

Аннотация: Проблема социального здоровья молодежи в современном информационном мире приобретает особую актуальность. В данной статье посредством всестороннего междисциплинарного анализа сущности и структуры феномена корпоративной культуры вуза доказывается ее роль в процессе профилактики девиаций социального здоровья студентов.

Ключевые слова: социальное здоровье, корпоративная культура, организационные ценности, ценностные ориентации, нормы поведения и общения.

В современном информационном мире проблема социального здоровья человека приобретает особую остроту. В самом общем виде социальное здоровье представляет собой систему ценностей, установок и мотивов поведения человека в социальной среде, позволяющих ему взаимодействовать с другими представителями общества, находить себе друзей и поддерживать с ними доверительные отношения. Е. Н. Приступа характеризует феномен социального здоровья как «сформированность социально приемлемого, нравственно нормативного опыта взаимодействия личности с социумом, проявляющегося в саморегуляции поведения в изменившихся / изменяющихся условиях, направленного на согласие с самим собой, а также способность к удовлетворению социальных интересов и потребностей, к интеграции в социум» [1].

Социальное здоровье является одним из факторов, определяющих физическое и психическое благополучие человека. Как правило, хорошо интегрированные в социум люди меньше страдают от депрессий, легче восстанавливаются от болезней, и живут дольше.

В то же время, девиации социального здоровья приводят к дезориентации, дезадаптации человека в социуме, к дезорганизации межличностных взаимоотношений, препятствуют ее развитию и социальному становлению. Это проявляется в поведении человека, нарушающем установленные социальные, нравственные и правовые общественные нормы.

Отсутствие умений успешно взаимодействовать с другими людьми, налаживать с ними хорошие взаимоотношения, формирует низкую самооценку, подрывает веру в свои силы, вызывает депрессию, нежелание чего-либо добиваться в жизни.

Одним из основных факторов, способствующих формированию социального здоровья человека, является поддержка социальной среды. Для студентов важную роль в этом процессе играет социальная среда образовательной организации, которая, по словам Э. Шайна, представляет собой социальную систему, «заставляющую своих новых членов социализироваться». Она способствует успешной адаптации личности, помогает преодолевать трудности, формирует уверенность в своих силах. Механизмом, обеспечивающим формирование благоприятного климата в социальной среде вуза, является корпоративная культура.

Это связано с тем, что корпоративная культура вуза, в первую очередь, обладает возможностью регулирования мотивации субъектов образовательного процесса, их духовно-нравственной культуры, поведенческих установок, характера личностных отношений, отношения к учебе.

Сущность и специфика корпоративной культуры организации исследована в работах как зарубежных (С. Дэвис, М. Кубр, Ф. Лютенс, У. Оухи, Д. Хант, Э. Шайн и др.), так и отечественных (Л.Ю. Битулина, Э. А. Капитонов, И. Н. Кузнецов, М.А. Овчинников, В.А. Спивак, Н.Л. Яблонскене и др.) исследователей, которые характеризуют культуру организации как слож-

ное сочетание предположений, бездоказательно принятых членами группы или организации в целом.

В современной литературе существует довольно много определений категории «корпоративная культура». Как и многие другие термины этот не имеет единого толкования. Существует несколько точек зрения на определение корпоративной культуры.

1. «Корпоративная (организационная) культура – это устойчивое собрание ценностей, символов, ритуалов, историй, с помощью которых можно управлять людьми на их рабочих местах» [2].

2. «Организационная культура – это система разделяемых ценностей, которые проявляются через различные артефакты: истории, мифы и т.д.» [3].

3. Корпоративная культура представляет собой систему общих ценностей, которые, воздействуя на людей, работающих в компании, на организационные структуры и на механизмы контроля, формируют нормы поведения» [4].

4. «Корпоративная культура – это система материальных и духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды» [5].

Все эти характеристики позволяют выделить основную функцию корпоративной культуры, объединяющую всех субъектов учебно-воспитательного процесса в единую команду, усиливающую организационную сплоченность и порождающую согласованность в действиях при решении образовательных задач. Это позволяет отнести корпоративную культуру к одному из значимых факторов в профилактике девиаций социального здоровья студентов.

