

**УДК 378.035**

**Храброва Валерия Евгеньевна**

Кандидат педагогических наук, доцент,  
заведующая кафедрой «Педагогическое образование»,  
Гуманитарно-педагогический институт,  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,  
Российская Федерация, Севастополь, e-mail: VEKhrabrova@sevsu.ru

**Медведева Ольга Анатольевна**

Кандидат педагогических наук,  
доцент кафедры «Педагогическое образование»,  
Гуманитарно-педагогический институт,  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,  
Российская Федерация, Севастополь, e-mail: medvedeva@sevsu.ru

**Адолина Лариса Валерьевна**

Кандидат филологических наук, доцент,  
заместитель директора по воспитательной работе,  
Гуманитарно-педагогический институт,  
ФГАОУ ВО «Севастопольский государственный университет»,  
Российская Федерация, Севастополь, e-mail: LVAdonina@sevsu.ru

**КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНЧЕСКОЙ ГРУППЫ:  
МЕСТО И РОЛЬ В ВОСПИТАТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЕ ВУЗА**

*В статье рассматривается место и роль корпоративной культуры в воспитательной системе высшего учебного заведения. Определяется влияние корпоративной культуры группы на формирование личностных качеств студента, а также общее влияние корпоративной культуры на развитие студенческой группы.*

**Ключевые слова:** *воспитание, студенческая группа, корпоративная культура.*

**Valeria E. Hrabrova**

PhD in Pedagogy science, Associate Professor,  
Head of the Pedagogical Education Department,  
Institute of Humanities and Pedagogical, Sevastopol State University;  
Russian Federation, Sevastopol

**Olga A. Medvedeva**

PhD in Pedagogy science, Associate Professor  
of the Pedagogical Education Department  
Institute of Humanities and Pedagogical, Sevastopol State University;  
Russian Federation, Sevastopol

**Larisa V. Adonina**

PhD in Philology science, Associate Professor  
Deputy director on educational work  
Institute of Humanities and Pedagogical, Sevastopol State University;  
Russian Federation, Sevastopol

**CORPORATE CULTURE OF STUDENT GROUP:  
PLACE AND ROLE IN THE EDUCATIONAL SYSTEM OF THE UNIVERSITY**

**Abstract.** *In the article a place and role of corporate culture in the educate system of higher educational establishment is examined. Influence of corporate culture of group on forming of personality qualities of student, and also common influencing of corporate culture on development of student group is determined.*

**Key words:** *education, student's group, corporate culture.*

**Для цитирования:**

Храброва, В. Е., Медведева, О. А., Адонина, Л. В. Корпоративная культура студенческой группы: место и роль в воспитательной системе вуза // Гуманитарная парадигма. 2019. № 4 (11). С. 96–103.

Принятый в 2016 году Стандарт организации воспитательной деятельности образовательных организаций высшего образования [4] включает вопросы воспитания обучающейся молодёжи в круг государственных приоритетов. Необходимость целенаправленной воспитательной работы со студентами в нём акцентирована в связи с непростыми социально-экономическими условиями, характерными для современного общества. Социальная атмосфера российского социума, сложившаяся в результате слома господствующих ранее ценностных установок и общественных скреп, в сочетании с радикальной перестройкой отношений собственности упрочила негативные реакции в поведенческой психологии молодого поколения и дефицитарные формы их демонстрации. Самоотчуждение от проблем общества, социальная апатия, скептицизм, равнодушие, потребительское отношение к жизни привели к тому, что соучастие, сопереживание, готовность помочь людям, априори присущие поколению юных, подменяются цинизмом, прагматизмом, эгоизмом и

рвачеством. Формирование достойных поведенческих стереотипов и придание положительного импульса комплексу межличностных отношений в молодёжной среде является одной из главных задач воспитательной системы высшей школы.

