

УДК 37

DOI: 10.34670/AR.2023.28.32.015

Моделирование процесса формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений

Музакаева Хава Саладиевна

Преподаватель кафедры химических дисциплин и фармакологии,
Медицинский институт,
Чеченский государственный университет им. А.А. Кадырова,
364093, Российская Федерация, Грозный, ул. Асланбека Шерипова, 32;
e-mail: muzakaeva@mail.ru

Магомадова Мадина Хусеновна

Кандидат технических наук,
Грозненский государственный нефтяной технический университет,
364024, Российская Федерация, Грозный, пр. Исаева, 100;
e-mail: Emina8383@mail.ru

Алисова Хеда Хусаиновна

Старший преподаватель кафедры специальной психологии
и дошкольной дефектологии,
Чеченский государственный педагогический университет,
364051, Российская Федерация, Грозный, пр. Исаева, 62;
e-mail: Alisova.h@mail.ru

Аннотация

В статье рассматриваются подходы к моделированию процесса формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений. Раскрыты сущностные характеристики понятий «модель», «моделирование», «корпоративная культура». Выделены структурные элементы модели корпоративной культуры студентов. Представлена информация о видах моделей (прогностическая, концептуальная, инструментальная, структурная, мониторинговая модель, рефлексивная, функциональная) и особенностях их использования в педагогических исследованиях. Приведена классификация моделей корпоративной культуры: форма отражения действительности, предмет исследования, задача исследования, природа явлений, свойства отражения, степень точности, объем, способ выражения. В понятие «модель корпоративной культуры личности» ученые вкладывают разные смыслы. Большинство разработчиков данной проблемы понимают модель корпоративной культуры специалистов как материальный образ, отражающий основные характеристики исследуемого объекта, представляющий собой обобщенный образ специалиста данного профиля, не противоречащий философскому определению моделирования. В частности, модель корпоративной культуры студента высшего учебного заведения рассматривается как воображаемая или

материально-реализуемая система, отражающая объект исследования, способная заменить его таким образом, что ее изучение дает нам определенную информацию об этом объекте. Таким образом, описанные нами модели формирования корпоративной культуры студентов имеют открытый характер и могут быть дополнены новыми элементами.

Для цитирования в научных исследованиях

Музакаева Х.С., Магомадова М.Х., Алисова Х.Х. Моделирование процесса формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений // Педагогический журнал. 2023. Т. 13. № 10А. С. 282-289. DOI: 10.34670/AR.2023.28.32.015

Ключевые слова

Высшее учебное заведение, корпоративная культура, модель корпоративной культуры, студенты, формирование корпоративной культуры.

Введение

Современные условия деятельности и развития университета требуют совершенствования профессиональной подготовки студентов. Законодательно предоставленная автономия университетам стимулирует пересмотр и разработку новых стратегических направлений их эффективной деятельности, что станет возможным благодаря развитой корпоративной культуре вуза, и, соответственно, корпоративной культуре студенческой молодежи.

Корпоративная культура как социокультурный и педагогический феномен изучена недостаточно, поэтому в научных источниках существуют различные взгляды на модель процесса формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений и ее структурные компоненты. Анализ научной литературы по проблеме исследования дает основание утверждать, что сущность феномена корпоративной культуры в своих работах изучали: Е. Браун, Р. Кричевский, М. Мескон, В. Огнев, И. Самойлова, Т. Соломанидина, Э. Шейн и другие [Липатов, 2017].

Целью статьи является теоретическое обоснование подходов к моделированию процесса формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений.

Основная часть

Мы рассматриваем корпоративную культуру высшего учебного заведения как целостную систему уникальных идентифицирующих признаков, в основе которых лежат ценности, определяющие философию его деятельности, идею (видение) и миссию, формирующие традиции, нормы и стили, методы обслуживания и межличностных отношений, поведение студентов и сотрудников. Ученые акцентируют внимание на корпоративной культуре как на мощном стратегическом инструменте, способствующем ориентации всех подразделений организации и отдельных лиц на общие цели, мотивации инициативы сотрудников, обеспечению лояльности и облегчению коммуникации.

Ученые рассматривают корпоративную культуру как особую сферу организационной реальности, состоящую из комплексов специализированных и определенным образом упорядоченных материальных, виртуальных ресурсов и результатов труда сотрудников, включающую в себя систему межличностных отношений, объединяющую совокупности взаимосвязанных организационных явлений и процессов, в недрах которых, благодаря

целенаправленным действиям персонала, происходит трансформация указанных выше ресурсов и частичных результатов в конечные продукты деятельности системы в целом.

