

**RESOURCES HUMANISTIC PSYCHOLOGICAL-PEDAGOGICAL APPROACH IN SOLVING
THE PRAGMATIC TASK OF THE PROFESSIONAL EDUCATION AND NEW (OLD)
ROLE OF THE TEACHER**

© 2013

S.S. Gil, doctor of pedagogical sciences, professor, head of education and innovation
Centrosojuz of the Russian Federation, Moscow (Russia)

Annotation: Considered are updated mission of humanistic psychology and pedagogy in modernized educational process of vocational education. A system requirements and principles of facilitation and the teacher-facilitator in the educational process of vocational education.

Keywords: Working Life, humanistic psychology and pedagogy, facilitation, conditions for self.

УДК 378.14:316.723

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ И ЕГО
ЛОЯЛЬНОСТЬ К ВУЗУ**

© 2013

К.Н. Гнездилова, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры «Педагогика высшей школы и образовательный менеджмент»

Черкасский национальный университет имени Богдана Хмельницкого, Черкассы (Украина)

Аннотация: Эффективность деятельности вузов во многом зависит от типа и уровня развития их корпоративной культуры. Основой культуры организации является совокупность ценностей и убеждений, принимаемых и разделяемых сотрудниками. Поэтому корпоративную культуру вуза рассматривают как механизм повышения лояльности преподавателей, а, следовательно, и уровня их корпоративной культуры. Исследование этого вопроса даст возможность внести необходимые коррективы в магистерские программы подготовки будущих преподавателей.

Ключевые слова: преподаватель высшей школы; вуз; корпоративная культура вуза; корпоративная культура преподавателя; лояльность; лояльность преподавателя.

Постановка проблемы в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами. Изменения, происходящие в современном мире, требуют пересмотра роли высших учебных заведений, и в частности университетов, в обществе в связи с актуализацией основных тенденций в деятельности вузов: подготовка будущих специалистов не только к компетентному выполнению своей профессиональной деятельности, но и к выполнению социальной роли в жизни общества. Эти и другие тенденции предъявляют определенные требования к построению образовательных и профессиональных программ, основанных на компетентностном подходе. Не исключением является и необходимость пересмотра магистерских программ подготовки будущих преподавателей.

Проведенный анализ программ подготовки магистров указывает на то, что они недостаточно ориентированы на формирование компетенций, необходимых молодым преподавателям для: успешной адаптации в профессорско-преподавательском коллективе вуза; построения оптимальных взаимоотношений с коллегами и администрацией вуза; формирования представлений о своем месте в коллективе кафедры, института, факультета, университета; формирования ценностей, заложенных в корпоративной культуре вуза; принятия участия в командной работе в ситуациях подготовки и выполнения проектов и т.д. Таким образом, речь идет об уровне развития у будущих преподавателей их корпоративной культуры.

Следует отметить тот факт, что некоторые программы подготовки преподавателей, в частности такого направления профессиональной подготовки как «Специфические категории» специальностей «Педагогика высшей школы» и «Управление учебным заведением», частично содержат определенный комплекс знаний, умений и компетенций, однако этот комплекс не является интегрированным, и потому при его использовании возникают определенные сложности при формировании у будущих преподавателей вуза и менеджеров образовательных учреждений необходимого уровня их корпоративной культуры.

Хотелось бы акцентировать внимание на том, что в некоторых проанализированных нами магистерских программах содержатся такие учебные дисциплины как «Педагогика высшей школы», «Психологические про-

блемы в высшей школе» и т.д. Но, как показал анализ, их содержательное наполнение рассчитано больше на формирование компетенций, позволяющих построить эффективное педагогическое взаимодействие преподавателя со студентами, правильно организовать учебный процесс. При этом совершенно не учитываются такие важные для будущих преподавателей аспекты профессиональной деятельности, как: особенности работы в педагогических коллективах высших учебных заведений различного типа; построение взаимоотношений с окружающими; необходимость осознания ролевых представлений во время взаимодействия с коллегами, руководителем (заведующим, директором); понимание сущности феномена «корпоративная культура вуза», ее влияние на ценностные ориентации преподавателя, его мотивацию, статус, роль, карьеру. Представленный материал в выше упомянутых программах дисциплин, как правило, имеет фрагментарный характер и не создает у магистранта как общей картины его профессиональной деятельности, так и конкретного ее аспекта.

