

УДК 378.4

DOI: 10.34670/AR.2021.14.92.008

Концепция «Артгалереи» в проекте по трансформации организационной культуры регионального вуза (на примере Сургутского государственного университета)

Ставрук Марина Александровна

Кандидат педагогических наук,
доцент кафедры иностранных языков,
Сургутский государственный университет,
628412, Российская Федерация, Сургут, пр. Ленина, 1;
e-mail: marinastav-17@yandex.ru

Аннотация

Проблема формирования и поддержания «здоровой» организационной культуры в организации волнует умы ученых и руководителей в течение последних десятилетий. Для того чтобы организация развивалась, необходимо, чтобы она обладала способностью к изменениям, ориентировалась на постоянные нововведения. Запуск проекта «Трансформация организационной культуры СурГУ» был продиктован необходимостью изменений организационных структур и механизмов; усиления рефлексивных возможностей университета; расширения горизонтальных связей; изменения процедур и форм совместной деятельности и создания гибких команд. В данной статье мы ставим целью описание содержания модуля «Арт-галерея СурГУ» как составляющей части модели «Дом культуры СурГУ» в рамках проекта «Трансформация организационной культуры университета». Задача «Арт-галереи» – создание пространства культуры, визуализация и материализация ее смыслов. Она включает язык, публичную историю, ритуалы, одежду и технологии управления. «Арт-галерея» – это видимые, вербализованные смыслы культуры, в совокупности образующие пространство культуры, которое мы наполняем знаками, символами, артефактами. Появляется география пространства, типы и виды артефактов. «Арт-галерея» включает язык, публичную историю, стили одежды, архитектуру, оформление пространств, символику, ритуалы. Артефакты возникают не на пустом месте. Они вытекают из более глубоких уровней культуры, являются выражением ценностей, которые установились в организации за время её становления, были привнесены основателями и последующими руководителями и сотрудниками. Посредством артефактов организационная культура передается новым работникам.

Для цитирования в научных исследованиях

Ставрук М.А. Концепция «Артгалереи» в проекте по трансформации организационной культуры регионального вуза (на примере Сургутского государственного университета) // Педагогический журнал. 2021. Т. 11. № 2А. С. 59-69. DOI: 10.34670/AR.2021.14.92.008

Ключевые слова

Региональный вуз, организационная культура, проект, арт-галерея, артефакты, ценности, цели, ритуалы, символы.

Введение

Организационная культура – это социальное явление, которое возникает в любом учреждении и является системой ценностей, убеждений, а также норм, ролей, правил, которые направляют деятельность организации. Она обладает рядом специфических черт, которые выделяют данную организацию среди остальных и являются, как правило, продуктом исторического развития организации. Этими специфическими чертами являются традиции, язык, ритуалы, обычаи – все то, что способствует передаче культурных ценностей, убеждений, норм и содержания ролей другим поколениям работников, приемы адаптации и интеграции работников данной организации. Организационная культура является результатом многократного взаимодействия сотрудников, их индивидуальных ценностей, убеждений, поиска приемлемых норм поведения, распределения ролей, выработки приемов и методов взаимодействия, эффективной коммуникации [Филатова, Шагбанова, 2009, 444-446].

С одной стороны, организационная культура является продуктом человеческих отношений работников предприятия, связанных общей целью, – культура организации складывается из ценностей, убеждений, норм, ролей, установок людей, которые работают в данной организации. С другой стороны, культура находится над людьми – направляет и корректирует поведение людей в соответствии с общепринятыми нормами и ценностями. Элементами организационной культуры являются ценности, разделяемые большинством членов организации, а также нормы поведения и процедуры, поддерживающие воспроизводство господствующих ценностей организации, средства, с помощью которых ценности и нормы передаются другим поколениям работников – эмоциональный информационно-исторический фон и система информирования в организации, социально-психологический климат.

Основное содержание

Проблема формирования и поддержания «здоровой» организационной культуры в организации волнует умы ученых и руководителей в течение последних десятилетий. Управлению организационной культурой компании посвящены работы М.А. Асаула, С.А. Белякова, М.А. Девяткиной, Р.Г. Минцберга, М.Х. Мескон, Т.В. Гудковой, А.В. Федотова, Э.Х. Шейна и др. Методологическое решение проблем управления организационной культурой разрабатывали ученые К. Камерон, Р. Куинн, М. Портер, Г. Хофстед и другие [Сазыкина, Кошев, 2012].