Следует подчеркнуть, что корпоративная культура – это совокупность убеждений, ценностей, усвоенных способов решения реальных проблем, которые сформировались за время существования организации и нашли отражение в различных материальных формах и поведении членов организации. Корпоративная культура передает внутренний климат организации, а также отражает присущие ей обычаи. Как отмечает С. Ковалевский, корпоративную культуру сегодня следует рассматривать как основу корпоративного управления с развитой системой мотивации персонала к единой общей цели. По мнению Э. Шайна, корпоративная культура – это совокупность коллективных базовых правил, придуманных, открытых или выработанных определенной группой людей по мере того, как они научились решать проблемы, связанные с адаптацией к внешней среде и внутренней интеграцией, и достаточно развиты, чтобы считаться ценными.

Корпоративная культура охватывает большинство явлений духовной и материальной жизни организации: господствующую мораль, духовные ценности, кодекс поведения, установленные ритуалы, корпоративный имидж. Т. Соломанидина подчеркивает, что корпоративная культура определяется через единство философии, идеологии, ценностей, подходов к решению проблем и поведению членов организации, позволяя ей двигаться к успеху [Максимов, 2016]. Поэтому в структуре корпоративной культуры можно выделить следующие структурные элементы: систему материальных и духовных ценностей, прогнозов, убеждений, ожиданий, норм и стиля поведения, которые поддерживаются большинством обучающихся, а также определяют способ их действий и межличностного взаимодействия в профессиональной и повседневной деятельности.

Для того чтобы теоретически обосновать необходимые изменения в обучении и воспитании студенческой молодежи, нами был применен метод моделирования. Благодаря этому можно визуализировать объект исследования, проникнуть в его глубину, охарактеризовать механизмы формирования. Исследователи феномена отмечают, что моделирование выступает как метод опосредованного познания с помощью естественных или искусственных систем, которые позволяют в определенных отношениях заменить объект исследования и дать новую информацию о нем. В этом случае можно говорить о моделировании как научно обоснованном методе научного исследования систем и процессов любого явления или процесса в различных сферах жизнедеятельности человека.

Важным принципом моделирования является сохранение структурно-функционального соответствия между моделью и объектом моделирования. В. Штофф понимает понятие «модель» как воображаемую или материально реализованную систему, отражающую объект изучения, способную заменить его таким образом, что ее изучение дает нам определенную информацию об этом объекте [Высшее профессиональное образование в России..., 2017]. Ученые также рассматривают модель как некий объект, созданный с целью получения, хранения информации в виде воображаемого образа, описания символическими средствами (схемы, графики, рисунки и т.д.) или материальный объект, отражающий все свойства изучаемого объекта.

Таким образом, моделирование является необходимым условием существования модели, образного воспроизведения характерных черт исследуемого объекта, специально созданного для его изучения, а модель – инструментом познания и средством, целью и конечным результатом моделирования процесса формирования корпоративной культуры обучающихся.

В педагогических исследованиях рассматриваются различные типы моделей, используемых в профессиональном образовании. Наиболее значимыми являются: прогностическая модель оптимального распределения ресурсов и конкретизации целей; концептуальная модель на основе информационной базы данных и программы действий; инструментальная модель позволяет подготовить средства исполнения; модель мониторинга обеспечивает создание механизмов обратной связи и способов коррекции возможных отклонений от ожидаемого результата.

Модели корпоративной культуры классифицируются: по типу (материальная, идеальная, объективная, символическая); по форме отражения действительности (механическая, логическая, математическая); по предмету исследования (физический, химический, технический и др.); по задаче исследования (эвристическая, прогностическая); по характеру явлений (социальные, экономические, психологические, биологические); по свойствам отображения (функциональные, информационные, системные); по степени точности (приблизительная, точная, достоверная, возможная и т.д.); по объему (полный, неполный); методом выражения (символическим, материальным, графическим, схематическим).

Корпоративная культура как социокультурно-педагогический феномен изучена недостаточно, поэтому в научных источниках существуют различные подходы к представлению модели формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений и ее структурных компонентов. Исследователь Э. Шейн в своем исследовании предлагает трехуровневую модель, согласно которой структура корпоративной культуры студенческой молодежи может быть проанализирована на трех уровнях: артефакты, усвоенные ценности, базовые идеи [Лернер, 2011].

