

Бурдуковская Елена Анатольевна

кандидат педагогических наук,
доцент кафедры психологии и педагогики
Амурского государственного университета
тел.: (4162) 39-46-21

Климова Татьяна Владимировна

старший преподаватель кафедры
психологии и педагогики
Амурского государственного университета
тел.: (4162) 39-46-21

**ФОРМИРОВАНИЕ
ПРОФЕССИОНАЛЬНО-
КОРПОРАТИВНОЙ СРЕДЫ
ВЫПУСКАЮЩЕЙ КАФЕДРЫ**

Аннотация:

В статье представлен опыт проектирования и организации профессионально-корпоративной среды выпускающей кафедры вуза. Раскрываются пути и условия формирования профессионально-корпоративной среды профессиональной подготовки социальных педагогов.

Ключевые слова:

профессионально-корпоративная среда, корпоративная культура, выпускающая кафедра, социальная педагогика.

Burdukovskaya Elena Anatolievna

Candidate of Pedagogics, associate professor of
the chair of psychology and pedagogy,
Amur State University
tel.: (4162) 39-46-21

Klimova Tatyana Vladimirovna

senior lecturer the chair of
psychology and pedagogy,
Amur State University
tel.: (4162) 39-46-21

**FORMATION OF PROFESSIONAL
AND CORPORATIVE
ENVIRONMENT OF
GRADUATING CHAIR**

The summary:

The article presents the experience of projecting and organizing the professional and corporative environment of the graduating chair. The article discovers the ways and the conditions for formation of the professional and corporative environment of professional training of social pedagogues.

Keywords:

professional and corporative environment, corporative culture, graduating chair, social pedagogics.

Основной стратегической задачей любого вуза и выпускающей кафедры, в частности, является подготовка высокопрофессионального выпускника. Формирование профессиональной адаптации, готовности вхождения в профессиональную среду своей будущей организации-работодателя следует начинать еще в вузе. В условиях, когда в настоящее время активно развивается процесс интеграции образовательных учреждений в области практической деятельности, наиболее значимым с точки зрения конкурентоспособности становится специальным образом конструирование профессионально ориентирующей внутренней среды вуза.

Профессионально-корпоративная среда выпускающей кафедры, являющаяся контекстом профессиональной подготовки студента и включающая не только процесс образования, но и объединяющая в себе все детали повседневности, общения, деятельности, представляет собой постоянно расширяющуюся сферу жизнедеятельности каждого студента, позволяющая процессам профессионального и личностного становления разворачиваться в естественных условиях. Профессионально-корпоративная среда может считаться в полной мере эффективной и оправданной только в том случае, если она выступает средством профессионального развития личности студентов, что требует интеграции вузовской корпорации и профессиональной области, для которой готовится выпускник.

Практика показывает, что явление корпоративности присуще любой выпускающей кафедре, меняется лишь ее уровень: от низкого, не способствующего достижению поставленных целей, до высокого, когда ценности, нормы, традиции и представления каждого сливаются в единое целое и направляются на реализацию стратегии кафедры.

Профессионально-корпоративная среда кафедры – не данность, а результат деятельности коллектива преподавателей и студентов по ее проектированию и формированию, проходящая определенные этапы:

– выявление образа, корпоративных ценностей и норм корпоративной культуры, максимально соответствующей следующим факторам: возможностями и ограничениями внешней среды специальности, уровню профессионализма педагогов;

– формирование корпоративных ценностей и норм, корпоративной культуры, традиций, способа корпоративного управления;

– закрепление выявленных корпоративных ценностей и норм на уровне студентов и преподавателей специальности, на основе обновления содержания функций управления в его культурно-организационной составляющей.

Выявлены принципы, выступающие концептуально-организующим началом при разработке образовательной модели профессионально-корпоративной среды выпускающей кафедры: принцип непрерывной культурной преемственности, принцип интеграции профессиональных ценностей в корпоративную культуру вуза, принцип личностно-культурной субъектности участников образовательного процесса, принцип социально-коммуникативной направленности корпоративной культуры вуза, принцип социокультурной целостности образовательного пространства вуза [1, с. 10].

Рассмотрим организационно-педагогические условия формирования профессионально-корпоративной среды выпускающей кафедры в рамках профессиональной подготовки будущих социальных педагогов (далее «СП»).

С целью создания единого сообщества студентов, обучающихся по специальности «СП», необходимо построение так называемой «вертикали» и «горизонтали» во взаимоотношениях между студентами всех курсов. Под «вертикалью» понимается тесное взаимодействие и сотрудничество студентов разных курсов по вопросам научных исследований, производственных практик, учебной и внеучебной деятельности (консультирование, курирование младших курсов старшими, организация досуга, волонтерская и проектная деятельности и т.д.). Под «горизонталью» – развитие и упрочнение взаимоотношений между студентами в пределах одного курса, группы.