Для того чтобы организация развивалась, необходимо, чтобы она обладала способностью к изменениям, ориентировалась на постоянные нововведения. С учетом высокой скорости современного научно-технического прогресса, возникает такое понятие, как «обучающаяся», или «самообучающаяся» система. По мнению Э. Шейна, самообучающаяся культура включает: ориентацию на внутреннюю среду, на близкое будущее, на поставленные задачи в сочетании с высоким вниманием к отношениям; сочетание коллективизма и индивидуализма; разнообразие субкультур; системное мышление; восприятие человека как способного к изменениям; решение проблем опережающего характера, когда проблемы прогнозируются, в отличие от организаций, где происходит реакция на уже свершившиеся события [Шейн, 2002].

Высшее учебное заведение как любая социально-экономическая организация действует на основе системы отношений, норм, убеждений, ценностей и символов, определяющих его внутреннюю среду и способы взаимодействия с внешней средой. Однако именно организационная культура часто является барьером для перехода на новые условия

деятельности вузов в условиях рыночной экономики. До сих пор большинство региональных вузов остаются бюрократическими организациями, слабо адаптированными к новым социально-экономическим условиям реформирования системы высшего профессионального образования, возрастания требований со стороны потребителей образовательных услуг, сокращения бюджетного финансирования и необходимости самостоятельно зарабатывать и выживать в условиях высокой конкуренции [Сазыкина, Кошев, 2012].

Управление организационной культурой, ориентированной на стратегическое развитие вуза – сложный процесс, зависящий от состояния как внешней, так и внутренней среды. На любую организацию, в то числе и вуз, действуют четыре основных фактора: политический, экономический, социальный и технологический. Любой из перечисленных факторов будет оказывать сильнейшее влияние на каждую составляющую организационной культуры вуза. Основное внутреннее воздействие на организационную культуру вуза оказывают управленческие и профессорско-преподавательские кадры, которые формируют такие ее составляющие как: миссия, ценности, поведение в стенах вуза, ритуалы, цели, культура труда и символы. Для того, чтобы организационная культура функционировала эффективно, необходимо использовать следующие механизмы стратегического развития: 1) определение миссии университета как четкое, побуждающее к действию видение его предназначения, одобряемое большинством коллектива; 2) определение целей стратегического управления вузом, которые включают такие функции, как маркетинг, исследования, организацию учебного процесса, управление персоналом и финансовую деятельность; 3) корпоративный кодекс – базовый документ для становления эффективной организационной культуры вуза; 4) «механизм участия» – привлечение людей к решению важных для университета вопросов, опираясь на их способности и возможности; 5) «механизм взаимопонимания» – информированность всех сотрудников о предпринимаемых шагах и объяснение участникам процесса, что от них требуется, и какие изменения необходимы на каждом этапе. Использование механизмов стратегического развития способствует переходу от бюрократической организационной культуры к адхократической культуре и приводит к повышению эффективности деятельности сотрудников и росту конкурентоспособности вуза в целом [Ставрुक, 2019]. Успех на конкурентном образовательном рынке обеспечен тому вузу, который имеет четкую концепцию и стратегию своего развития, ориентированные, прежде всего, на обеспечение высокого качества подготовки специалистов, создание положительного имиджа и высокой репутации, как самого вуза, так и его выпускников [Гулей, 2014].

В этом году в Сургутском государственном университете была разработана и утверждена новая Стратегия развития, которая ставит амбициозную цель – к концу 2024 года войти в сотню университетов, обеспечивающих подготовку кадров для базовых отраслей экономики и социальной сферы региона. Была сформулирована новая миссия университета, которая задает новые смыслы и направления движения: мы обеспечиваем условия для профессиональной самореализации личности в процессах мирового развития. Для осуществления миссии Сургутскому государственному университету необходимо реализовать тройное технологичное лидерство: технологичное научное и образовательное лидерство; технологичное организационное лидерство; технологичное лидерство в партнерстве.

Технологичное организационное лидерство предполагает трансформацию организационной культуры, нацеленной на повышение эффективности использования ресурсов, карьерную самореализацию сотрудников и ориентацию на амбициозный результат. Университет стремится

к развитию ценностей инновационного развития и конструктивного взаимодействия, становлению трудового коллектива как единого организма для достижения общественно-полезного результата. Консолидирующей составляющей организационной культуры вуза выступает оргкультура профессорско-преподавательского состава как основного носителя и транслятора ее специфики во внешнюю и внутреннюю среду. Организационная культура профессорско-преподавательского состава, сочетая в себе мобильность и динамичность, в большей степени присущих оргкультуре студенчества, и презентационность как специфическую черту оргкультуры администрации, отражает специфику организационной культуры высшего учебного заведения в целом.

