

Мир науки. Социология, филология, культурология <https://sfk-mn.ru>
World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies

2021, №3, Том 12 / 2021, No 3, Vol 12 <https://sfk-mn.ru/issue-3-2021.html>

URL статьи: <https://sfk-mn.ru/PDF/09SCSK321.pdf>

Ссылка для цитирования этой статьи:

Легостаева И.В. Корпоративная культура университета в оценке педагогического сообщества: социологический анализ // Мир науки. Социология, филология, культурология, 2021 №3, <https://sfk-mn.ru/PDF/09SCSK321.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.

For citation:

Legostaeva I.V. (2021). University corporate culture in the assessment of the pedagogical community: sociological analysis. *World of Science. Series: Sociology, Philology, Cultural Studies*, [online] 3(12). Available at: <https://sfk-mn.ru/PDF/09SCSK321.pdf> (in Russian)

Легостаева Ирина Владимировна

ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет», Тюмень, Россия

Старший преподаватель

E-mail: Legostaeva.i.v@mail.ru

Корпоративная культура университета в оценке педагогического сообщества: социологический анализ

Аннотация. В статье представлены результаты социологического исследования, посвященного актуальной на сегодняшний день проблеме: формированию и развитию корпоративной культуры высшего учебного заведения. Автор отмечает ведущую роль университета как социального института, одной из главных функций которого является аксиологическая, обосновывает приоритетность трансформации корпоративной культуры университета в соответствии с меняющимися условиями внешней среды, процессами глобализации, активным внедрением в образовательный процесс информационных технологий, развитием интерактивных форм коммуникации между преподавателем и студентом. С помощью метода анкетного опроса проанализировано проблемное поле, включающее основные элементы корпоративной культуры университета и стратегические направления его развития. Эмпирической базой исследования выступили данные опроса, проведенного среди членов профессорско-преподавательского состава Тюменского индустриального университета. Полученные в ходе социологического исследования данные позволили сделать вывод о ведущей роли корпоративной культуры в формировании благоприятного психологического климата, росте уровня удовлетворенности членов педагогического сообщества от реализуемой профессиональной деятельности. Опрос позволил выявить взаимосвязь между уровнем развития корпоративной культуры университета и преобладающим стилем управления, установить приоритетные ценностные ориентиры профессорско-преподавательского состава и возможность идентификации преподавателя с университетской корпорацией. Результаты представленного социологического исследования целесообразно использовать с целью корректировки слабых сторон и направлений деятельности университета в области реализации корпоративной культуры и повышения лояльности преподавательского состава университетской корпорации, что в результате окажет положительное влияние на завоевание дополнительных конкурентных преимуществ для университета на рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: корпоративная культура; культура университета; университетская корпорация; педагогическое сообщество; корпоративные ценности; профессиональная культура преподавателя; трансляция ценностей

Современное общество находится на стадии активного освоения цифровых технологий. Развитие цифровых коммуникаций и диджитал проектов, интерактивных форм взаимодействия компаний со своей целевой аудиторией выступают драйверами трансформации общей культуры индивидов, формируют облик современной корпоративной культуры корпораций и небольших организаций [1].

Корпоративная культура, характерная для организаций любой формы собственности и сферы деятельности, формируется под воздействием внешних и внутренних факторов, трансформируется в процессе жизнедеятельности компании; ее эффективность зависит от концепции и детальной проработки основных элементов на каждой из стадий развития организации. Специалисты определяют корпоративную культуру как «долговременный комплекс убеждений, ценностей и ожиданий, разделяемый группой людей и в значительной мере определяющий их поведение» [2].

Перманентно меняющиеся условия внешней среды детерминируют роль современной системы образования как драйвера позитивных изменений в жизнедеятельности общества. Высшие учебные заведения реализующие сегодня основные задачи социальных институтов, призваны акцентировать свое внимание на проблемном поле: формирование общей культуры будущих специалистов, трансляция социокультурных ценностей, обеспечение включения индивида в общественную и духовную составляющие, нивелирования ассимиляционных процессов в области национальной культуры посредством корпоративной культуры [3].