В ходе исследования выше упомянутой проблемы мы столкнулись с тем, что у преподавателей формируется различное отношение к вузу как организации, в которой он непосредственно работает. Речь идет о степени лояльности преподавателя к вузу. Возникает вопрос, является ли лояльность преподавателя показателем развития его корпоративной культуры? Также недостаточно исследованным остается вопрос взаимосвязи корпоративной культуры вуза и лояльности преподавателей. Мы считаем важным включение этого вопроса (о лояльности) в содержание магистерской подготовки будущих преподавателей с целью формирования и развития их корпоративной культуры.

Анализ последних исследований и публикаций, в которых рассматривались аспекты этой проблемы и на которых обосновывается автор; выделение нерешенных ранее частей общей проблемы.

Большинство научных работ в сфере педагогики нацелены на разрешение различных проблем подготовки будущих учителей, преподавателей, связанных с повышением эффективности учебного процесса, качества высшего образования, формированием у учеников/студентов различного рода компетенций и компетенций. Отдельные исследования посвящены проблеме адаптации начинающего преподавателя в вузе

(А. И. Гура, И. И. Облес, А. А.Пережогина) и формированию его ценностных ориентаций (С. И. Маслаков). Однако и тут, по нашему мнению, упущены некоторые вопросы, связанные с этапом «включения» нового преподавателя в систему взаимоотношений в коллективе, в частности – формирования у него лояльности к вузу как организации, влияние корпоративной культуры вуза на лояльность преподавателей.

Следует отметить, что изучению вопроса лояльности сотрудников к организации (вузу) посвящены исследования в области экономики, социологии или социальной психологии (В.И. Доминяк, А. В. Ковров, М. М. Пекарникова, Ю. С. Савенкова, А. В. Соловейчик, К. В. Харский и др.). В научных работах по педагогике, в частности по теории и методике профессионального образования, более приоритетным является изучение взаимоотношений в системе «преподаватель – студент», нежели исследование характера взаимодействия в системах «преподаватель – преподаватель», «заведующий кафедрой (ректор/директор института) – преподаватель» и т.д. Как видим, речь идет не только о необходимости исследования социально-психологической совместимости преподавателей на кафедре, а о более широком спектре деловых отношений в вузе и их влияния на профессиональную деятельность преподавателя. Об актуальности проблемы свидетельствует и отсутствие публикаций, хотя некоторые результаты научных работ в этой сфере все же следует отметить с позитивной точки зрения (М. С. Бойко, Т. А. Саркисянц). Все же и в содержании таких работ вопрос о лояльности преподавателей к вузу не затрагивается, в частности не исследуется феномен лояльности с позиции формирования корпоративной культуры будущих преподавателей в процессе их магистерской подготовки.

Формирование целей статьи (постановка задания). Исходя из сказанного выше, целью исследования является изучение лояльности преподавателей высшей школы, которое, по нашему мнению, можно рассматривать в качестве показателя уровня развития их корпоративной культуры. Решение этого вопроса позволит указать основные направления изменений в содержании магистерских программ подготовки будущих преподавателей вуза. Достижение сформулированной цели исследования возможно только при решении следующих задач: 1) на основе изучения различных источников информации, в том числе научных, проанализировать основные подходы к раскрытию сущности феномена лояльности; 2) дать характеристику влиянию корпоративной культуры организации/вуза на лояльность сотрудников/преподавателей; 3) на основе данных, полученных в результате исследования, сформулировать основные направления изменений в программе подготовки будущих преподавателей в вузе.

Изложение основного материала исследования с полным обоснованием полученных научных результатов.

