<https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-48-54>
УДК 316.77-057.875

Вартанян А.С.

АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ СТУДЕНЧЕСКОГО КОЛЛЕКТИВА ЧЕРЕЗ САМООРГАНИЗАЦИЮ ВНЕУЧЕБНОЙ ЖИЗНИ

*Вартанян Арам Саркисович,
кандидат педагогических наук, доцент гуманитарного института северо-
ведения ФГБОУ ВО «Югорский государственный университет», Ханты-
Мансийск, Россия,
e-mail: aram_v@bk.ru
тел.: 8 (982) 147 90 68*

Аннотация

В статье обоснована роль корпоративной культуры в формировании студенческого коллектива как одного из важнейших факторов развития творческой (инновационной) активности личности студента.

Актуальность данной темы обусловлена влиянием корпоративной культуры на мотивацию самоорганизационной деятельности студенческого объединения, возможностью регулирования поведенческих установок студентов на основании тех ценностей, которые приемлемы для университета, становлением традиций студенческого сообщества.

Проблема исследования заключается в поиске новых ориентиров организации качественного воспитательного процесса в высшем учебном заведении.

Цель исследования – раскрыть аспекты, влияющие на формирование коммуникативной культуры студенческого коллектива при самоорганизации внеучебной деятельности.

Основу исследования составили материалы научно-практических конференций, результаты эмпирических исследований, а также другие документы и материалы, относящиеся к проблеме исследования. В качестве *основных методов* в исследовании использованы анкетирование и интервьюирование студентов, изучение сложившихся в студенческих объединениях норм поведения, традиций, ритуалов.

Результаты и ключевые выводы. Корпоративная культура студенческого коллектива – оказывает влияние на развитие культуры личности студента, формирование ценностей студенческого объединения, его эффективной адаптации в студенческом сообществе;

– способствует развитию социальной активности студента посредством мотивации на совместную коллективную деятельность;

– является стимулирующим инструментом, побуждающим членов студенческого коллектива создавать проекты, формировать традиции студенческого сообщества, что способствует повышению корпоративного духа, развитию личностных компетенций студента.

Ключевые слова: воспитательный процесс, корпоративная культура, студенческий коллектив, лидер, эффективность деятельности, традиции объединения, ценности, этапы.

Для цитирования: Вартанян А.С. Аспекты формирования корпоративной культуры студенческого коллектива через самоорганизацию внеучебной жизни // Вестник Майкопского государственного технологического университета. 2021. Том 13, № 2. С. 48–54. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-48-54>.

Vartanyan A.S.

ASPECTS OF CORPORATE CULTURE FORMATION IN A STUDENT BODY THROUGH SELF-ORGANIZATION OF EXTRA-CURRICULAR ACTIVITIES

Vartanyan Aram Sarkisovich,

*Candidate of Pedagogics, an associate professor of the Humanitarian Institute of Northern Studies FSBEI HE "Yugorsk State University", Khanty-Mansiysk, Russia,
e-mail: aram_v@bk.ru
tel.: 8 (982) 147 90 68*

Annotation

The article substantiates the role of corporate culture in the formation of a student body as one of the most important factors in the development of the creative (innovative) activity of a student's personality.

The relevance of the topic is due to the influence of corporate culture on the motivation of self-organizing activity of a student association, the possibility of regulating the behavioral attitudes of students on the basis of those values that are acceptable for a university, formation of traditions of a student community.

The research problem is the search for new guidelines for the organization of a high-quality educational process in a higher educational institution.

The aim of the research is to reveal the aspects that influence the formation of a communicative culture of a student body through self-organization of extracurricular activities.

The research is based on the materials of scientific and practical conferences, the results of empirical research, as well as other documents and materials related to the research problem. Questioning and interviewing, study of behavior norms, traditions, and rituals prevailing in student associations have been used as the main research methods.

The Results and key findings. Corporate culture of a student body

- influences the development of a student's culture, the formation of the values of a student association, its effective adaptation in a student community;
- promotes the development of student's social activity through motivation for joint collective activity;
- is a stimulating tool that encourages the members of a student body to create projects, to form the traditions of a student community, which contributes to the enhancement of the corporate spirit, the development of the student's personal competencies.

Keywords: educational process, corporate culture, student body, a leader, performance efficiency, traditions of association, values, stages.

For citation: Vartanyan A.S. Aspects of corporate culture formation in a student body through self-organization of extra-curricular activities // Vestnik Majkopskogo gosudarstvennogo tehnologičeskogo universiteta. 2021. Volume 13, No. 2. P. 48–54. <https://doi.org/10.47370/2078-1024-2021-13-2-48-54>.