Для создания эффективной организационной культуры был запущен проект «Трансформация организационной культуры СурГУ», обусловленный такими вызовами времени как: возникновение новых профессий, деятельность в открытом мире, свобода творчества, инновационное обновление, потребность в уникальности университета. Проект был продиктован необходимостью проведения изменений организационных структур и механизмов университета, усиления рефлексивных возможностей, расширения горизонтальных связей, изменения форм совместной деятельности и создания гибких команд [Теслинов, 2012]. Необходимо было ответить на два вопроса: что собой представляет сегодняшняя организационная культура СурГУ, и какой она должна быть в будущем в контексте определенной стратегии. Ведь только определив фактическое состояние организационной культуры и выяснив ее желательное состояние, возможно принимать решение о действиях по переходу от сегодняшнего состояния – в желаемое.

Для определения духа будущего университета нами были проведены ряд исследований, включающих изучение ряда документов, устного фольклора, сложившихся в организации правил, традиций, церемоний и ритуалов; практики управления персоналом и стиля управления; проведение интервью, анкетирования и тестирования; создание фокус-групп, включающих различных по возрасту, полу и статусу людей как внутри вуза, так и вне его.

Методология проекта базируется на принципах системного подхода, концепции организационной культуры Э. Шейна, концепции модели «спиральной динамики» развития Д. Бэка и К. Кована и инструментах социологических исследований организационной культуры. Э. Шейн рассматривает развитие оргкультуры на 4-х уровнях, включая: 1) глубинный (базовые представления); 2) подповерхностный (ценности); 3) подповерхностный (формальные правила и нормы); 4) поверхностный (артефакты). Эта концепция лежит в основе модели «Дома культуры университета» – авторской разработки профессора РАНХиГС А.Г. Теслинова, согласно которой трансформация организационной культуры университета должна осуществляться на уровнях: формирование концептов глубинного уровня парадигм, страхов, предрассудков («Подвал»); определение поля значимых коллективных смыслов – ценностей («Часовня»); написание правил взаимодействия персон, формальных и неформальных сообществ внутри университета, их взаимоотношений с университетом в целом, взаимоотношение университета с внешними контрагентами («Библиотека»); и выявление типологии артефактов (поверхностного уровня культуры), отражающих глубинные уровни культуры («Арт-галерея»).

В данной статье мы ставим целью описание содержания лишь одного из уровней модели «Дом культуры» – «Арт-галереи» – как результат первого этапа проекта по трансформации организационной культуры СурГУ. По определению А.Г. Теслинова, «Арт-галерея» – это видимые, вербализованные смыслы культуры, в совокупности образующие пространство

культуры, которое мы наполняем знаками, символами, артефактами. «Арт-галерея» включает язык, публичную историю, стили одежды, архитектуру, оформление пространств, символику, ритуалы [Теслинов, 2014].

Структура «Арт-галереи» включает основные категории культурных форм: символы, язык, повествование, обычаи и ритуалы. Нашей задачей было – определить ключевые символы, выражающие содержание организационной культуры вуза «в относительно чистом виде», ее язык, найти в «памяти организации» истории, поддерживающие ее цели и миссию, поскольку нельзя недооценивать влияние легенд и мифов о вузе, сформировать обычаи и ритуалы СурГУ.

Символы служат условными знаками какого-то понятия, явления, идеи, наиболее простая и в то же время наиболее часто встречающаяся категория культурных форм. Выбирая корпоративные символы и знаки, мы определяем свои верования и убеждения, решаем какие мифы и легенды будут в основе сценария развития вуза. Любая организация обладает собственным, характерным для нее *языком*, освоение которого является необходимым условием социализации и успешного функционирования индивидов. Организация вырабатывает множество языковых форм, отражающих особенности свойственных ей идеологий и способствующих формированию определенного культурного образца (имиджа) данной организации: метафоры, пословицы и песни или гимны. *Повествование* включает историю, в основе которой лежат как реальные, так и вымышленные события и мифы, основанные исключительно на вымышленных событиях и легенды, описывающие события, обстоятельства которых не могли быть рационально осмыслены. *Обычаи* – это привычные, нормальные, наиболее удобные и широко распространенные способы групповой деятельности, стереотипный способ поведения, который воспроизводится в определенном обществе или социальной группе. Организации используют различные типы обычаев для выражения разного рода идеологических образцов. *Ритуал* – следующий определенному образцу, культурно стандартизированный набор действий или слов символического содержания, предписываемых традицией [Теслинов, 2014, с. 127–128].

Далее предлагаются выдержки из анкет и тестов, которые были размещены на официальном сайте СурГУ, обработаны и обобщены участниками группы проекта. По мнению участников опроса:

1) *Символика СурГУ*, применяемая в рекламных материалах, в одежде, сувенирной продукции, оформлении здания, положительно отражается на отношении сотрудников к организации, повышает их преданность, приверженность вузу и чувство гордости за него. Важные для стратегии СурГУ ценности передаются через публикацию книг, монографий и учебных пособий, публичные выступления на конференциях, издание газет, баннеров и плакатов, создание песен и гимна университета. Реклама на телевидении и по радио, компетентные издания и научные журналы формируют образ вуза и обязывают преподавателей, сотрудников и студентов к определенным типам поведения. При приеме на работу можно вручать буклеты, в которых содержится самая важная информация о вузе и его традициях, лучших работниках и студентах, а также идентификационные карточки, которые будут служить не только пропуском в здания, но и для налаживания коммуникации.

