

УДК 378. 096
ББК 74.489.47
П 31

А.Р. Петросян

Кандидат педагогических наук, доцент кафедры теории, истории педагогики и образовательной практики Армавирского государственного педагогического университета; E-mail: anna.psiholog@mail.ru

Н.С. Штейнгард

Кандидат технических наук, доцент кафедры технологии и дизайна Армавирского государственного педагогического университета E-mail: anna.psiholog@mail.ru

У.Ю. Гончарова

Старший преподаватель кафедры технологии и дизайна Армавирского государственного педагогического университета E-mail: anna.psiholog@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ФАКУЛЬТЕТА ПЕДАГОГИЧЕСКОГО ВУЗА

(Рецензирована)

Аннотация. В статье рассмотрены возможности организации проектирования процесса формирования корпоративной культуры факультета педагогического вуза. Показано, что корпоративную культуру факультета педагогического вуза следует рассматривать в трех основных аспектах: как культуру факультета – самостоятельной организации, как культуру профессионально-педагогического сообщества и как культуру студентов и преподавателей – представителей социальных групп. Раскрыты основные механизмы проектирования процесса формирования корпоративной культуры факультета: развитие на основе имеющихся позитивных ценностей и норм, противодействие имеющимся негативным ценностям и нормам и внедрение новых ценностей и норм. Разработанный подход к построению процесса формирования корпоративной культуры факультета педагогического вуза на основе традиций показал свою эффективность в ходе экспериментальной работы.

Ключевые слова: корпоративная культура, факультет педагогического вуза, механизмы проектирования, педагогические традиции, профессиональная подготовка педагога.

A.R. Petrosyan

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of the Theory and History of Pedagogy and Educational Practice, the Armavir State Pedagogical University; E-mail: anna.psiholog@mail.ru

N.S. Steingard

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor of the Department of Technology and Design, the Armavir State Pedagogical University; E-mail: anna.psiholog@mail.ru

U.Yu. Goncharova

Senior teacher of the Department of Technology and Design, the Armavir State Pedagogical University; E-mail: anna.psiholog@mail.ru

DEVELOPMENT DESIGN OF FACULTY'S CORPORATE CULTURE AT PEDAGOGICAL HIGHER EDUCATION INSTITUTION

Abstract. This paper examines the possibilities for the organization of design of faculty's corporate culture formation at the pedagogical higher education institution. The corporate culture should be considered in three main aspects: as culture of faculty – the independent organization, as culture of professional pedagogical community and as culture of students and teachers – representatives of social groups. The main design mechanisms of the faculty's corporate culture formation are disclosed: development on the basis of the available positive values and standards, counteraction to the available negative values and standards and introduction of new values and standards. The developed approach to building the process of the faculty's corporate culture formation at pedagogical higher education institution on the basis of pedagogical traditions showed its efficiency during experimental work.

Keywords: Corporate culture, faculty of pedagogical higher education institution, design mechanisms, pedagogical traditions, vocational training of the teacher.

Обращение к проблеме корпоративной культуры факультета педагогического вуза открывает более эффективные подходы к профессиональной подготовке будущих педагогов, дает возможность нового осмысления организации воспитательной работы на факультете, оценки ее эффективности, построения взаимоотношений студентов, администрации вуза и преподавателей. Значимым компонентом корпоративной культуры факультета и в то же время эффективным средством ее формирования выступают традиции факультета [1; 2]. В проведенном исследовании предпринята попытка рассмотрения традиций в качестве объекта проектирования при построении процесса формирования корпоративной культуры факультета.

Педагогическое осмысление понятия «корпоративная культура» связано, прежде всего, с выяснением общих признаков и принципиальных отличий понятий «культура студенческого и преподавательского коллектива» и «корпоративная культура». Такие отличия касаются целей и ценностей, особенностей взаимоотношений и структуры, функций и подходов к формированию коллективной и

корпоративной культуры и позволяют выделить признаки корпоративности факультета педагогического вуза: ценностно-смысловую направленность, высокое качество и результаты образовательного процесса, профессиональное сотворчество преподавателей и студентов, корпоративную ответственность, сплоченность на основе общего дела, активную позицию, демократизм отношений, защищенность [3; 4].

Корпоративную культуру факультета педагогического вуза необходимо рассматривать в трех основных аспектах: как культуру факультета – самостоятельной организации, как культуру профессионально-педагогического сообщества и как культуру студентов и преподавателей – представителей социальных групп.

Основными механизмами формирования корпоративной культуры факультета являются развитие на основе имеющихся позитивных ценностей и норм, противодействие имеющимся негативным ценностям и нормам и внедрение новых ценностей и норм.

Особенностями корпоративной культуры факультета педагогического вуза являются интегративность,

наглядность, ценностная вариативность, динамичность, гуманистическая направленность.

Основными функциями корпоративной культуры факультета выступают ориентационная, развивающая, интегрирующая, адаптационная, трансляционная, организационно-управленческая, прогностическая.