Введение

В современных социально-экономических условиях разрушаются основы воспитания, нивелируются нравственные ценности, на смену коллективному единению приходит социальное расслоение. Вследствие этого возникают проблемы, требующие поиска новых ориентиров по организации качественного воспитательного процесса.

На сегодняшний день в студенческом коллективе проявляется активное отчуждение от ценностей и традиций жизнедеятельности в университете. Проблема наиболее остро затрагивает первокурсников, которые при поступлении в университет испытывают значительные трудности в адаптации к новым реалиям учебно-воспитательного процесса и к новым принципам формирования коллектива. Неподготовленность к усвоению корпоративных норм и правил университетской жизни, затруднения в коммуникативном взаимодействии с сокурсниками не позволяют студенту грамотно выстраивать партнерские взаимоотношения, что сказывается на результатах его обучения, лишает способности коллективной работы.

Решению данных проблем должно способствовать целенаправленное формирование у студенческой молодежи корпоративной культуры.

«Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющееся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды» [6, с. 118].

Как считает исследователь корпоративной культуры сообщества студентов Е.С. Чижикова, качество корпорации студентов позволяет отбирать более эффективные модели их поведения без административного нажима. Подобные

поведенческие модели мобилизуют инициативу студентов к общению с профессорско-преподавательским и руководящим составом университета и облегчают общение друг с другом [8, с. 146].

Одной из главных воспитательных задач вуза является создание позитивно-творческой атмосферы в студенческой среде. Для «провинциальных» с небольшим контингентом обучающихся университетов данная задача первостепенна, так как социально-культурная среда провинциальных городов не удовлетворяет потребности студентов в полномасштабном культурном досуге.

Студенческие общественные объединения в подобных вузах, как правило, сами выступают инициаторами формирования студенческой жизни, занимаясь организацией художественной самодеятельности и физкультурно-оздоровительной деятельности. Качество организации такой деятельности общественных студенческих объединений зависит от многих факторов: от уровня студенческого самоуправления, поддержки руководства вуза, условий материально-технической базы университета, инициативы и креативности самих студентов и прочего. На наш взгляд, ключевым фактором качественного результата студенческой инициативы является опыт и традиции самого объединения, корпоративный дух студенчества университета [5].

Процесс формирования организационных ценностей привязан к жизненному циклу объединения.

На первоначальном этапе создания объединения организация находится на стадии становления, формируется ее жизненный цикл. Закладываются все принимаемые впоследствии нравы, обычаи объединения, основной стиль поведения и управления деятельностью, а также студенческие традиции. Традиции определяют миссию объединения и то, каким данное объединение должно быть в идеале. В своей деятельности

студенты руководствуются предыдущим опытом подобных объединений и социальными ценностями. На данном этапе устанавливаются нормы внутригруппового общения, происходит формирование партнерских взаимодействий, закрепление навыков внутригрупповой коммуникации с акцентом на позитивную мотивацию поведения, появляется необходимость в лидере как в «созидателе» и «средстве контроля» над межличностными отношениями.

Уровень сплоченности и эффективность деятельности студенческого объединения, на наш взгляд, в первую очередь зависит от личности лидера [2].

В теории управления коллективом существуют две позиции: личностная и технологическая [9].

Личностная позиция определяет роль и функции лидера как специфические требования к личности руководителя объединения. Обладая соответствующими лидерскими качествами, человек может мотивировать коллектив на организацию общего дела, вести группу к эффективному результату.

Технологическая позиция определяет методы решения управленческих задач.

Предлагая любую новую идею, лидеры подобных студенческих объединений руководствуются своими амбициями и определенными личными убеждениями, в том числе и взглядом на результат ее практического воплощения. На этом этапе руководству вуза необходимо направить организаторский потенциал актива в нужном направлении, формируя у лидеров качества, которые позволят в дальнейшем достичь эффективного общественно полезного результата для студенчества в целом.

С психологической точки зрения потенциал лидерства состоит из совокупности качеств, указывающих на способность личности лидера побуждать,

вдохновлять других, убеждая, что избранное направление верно.

«Задача лидера состоит в том, чтобы вдохновлять и мотивировать людей, помогая им реализовать свой потенциал полностью», – утверждал Дениз Моррисон (Deniz Morrison), генеральный директор компании «Campbell Soup» [3, с. 183].

На наш взгляд, организационная культура студенческого объединения является результатом взаимодействия, с одной стороны, личных предположений лидеров, а с другой, их опыта в организации дела и способностей убеждать членов объединения.