Участники опроса выделили пространственные объекты вуза и его особую географию (планировку) пространства, яркие ландшафтные особенности расположения и архитектуры здания университета: здание в виде корабля с наличием прозрачного атриума, расположенное в центре города – так называемое «Ядро города»; наличие красивой набережной; близость

природного парка «За Саймой» и музейного комплекса «Старый Сургут». По мнению участников опроса, требуется шире реализовывать корпоративную культуру СурГУ в виде наглядных действий и реальных моделей поведения. Ситуация образно: СурГУ как «Корабль знаний», либо как «Территория смыслов», либо как «Остров развития». Этажи основного здания – палубы. Наш курс – светлое будущее, море – непредсказуемо из-за резкого изменения климата, сам корабль – недостаточно исследован в его подводной части. Понятно, что корпуса университета имеют свои особенности и архитектуру, и существующие формы нам не изменить, однако, возможны трансформации – в едином стиле оформления, атрибутики и зонирования. Идея может заключаться в последовательном уровне зонировании при наполнении артефактами. Например, при входе – заявление о себе, рассказ об истории становления в картинках, коллажах, схемах, плакатах; при продвижении далее – лица, герои, участники, группы, структура вуза; затем – идеи, достижения, проекты, над чем сегодня трудимся, чего хотим добиться; возможности, взаимоотношения, карта присутствия СурГУ в мире. В каждом институте было предложено разместить информационные киоски, стенды, баннеры, и создать «стену важных событий и достижений». На будущее была выдвинута идея о создании высокотехнологичного кампуса с несколькими видами учебных пространств, включающих: потоковые пространства, предназначенные для лекционных, онлайн занятий; пространства для проектной работы; многофункциональные публичные образовательные пространства «трансформеры», где можно учиться, работать или просто отдыхать и где не предусмотрено ничего стационарного. Задача стоит не только в объединении всех подразделений с помощью современных мультимедийных технологий, но и визуально. Важно добиться того, чтобы университет, который состоит из зданий, построенных в разное время и в разных архитектурных стилях, визуально представлял собой одно целое. Кроме того, было предложено создание таких аудио- и видео- объектов как песня о СурГУ, «Смыслотека ценностей», визуализация героев и команд, блог в социальных сетях по организационной культуре СурГУ, виртуальный навигатор университета и др. В качестве виртуальных объектов для улучшения имиджа университета и привлечения абитуриентов было предложено внедрение технологии «добавленная реальность» – когда при наведении на значок телефона или планшета с установленной специальной программой, воссоздается фильм, повествующий о создании университета или брошюра с информацией об университете, институтах, кафедрах и интересной студенческой жизни.

2) *Язык взаимодействия в СурГУ*, по мнению респондентов, смешанный (академический и обыденный); в вузе принят как официальный, так и свободный стиль одежды; и доминирует классическая иерархическая система управления. Необходимо установление четких стандартов исполнения работы, демократизация доступа к информации, развитие культуры непрерывных изменений. Перечисленное представляет не что иное, как деловой этикет общения. Основное содержание этого элемента может быть реализовано в Кодексе корпоративного поведения преподавателей, сотрудников и студентов вуза.

3) *Повествование* или собрание текстов (понятия, сущности, мифы, истории, легенды) – значимо для реализации стратегии и развития организационной культуры университета. По мнению респондентов, на сегодняшний день описана фактологическая публичная история вуза; существуют разные мифы и легенды о нем. Большинству респондентов известен миф о Мираполисе – центре науки и культуры для студенчества и всех горожан как развитие идеи «университета для всех». Особо был отмечен миф о зарождении университета на пустом месте

среди болот, куда слетелись лучшие научные кадры страны, ведомые идеей создания центра науки в Югре – первопроходцы, как люди риска и личной ответственности. Все приходилось решать в первый раз. Можно продолжить развивать эту тему: «А, давайте рискнем, ведь у нас же уже однажды неплохо получилось». Необходимо вложить следующие смыслы: передать ценность личности, личного вклада в единое целое, общее дело - становление и развитие университета; соотнести смыслы вчерашнего дня со смыслами нашего представления о будущем; перенос смысла «прорыва» от первопроходцев, основателей университета к «прорыву», который необходим сегодня; включить энергию прошлых поколений сотрудников в общее движение к будущему. Эти истории можно затем включать в тексты мифов и транслировать на мероприятиях университета. Было предложено создать видеоролик с мифологемой: протянуть цепочку от былых героев (первопроходцы, строители Сургуты) - основателей СурГУ, первых достижений до новых вызовов - нового этапа развития университета - современных задач и героев. Это должна быть песня, или мажорный, энергичный лад: от первого прорыва – к будущему прорыву. Меняются реальности, а первопроходцы также дерзают, отвечают на вызовы. Нам нужна энергия начального импульса. Такого рода продукт послужит мифологии [Ставрук, 2016].