Глубочайший уровень корпоративной культуры – это базовые идеи, которые являются подсознательными и знакомыми всем субъектам образовательного процесса, о том, что вариативность поведения внутри данной культурной единицы сведена к минимуму. Промежуточный уровень корпоративной культуры – это устоявшиеся ценности высшего учебного заведения, которые положительно одобряются всеми членами образовательной организации. Данные ценности определяют социальные нормы, о которых знают учащиеся и сотрудники, и регулируют их поведение. Последний уровень «артефактов» является поверхностным по своей сути, поскольку можно увидеть, услышать и почувствовать все события, происходящие при вхождении в новую, незнакомую индивидуальную культурную среду.

На этом уровне значимы внешние проявления корпоративной культуры вуза, которые выражаются через способы вербального и невербального взаимодействия, стиль поведения, климат, имидж организации, дизайн помещений и т.д. Согласно взглядам Г. Джонсона, модель корпоративной культуры высшего учебного заведения включает в себя следующие составляющие элементы: структуру власти, организационную структуру, систему управления, символы и историю. По его мнению, данная модель отражает наиболее значимые внешние элементы вуза.

Модель корпоративной культуры высшего учебного заведения, предложенная Г. Хайетом, представлена как многоуровневая формация, состоящая из трех уровней. На первом уровне находится нравственность как важное качество личности. На втором уровне находятся смысл жизни и деятельности, третий уровень содержит совокупность ценностей, убеждений, убеждений, идей и установок субъектов высшего учебного заведения [Занковский, 2000].

Таким образом, первый уровень модели корпоративной культуры характеризуется мотивационными установками, определяющими трудовое поведение. На втором уровне –

декларируемые миссия, видение, принципы ведения бизнеса, а на третьем – внешние проявления корпоративной культуры высшего учебного заведения.

Специфической особенностью модели является циклический характер процесса влияния элементов корпоративной культуры друг на друга, а именно: первый уровень на второй, второй на третий, третий на первый с повторением действий циклического процесса. В модели корпоративной культуры высшего учебного заведения, предложенной ученым О. Андоминым, представлены составляющие элементы: философия университета, организационные ценности, нормы и правила поведения, история университета и его культурные традиции, психологический климат, корпоративные коммуникации, стиль управления, имидж, а также средства избранных составляющих элементов корпоративной культуры: кодекс, миссия, видение, политика университета, правила внутреннего распорядка, исторический музей университета, личностные отношения между субъектами образовательного процесса, доступность и открытость информации, средства и методы межличностного общения, организация и структура управления высшим учебным заведением, имидж и дизайн вуза, символы, атрибуты.

Заключение

Подводя итог, в понятие «модель корпоративной культуры личности» ученые вкладывают разные смыслы. Большинство разработчиков данной проблемы понимают модель корпоративной культуры специалистов как материальный образ, отражающий основные характеристики исследуемого объекта, представляющий собой обобщенный образ специалиста данного профиля, не противоречащий философскому определению моделирования. В частности, модель корпоративной культуры студента высшего учебного заведения рассматривается как воображаемая или материально-реализуемая система, отражающая объект исследования, способная заменить его таким образом, что ее изучение дает нам определенную информацию об этом объекте.

Таким образом, описанные нами модели формирования корпоративной культуры студентов имеют открытый характер и могут быть дополнены новыми элементами. Представленные модели служат основой для организации экспериментальной работы со студентами высших учебных заведений и позволяют на практике установить эффективность их использования, направленного на формирование корпоративной культуры будущих специалистов.

Библиография

1. Алексейчева Е.Ю. Гуманизация образования как способ создания гуманного будущего // Методология научных исследований. материалы научного семинара. / Сер. «Библиотека Мастерской оргдеятельностных технологий МГПУ». Ярославль, 2021. С. 131-135.
2. Алексейчева Е.Ю. Многомерное образование: выбор или предопределенность // Методология научных исследований. материалы научного семинара. / Сер. «Библиотека Мастерской оргдеятельностных технологий МГПУ». Ярославль, 2021. С. 201-204.
3. Алексейчева Е.Ю. Современные подходы к организации креативного образования // Методология научных исследований. материалы научного семинара. / Сер. "Серия «Библиотека Мастерской оргдеятельностных технологий МГПУ». Вып. 2" Московский городской педагогический университет (МГПУ). Ярославль, 2021 С. 215-219
4. Алексейчева Е.Ю., Ганова Т.В., Зверев О.М., Гончарова В.А., Калининкова Н.Г., Ключко О.И., Крупник В.Ш., Лебедев Р.С., Ле-ван Т.Н., Мамонтов К.В., Михайлова И.Д., Нехорошева Е.В., Пучкова Н.Н., Феклин С.И., Филиппова Л.С., Хабибова А.С., Ходоренко Е.Д., Злотников И.В., Левинтов А.Е., Смоляков А.В., Меерович М.Г. Мастерская организационно-деятельностных технологий. Опыт формирования в Московском городском