Создание и развитие профессионально-корпоративной среды невозможно без персонификации выпускающей кафедры, включающей в себя формирование чувства принадлежности к кафедре у студентов и чувства персональной ответственности за «конечный продукт» у преподавателей, чувства сопричастности, гордости за свою специальность и др. через плодотворное взаимодействие преподавателей и студентов, совместную работу в области научных исследований и других видов деятельности.

Традиции, ритуалы, церемонии являются важными атрибутами профессионально-корпоративной среды кафедры. Они как набор представлений, обычаев, привычек и навыков практической деятельности, передаваемых из поколения в поколение, выступают регуляторами общественных отношений и выражают связь людей с системой социальных отношений и ценностей. Процесс формирования профессионально-корпоративной среды кафедры представляет собой медленное изменение имеющихся корпоративных традиций, постепенный ввод новых. В случае, когда вводимые корпоративные традиции отражают миссию организации, ее базовые ценности и основанные на них стандарты поведения формируют «мы-чувство», они обеспечивают высокую конкурентоспособность выпускника вуза. Выделив отличительные признаки, функции, формы реализации, типы корпоративных традиций, условия, при которых они обеспечивают конкурентоспособность специальности «СП», мы пришли к выводу о необходимости поддержания имеющихся и внедрения новых традиций.

Формы корпоративных традиций различны: традиции работы в команде, совместного проведения досуга, корпоративные поощрения и порицания, мероприятия и вечеринки, торжественного посвящения, корпоративные фильмы, игры-ритуалы и др. На кафедре психологии и педагогики АмГУ в рамках специальности «СП» прочно закрепились следующие традиции: профессионально-ориентированные или имидживые (ежегодное проведение недели специальности, научно-практические конференции, конкурс педагогического мастерства, брейн-ринг, фотоконкурсы, конкурсы стенгазет, конкурсы на лучшую научную работу и отчет по практике, круглые столы на актуальные темы, посвящение выпускным курсом первокурсников в специальность «СП», участие в конкурсах социальной рекламы, «Студент года», инструктивно-методический лагерь как событие для всех студентов специальности и др.), волонтерская деятельность (организация проведения научных конференций различных уровней, благотворительные выезды в детские дома и приюты, различные социальные акции), совместного проведения досуга (осенний выезд на турбазу с первокурсниками, «Новый год в узком кругу»: студенты 5 курса и преподаватели кафедры, день кафедры), курирование младших курсов старшими в отношении научной работы и др. Эти традиции формировались на протяжении многих лет, и служат хорошей базой для введения новых традиций, необходимых для формирования корпоративно-профессиональной среды специальности.

Формирование фирменного стиля, необходимость разработки которого как атрибута сообщества «СП» продиктована его значением для профессионально-корпоративной среды кафедры, отражает корпоративную культуру организации; позиционирует сообщество кафедры и выделяет его среди других подобных образований; значительно повышает эффективность рекламы (легче запоминают и узнают); обеспечивает доверие [2, с. 31]. Ценности корпоративного

сообщества специальности «СП» воплощаются в таких символах, как: официальная эмблема, девиз, слоган. Форма официальной эмблемы специальности: стилизованный образ педагога и детей за его спиной, плавно перетекающий аббревиатуру «СП». Слоган: «Выбери Свой Путь!». Официальные цвета: белый, синий, голубой. Официальная символика закрепляет в сознании сотрудников и студентов целостный образ кафедры и специальности, создает единое культурное пространство, формирует чувство гордости за принадлежность к данному сообществу.

Поскольку профессионально-корпоративная среда выпускающей кафедры должна иметь некую автономность от других подобных образований, формирование студенческой субкультуры внутри специальности было определено как одно из организационных условий. Субкультура как совокупность специфических социально-психологических признаков (норм, ценностей, стереотипов, вкусов и т.п.), влияющих на стиль жизни и мышления определенных номинальных и реальных групп людей и позволяющих им осознать и утвердить себя в качестве «мы», отличного от «они» (остальных представителей социума) [3, с. 37]. Студенты рассматриваются как члены коллектива, со своими интересами и потребностями. На них делается упор при формулировании норм и правил организационной культуры специальности.

В рамках профессионально-корпоративной среды кафедры необходимо создание корпоративного управления [4, с. 101]. В нашем понимании – это деятельность организационно-координационного органа студенческого самоуправления, который занимается вопросами поддержания и развития профессионально-корпоративной среды специальности «СП»; создание клуба выпускников для полноценной связи поколений студентов и поддержания внешних контактов, получения информации о трудоустройстве выпускников, их успешности, а также их сближения и общения; приглашение специалистов с целью тесного взаимодействия с областью практики; создание летописи специальности, аудио-, видео-, фото-архива.