4) *Обычаи и Ритуалы.* Соблюдение ритуалов, обрядов и церемоний усиливает самоопределение работников. Мифология, ритуалы, традиции, особый язык – вот средства сохранения организационной культуры в условиях смены поколений руководителей и сотрудников. В начале учебного года вузовские службы управления персоналом с участием молодежных центров могут проводить такое патриотическое мероприятие как «Эстафета поколений». Преподаватели и сотрудники, много лет проработавшие в вузе, включенные в этот процесс, могут рассказывать молодым сотрудникам и студентам об истории вуза и его традициях. Лучше узнать историю вуза поможет экскурсия в музей. Ритуалы СурГУ должны включать проведение мероприятий, посвященных традиционным праздникам 1 сентября, 9 мая, Нового года, Дня рождения университета; мероприятия «Эстафета поколений» и «День карьеры»; присвоение статуса «Золотой фонд вуза» как внутренний конкурс командных или личных достижений преподавателей и студентов вуза. Кандидаты должны иметь особые заслуги в деятельности по развитию вуза, которые обсуждаются и утверждаются ученым советом вуза. Диплом и почетный нагрудный знак с фирменной символикой вуза вручаются в торжественной обстановке на заседании ученого совета, фото сотрудников, входящих в золотой фонд, размещаются в главных корпусах вуза. Также было внесено предложение о проведении «Дня проектной деятельности» и акции «Зелёная культура СурГУ» – мероприятий по развитию проектного и экологического движений в вузе. Кроме того, вполне успешно мог бы работать центр «Выпускник» для помощи как студентам (подбор места производственной практики, работа в летних студенческих отрядах), так и выпускникам (консультирование по трудоустройству, организация тестирования, информирование о вакансиях и т. д.). На сайте вуза необходимо размещать информацию по трудоустройству – систему поддержки выпускников, предусматривающую поиск вакансий, размещение резюме и информацию о вакансиях, советы психологов и статистические данные. Совместно с администрацией региона и службой занятости проводить «День карьеры», в котором должны принимать участие работодатели, студенты и выпускники. Сотрудники и преподаватели несут ответственность за результаты работы перед внутренним или внешним потребителем, реальным либо потенциальным заказчиком. Критерием оценки работы каждого участника педагогического процесса должна стать удовлетворенность результатами его труда со стороны заказчика, работодателя.

Заключение

Создание гармоничной организационной культуры занимает много времени и сил. Но, будучи однажды созданной, она позволит преподавателям, сотрудникам и студентам работать и учиться максимально эффективно. Для решения поставленной задачи необходимо взять за основу Миссию и Стратегию университета; определить базовые ценности организации; (самое трудное - здесь возникает самый большой разрыв: какие написаны на бумаге – декларации, а какие в практике (во внутренней среде, что видится извне); утвердить стандарты поведения (так же существует большой разбег как в этажах (уровнях) организации, так и практиках и декларациях). А затем на основании всего этого – определять героев, ритуалы (надводная часть айсберга), заниматься брэндингом, имиджем. Необходима развивающаяся, гибкая система поощрений, связанная с принадлежностью работника к организации. Следует приглашать на общественную работу ветеранов труда, которые помогут в реализации программы «Старшее поколение». Нужно продолжать сбор историй (зарисовок, воспоминаний) из жизни сотрудников СурГУ – периода основания, становления университета.

Очевидно, что в данный момент происходит выход СурГУ из «системы комфорта» в новый технологический уклад, автономию и рыночную среду, где потребители диктуют, что им надо. Обобщив результаты опроса преподавателей, сотрудников и студентов, можно сделать вывод, что организационная культура СурГУ будет основана на следующих принципах: доступность качественного образования и высококлассного контента; академическое видение мира, кругозор; культура общения и социализация; личные контакты и живое общение участников образовательного процесса; положительный эмоциональный фон; нацеленность на формирование разносторонней личности, обладающей критическим мышлением и сопоставительным анализом; формирование культуры труда, преподавания, обучения в онлайн и офлайн среде; этика и культура взаимоотношений в новых условиях, включая дистанционное обучение, смешанное обучение, сетевое взаимодействие вузов, цифровой след студента и преподавателя, ученого; определение модели поведения участников образовательного процесса в цифровом формате (свод правил); смешанное обучение и гибкие курсы, создание курсов под уровень студентов: более углубленный или упрощенный вариант. Нужна активная работа по созданию нового дизайна образовательной среды. Формирование корпоративной культуры должно рассматриваться как важное направление работы кураторов. Проведенные в вузе исследования по работе кураторов выявили, что полное представление о формировании корпоративной культуры имеет лишь каждый пятый из них.