- университете: коллективная монография. Москва-Берлин: ООО "Директмедиа Паблишинг", 2019. 573 с. ISBN: 978-5-4499-0172-9
5. Высшее профессиональное образование в России: состояние, проблемы и перспективы трансформации. Круглый стол // Гуманитарный ежегодник. 2017. № 6. С. 2-41.
 6. Занковский А.Н. Организационная психология. М.: Флинта-МПСИ, 2000. 288 с.
 7. Казенина А.А., Алексейчева Е.Ю. Проблема гуманитаризации образования в условиях цифровой образовательной среды // Актуальные вопросы гуманитарных наук: теория, методика, практика. Сборник научных статей VII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. К 25-летию Московского городского педагогического университета. 2020. С. 118-124.
 8. Лернер И.Я. Дидактические основы методов обучения. М.: Педагогика, 2011. 112 с.
 9. Липатов С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики // Вестник Московского университета. Серия 14, психология. 2017. № 5. С. 55-65.
 10. Максимов В.Г. Технология формирования профессионально-творческой личности учителя. Чебоксары, 2016. 229 с.

Modeling the process of formation of corporate culture of students of higher educational institutions

Khava S. Muzakaeva

Lecturer of the Department of Chemical Disciplines and Pharmacologists,
Medical Institute,
Chechen State University,
364049, 32, Sheripova str., Grozny, Russian Federation;
e-mail: muzakaeva@mail.ru

Madina Kh. Magomadova

PhD in Technical Science,
Associate Professor of the Department of Chemical Technology
of Oil and Gas,
Grozny State Oil Technical University,
364024, 100, Isaeva ave., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Emina8383@mail.ru

Kheda Kh. Alisova

Senior Lecturer of the Departments of Special Psychology
and Preschool Defectology,
Chechen State Pedagogical University,
364068, 62, Isaeva ave., Grozny, Russian Federation;
e-mail: Alisova.h@mail.ru

Abstract

The article discusses approaches to modeling the process of formation of corporate culture among students of higher educational institutions. The essential characteristics of such concepts as “model”, “modelling”, “corporate culture” are revealed. The structural elements of the student corporate culture model are highlighted. Information is presented on the types of models (predictive,

conceptual, instrumental, structural, monitoring model, reflective, functional) and the features of their use in pedagogical research. A classification of corporate culture models is given: form of reflection of reality, subject of research, task of research, nature of phenomena, properties of reflection, degree of accuracy, volume, method of expression. Scientists attach different meanings to the concept of "personal corporate culture model". Most developers of this problem understand the model of the corporate culture of specialists as a material image that reflects the main characteristics of the object under study, representing a generalized image of a specialist in a given profile that does not contradict the philosophical definition of modeling. In particular, the model of corporate culture of a student of a higher educational institution is considered as an imaginary or materially realizable system that reflects the object of research, capable of replacing it in such a way that its study gives us certain information about this object. Thus, the models we described for the formation of students' corporate culture are open in nature and can be supplemented with new elements.

For citation

Muzakaeva Kh.S., Magomadova M.Kh., Alisova Kh.Kh. (2023) Modelirovanie protsessa formirovaniya korporativnoi kul'tury studentov vysshikh uchebnykh zavedenii [Modeling the process of formation of corporate culture of students of higher educational institutions]. *Pedagogicheskii zhurnal* [Pedagogical Journal], 13 (10A), pp. 282-289. DOI: 10.34670/AR.2023.28.32.015

Keywords

Higher education institution, corporate culture, model of corporate culture, students, formation of corporate culture.