Основные факторы, детерминирующие необходимость трансформации корпоративной культуры университета: потребность в привлечении профессиональных кадров (как среди управленческого звена, так и профессорско-преподавательского состава), формирование благоприятного имиджа университета в глазах стейкхолдеров, соответствие новым реалиям в образовательной среде, связанным с развитием цифровых технологий, формирование высокого уровня конкурентоспособности, способствующего коммерческому успеху [4].

Корпоративную культуру университета целесообразно рассматривать на нескольких уровнях, во-первых, культура университета как корпорации с ее внешними проявлениями, во-вторых, на уровне студенческого и педагогического сообществ. Анализируя культуру педагогического сообщества, следует обратить внимание на реализацию такой компоненты, как трансляция социокультурных ценностей обучающимся: в рамках корпоративной культуры студенческого сообщества особый интерес вызывает исследование процессов формирования ценностных ориентаций молодежи [5, с. 63].

Корпоративная культура педагогического сообщества представляет собой «феномен определенного объединения профессионально-педагогических ценностей». Данное понятие включает в себя используемые для решения педагогических и аксиологических задач профессорско-преподавательским составом ресурсы и технологии, позволяющие получать профессиональное и личностное развитие в рамках определенной университетской корпорации [6].

Корпоративная культура выступает одним из составных элементов «профессиональной культуры преподавателя», определяемой специалистами как «набор ценностей и приоритетов» педагога, призванной регулировать аспекты: нивелировать действие отрицательных культур и субкультур, интегрировать разрозненные педагогические объединения, адаптировать новых членов педагогического сообщества к университетской корпорации, устанавливать эффективные коммуникации между членами профессорско-преподавательского состава [7].

Важно отметить, что корпоративная культура педагога может претерпевать изменения в зависимости от трансформации в рамках взаимосвязанных компонентов: когнитивного (педагог разделяет нормы и правила поведения, владеет нормативной базой, осознает цели и задачи, которые ставит перед собой университет), аксиологический компонент (педагог

настроен лояльно по отношению к жизнедеятельности университета, идентифицирует себя с ним), деятельностный (педагог активно проявляет себя в профессии, стремится к саморазвитию) [8, с. 510–511].

Изучение корпоративной культуры университета требует акцентирования внимания на факторах, способствующих развитию культуры и дестабилизирующих сложившееся состояние культуры на уровне удовлетворенности преподавателей своей профессиональной деятельностью и возможностью личностного развития: на оценке психологического климата на уровне структурного подразделения, на оценке приверженности педагогического сообщества господствующим ценностям и корпоративной этике в целом, на отношении к различным аспектам деятельности высшего руководства [9; 10].

С целью оценки текущего уровня развития корпоративной культуры глазами профессорско-преподавательского состава было проведено социологическое исследование на базе Тюменского индустриального университета (май — июнь 2021 г.). Исследование, в котором приняли участие 207 человек в возрасте 24–60 лет, осуществляющих профессиональную деятельность в университете, проводилось методом анкетирования с помощью сервиса онлайн-опросов Survio, что позволило уделить внимание тем проблемным аспектам, которые не подлежат прямому наблюдению.

Результаты позволили определить факторы, которые детерминировали выбор Тюменского индустриального университета как места реализации профессиональных компетенций: наиболее значимыми факторами выступили регулярность выплат, возможность реализации творческой составляющей профессии, благоприятные условия труда и сложившаяся на рынке образовательных услуг репутация университета. Факторы, которые существенно не повлияли на выбор респондентов: 1-е место — возможность быстрого карьерного роста, 2-е место — наличие гарантированно высокой оплаты труда, 3-е место — возможность своевременно внедрять личные разработки в образовательный процесс, 4-е место — возможность реализовать свои компетенции и навыки на практике, 5-е место — престижность профессии педагога.