С целью обучения лидеров и студенческого актива практическим организационно-управленческим навыкам мы создали на базе студенческого центра Югорского государственного университета «Школу социальной эффективности». Понимая, что каждая корпоративная общность в социально-культурной сфере выступает в качестве источника формирования и носителя групповых целей, мы предусмотрели в программе Школы процесс обучения студентов социальному проектированию, созданию и апробации социально значимых проектов, где исполнителями выступают проектные группы студентов [1].

В рамках проекта «Школа социальной эффективности» студенты, в первую очередь, активизировали коллективную деятельность по организации своего досуга, используя серии проектов на коллективно- и командообразование по разным общественно значимым направлениям: обучение актива факультета, подготовка кураторов первого курса из числа старшекурсников, проекты организации коллективно-творческих и физкультурно-оздоровительных дел.

Приобретенный опыт проектных проб мотивировал студентов на разработку долгосрочных планов. Используя программный подход, студенческий актив целенаправленно создавал условия,

обеспечивающие развитие внутренней эффективности объединения, выдвигая различные идеи по наполнению содержания программ деятельности, формируя традиции своего коллектива.

По мере продвижения и опыта организации полезных дел часть студентов приступила к разработке и внедрению авторских проектов, направленных как на организацию досуга студентов, так и на решение студенческих проблем. В качестве примера выделим проекты: «Клуб молодой семьи и комната дневного пребывания детей студентов», «Поэтический клуб», «Студия танца», «Лига команд девушек по мини-футболу», «Клуб интеллектуальных игр», «Центр подготовки волонтеров», «Клуб игры» и многое другое.

Уникальность подхода в обучении студентов технологиям командной деятельности по разработке и реализации проектов заключается в минимизации затрат на организацию культурного досуга студентов, в востребованности таких проектов со стороны самой студенческой аудитории.

Рассматривая процесс формирования корпоративной культуры студентов, мы пришли к выводу, что цикл такого единения можно разбить на следующие этапы:

1) создание, зарождение идеи корпорации;

2) рост через закрепление общих взглядов и ценностей;

3) этап зрелости и выделения интегративной роли общеразделяемых ценностей организационной культуры;

4) этап нового роста при приверженности ценностям и сформировавшимся традициям как основы сложившегося коллектива.

Заметим отсутствие в формировании корпорации студенческого коллектива таких этапов, как замедление роста и формализация, присутствие которых характерно для производственных коллективов. Полагаем, это связано с временными

рамками обучения в университете и возрастными особенностями студентов.

Анализ зарождения на этапах культуры корпорации студентов показал, что существующие в объединении обычаи и традиции культурного досуга не только формируют у молодежи соответствующий опыт, но и укрепляют организационную культуру. К этому относятся: процесс формирования команды организаторов, процесс отбора идей, критерии оценки сплоченности, обучение новичков, система оценки качества организации дела. Все эти процедуры направлены на поддержание тех, кто соответствует данной организационной культуре.

Формирование корпоративной культуры – длительный и сложный процесс. Первые шаги этого процесса, как правило, связаны с опытом старших по возрасту близких, например родителей, или опыта, полученного в общеобразовательной школе.

На протяжении процесса социализации в условиях университета студент расширяет сферу деятельности, осваивая новые ее виды. Положительные межличностные отношения в студенческом коллективе позволяют студенту расставить акценты в определении своего места в сложной взаимосвязи университетского сообщества.

С расширением сферы деятельности качественно изменяется характер и формы, усложняются ее виды.

Активное вовлечение первокурсников в разнообразные виды внеучебной деятельности: к организаторскому труду, культурно-массовой, общественно-политической работе, физкультурно-спортивной деятельности и т.д. возможно с помощью кураторов из числа старшекурсников.

Миссия «общественного куратора» – помочь первокурснику адаптироваться в университете, вовлечь его в культурный досуг и общественно полезную деятельность, сориентировать на основные

базовые ценности студенческого объединения. Отметим, что, исходя из базовых ценностей и требований, предъявляемых в вузе, формулируются стандарты поведения студентов, традиции и ритуалы (обычаи).

Таким образом, в формировании корпоративной культуры студентов можно выделить четыре этапа:

1. Определение базовых ценностей.
2. Формулирование стандартов поведения.
3. Формирование традиций объединения.
4. Зарождение ритуалов (обычаев).

Студенты, отвлекаясь от учебы, всегда стремились разнообразить свои будни неформально, реализуя свои идеи в интересные ритуалы и традиции. Одна из них известна в каждом университете – посвящение первокурсников в студенты.

