Person. Society.* 2022; 2: 89–94 (In Russ.).

The article was submitted 02.04.2022; approved after reviewing 13.05.2022; accepted for publication 04.06.2022.