Оценка удовлетворенности профессорско-преподавательского состава сферой деятельности, в которой реализуются профессиональные компетенции, выявила, что 62 % оценивают свой выбор положительно, указывая на имеющиеся в университете возможности для получения желаемого результата от прикладываемых в профессии усилий (рис. 1).

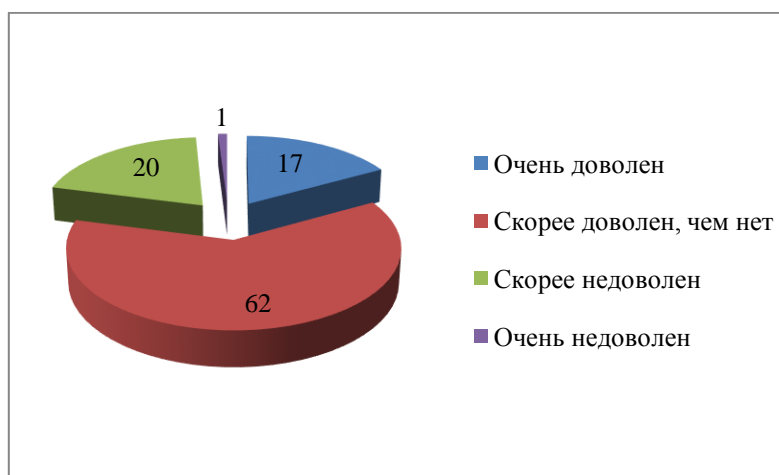


Рисунок 1. Оценка степени удовлетворенности выбранной сферой деятельности, % (составлено автором)

17 % респондентов оценили свой выбор как неверный, акцентировав внимание на невозможности реализовать свой потенциал и трудности с возрастающим объемом учебно-методической нагрузки, 20 % опрошенных высказали полную уверенность в правильности своего выбора и оценили свою профессиональную деятельность как «довольно успешную».

Корпоративная культура университета находит свое отражение в господствующем социально-психологическом климате, формирующем условия труда педагога и его эмоциональное состояние. 48 % респондентов дали положительную оценку атмосфере, охарактеризовав ее как доброжелательную и комфортную, 36 % констатировали, что конфликтные ситуации возникают, однако, их удается быстро разрешить (рис. 2). Члены педагогического сообщества находятся на разных стадиях аккомодации социокультурных ценностей, поэтому наличие ценностных противоречий естественно. Дискомфортную для осуществления профессиональной деятельности атмосферу отметили 10 % респондентов старшего возраста, возможно, данная оценка связана с активным внедрением информационных технологий, освоение которых для людей старшего поколения занимает более продолжительное время, чем у преподавателей младшего возраста, что в свою очередь влияет на рост психоэмоциональной напряженности.