На самом деле, существующая в образовательной организации корпоративная культура «служит своеобразным компасом для выбора правильного типа поведения, необходимого для успешной работы» [6, 33].

Содержание корпоративной культуры образовательного учреждения включает в себя следующие структурные компоненты: ценности и нормы, убеждения, мифы и ритуалы, традиции, язык. Эти компоненты служат ориентирами, определяют образ мышления и действий субъектов образовательного процесса. Они принимаются, разделяются и передаются из года в год вновь поступившим студентам в процессе их адаптации к условиям образовательного учреждения.

Корпоративная культура образовательной организации позволяет естественным путем влиять на развитие межличностных отношений, формирование соответствующих моделей поведения, как внутри организации, так и в социуме. «Культивируя такие ценности, как компетентность, творческая устремленность, готовность к внешней и внутренней конкуренции (соревнованию), к работе в команде, коллективизм, гордость за свое учебное заведение, корпоративная культура повышает сплоченность внутренней общности, согласованность пове-

дения, наиболее соответствующего целям заведения [7].

Корпоративная культура организации как сложная система, по мнению А.Б. Сливицкого, представляет собой совокупность трех уровней содержательного, ментального и деятельностного [8].

Содержательный уровень корпоративной культуры включает нормативную базу деятельности вуза, ее сотрудников, зафиксированную в документах или иных текстовых блоках, отражающих стратегии, технологии деятельности, регламент, устав образовательной организации. Содержание этих документов разрабатывается в процессе формирования корпоративной культуры сотрудниками организации.

Ментальный уровень предполагает существование корпоративной культуры в плоскости сознания сотрудников вуза и студентов. Это область непростых задач, направленных на трансформацию перспективных стратегий, новых программ в личные убеждения субъектов образовательного пространства вуза, их приверженность и мотивацию деятельности, ориентацию на новые уровни эффективности, на корпоративные ценности.

Деятельностный уровень корпоративной культуры вуза представляет собой сферу практической деятельности субъектов образовательного процесса, ориентированную на реализацию целей и задач образовательной организации, осуществление ее концепции, воплощение в жизнь корпоративных ценностей и норм, соблюдение традиций вуза и т.д.

Наиболее известной моделью корпоративной культуры является модель, разработанная Э. Шейном. В его понимании организационная культура состоит из нескольких уровней:

I уровень составляют неосознаваемые и непланируемые базовые предпосылки. Сюда относятся язык, одежда, ритуалы, история, архитектура, базовые представления о природе людей, о природе человеческих поступков, о природе межличностных отношений, об окружающей среде организации, и мире.

II уровень составляют принятые правила, нормы, ценности, традиции, стандарты поведения, которые члены организации разделяют в той или иной степени.

III уровень – это базовые представления членов организации о людях и мире (мировоззрение). На этом уровне внутренние ценности субъектов образовательного процесса становятся внешними, и выражаются посредством символов, ритуалов, обрядов и т. д. Компонентами данного уровня являются мифы, истории, праздники и ритуалы, при помощи которых корпоративная культура распространяется, передается новым работникам [9].

Обобщая работы исследователей в этой области, Ф. Лютенс приводит следующие характеристики корпоративной культуры:

1. **Философия.** Выработанная организацией политика обращения с сотрудниками и клиентами.

2. **Доминирующие ценности.** Ожидается, что основные ценности, которых придерживается организация, должны разделять ее члены.

3. **Наблюдаемые регулярные формы поведения.** Когда члены организации взаимодействуют друг с другом, они прибегают к общему языку, терминологии, а также ритуалам для проявления уважения или демонстрации приемлемого поведения.

4. **Нормы.** Существующие стандарты поведения определяют отношение к работе.

5. **Правила поведения,** которые должны усвоить все вновь прибывающие работники, чтобы стать полноправными членами организации.

6. **Организационный климат** – это то общее ощущение, которое создается физической организацией пространства, стилем общения сотрудников по отношению друг к другу и к посторонним [10,565].