Целями формирования корпоративной культуры факультета педагогического вуза являются создание благоприятного морально-психологического климата, сплочение коллектива, создание возможностей продуктивного общения членов корпорации, развитие их креативности, рационализация учебного труда, повышение качества обучения и профессиональной подготовки, возможностей самореализации и профессионального самосовершенствования членов корпорации, формирование здорового образа жизни, повышение престижа факультета.

Эффективным средством, механизмом и обязательным условием формирования корпоративной культуры являются традиции факультета. Однако не все традиции факультета и не всегда становятся средством формирования корпоративной культуры и способствуют формированию специалиста. Для того чтобы корпоративные традиции стали таким средством, необходимо их целенаправленное проектирование. Описание традиций факультета педагогического вуза как объекта проектирования предполагает описание их структуры, классификации, требований к отбору, принципов и этапов проектирования.

Структура традиций факультета включает два элемента: внутренний (ценность) и внешний (материальный или идеальный объект, ее выражающий). Указанная двухкомпонентная структура определяет требования к проектированию традиций факультета. Важной особенностью традиций факультета

педагогического вуза, формирующей корпоративную культуру, является их ценностная природа: в их основе лежат ценности корпоративной культуры, личностно осмысленные членами факультета. Среди таких ценностей выделены ценности педагогической культуры как ценности профессионального сообщества, ценности факультета как отражение ценностей конкретного педагогического вуза, его миссии, «университетского эталона» и личностные ценности преподавателей и студентов как социальных групп.

Анализ ценностей корпоративных культур наиболее успешных организаций и ценностей, отражающих современные требования к профессиональной подготовке педагога, позволил выделить следующие профессионально значимые ценности, которые должны быть включены в содержание проектируемых традиций факультета педагогического вуза: высокий профессиональный статус педагогической профессии, постоянное развитие и профессиональное самосовершенствование, профессионализм, самореализация, оптимизм, стремление дарить людям радость, ответственность за то, что говорим и делаем, за то, как относимся к другим, взаимная поддержка, взаимопомощь, чувство команды успешность, патриотизм, творчество, здоровый образ жизни, рационализм [5; 6].

Классификация традиций факультета педагогического вуза, «работающих» на формирование корпоративной культуры, строится в соответствии с выделенными профессионально значимыми ценностями и компонентами корпоративной культуры факультета. Традиции служат целям формирования корпоративной культуры, если они основаны на профессионально значимых ценностях; отражают специфику факультета; соответствуют задачам профессиональной подготовки; в полной мере охватывают структуру корпоративной культуры.

Перечисленные условия выражают требования к отбору традиций факультета, работающих на формирование корпоративной культуры.

Основными принципами проектирования традиций факультета педагогического вуза являются принципы опоры на профессионально значимые ценности, иерархичности, естественного созревания, практически-деятельностной и перспективной направленности.

Анализ корпоративной культуры и традиций факультета педагогического вуза был проведен в ходе констатирующего эксперимента. Объектом анализа выступал факультет технологии и предпринимательства Армавирского государственного педагогического университета (АГПУ). Анализ показал, что сложившаяся на факультете культура в полной мере не соответствует признакам корпоративности. Среди студентов и преподавателей: невысокий уровень ценностно-ориентационного единства, не все корпоративные ценности обладают высокой значимостью для студентов и преподавателей, психологический климат неустойчиво благоприятный, имеют место непродуктивные способы разрешения конфликтов, в общении студентов и преподавателей присутствуют проявления, снижающие качество профессиональной подготовки (формализм, авторитаризм, рецептурный характер указаний преподавателя), такие же проявления имеют место и в межличностном общении студентов (обособление, нездоровое соперничество, оказание «медвежьей услуги»), у студентов преобладают сценарии становления профессионала, межличностных взаимоотношений с преподавателями и однокурсниками, учебной и исследовательской деятельности, соответствующие среднему и низкому уровню корпоративной культуры. Необходимо целенаправленное формирование корпоративной культуры факультета. В то же время на

факультете имеются позитивные традиции, однако необходимо обеспечить их ценностно-смысловую значимость для студентов и преподавателей, расширить их спектр и усилить направленность на профессиональное становление. Анализ планов воспитательной работы с будущими педагогами в Армавирском государственном педагогическом университете, Адыгейском государственном университете и Сочинском государственном университете показал, что в них присутствуют мероприятия, которые могут быть направлены на реализацию целей формирования корпоративной культуры факультета и которые имеют возможность стать традиционными. Кроме того, на факультетах накоплен интересный опыт воспитательной работы, который может работать на формирование корпоративной культуры.

Формирование корпоративной культуры факультета педагогического вуза требует проектных построений. В качестве основных этапов проектирования корпоративной культуры факультета педагогического вуза выделены:

– *предпроектный*, включающий (1) анализ модели специалиста и особенностей профессиональной деятельности и выявление на их основе базовых профессионально значимых ценностей корпоративной культуры факультета; (2) анализ стихийно сложившихся элементов корпоративной культуры факультета педагогического вуза и существующих традиций;

– *проектный*, включающий: (1) проектирование моделей запуска традиций; (2) отбор традиций; (3) проектирование модели системного функционирования традиций;

– *мониторинговый*, включающий: (1) выявление эффективности внедренных традиций в решении задач профессиональной подготовки и формирования корпоративной культуры факультета; (2) коррекцию традиций в соответствии с

выявленными недостатками и изменением условий.