References

1. Alekseicheva E.Yu., Ganova T.V., Zverev O.M., Goncharova V.A., Kalinnikova N.G., Klyuchko O.I., Krupnik V.Sh., Lebedev R.S., Le-van T.N., Mamontov K.V., Mikhailova I.D., Nekhorosheva E.V., Puchkova N.N., Feklin S.I., Filippova L.S., Khabibova A.S., Khodorenko E.D., Zlotnikov I.V., Levintov A.E., Smolyakov A.V., Meerovich M.G. (2019) Masterskaya organizacionno-deyatelnostnyh tekhnologij. Opyt formirovaniya v Moskovskom gorodskom universitete: kollektivnaya monografiya.[Workshop of organizational and activity technologies. The experience of formation at Moscow City University: a collective monograph]. Moscow-Berlin: Directmedia Publishing LLC, 2019. 573 p. ISBN: 978-5-4499-0172-9
2. Alekseicheva E.Yu. (2021) Gumanizaciya obrazovaniya kak sposob sozdaniya gumannogo budushchego [Humanization of education as a way to create a humane future] Metodologiya nauchnyh issledovanij. materialy nauchnogo seminar. / Ser. «Biblioteka Masterskoj orgdeyatelnostnyh tekhnologij MGPU». [Methodology of scientific research. materials of the scientific seminar. / Ser. "Library of the Workshop of organizational activity technologies of MSPU". Yaroslavl]. pp. 131-135.
3. Alekseicheva E.Yu. (2021) Mnogomernoe obrazovanie: vybor ili predopredelennost' [Multidimensional education: choice or predestination] Metodologiya nauchnyh issledovanij. materialy nauchnogo seminar. / Ser. «Biblioteka Masterskoj orgdeyatelnostnyh tekhnologij MGPU». YAroslavl' [Methodology of scientific research. materials of the scientific seminar. / Ser. "Library of the Workshop of organizational activity technologies of MSPU"]. Yaroslavl. pp. 201-204.
4. Alekseicheva E.Yu. (2021) Sovremennye podhody k organizacii kreativnogo obrazovaniya [Modern approaches to the organization of creative education] Metodologiya nauchnyh issledovanij. materialy nauchnogo seminar. / Ser. "Seriya «Biblioteka Masterskoj orgdeyatelnostnyh tekhnologij MGPU». Vyp. 2" Moskovskij gorodskoj pedagogicheskij universitet (MGPU). YAroslavl' [Methodology of scientific research. materials of the scientific seminar. / Ser. "Series "Library of the Workshop of organizational and activity technologies of MSPU". Issue 2" Moscow City Pedagogical University (MSPU). Yaroslavl] p. 215-219
5. Kazenina A.A., Alekseicheva E.Yu. (2020) Problema gumanitarizacii obrazovaniya v usloviyah cifrovoj obrazovatel'noj sredy [The problem of humanitarization of education in a digital educational environment] Aktual'nye voprosy

-
- gumanitarnykh nauk: teoriya, metodika, praktika. Sbornik nauchnykh statej VII Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii s mezhdunarodnym uchastiem. K 25-letiyu Moskovskogo gorodskogo pedagogicheskogo universiteta [Topical issues of the humanities: theory, methodology, practice. Collection of scientific articles of the VII All-Russian Scientific and Practical Conference with international participation. To the 25th anniversary of the Moscow City Pedagogical University]. pp. 118-124.
6. Lerner I.Ya. (2011) *Didakticheskie osnovy metodov obucheniya* [Didactic foundations of teaching methods]. Moscow: Pedagogika Publ.
 7. Lipatov S.A. (2017) Organizatsionnaya kultura: kontseptual'nye modeli i metody diagnostiki [Organizational culture: conceptual models and diagnostic methods]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14, psikhologiya* [Bulletin of Moscow University. Series 14, Psychology], 5, pp. 55-65.
 8. Maksimov V.G. (2016) *Tekhnologiya formirovaniya professional'no-tvorcheskoi lichnosti uchitelya* [Technology of formation of a professional and creative personality of a teacher]. Cheboksary.
 9. (2017) Vysshee professional'noe obrazovanie v Rossii: sostoyanie, problemy i perspektivy transformatsii. Kruglyi stol [Higher professional education in Russia: state, problems and prospects for transformation. Round table]. *Gumanitarnyi ezhegodnik* [Humanitarian Yearbook], 6, pp. 2-41.
 10. Zankovskii A.N. (2000) *Organizatsionnaya psikhologiya* [Organizational psychology]. Moscow: Flinta-MPSI Publ.