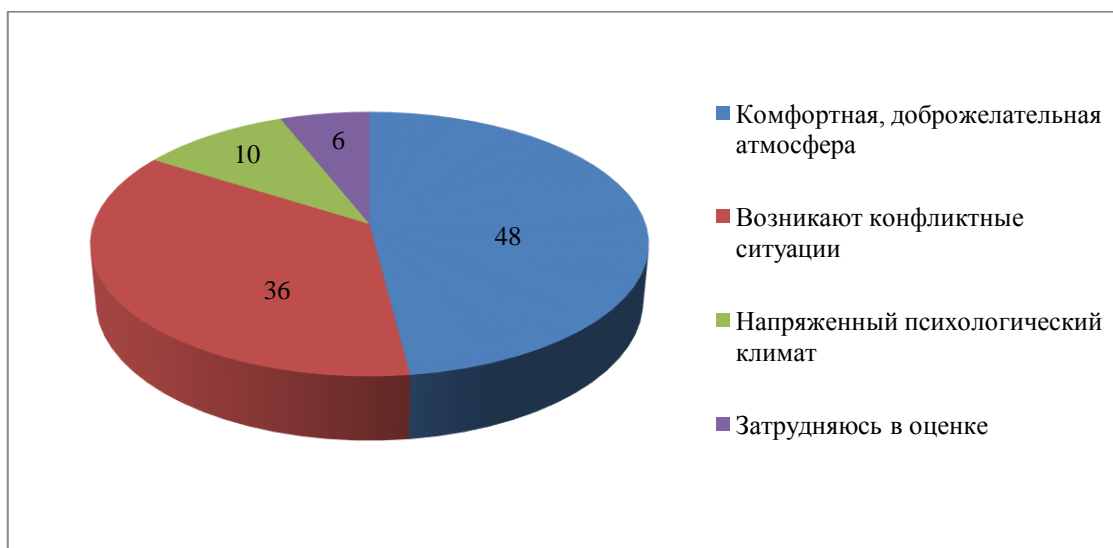


Рисунок 2. Оценка респондентов социально-психологического климата в университете, % (составлено автором)

Респонденты оценили отдельные направления деятельности университета, оказывающие влияние на развитие корпоративной культуры. Максимально высоко оценены возможность быстро получать качественную и достоверную информацию о жизнедеятельности университета, практикуемая модель поведения со стороны высшего руководства по отношению к подчиненным, охрана труда, сложившейся в общественном мнении имидж университета, цели и задачи, которые учебное заведение ставит в приоритет, декларируемые и реальные ценности, а также элементы фирменного стиля и рекламная политика университета (рис. 3).

Также были проанализированы направления деятельности университета, которые респонденты считают наименее успешно реализуемыми и, соответственно, опосредованно влияющими на состояние корпоративной культуры университета (рис. 4). Профессорско-преподавательский состав (ППС) выразил негативное отношение к участию в принятии управленческих решений в связи со значительным ограничением этой возможности. По мнению респондентов, необходимо уделить внимание развитию нематериального стимулирования, в частности, организации и проведению корпоративных мероприятий,

нацеленных на формирование корпоративного духа, чувства сопричастности и идентификации с жизнедеятельностью университета.

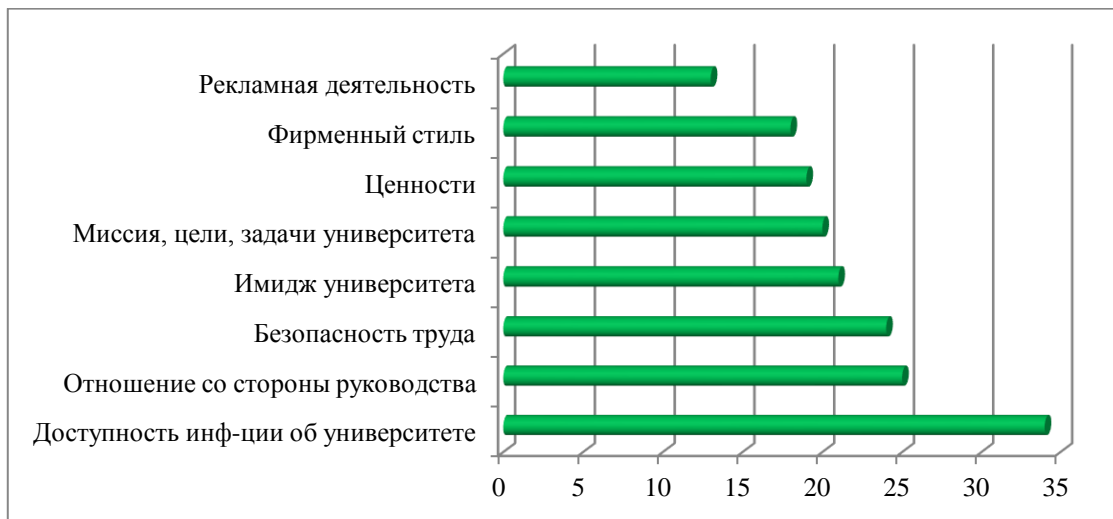


Рисунок 3. Направления деятельности университета, получившие максимально высокую оценку со стороны респондентов, % (составлено автором)