Нами установлено, что для проектирования процесса формирования корпоративной культуры факультета принципиально важными являются два типа моделей: модель запуска традиций и модель их системного функционирования. В зависимости от степени готовности факультета к принятию и реализации традиций выделены четыре типа моделей запуска традиций:

1) модель противодействия имеющимся традициям, введения альтернативных традиций;

2) введение традиций при отсутствии таковых;

3) коррекция имеющихся традиций в соответствии с корпоративными целями и ценностями;

4) развитие и закрепление имеющихся традиций.

Каждая модель включает содержательное описание концептуальных (субъект-объектные позиции, условия реализации, основной замысел), целефункциональных (цели и функции корпоративных традиций), логико-содержательных (этапы, содержание), инструментально-технологических (методы, формы и приемы) и организационно-управленческих (последовательность внедрения традиций и их изменения, функции участников, логика автономных и совместных действий, зоны ответственности) характеристик.

В педагогическом аспекте значимыми являются воспитательные задачи и ценности, реализуемые данными традициями, и сценарии их реализации. Системность внедрения и реализации описанных традиций обеспечивает модель системного функционирования традиций, которая отражает последовательность реализации отобранных традиций в соответствии с целями формирования корпоративной культуры с 1 по 4 курс. Для обеспечения планомерного внедрения традиций разработан сценарный

план, включающий последовательность внедрения традиций и их изменений; функции участников; логику автономных и совместных действий; зоны ответственности; противоречия, которые выступают в качестве движущей силы поддержания и развития традиций.

Формирующий эксперимент проводился на факультете технологии и предпринимательства АГПУ. На факультете были внедрены традиции, способствующие формированию корпоративной культуры: традиции клубов, команд, шефства (поддержки), кооперативного взаимодействия с другими организациями, открытых коллективных обсуждений, «черного ящика», делегирования полномочий и обмена ролями, совместного проведения досуга, мифотворчества. Реализация традиций осуществлялась согласно моделям запуска и системного функционирования традиций и сценарному плану. Разработанные модельные характеристики построения процесса формирования корпоративной культуры факультета педагогического вуза на основе традиций показали свою эффективность в ходе экспериментальной работы. Показателями сформированности корпоративной культуры факультета педагогического вуза выступали ценностно-мотивационный (отношение к корпоративным ценностям и традициям, мотивация учебной и профессиональной деятельности), коммуникационный (морально-психологический климат факультета, способы разрешения конфликтов в коллективе), деятельностный (качество и результаты работы в команде и учебной деятельности). Замеры проводились в одной группе 1 курса, которая рассматривалась как экспериментальная. Контрольная группа была выделена на педагогическом факультете АГПУ, где традиции целенаправленно не внедрялись. Исходная диагностика осуществлялась в начале учебного года, итоговая – в конце. Результаты

показали значимые изменения по всем критериям сформированности корпоративной культуры. Наибольшие позитивные изменения отмечены по деятельностному критерию, наименьшие – по мотивационно-ценностному.

Таким образом, проектирование и внедрение традиций, ориен-

тированных на формирование корпоративной культуры факультета, прежде всего, способствуют повышению успеваемости студентов, формированию у них умений работать в команде, а отношение к корпоративным ценностям, мотивы, морально-психологический климат изменить сложнее.

Примечания:

1. Иванова С.В. Корпоративная культура: традиции и современность // Справочник кадровика. 2014. № 4.

2. Петросян А.Р. Традиции факультета как средство формирования корпоративной культуры педагогического вуза: автореф. дис. ... канд. пед. наук. Майкоп, 2005. 30 с.

3. Сорокина С. Ваш размер корпоративной культуры // БОСС. 2015. № 9.

4. Дёмкина Е.В. Типология личности студента в контексте идентификации с профессией // Вестник Адыгейского государственного университета. Сер. 3, Педагогика и психология. 2011. Вып. 4. С. 24-31.

5. Митина Л.М. Психология профессионального развития учителя. М., 1998. 201 с.

6. Kassow S.D. Students, Professors, and the State in Tsarist Russia. Berkeley; Los Angeles; London, 1989.

References:

1. Ivanova S.V. Corporate Culture: Traditions and the Present // Handbook of the personnel officer. 2014. No. 4.

2. Petrosyan A.R. Traditions of the faculty as a means of formation of the corporate culture of a pedagogical university: Diss. abstract for the Cand. of Pedagogy degree. Maikop, 2005. 30 pp.

3. Sorokina S. Your size of corporate culture // BOSS. 2015. No. 9.

4. Dyomkina E.V. Typology of student's personality in the context of identification with the profession // Bulletin of the Adyghe State University. Ser. 3, Pedagogy and Psychology. 2011. Iss. 4. P. 24-31.

5. Mitina L.M. Psychology of teacher's professional development. M., 1998. 201 pp.

6. Kassow S.D. Students, Professors, and the State in Tsarist Russia. Berkeley; Los Angeles; London, 1989.