В условиях новой аксиологии общества информационной (постиндустриальной) эры для современной российской высшей школы всё большую актуальность приобретает формирование у учащейся молодёжи способности не только к профессиональной, но и к социальной адаптации. Значительная часть выпускников высших учебных заведений при вхождении в трудовой коллектив испытывает трудности в налаживании контакта с сотрудниками-коллегами, в освоении корпоративных норм и предписаний, в следовании правилам и регуляторам взаимодействия внутри организации. Обусловлено это несформированностью умений работать с людьми и подчинять свои интересы интересам коллектива, с отсутствием ответственности за результаты коллективного труда, низким уровнем коммуникативных и организаторских способностей, слабой установкой молодого специалиста на полноценную самореализацию в трудовой деятельности. Причиной всему этому видится деформация жизненных ориентаций вчерашних выпускников. Решению этой проблемы должно способствовать целенаправленное формирование у студенческой молодёжи корпоративной культуры.

Корпоративная культура студентов довольно широко освещена в трудах российских учёных. А. Я. Вершиловский признаёт её эффективным инструментом процесса воспитания [1]. М. И. Ивлева детально постигает взаимосвязь корпоративной культуры с воспитательным компонентом развития личности студентов в вузе [2]. А. А. Столпак анализирует корпоративную культуру как фактор, способствующий оптимальному протеканию процесса профессионального самоопределения личности студента [5]. И. В. Шамов видит её неотъемлемой частью профессиональной культуры, которая наиболее успешно функционирует в образовательной среде вуза [7], а также как фактор социальной адаптации и патриотического воспитания личности [6]. Действительно, присущая процессу формирования корпоративной культуры ориентация на решение общих задач, на консолидацию усилий, сплочённость на основе коллективных интересов и ценностей, на создание благоприятного социально-психологического климата и условий для саморазвития личности предусматривает развитие у студентов системы позитивных проявлений, положительных личностных качеств, навыков совместной работы и партнёрских отношений в коллективе. Следовательно, работа по выстраиванию конструктивного взаимодействия

студентов в узкогрупповой профессиональной среде выявляется мощным инструментом воспитательной стратегии в вузе.

При этом в исследованиях специалистов по корпоративной культуре студентов не нашёл отражения тот, на наш взгляд, безусловный факт, что она в значительной мере определяется корпоративной культурой студенческой группы. Рассмотрению последней, её места и роли в воспитательной системе вуза посвящена данная статья.

Многочисленные психолого-педагогические исследования доказали важность влияния микросреды на формирование и развитие личности. В условиях высшей школы такой микросредой является студенческая академическая группа. В этой малой группе создаётся свой микроклимат, который определяет комфорт или дискомфорт в отношениях одноклассников, проявление положительных или отрицательных черт характера, идеалов, ценностей и норм поведения. Студентов одной группы кроме общей учебной цели и единой профессиональной деятельности объединяет ещё и возрастная однородность, что обуславливает сходство их интересов, жизненных установок, психологических особенностей; также — высокая осведомлённость членов группы друг о друге (успехах и проблемах, личной жизни и пр.); высокий уровень самоорганизации и саморегулирования деятельности группы. В студенческой группе происходят динамичные процессы структурирования, формирования и изменения межличностных взаимоотношений, распределения групповых ролей, выдвижение лидеров и т. п. Подобные связи, субстантивные или обусловленные учебно-досуговыми факторами личностного(эмоционального) или делового характера — хорошая школа для приобретения надлежащего опыта работы в коллективе. А. А. Самойлов, отмечая наличие в студенческих группах особого типа межличностных отношений, утверждает, что в ходе их установления участники группы получают опыт социального единства [3].

Отметим, что поведение студента в группе имеет свою специфику. По сравнению с индивидуальным поведением в микросреде происходит как унификация поведения членов группы на основе конформизма, так и рост возможностей личного влияния на группу. Любая группа вырабатывает определённую систему правил, естественно, неписаных, а интуитивно согласующих поведение её членов. Чем дольше существование группы и основательнее установленные внутри неё нормы, тем вероятнее и точнее их понимание всеми участниками коллектива. При высоком уровне согласия в группе многие вопросы решаются как само собой разумеющееся, бессознательно принимаются всеми.