Как показали результаты теоретического анализа исследований, предметом которых является лояльность сотрудников к организации, в их содержании присутствуют различные подходы к трактовке сущности и структуре данного феномена. Так, в своей работе В. И. Доминяк объединяет выявленные существующие подходы в две группы. В первой группе им представлены разработки учеными собственных концепций лояльности (Л. Г. Почебут и О. Е. Королева, О. С. Дейнека, Т. Н. Чистякова и Н. В. Моисеенко, Ю. Ю. Милешкина), во второй группе автор относит существующие варианты пересмотра и адаптации основных западных подходов к формированию лояльности сотрудников (М. И. Магура, Е. В. Доценко, Е. В. Сидоренко). Отдельно автор представил один из наиболее встречающихся подходов, который рассматривает лояльность сотрудников с позиции обеспечения безопасности организации. Среди зарубежных подходов им отмечены: поведенческий (лояльность рассматривается с точки зрения поведенческого паттер-

на) и установочный (природу лояльности составляет социально-психологическая установка) [1]. В. И. Доминяк, придерживаясь последнего подхода, определяет организационную лояльность как социально-психологическую установку, включающую эмоциональный, когнитивный и поведенческий компоненты, характеризующую связь сотрудника с организацией и определяющую силу этой связи [2, с. 8].

Неоднозначными, по нашему мнению, являются взгляды исследователей на структуру лояльности и отдельные ее компоненты. Авторы публикаций указывают на тот факт, что лояльность зависит от различных факторов, а ее основу представляют различные компоненты. Чаще всего в научной литературе встречается ссылка на трехкомпонентную концепцию Д. Майера и Н. Аллена, в основу которой положен принцип ведущего мотива, и в соответствии с этим лояльность представлена следующими компонентами: аффективная лояльность, продолженная лояльность и нормативная лояльность.

Исходя из результатов собственного исследования, в основу которого положены теория развития систем и теория ожиданий, В. И. Доминяк, указывает на то, что лояльность сотрудника по отношению к организации складывается из потенциальной и воспринятой лояльности [2].

Исходя из проблематики нашего исследования, считаем, что трехкомпонентную концепцию и результаты исследования организационной лояльности (В. И. Доминяк) следует учитывать при изучении влияния корпоративной культуры вуза на лояльность преподавателей, а значит и на уровень развития их корпоративной культуры.

В ходе теоретического анализа проблемы корпоративной культуры вуза и преподавателя возник вопрос о взаимосвязи таких понятий, как лояльность сотрудника к организации и его корпоративная идентичность. Обращение к работам, в которых непосредственно изучалась корпоративная идентичность сотрудников/преподавателей, показало, что среди показателей ее проявления названы следующие: наличие позитивных установок относительно организации; высокая степень принятия ценностей организации; личностное осознание целей организации; привязанность к организации и т.д. По-сути, названные показатели отождествляются именно с природой такого феномена как лояльность.

Проведенный теоретический анализ исследований по данной проблематике в различных областях знаний (педагогика, социальная психология, менеджмент, социология) указывает на взаимосвязь корпоративной культуры организации и лояльности сотрудников. Эффективность деятельности организации, в том числе и вуза, зависит от уровня развития ее корпоративной культуры. Основу культуры организации составляют ценности, убеждения, принимаемые и разделяемые ее сотрудниками. В зависимости от того, насколько совместимыми станут ценности организации с ценностями каждого сотрудника, зависит мотивация и лояльность сотрудников, а значит – эффективность и результативность деятельности организации. Корпоративная культура вуза создает определенное «культурное пространство», которое позволяет «сглаживать» процесс перехода ценностей организации в ценностные ориентации сотрудников, тем самым повышая их лояльность [3, с. 94-95].

Придерживаясь такого же мнения, М. М. Пекарникова в своей работе подчеркивает, что корпоративная культура является механизмом повышения лояльности сотрудников к организации [4].