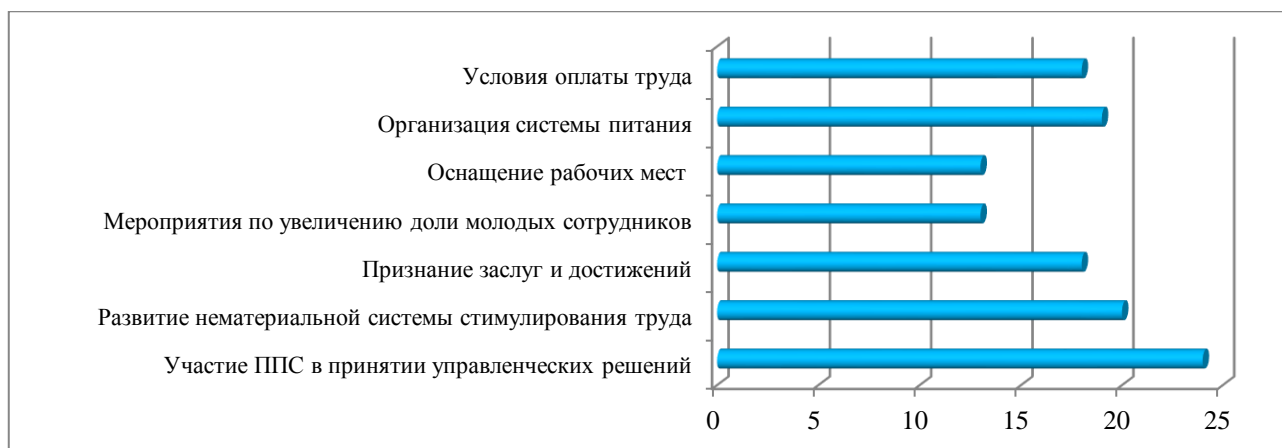


Рисунок 4. Направления деятельности университета, получившие низкую оценку со стороны респондентов, в %

Несомненно, что признание достижений и успехов членов педагогического сообщества является важным этапом в процессе формирования корпоративной идентичности, неудовлетворительная оценка этого этапа со стороны ППС свидетельствует о необходимости принятия мер по нивелированию данной проблемы. 12 % респондентов отметили отсутствие четко организованной системы питания для работников университета, что отрицательно сказывается на общей удовлетворенности условиями труда, физическом и эмоциональном состоянии.

Респонденты констатировали прямую взаимосвязь между корпоративной культурой и господствующим стилем управления в университете, в ходе исследования было выявлено мнение ППС относительно текущего стиля управления и наиболее желательного стиля управления, который бы способствовал развитию и укреплению корпоративной культуры (рис. 5).

64 % респондентов оценили текущий стиль управления как формирующий атмосферу жесткой подчиненности, характеризующийся активной централизацией. Стоит отметить, что положительные моменты господствующего стиля управления находят свое отражение в

ориентации педагогического сообщества на достижение результата и своевременное внедрение инноваций в образовательный процесс.

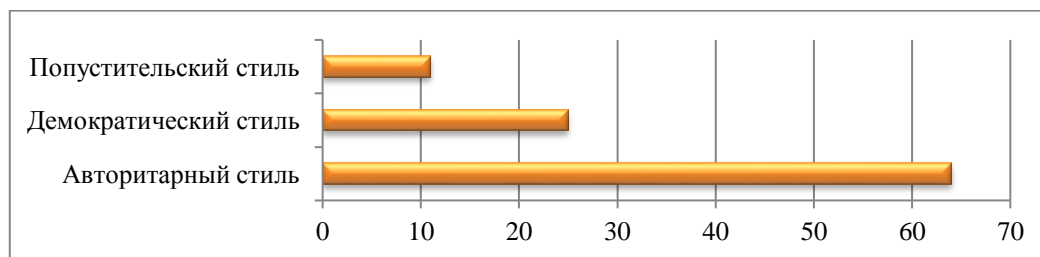


Рисунок 5. Оценка респондентов господствующего стиля управления (на основании классификации К. Левина), % (составлено автором)