В настоящее время работа над проектом продолжается. Во многом, все верхние уровни организационной культуры определяются ответом на вопросы: «Кто мы: вуз-производитель услуг (товар – знание), или речь о возвращении творцов, и какова ценность науки [4]; для кого мы: основные стейкхолдеры (студент и работодатель); для чего мы: массовое (дистанционное) образование или элитарное (смешанное); нужды региона, страны, международный запрос?» Для определения духа будущего университета нам предстоит провести ряд дальнейших исследований. Планируется деятельность по синхронизации сформированных парадигм и ценностей с сотрудниками и обучающимися (в форме командной, проектной деятельности), формирование библиотеки документов по правилам коммуникации, наполнение культурной среды университета артефактами, соответствующими новым ценностям (символика, мифы, ритуалы, медиа- и пространственные объекты и др.). Именно на это и нацелены результаты проекта по трансформации организационной культуры, нацеленной на развитие творчества,

новаторства, вызовы, новизну и строительство в вузе. Изменение корпоративной культуры – процесс долгий и болезненный. Нужно запастись терпением, волей и верой в правильность выбранного направления изменений. Однако в результате мы получим региональный вуз, соответствующий требованиям рынка, вполне современный и конкурентоспособный.

Библиография

1. Гулей И.А. Организационная культура инновационного вуза в период модернизации российского образования // Вестник Белгородского государственного технологического университета В.Г. Шухова. 2014. № 6. – С. 220-254.
2. Организационная культура и лидерство / Пер. с англ. под ред. В. А. Спивака. – СПб: Питер, 2012. — 336 с.
3. Сазыкина О. А., Кошев А. Н. – Организационная культура регионального вуза: особенности и возможности развития // Известия ПГПУ им. В. Г. Белинского. 2012. № 28. – С. 522–527.
4. Ставрुक М.А. К вопросу о повышении публикационной активности профессорско-преподавательского состава института гуманитарного образования и спорта БУ ВО «Сургутский государственный университет» // Современная наука: актуальные проблемы теории и практики. Серия: Гуманитарные науки. 2019. № 7. – С. 68-73.
5. Ставрुक М.А. Расширение спектра образовательных услуг для коренных народов Севера посредством программ университета Арктики // Северный регион: наука, образование, культура. 2014. – № 1(29). – С. 69-74.
6. Ставрुक М.А. О роли лингво-гуманитарного и историко-культурного научно-образовательных кластеров в инновационном проекте «Кампус-Югра» // Север России: стратегии и перспективы развития: материалы II Всероссийской научно-практической конференции, Сургут, 27 мая 2016 г. – Сургут: Сургутский государственный университет, 2016. – С. 166-171.
7. Теслинов А.Г., Принятие решений в саморазвивающейся системе (на примерах культур субсахарской Африки) Decision-making in a self-developing system // 16-й Конгресс WOSC – Всемирной организации систем и кибернетики. 15–17 октября 2014. Ибаге – Колумбия. С. 862 – 872.
8. Теслинов А.Г. Закономерности развития организаций. Культура как ресурс развития. – Жуковский: МИМ ЛИНК, 2012. – 82 с.
9. Тихомирова О.Г., Организационная культура: формирование, развитие и оценка. – СПб.: СПбГУ ИТМО, 2008. – 148 с.
10. Филатова М.А., Шагбанова Х.С. Культурные проблемы в сфере делового общения // Гуманитарные проблемы современности. Материалы Всероссийской научно-практической конференции, Тюмень, 12 декабря 2008 г. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2009. – С. 444-446.
11. Шейн Э.Х., Организационная культура и лидерство. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.
12. Гаврилин К.Н. Типологические особенности дворцово- культовой архитектуры архаического Рима (regia et sacellum /дворец и святилище)// Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПУ. 2009. № 1-1. С. 21-36.
13. Губко Андрей, Курасов Сергей, Татаринцев Олег, Стасюк Александр, Федун Сергей В одном пространстве. Живопись, графика, скульптура / [вступит. ст. К. Н. Гаврилин] ; Московский гос. художественно-промышленный ун-т им. С. Г. Строганова. Москва, 2008.
14. Гаврилин К.Н. Лекции П.А.Флоренского в стенах строгановского училища и ВХУТЕМАСа//Теория искусства, традиционная культура и творческий процесс: тенденции научных исследований, проблемы терминологии, исторические и междисциплинарные аспекты развития дизайна, декоративно-прикладного и народного искусства и архитектуры, опыт художественно-промышленных школ. международная научная конференция к 190-летию МГХПА имени С.Г. Строганова и к 100-летию П.А. Тельтевского. Редакционная коллегия: А.Н.Лаврентьев , В.Б.Кошаев, Н.К.Соловьев, Н.Н.Ганцева, К.Н.Гаврилин, М.Т. Майстровская, О.А.Лобачевская, С.П.Ломов, О.Д.Бубновене, А.В.Сазиков. 2015. С. 46-51.
15. Ганцева Н.Н., Курган Г.И. Вопросы теории искусства в немецком романтизме//Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2014. № 4. С. 70-82.
16. Ганцева Н.Н., Курган Г.И., Костиков Н.А., Машакин А.И. Искусство как отражение эпохи//Декоративное искусство и предметно-пространственная среда. Вестник МГХПА. 2016. № 4. С. 82-91.
17. Ганцева Н.Н. Единая образовательная среда в сфере искусства и дизайна как фактор формирования и воспитания творческой личности// Первая Всероссийская научно-практическая конференция / 2017.
18. Лаврентьев А.Н., Жердев Е.В., Кулешов В.В., Покровская Л.В., Сазиков А.В., Мясникова Л.Г., Бирюков В.Е., Левина О.Ю. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика// Учебник и практикум / Москва, 2019. Сер. 64 Авторский учебник (2-е изд., испр. и доп)
19. Жердев Е.В. Архетипическая сущность метонимии в художественном образе// Архетип и универсалии в искусстве христианского мира от античности до современности: изобразительное и монументально-декоративное искусство, архитектура и предметно-пространственная среда. XXVI Международные Рождественские образовательные чтения: «Нравственные ценности и будущее человечества». 2018. С. 244-249.