Перечисленные особенности и формы внутригруппового взаимодействия дают нам основания определить корпоративную культуру студенческой группы как систему ценностей, норм поведения, традиций, символов, которые сложились в студенческой группе за время её существования, разделяются большинством членов, определяют способ их действия и взаимодействия как внутри группы, так и во внутривузовской среде, а позже — в предстоящей трудовой деятельности. По отношению к студенческой группе корпоративная культура выполняет ряд функций: а) координацию; б) компенсацию; в) развитие; г) защиту; д) гуманизацию. Их реализация осуществляется в ходе:

- обязательного включения в групповую деятельность всех её членов;
- создания ситуаций, в которых представители группы должны выступать как единое целое;
- самостоятельного регулирования внутренних и внешних связей группы;
- стимулирования различных положительных характеристик;
- нивелирования негативных воздействий внешней и внутренней среды при приоритете гуманистического характера внутригрупповых отношений.

Влияние на развитие корпоративной культуры имеет и студенческая группа, которая может как интенсифицировать эти процессы, так и тормозить их или преобразовывать, трансформируя цели, ценности, нормы в соответствии с внутригрупповыми процессами. Уровень развития микроколлектива (индивидуальностей его составляющих), особенно наличие в нём потенциала лидерских качеств и специфичных личностных свойств руководителя группы динамизируют развитие корпоративной культуры группы. Группы-лидеры, а такими обычно бывают группы с высоким уровнем развития коллектива, создают образцы, ориентиры поведения, деятельности, отношений.

Взаимовлияние корпоративной культуры группы и студента процесс двунаправленный: «студент  $\Leftrightarrow$  корпоративная культура» — он в равной степени зависит как от характеристик группы, так и от индивидуально-психологических особенностей студентов, в неё входящих. Роль, которую играет студент в корпоративной культуре группы (направление «студент  $\rightarrow$  корпоративная культура»), безусловно, связана с его индивидуально-психологическими особенностями, прошлым социальным опытом, но в наибольшей степени с востребованностью в группе или ненужностью тех или иных качеств личности. Последнее во многом зависит от педагогического управления развитием группы.

Другое направление влияния — «корпоративная культура → студент» — осуществляется в основном в рамках косвенного воздействия: через создание общественного мнения, выработку коллективных ценностей и норм поведения, посредством эмоционального климата. Всё это находит отражение в структуре и характере формируемых в группе взаимоотношений, которые и служат мощным фактором воздействия на личность студента. При этом следует учитывать, что влияние «корпоративная культура → студент» не бывает однородным, тотальным, равномерным, так как:

- корпоративная культура влияет (или не влияет) на личность в зависимости от особенностей группы, среди которых важную роль играет уровень развития коллектива. Чем выше этот уровень, тем более целенаправленным и многосторонним становится влияние. Нередко влияние отождествляется с подавлением, усреднением личности члена группы, что бывает, если он рассматривается лишь как объект педагогических воздействий;

- влияние корпоративной культуры на студента зависит от того, какое положение занимает этот студент в системе внутригрупповых отношений, что, в свою очередь, является результатом, с одной стороны, совокупности личностных качеств студента, а с другой — особенностей группы. Один и тот же студент в разных группах может занимать различное положение в зависимости от сложившихся в студенческой группе ценностей и норм поведения;

- влияние корпоративной культуры на студента определяет уровень товарищества (дружбы, приятельства, доброжелательности и пр.) микрогруппы, к которой студент принадлежит, и какое отношение к этой группе со стороны куратора;

- влияние корпоративной культуры на студента зависит от её значимости для каждого конкретного студента.

Следует отметить, что корпоративные отношения, возникающие в студенческой группе, не являются её устойчивой характеристикой. Следовательно, они должны быть объектом специальной педагогической заботы. Процесс вхождения студента в систему отношений в группе, прежде всего, глубоко индивидуален. Его трудность и неоднозначность определяют не только психологические особенности личности, но и её социальный опыт, процесс обмена которым достаточно сложен. Для личности, развивающейся неблагоприятно, акт социального взаимопроникновения может привести как к её «выздоровлению», так и, наоборот, к деградации из-за давления большинства. Поэтому развитие студенческой группы посредством формирования её корпоративной культуры должно быть сбалансированным. Цели, реализуемые в студенческой группе, её деятельности, характер