С точки зрения развития корпоративной культуры, данный стиль руководства не способствует поддержанию командного духа и нивелирует личную инициативу, деформирует зачатки самостоятельности профессорско-преподавательского состава. Продуктивный стиль управления должен быть направлен на поощрение и предоставление возможности участвовать в процессах принятия управленческих решений ППС, продуцировать командный дух и поддерживать лояльность по отношению к университету, в связи с этим 39 % респондентов высказали мнение относительно целесообразности изменений в стиле управления.

В ходе социологического исследования было уделено внимание вопросу корпоративных ценностей: несомненно, что ППС выступает в качестве транслятора социокультурных ценностей, университет же — аксиологическая платформа, основной двигатель которой именно корпоративная культура. В данном контексте можно говорить о степени соответствия декларируемых университетом ценностей и личных ценностных ориентиров преподавателей, от которых зависит формируемая среди студенческого сообщества ценностно-ориентированная модель поведения, качество транслируемых культурных артефактов.

Преобладающими корпоративными ценностями, по мнению респондентов, являются стремление добросовестно исполнять свои должностные обязанности, перманентное развитие в профессии, честность, взаимоуважение и взаимопомощь, ответственность за качество своей работы. Менее значимыми ценностями респонденты назвали стремление к вознаграждению, приобретение привилегий, проявление инициативы, гордость за профессию; 22,3 % высказались положительно относительно сформированного в университете корпоративного духа и считают, что структурные подразделения разделяют общие ценности и модели поведения; 43 % высказали сомнения по поводу сплоченности членов педагогического сообщества и наличия корпоративного духа, что говорит о возможности привлечения для решения данной проблемы механизмов развития корпоративной культуры университета.

Ценности, декларируемые в университете, частично соответствуют личным ценностным ориентирам педагогов (64 %) (рис. 6).

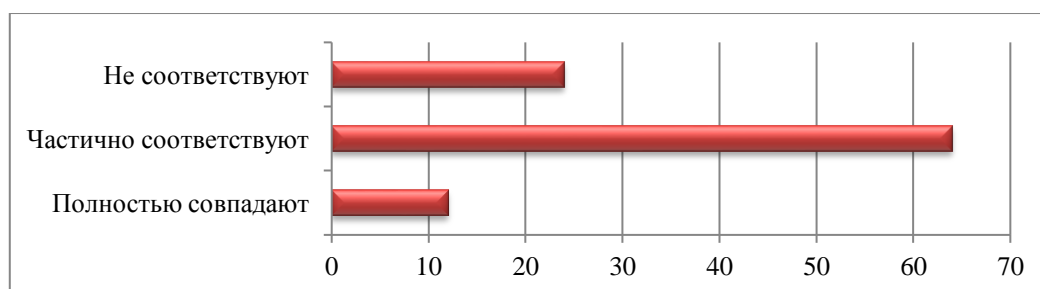
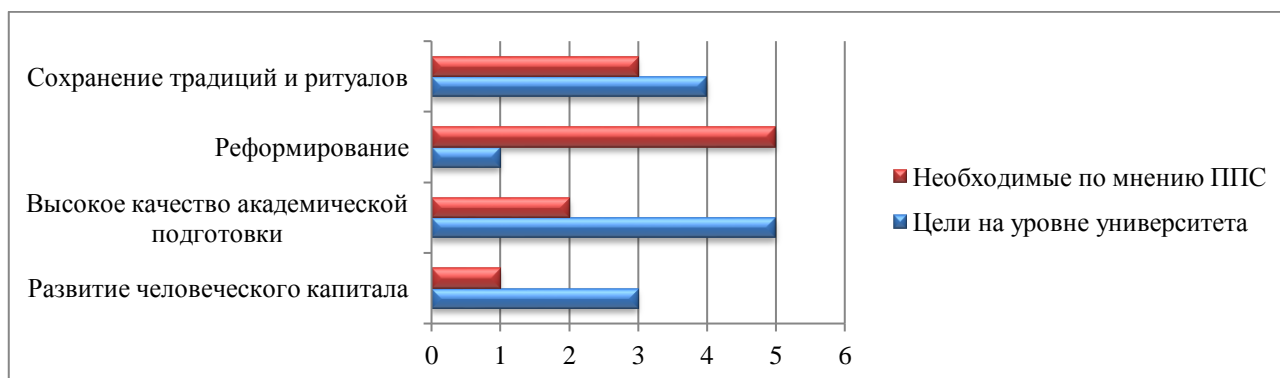