Следующее условие формирования профессионально-корпоративной среды – создание «Корпоративного руководства». Корпоративное руководство составлено на основании результатов диагностики актуальной профессионально-корпоративной среды выпускающей кафедры и призвано сформировать корпоративную культуру кафедры на официальном уровне, в максимальной степени способствовать ее развитию, включает два блока: идеологический (информация о миссии, цели, ценностных приоритетах деятельности, стратегии кафедры, фирменном стиле, корпоративных мероприятиях) и нормативный (профессиональный кодекс поведения).

Обязательным условием формирования профессионально-корпоративной среды является оптимизация системы корпоративных коммуникаций:

- а) внутрикорпоративных средств массовой информации (это может быть газета, информационный бюллетень или информационный лист);
- б) информационных стендов (обеспечить своевременное обновление информации на стендах, и оборудование новых, оригинальных и ярких);
- в) прямых информационных контактов преподавателей и студентов (тематических выступлений перед группами, собраний работников).

Важно сформировать систему документирования корпоративной информации: выпуск пособия «Корпоративное руководство» с обновлениями и поправками; создание корпоративных фильмов (как ежегодные видеоотчеты о главных событиях в жизни кафедры и специальности (видеоролики разных групп), так и фильмы-презентации); ведение корпоративного архива, а также летописи кафедры и событий специальности («коллективной памяти»).

Ориентация на указанные условия позволяет рассматривать профессионально-корпоративную среду выпускающей кафедры не только как фактор профессионально-личностного становления будущего социального педагога, но и как средство социализации и развития. Таким средством среда становится не только «в руках» специально организованных служб вуза, кафедры, но и «в руках» самого студента. Если последний сам выбирает и выстраивает для себя профессионально-личностную траекторию, то в этом случае он становится субъектом собственного развития, а профессионально-корпоративная среда – объектом выбора и используемым средством.

Таким образом, профессионально-корпоративная среда выпускающей кафедры, интегрируя в рамках профессиональной подготовки будущих социальных педагогов студентов и преподавателей, является условием формирования ценностей, социальных норм, установок, ориентаций, стереотипов поведения, традиций, общих идей академического и профессионального сообщества. Формирование корпоративной культуры ориентирует студентов и преподавателей на признание и поддержание ценностей и норм специальности, университета в целом; позволяет укрепить связи между преподавателями и студентами, объединить их на основе общих ценностей, норм и традиций, повысить их ответственность за качество своей деятельности;

способствует формированию чувства сопричастности к общему делу, гордости за свою профессию и Alma Mater.

Процесс формирования профессионально-корпоративной среды выпускающей кафедры очень сложен, многомерен и длителен, включает множество этапов и мероприятий. Главное, необходимо полное осознание проблемы и стойкая потребность в ее создании со стороны всех субъектов образовательного процесса, поскольку профессионально-корпоративная среда выпускающей кафедры – это весьма своеобразная форма жизнедеятельности, позволяющая говорить о кафедре и о вузе в целом как о самоорганизованной системе, построенной на принципах самооценности знания, свободы учения и обучения, что и является конкретным способом реализации идеи университета.

Ссылки:

1. Галагузов А.Н. Культурологический подход в профессиональной подготовке специалистов социальной сферы: автореф. дисс. ... д-ра пед. наук. М., 2011.
2. Петерсонс А.Э. Корпоративная культура: основные понятия культуры // Управление экономической и социальной сферой: вопросы теории и практики / сб. научн. конф. М., 2007. С. 27–35.
3. Тюников Ю.Н., Мазниченко М.К. Корпоративная культура как фактор конкурентоспособности вуза // Высшее образование в России. 2005. № 10. С. 35–41.
4. Пасленов А.И. Теоретико-методологические основы процесса управления корпоративной культурой студенческой группы // Высшее образование России. 2008. № 6. С. 95–105.

References (transliterated):

1. Galaguzov A.N. Kul'turologicheskiy podkhod v professional'noy podgotovke spetsialistov sotsial'noy sfery: avtoref. diss. ... d-ra ped. nauk. M., 2011.
2. Petersons A.E. Korporativnaya kul'tura: osnovnye ponyatiya kul'tury // Upravlenie ekonomicheskoy i sotsial'noy sfery: voprosy teorii i praktiki / sb. nauchn. konf. M., 2007. P. 27–35.
3. Tyunikov Y.N., Maznichenko M.K. Korporativnaya kul'tura kak faktor konkurentosposobnosti vuza // Vysshee obrazovanie v Rossii. 2005. No. 10. P. 35–41.
4. Paslenov A.I. Teoretiko-metodologicheskie osnovy protsessa upravleniya korporativnoy kul'turoy studencheskoy gruppy // Vysshee obrazovanie Rossii. 2008. No. 6. P. 95–105.