В Средневековье, поступив в Пражский университет, молодежь проходила испытания, и те, кто достойно их прошел, становились членами тайного союза студентов. Сегодня эта традиция «обросла» множеством ритуалов, обычаев и превратилась в настоящий студенческий праздник. Используя организационный и творческий потенциал студенческого актива, мы можем создавать развивающую, творческую среду для реализации студенческой инициативы, решая при этом воспитательные задачи [4].

Традиции оказывают огромное воспитательное воздействие на студентов. К.Д. Ушинский считал, что «воспитание, не проникнутое традицией, не может воспитать сильных характеров» [7, с. 32]. Традиции организации досуга

студенчества несут в себе значительный воспитательный потенциал. Во-первых, каждое дело, каждое мероприятие развивает коллективистские отношения, способствует сплочению коллектива студенческого объединения.

Во-вторых, традиционные мероприятия пробуждают у студентов желание совершенствовать свои интеллектуальные, творческие качества, обсуждать и оценивать идеи друг друга, вырабатывать общую концепцию.

В-третьих, хорошо организованные и ярко проведенные дела вызывают чувство гордости у студентов за свое объединение, формируют понимание причастности к «своему» факультету, университету.

Подводя итог, стоит отметить, что корпоративная культура

- является связующим элементом, который способствует удовлетворению коммуникативных и социальных потребностей студенческой группы и личности;

- утверждает правила, нормы и ориентиры поведения студентов;

- позволяет выявлять и возвращать лидеров;

- обеспечивает возможность вчерашнему абитуриенту быстро адаптироваться в новых условиях.

Помимо этого, корпоративная культура является стимулирующим инструментом, побуждающим членов студенческого коллектива создавать проекты, формировать традиции студенческого сообщества, что способствует повышению корпоративного духа, развитию личностных компетенций студента.

ЛИТЕРАТУРА:

1. Вартанян А.С. Проблемы и перспективы изучения студентами педагогического образования курса «Основы проектной деятельности» // Мир науки, культуры, образования. 2020. № 6 (85). С. 143–145.
2. Вартанян А.С. Роль студенческого самоуправления в развитии внеучебной деятельности вуза // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2019. № 3 (60). С. 177–182.

3. Логан Д., Кинг Дж., Фишер-Райт Х. Лидер и племя. Пять уровней корпоративной культуры. М.: Изд-во Манн, Иванов и Фербер. 2020. 304 с.
4. Мальцева Г.И., Горшкова О.В. Роль корпоративной культуры в формировании эффективного университета // Высшее образование в России. 2006. № 9. С. 26–32.
5. Пасленов А.И. Теоретико-методологические основы процесса управления корпоративной культурой студенческой группы // Высшее образование России. 2008. № 6. С. 95–105.
6. Спивак В.А. Корпоративная культура: теория и практика. СПб.: Питер, 2001. 345 с.
7. Ушинский К.Д., Пирогов Н.И. Избранные педагогические сочинения. М.: АПН РСФСР, 1952. 59 с.
8. Чижикина Е.С. О формировании корпоративной культуры студенческого сообщества // Высшее образование в России. 2009. № 10. С. 144–148.
9. Шелякина А.В. Корпоративная культура организации // Молодой ученый. 2018. № 14 (200). С. 206–209.

REFERENCES:

1. Vartanyan A.S. Problems and prospects for studying the course of “Fundamentals of Project Activity” by pedagogical students // World of Science, Culture, Education. 2020. No. 6 (85). P. 143–145.
2. Vartanyan A.S. The role of student self-government in the development of extracurricular activities of a university // Bulletin of the Surgut State Pedagogical University. 2019. No. 3 (60). P. 177–182.
3. Logan D., King J., Fisher-Wright H. Leader and tribe. Five levels of corporate culture. M.: Publishing house of Mann, Ivanov and Ferber. 2020. 304 p.
4. Maltseva G.I., Gorshkova O.V. The role of corporate culture in the formation of an effective university // Higher education in Russia. 2006. No. 9. S. 26–32.
5. Paslenov A.I. Theoretical and methodological foundations of the process of managing the corporate culture of a student group // Higher education of Russia. 2008. No. 6. P. 95–105.
6. Spivak V.A. Corporate culture: theory and practice. SPb.: Peter, 2001. 345 p.
7. Ushinsky K.D., Pirogov N.I. Selected pedagogical essays. Moscow: APN RSFSR, 1952. 59 p.
8. Chizhikova E.S. On the formation of corporate culture of a student community // Higher education in Russia. 2009. No. 10. P. 144–148.
9. Shelyakina A.V. Corporate culture of an organization // Young scientist. 2018. No. 14 (200). P. 206–209.