Рисунок 6. Степень соответствия декларируемых университетом ценностей и личных ценностных ориентиров респондентов, % (составлено автором)

12 % респондентов считают, что эти две категории полностью совпадают, что благотворно сказывается на их профессиональной деятельности и позволяет гордиться выбранным местом работы, 24 % отметили несоответствие индивидуальных ценностных ориентиров корпоративным, что, по их мнению, несомненно, влияет как на психоэмоциональное состояние респондентов, так и на степень идентификации себя с университетской корпорацией.

Последний блок вопросов в анкете был посвящен оценке стратегических направлений и прерогатив развития тюменского индустриального университета. Профессорско-преподавательский состав отметил, что приоритетные стратегические направления на сегодня, декларируемые университетом не совпадают с актуальными стратегическими целями, которые рассматривает педагогическое сообщество (рис. 7).



1 — приоритетные, 5 — наименее важные

Рисунок 7. Распределение стратегических направлений развития университета, реализуемых вузом в настоящее время и желательных, по мнению респондентов (составлено автором)

В настоящее время стратегическим приоритетом на уровне университета считается необходимость реформирования, наращивание конкурентных преимуществ, подготовка будущих специалистов в соответствии с запросами потенциальных работодателей. Желательными и наиболее важными, по мнению профессорско-преподавательского состава, являются: развитие человеческого капитала (на уровне педагогического и студенческого сообщества), сохранение уникальных университетских традиций, ритуалов, выступающих элементами сильной корпоративной культуры, наращивание усилий в области академической подготовки.

Резюмируя итоги проведенного социологического исследования, целесообразно отметить, что корпоративная культура университета как один из эффективных инструментов формирования высокого уровня конкурентоспособности, реализации заданных социокультурных функций, выстраивания взаимовыгодных отношений со стейкхолдерами нуждается в перманентной диагностике и развитии.

Мониторинг текущего состояния корпоративной культуры университета с помощью количественных и качественных методов в оценке не только обучающихся (их восприятие миссии, целей, задач, ценностей, ритуалов, корпоративных мероприятий, внутренних коммуникаций, психологического климата и др.), а также членов педагогического сообщества, позволит учебному заведению приблизиться к идеальному для него типу корпоративной культуры, выстроить эффективную систему внутренних и внешних коммуникаций, спроектировать благоприятный имидж и реноме, стратегическое сотрудничество.

Сложившаяся на сегодняшний день в Тюменском индустриальном университете корпоративная культура и качество развития ее отдельных элементов оценивается членами

педагогического сообщества на уровне выше среднего, однако отдельные направления деятельности университета и индикаторы корпоративной культуры нуждаются в более детальном изучении и дальнейшей корректировке, что позволит университету приобрести дополнительное конкурентное преимущество — сильную культуру, а профессорско-преподавательскому составу — эффективно выполнять задачу по трансляции ценностных ориентиров студенческому сообществу.