Корпоративная культура организации основывается на ее философии. Философия образовательной организации – это система ценностей и целей деятельности

администрации, преподавателей и студентов. Кроме того, это основные установки, в соответствии с которыми вуз осуществляет свою деятельность. В философии университета заложено объяснение его существования и деятельности, заложен образ управления и базовые представления о сущности и предназначении образовательной организации в социуме, ее отношения с субъектами окружающей среды (бизнесом, государством, обществом).

Философию университета можно определить также и как совокупность внутриуниверситетских принципов и правил взаимоотношения субъектов образовательного процесса, как особую систему ценностей, норм и убеждений, воспринимаемых произвольно или в процессе воспитания всеми сотрудниками и обучающимися. То есть – это «моральный кодекс поведения в вузе». Она включает в себя описание принципов, высших ориентиров поведения, существующих в вузе (смысл деятельности университета, принципы взаимоотношений преподавателей и студентов, отношение к инновациям, рискам) и условий их достижения.

Основными ценностями и принципами организации деятельности, на которых базируется корпоративная культура университета, являются:

- обстоятельность, разносторонность, абсолютность, универсальность и всеобъемлемость предлагаемых знаний;

- открытость к переменам и инновациям в образовательной сфере и науке;

- организационная и экономическая стабильность;

- свобода мысли, слова и творчества в процессе преподавания и учения;

- нравственность, патриотизм, гражданственность;

- свобода выражения научных взглядов, свобода научно-педагогического творчества;

- высшее качество научной, образовательной и воспитательной деятельности;

- стремление к самосовершенствованию и творческому развитию;

- уважение к личности преподавателя и студента, их правам и достоинству;

- приверженность университету и стремление соответствовать его высоким стандартам.

Философия университета формируется и поддерживается под воздействием таких факторов, как личностные качества преподавателя, его ценностные установки, характер деятельности. Профессорско-преподавательский состав, культура которого сочетает в себе качества мобильности, динамичности и презентационности, свойственные культуре, как студенчества, так и администрации, является основным носителем и транслятором корпоративной культуры вуза.

Ценности корпоративной культуры преподавателя представляют собой совокупность ценностей педагогической профессии, разделяемых большинством профессорско-преподавательского состава: творческая самореализация, профессиональная компетентность, ответственность, интересная работа, самооценность высшего образования, спокойная жизнь, социальная справедливость, любовь к профессии, наличие общих целей, взаимопомощь, наличие верных друзей, умение работать в команде.

От преподавателей и администрации во многом зависит формирование в образовательной организации благоприятного социально-психологического климата, способствующего успешному протеканию процессов социализации и личностного развития студентов.

Философия, ценности, нормы, формы и правила поведения находят свое отображение в разработанном и утвержденном во многих вузах «Кодексе корпоративной этики», который является локальным нормативным актом, определяющим принципы, правила и нормы делового общения и поведения в образовательной организации.

Таким образом, корпоративную культуру вуза можно определить как систему общих ценностей, представлений, норм поведения, которые воздействуют на всех субъектов образовательного процесса, на организационную структуру и на механизмы взаимодействий. Наличие согласованной системы ценностей и норм поведения позволяет образовательной организации задать единый вектор воспитания и развития обучающихся. Корпоративная культура способствует совершенствованию межличностных отношений, обеспечивает формирование благоприятного социально-психологического климата в социальной среде вуза, помогает поддерживать командный дух коллектива, регулирует мотивацию субъектов образовательного процесса, их поведенческие установки, влияет на уровень их духовно-нравственной культуры. Что в целом способствует повышению уровня социального здоровья субъектов образовательной организации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Приступа Е. Н. Социально-педагогическая профилактика девиаций социального здоровья школьника. Автореферат ... докт. пед. наук. - Москва, 2008. – 52 с.
2. Осипова Е. Управление персоналом в рамках стратегического менеджмента [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.iteam.ru/publications/strategy/section_32/article_1411/

3. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: теория и практика / Э. А. Капитонов, Г.П. Зинченко. – М.: Альфа-Пресс, 2005. – 351с.
4. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Г. Даулинг. – М.: Консалтинговая группа “ИМИДЖ-Контакт”, ИНФРА-М, 2003., - 130 с.
5. Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб.: Питер, 2001.
6. Персикова Т.Н. Корпоративная культура.- М: Логос, 2011. - 286 с
7. Глибощкая Ю. Н., Давыдова Н. Н. Корпоративная культура образовательного учреждения как нравственная основа консолидации педагогического коллектива // Корпоративная культура образовательных учреждений: материалы 4-й Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург: ФГАОУ ВПО «Рос. гос. проф.-пед. ун.-т», 2012. -С.98-104.
8. Сливичкий А.Б. Формирование корпоративной культуры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.advertology.ru/article30168.htm>.
9. Шейн Э.Х. Организационная культура и лидерство: Пер. с англ. / Под ред. В.А. Спивака. – СПб.: Питер, 2002. – 336 с.: ил. – (Серия «Теория и практика менеджмента».)
10. Лютенс Ф. Организационное поведение: Пер. с англ. 7 изд.-М.: ИНФРА-М, 1999. – 692 с.

ROLE OF CORPORATE CULTURE OF UNIVERSITY IN THE PREVENTION OF DEVIATIONS SOCIAL HEALTH OF THE STUDENTS

© 2014

Z.K. Malieva, candidate of pedagogical sciences, associate professor inter-faculty of chair “Pedagogy and psychology”,
North Ossetian State University in K. L. Khetagurova, Vladikavkaz (Russia)

Annotation: The problem of social health of young people in today’s world of is of particular relevance. In this paper, via comprehensive interdisciplinary analysis of the nature and structure of the phenomenon of the corporate culture of the university was proved its role in the prevention of deviations social health of students.

Keywords: the social health, corporate culture, organizational values, value orientations, norms of behavior and communication.

УДК 371.2

ЖИЗНЬ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ С.М. ГАНИЗАДЕ

© 2014

Г.Н. Мамедова, докторант кафедры педагогики и методики начального образования

Азербайджанский Государственный педагогический Университет, Баку (Азербайджан)

Аннотация: Видный представитель просветительского направления Азербайджана Солтан Меджид Ганизаде внес большой вклад в создание концепции образования в Азербайджане. Его идеи просветительства отражали в себе многие мысли других просветителей, в частности, Г.Махмудбекова. С.М.Ганизаде, помимо теоретических исследований педагогической работы, участвовал также в создании школ, совершенствовании их работы.

Ключевые слова: С.М.Ганизаде, Александровский учительский институт, школа «Меджлис», русско-азербайджанская школа, Шемахинская городская школа, система образования Азербайджана.

Один из видных представителей интеллигенции Азербайджана Султан Меджид Ганизаде (Ганиев) родился в апреле 1866 г. в Шемахе, квартале под названием Шахпур. Ганизаде читать и писать научился от своего отца, а в 1873-1874-годы учился в квартальной школе. Султан Меджид, поступивший в 1874 году в школу «Меджлис», окончил ее в 1879 году. Затем он поступил в Шемахинскую среднюю школу. Это была школа третьей категории, бывшая ранее уездной школой. С 1 апреля 1874 года она была школой первой категории, а с 1 июля 1877 года стала уже школой третьей категории [1; 2]. При этой же школе функционировал также курс годичной педагогической подготовки. Султан Меджид в 1882/1883 – м учебном году окончил также и эти курсы. Чтобы получить высшее образование, С.М.Ганизаде отправился в Грузию, в Александровский Институт Учителей. Поступив в Институт в 1883 году, он окончил его в 1887 году.

Тем временем в Баку в 1891 году по просьбе населения начала функционировать вторая русско-мусульманская школа. С.М.ганизаде был назначен туда директором.

Самым важным шагом в преподавательской деятельности С.М.Ганизаде была борьба за повышение образования и профессиональной подготовки кадров, которая завершалась созданием русско-мусульманских школ. Это было чрезвычайно важным событием в истории образования, обучения, культурно-педагогической и просветительской деятельности. Он совместно со своим однокурсником, другом, советчиком и земляком Габиббеком Махмудбековым открыл русско-мусульманскую школу, которая стала зарей культурного возрождения Азербайджана (Ф.Кочарли). Это было началом новой эры в истории образования и педагогической деятельности Азербайджана, основой становления школы нового типа. Это было также началом воздействия