Исходя из сказанного выше, считаем необходимым определить основные направления изменений в содержании подготовки будущих преподавателей. Следует отметить, что специфика формирования корпоративной культуры и лояльности будущих преподавателей высшей школы обусловлена тем, что профессиональные программы подготовки магистров охватывают разные

контингент студентов, отличающийся такими чертами как: педагогический опыт, стаж работы в учебных заведениях, специфика профессиональной подготовки, специфика места работы и т.д.

У магистрантов, имеющих опыт работы в учебных заведениях, степень проявления лояльности как мера их идентификации с организацией, будет и количественно, и качественно отличаться от магистрантов, не имеющих этого опыта. Можно сделать предположение, что степень лояльности будущего преподавателя будет существенно влиять на первоначальный уровень развития его корпоративной культуры. Это объясняется тем, что, исходя из результатов исследований ученых (Дж. Майер и др.), среди факторов, способствующих желанию сотрудников принадлежать к организации и способствовать ее успеху, называются такие, как опыт работы, соответствие ценностей, организационная поддержка, организационная справедливость. Причем исследователи на основе анализа данных выявили, что факторы, связанные с опытом работы, сильнее коррелируют с составляющими лояльности (аффективной, продолженной, нормативной), нежели с другими демографическими факторами.

В соответствии с полученными результатами исследования В.И. Доминьяк, организационная лояльность сотрудника нелинейно связана с его стажем работы в организации. Основываясь на принципах теории ожидания, автор обосновывает это тем, что после поступления в организацию степень лояльности может снижаться за счет расхождения между ожиданиями работника от организации и воспринимаемой действительностью, а потом вновь происходит ее рост, но уже на основании реального опыта работы в организации и восприятия сотрудником возможностей реализации этих ожиданий, основанного на полученном опыте работы [2].

Созвучными с вышеупомянутыми результатами исследования являются и выводы, предоставленные в работе Т. Н. Персиковой. Автор, описывая стадии социализации нового сотрудника в организации (предварительная стадия, стадия «столкновения», стадия «метаморфоза»), придерживается следующей точки зрения: до фактического поступления на работу в организацию у нового сотрудника создается определенное представление об организации; впоследствии, уже во время включения в организацию происходит непосредственное столкновение нового сотрудника с реальностью и ее сравнение с имеющимися ожиданиями; следующая стадия характеризуется тем, что новый сотрудник разрешает проблемы, которые имели место на предыдущих стадиях [5].

В отличие от магистрантов, имеющих педагогический стаж, магистранты, обучение которых происходит на базе образовательно-квалифицированного уровня «бакалавр» или «специалист», также имеют определенный уровень развития корпоративной культуры. Этот уровень отражает сформированные в вузе ценности, убеждения и традиции факультета, института, вуза в целом. Он определяется также степенью лояльности бывшего студента к конкретному вузу, в котором происходило обучение, к качеству полученного высшего образования, к степени реализации в вузе своих ожиданий, либо к заведениям высшего образования в целом.

Следует также учитывать и специфические особенности профессиональной деятельности преподавателей высшей школы. Как известно, выполнение одной и той же роли на протяжении долгого времени впоследствии негативно сказывается на личности самого преподавателя и качестве его работы [6]. Так, выполнение роли «учителя», «преподавателя» в течение многих лет характеризуется появлением не только личностной, но и профессиональной деформации. Поэтому на процесс развития корпоративной культуры магистрантов, которое ко времени обучения уже имеют достаточный педагогический стаж работы в вузе, влияют и их возможные профессиональные деформации.

Можно утверждать, что накопленный опыт работы

магистрантов в учебных заведениях определенным образом влияет на степень лояльности, и в частности на ее нормативную составляющую. Считаем, что возможно как позитивное, так и негативное влияние опыта работы на процесс формирования корпоративной культуры будущих преподавателей.