20. Заева-Бурдонская Е.А. Наследие эстетики символизма в проектной культуре XXI века// Дом Бурганова. Пространство культуры. 2013. № 4. С. 104-117.
21. Заева-Бурдонская Е.А. Проблема стилообразования в дизайне//Мир науки, культуры, образования. 2009. № 1 (13). С. 57-63.

The concept of "Art Gallery" in the project on the transformation of the organizational culture of a regional university (on the example of Surgut State University)

Marina A. Stavruk

PhD in Pedagogy, Associate Professor of the Department of Foreign Languages,
Surgut State University
628412, 1, Lenin ave., Surgut, Russian Federation;
e-mail: marinastav-17@yandex.ru

Abstract

The problem of forming and maintaining a “healthy” organizational culture in an organization has been worrying the minds of scientists and managers for the last decades. In order to develop any organization, it is necessary for it to have the ability to change, to be focused on constant innovation. The launch of the project “Transformation of Surgut State University’s Organizational Culture” was dictated by the need: to change organizational structures and mechanisms; to strengthen the university's reflexive capabilities; to expand the horizontal connections; to change the joint activities’ procedures and forms and to create the flexible teams. In this article, we want to describe the content of “SurGU Art Gallery” module as a component of “SurGU House of Culture” model within the project “Transformation of SurGU Organizational Culture”. The aim of “Art Gallery” is to create the space of culture, visualize and materialize its meaning. It includes language, public history, rituals, clothing and management technologies. “Art Gallery” is a visible and verbalized meaning of culture, which forms the space of culture, which we fill with signs, symbols, and artifacts. Then appear the geography of space, types and kinds of artifacts. “Art gallery” includes language, public history, styles of dress, architecture, decoration of spaces, symbolism, and rituals. The artifacts do not arise from nothing. As they arise from deeper levels of culture, they are expressions of values that have been established in the organization over the formative years, brought in by its founders, subsequent managers and employees. Through artifacts, organizational culture is transmitted to new employees.

For citation

Stavruk M.A. (2021) Kontsepsiya «Artgalerei» v proekte po transformatsii organizatsionnoi kul'tury regional'nogo vuza (na primere Surgutskogo gosudarstvennogo universiteta) [The Concept of "Art Gallery" in the Project of Organizational Culture Transformation in a Regional University (on the example of Surgut State University)]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 11 (2A), pp. 59-69. DOI: 10.34670/AR.2021.14.92.008

Keywords

Regional university, organizational culture, project, art gallery, artifacts, values, goals, rituals, symbols.