ЛИТЕРАТУРА

1. Алиева А.Б., Хыбыртова Л.А. Современное общество в условиях цифровой экономики // Экономика и бизнес: теория и практика. 2020. № 11–1. — [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-obschestvo-v-usloviyah-tsifrovoy-ekonomiki> (дата обращения: 23.07.2021).
2. Абрамова С.Г., Костенчук И.А. О понятии «Корпоративная культура». — М., 2010. — 236 с.
3. Денисон Д., Хойшберг Р., Лэйн Н., Лиф К. Изменение корпоративной культуры в организациях. — СПб.: Питер, 2013. — 192 с.
4. Гримашевич О.Н., Жданов С.А. Формирование корпоративной культуры предприятий в современных российских условиях // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. 2018. № 3(72). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/formirovanie-korporativnoy-kultury-predpriyatiy-v-sovremennyh-rossiyskih-usloviyah> (дата обращения: 23.07.2021).
5. Беляев, А. Корпоративная культура университета: от теории к практике / А. Беляев // Высшее образование в России. — 2007. — № 11. — С. 62–65.
6. Козырева О.А. Корпоративная культура педагога как условие и продукт управления качеством подготовки кадров в образовательном учреждении // Современная педагогика. 2014. № 9 [Электронный ресурс]. URL: <https://pedagogika.snauka.ru/2014/09/2688> (дата обращения: 19.07.2021).
7. Буева, И.И. Формирование корпоративной культуры образовательных сообществ: теория и методология: монография / И.И. Буева, А.В. Кирьякова. — М.: издательство «Дом педагогики», 2009. — 238 с.
8. Легостаева И.В. Ценностно-ориентированная модель корпоративной культуры преподавателя вуза // Современные наукоемкие технологии. — 2016. — № 2–3. — С. 509–512.
9. Бугрова С.М., Григашкина С.И. Корпоративная культура университета // Приволжский научный вестник. 2012. № 6(10). — [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/korporativnaya-kultura-universiteta> (дата обращения: 23.07.2021).
10. Афанасьева Д.О., Гулиус Н.С., Кашпур В.В., Кузнецов А.Г., Петрова Г.И., Юрина Е.А. Исследование трансформации корпоративной культуры университета (опыт национального исследовательского томского государственного университета) // Университетское управление: практика и анализ. 2016 № 1. — С. 53–64.

Legostaeva Irina Vladimirovna
Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia
E-mail: Legostaeva.i.v@mail.ru

University corporate culture in the assessment of the pedagogical community: sociological analysis

Abstract. The article presents the results of a sociological study devoted to the actual problem of today: the formation and development of the corporate culture of a higher educational institution. The author notes the leading role of the university as a social institution, one of the main functions of which is axiological, substantiates the priority of transforming the corporate culture of the university in accordance with the changing conditions of the external environment, the processes of globalization, the active introduction of information technologies into the educational process, the development of interactive forms of communication between the teacher and the student. Using the method of a questionnaire survey, the problem field was analyzed, including the main elements of the corporate culture of the university and the strategic directions of its development. The empirical basis of the study was the data of a survey conducted among the members of the faculty of the Tyumen Industrial University. The data obtained in the course of the sociological study made it possible to conclude about the leading role of corporate culture in the formation of a favorable psychological climate, an increase in the level of satisfaction of members of the teaching community from their professional activities. The survey made it possible to identify the relationship between the level of development of the corporate culture of the university and the prevailing style of management, to establish the priority value orientations of the teaching staff and the possibility of identifying the teacher with the university corporation. It is advisable to use the results of the sociological research presented in order to correct the weaknesses and directions of the university's activities in the field of implementing corporate culture and increasing the level of loyalty of the teaching staff of the university corporation, which, as a result, will have a positive effect on gaining additional competitive advantages for the university in the educational services market.

Keywords: corporate culture; university culture; university corporation; pedagogical community; corporate values; professional culture of a teacher; transmission of values