Составление профиля развития корпоративной культуры каждого магистранта вначале экспериментально-исследовательской работы проводилось на основе комплекса методик, в том числе и авторских. В частности, для магистрантов, которые имеют достаточно большой опыт работы в вузе, была предложена авторская анкета для установления первоначального уровня сформированности их корпоративной культуры. Анкета содержала несколько утверждений с предложенными тремя вариантами их продолжения. Результаты первого пилотажного исследования указали на необходимость внесения определенных корректив, связанных с учетом такого фактора, как стаж работы в образовательных заведениях.

Выводы исследования и перспективы дальнейших изысканий данного направления. Коротко обобщим полученные результаты нашего научного поиска. Тенденции в современном мире существенно влияют на пересмотр системы подготовки будущих специалистов в высших учебных заведениях, не исключением является вопрос внесения качественных изменений в процесс магистерской подготовки преподавателей. Акцентируем внимание на том, что в сфере педагогики, в частности теории и методики профессионального образования недостаточное внимание уделяется проблеме формирования (развития) корпоративной культуры будущих преподавателей, одним из показателей которой можно назвать лояльность сотрудника к вузу. Проведенный анализ различных источников информации подтверждает существование неоднозначных точек зрения исследователей на природу и структурно-компонентное содержание такого феномена как «лояльность». В большинстве случаев исследователи феномена лояльности придерживаются двух концепций: поведенческой и установочной. В процессе исследования установлено, что корпоративная культура вуза является механизмом повышения (а в некоторых случаях и понижения) лояльности преподавателей. Интересными для наших научных изысканий оказались результаты исследований изменений в уровне лояльности сотрудников в зависимости от стажа работы в организации. Все обобщения положены в основу описания направлений изменений в содержании магистерской программы подготовки будущих преподавателей для проведения экспериментально-исследовательской работы, цель которой заключается в формировании корпоративной культуры преподавателей высшей школы.

В процессе изучения интересующего нас вопроса мы неоднократно сталкивались с тем, что понятие «лояльность преподавателя» непосредственно связано с уровнем удовлетворенности им работой в вузе. Учитывая описанные выше выводы исследований по данной проблеме, считаем необходимым продолжить наши научные поиски именно в этом направлении.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Доминьяк В. И. Организационная лояльность: основные подходы / В. И. Доминьяк // Менеджер по персоналу. – 2006. – № 4. – С. 34-40.
2. Доминьяк В. И. Организационная лояльность: модель реализации ожиданий работника от своей организации : автореф. дис. на соиск. учен. степени канд. психолог. наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» / В. И. Доминьяк. – Ростов-на-Дону, 2012. – 36 с.
3. Соловейчик А. В. Лояльность персонала и факторы, характеризующие организацию / А. В. Соловейчик // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2010. – № 125. – С. 93-98.

4. Пекарникова М. М. Влияние организационной культуры на лояльность персонала / М. М. Пекарникова // ГУАП. Научная сессия ГУАП: сб. докладов: В 3 ч. Ч III. Гуманитарные науки. – СПб. : ГУАП, 2010. – 420 с.
5. Персикова Т. Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура: [учебное пособие]

/ Т. Н. Персикова. – М. : Логос, 2002. – 224 с.

6. Монахов В.М., Ярыгин А.Н., Коростелев А.А., Васекин С.В., Зелик О.Н., Власов Д.А., Никулина Е.В., Грачев О.Б. Педагогические объекты. Педагогическое проектирование. Know how технологии. Учебное пособие / Тольятти, 2004.

CORPORATE CULTURE OF THE HIGHER SCHOOL TEACHER AND HIS LOYALTY TO HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENT

© 2013

K.N. Gnyezdilova, candidate of pedagogical sciences, associate professor, associate professor of the chair «Pedagogy of higher educational establishment and educational management»
Bohdan Khmelnytsky National University at Cherkasy, Cherkasy (Ukraine)

Annotation: The efficiency of higher educational establishment's activity is depends on a type and level of development of their corporate culture. The basis of organization's culture is an aggregate of values and persuasions, accepted and shared by employees. That is why the corporate culture of higher educational establishment is examined as a mechanism of increase of teachers' loyalty, and, consequently, the level of their corporate culture. The research of this question will give the possibility to bring in the necessary corrections in the master's degree training programs of future teachers.