References

1. Guley I. A. Organizational culture of an innovative university in the period of modernization of Russian education // Bulletin of the Belgorod State Technological University V. G. Shukhov. 2014. No. 6. - pp. 220-254.
2. Organizational culture and leadership / Trans. from English. edited by V. A. Spivak. - St. Petersburg: Peter, 2012 — - 336 p.
3. Sazykina O. A., Koshev A. N.-Organizational culture of a regional university: features and development opportunities // Izvestiya PSPU named after V. G. Belinsky. 2012. No. 28. - pp. 522-527.
4. Stavruk M. A. On the issue of increasing the publication activity of the teaching staff of the Institute of Humanitarian Education and Sports of the Surgut State University // Modern Science: actual problems of theory and practice. Series: Humanities. 2019. No. 7. - pp. 68-73.
5. Stavruk M. A. Expanding the range of educational services for the indigenous peoples of the North through the programs of the University of the Arctic // The Northern region: science, education, culture. 2014. – № 1(29). – Pp. 69-74.
6. Stavruk M. A. On the role of linguistic-humanitarian and historical-cultural scientific and educational clusters in the innovative project "Campus-Ugra" // North of Russia: strategies and prospects of development: materials of the II All-Russian Scientific and Practical Conference, Surgut, May 27, 2016-Surgut: Surgut State University, 2016. - pp. 166-171.
7. Teslinov A. G., Decision-making in a self-developing system (on the examples of cultures of sub-Saharan Africa) Decision-making in a self-developing system // 16th Congress of WOSC-the World Organization of Systems and Cybernetics. October 15-17, 2014. Ibage-Colombia. pp. 862-872.
8. Teslinov A. G. Patterns of development of organizations. Culture as a resource for development. - Zhukovskiy: MIM LINK, 2012. - 82 p.
9. Tikhomirova O. G., Organizational culture: formation, development and evaluation. - St. Petersburg: St. Petersburg State University ITMO, 2008. - 148 p.
10. Filatova M. A., Shagbanova H. S. Cultural problems in the sphere of business communication // Humanitarian problems of modernity. Materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Tyumen, December 12, 2008-Tyumen: Tyumen Industrial University, 2009. - pp. 444-446.
11. Shane E. H., Organizational Culture and Leadership. - St. Petersburg: Peter, 2002 – - 336 p.
12. Gavrilin K. N. Typological features of the palace-cult architecture of Archaic Rome (regia et sacellum /palace and sanctuary) // Decorative art and subject-spatial environment. Bulletin of MGHPU. 2009. No. 1-1. pp. 21-36.
13. Gubko Andrey, Kurasov Sergey, Tatarintsev Oleg, Stasyuk Alexander, Fedunov Sergey In one space. Painting, graphics, sculpture / [intro. art. K. N. Gavrilin]; Moscow State Art and Industrial University named after S. G. Stroganov. Moscow, 2008.
14. Gavrilin K. N. Lectures by P. A. Florensky at the Stroganov School and VKhUTEMAS//Art theory, traditional culture and the creative process: trends in scientific research, problems of terminology, historical and interdisciplinary aspects of the development of design, decorative and applied and folk art and architecture, the experience of art and industrial schools. international scientific conference dedicated to the 190th anniversary of the Stroganov Moscow State Agricultural University and the 100th anniversary of P. A. Teltevsky. Editorial board: A. N. Lavrentiev, V. B. Koshaev, N. K. Solovyov, N. N. Gantseva, K. N. Gavrilin, M. T. Maistrovskaya, O. A. Lobachevskaya, S. P. Lomov, O. D. Bubnovene, A.V. Sazikov. 2015. pp. 46-51.
15. Gantseva N. N., Kurgan G. I. Questions of the theory of art in German Romanticism//Decorative art and the subject-spatial environment. Bulletin of the MGHPA. 2014. No. 4. pp. 70-82.
16. Gantseva N. N., Kurgan G. I., Kostikov N. A., Mashakin A. I. Art as a reflection of the epoch//Decorative art and the subject-spatial environment. Bulletin of the MGHPA. 2016. No. 4. pp. 82-91.
17. Gantseva N. N. Unified educational environment in the field of art and design as a factor in the formation and upbringing of a creative personality// The first All-Russian Scientific and practical Conference / 2017.
18. Lavrentiev A. N., Zherdev E. V., Kuleshov V. V., Pokrovskaya L. V., Sazikov A.V., Myasnikova L. G., Biryukov V. E., Levina O. Yu. Digital technologies in design. History, theory, practice// Textbook and practicum / Moscow, 2019. Ser. 64 Author's textbook (2nd ed., ispr. and dop)
19. Zherdev E. V. The archetypal essence of metonymy in an artistic image// Archetype and universals in the art of the Christian world from antiquity to the present: fine and monumental-decorative art, architecture and the subject-spatial environment. XXVI International Christmas Educational readings: "Moral values and the future of humanity". 2018. pp. 244-249.
20. Zaeva-Burdonskaya E. A. The legacy of the aesthetics of symbolism in the project culture of the XXI century// Burganov's house. The space of culture. 2013. No. 4. pp. 104-117.
21. Zaeva-Burdonskaya E. A. The problem of style formation in design//The world of science, culture, and education. 2009. No. 1 (13). pp. 57-63.