Keywords: higher school teacher; higher educational establishment; corporate culture of the higher educational establishment; corporate culture of the higher school teacher; loyalty; the loyalty of a teacher.

УДК 374

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВАНИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ УЧРЕЖДЕНИЙ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И РОДИТЕЛЕЙ

© 2013

T.K. Говорушина, кандидат педагогических наук, докторант
Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород (Россия)

Аннотация: В статье раскрываются различные подходы к определению сущности понятия «менеджмент качества», определяются основные концепции управления учреждением дополнительного образования и их содержание, дается научное обоснование концепции управления качеством взаимодействия учреждения дополнительного образования и семьи, выделяются основные методологические подходы, дано описание составляющих и принципов общественно-государственного управления качеством взаимодействия учреждения дополнительного образования и семьи.

Ключевые слова: концепция, управление качеством дополнительного образования, концепции управления дополнительным образованием, общественно-государственное управление качеством взаимодействия учреждения дополнительного образования и семьи, социальное партнерство.

Управление качеством в организациях осуществляется в соответствии с требованиями и рекомендациями международных стандартов серии ISO 9000:2000 (российский аналог - стандарты серии ГОСТ Р ИСО 9000-2001), принципами Всеобщего менеджмента качества (Total Quality Management TQM) или базироваться на модели Европейского фонда по менеджменту качества (EFQM). Эти три подхода имеют в качестве основы процессно-ориентированный подход, не противоречат, а взаимно дополняют друг друга.

Отметим, что данные документы представляют для нас важное методологическое значение в связи с тем, что предусматривают всестороннее, целенаправленное и скоординированное применение систем и методов управления качеством во всех сферах деятельности и, значит, могут быть полезны для теории и практики управления качеством дополнительного образования.

В.А. Исаев отмечает, что основным международным стандартом, по которому в настоящее время проводится сертификация системы менеджмента качества организации вне зависимости от рода ее деятельности, является стандарт ISO 9001-2000 (ГОСТ Р ИСО 9001-2001), структура которого включает в себя: ответственность руководителя; менеджмент ресурсов; процессы жизненного цикла продукции; измерение, анализ и улучшение [1].

На наш взгляд, удачно определение, данное В.Я. Белобрагиним: «Управление качеством - это целенаправленный, скоординированный процесс воздействия на предметы, орудия и средства труда, системы и комплексные системы, коллектив и отдельных работников, обеспечивающий достижение высшего общественного качества и относительной его устойчивости». Система управления качеством продукции в его трактовке - это «комплекс постоянно действующих организационных,

технических, экономических и идеологических мероприятий, методов и средств, направленных на установление, обеспечение и поддержание необходимого уровня качества продукции, соответствующего высшему общественному качеству, при ее разработке, производстве, хранении, транспортировке, эксплуатации или потреблении» [2].

Менеджмент качества рассматривается А.И.Субетто как скоординированная деятельность по руководству и управлению организацией применительно к качеству.

Долгая и сложная история развития систем управления качеством в производстве позволила оформить фрагментарным сведениям в целостную теорию управления качеством, структуру которой, по мнению А.И. Субетто можно представить в виде трех основных «слов»:

общей теории управления качеством (методология, технология и типология);

специальных (аспектных) теорий управления качеством (экономического регулирования качества; технологического; правового; организационного управления качеством и т. д.);

объектных (предметных) теорий управления качеством (управления качеством продукции; качеством труда; качеством процессов и т. д.) [3]

Анализ исследований в области управления качеством дополнительного образования предполагает выделение концепции эффективного управления качеством взаимодействия учреждений дополнительного образования и семьи. В качестве основных концепций управления дополнительным образованием в России, вслед за В.Ю. Кричевским, мы определяем следующие: *школоведческая*, в основе которой лежат две главные функции: руководство и контроль (М.И. Кондаков, Н.С. Сунцов); *функциональная*, сущность которой определя-