отношений в ней должны гармонично сочетаться с ценностными характеристиками воспитательной системы высшей школы: студент должен быть первичным элементом в структуре общего воспитательного коллектива и при этом сохранять свою индивидуальность. Так, корпоративная культура каждой отдельной группы может обогатить общефакультетский коллектив, внести в него свою специфику. Например, группы первокурсников могут стать объектом внимания и заботы, при условии если целенаправленно развивать у старшекурсников радостное отношение к «младшим». Группы средних курсов — это основа актива внеучебной деятельности. Есть основания полагать, что характерные для них жизнерадостность, динамизм, оптимизм благотворно повлияют на эмоциональную атмосферу на факультете. Лицо же факультета определяют старшекурсники. Именно их деятельность и характер отношений создают ориентиры для других групп. При продуманной организации жизнедеятельности они могут стать активными помощниками педагогов в формировании корпоративной культуры факультета, а нередко и сами способны организовать внеучебную деятельность.

Сплочённость группы на основе сложившейся корпоративной культуры особенно благоприятно сказывается на установлении и развитии внешних связей группы, на усвоении внутренней и внешней среды вуза. Возможности группы здесь обычно весьма ограничены. Её развитие может происходить более интенсивно, если она представляет собой открытое сообщество. Корпоративная культура помогает группе в установлении как внутренних связей с другими группами и другими объединениями студентов и педагогов внутри вузов, так и внешних. Тем самым расширяется объём деятельности группы, поле межличностных и внутригрупповых взаимоотношений.

При этом с развитием корпоративной культуры всё большее значение придаётся возвращению индивидуального образа каждого члена группы. Именно в этом направлении корпоративная культура сегодня получает дополнительные источники своего развития. Это происходит вследствие того, что группа, усвоив всё то, что ей предлагала корпоративная культура (многообразие деятельности, ценностные ориентации, характер отношений, нормы поведения), и, воссоздав это в том или ином объёме, выходит на новый качественный уровень развития.

Итак, совершенствование воспитательной деятельности в вузе должно происходить в контексте формирования корпоративной культуры студентов, так как именно она в значительной мере определяет систему ценностей, норм поведения, традиций студенческой группы за время её существования. Будучи принятой большинством членов, корпоративная культура студенческой

группы определяет способ их действия и взаимодействия как внутри микросреды, так и в общеузовской и профессионально-трудоуовой жизни.

Функции корпоративной культуры по координации, компенсации, защите, развитию и гуманизации взаимодействия студентов реализуются посредством чёткого определения для членов студенческой группы общих целей и обеспечения благоприятных условий их реализации. Взаимовлияние корпоративной культуры группы и студента в равной степени весомо и объективно: корпоративная культура стимулирует, обогащает и дополняет деятельность группы, которая в свою очередь своими общегрупповыми характеристиками и индивидуально-психологическими особенностями её членов определяет общие параметры складывающейся в группе культуры, атмосферы, психологического климата. Все эти групповые процессы оказывают сильное влияние на личность студента, на успешность его учебной деятельности и профессионального становления, продуктивность адаптации к различным условиям жизни.

### Литература

1. Вершиловский, А. Я. Корпоративная культура студенчества как инструмент реализации миссии университета // Совет ректоров. 2015. С. 79–84.
2. Ивлева, М. И. К вопросу о месте корпоративной культуры вуза в духовно-нравственном воспитании студентов // Фундаментальные и прикладные исследования: опыт, проблемы и перспективы: сб. науч. трудов (I Междунар. науч.-практ. Конф.). 2017. С. 434–443.
3. Самойлов, А. А. Просоциальные позиции личности как психологический фактор интегративных процессов в студенческой группе // Гуманитарно-педагогическое образование. 2016. Т. 2. № 4. С. 46–53.
4. Стандарт организации воспитательной деятельности образовательных организаций высшего образования [Электронный ресурс]. URL: [https://www.tversu.ru/structure/uvr/docs/standart\\_vd.pdf](https://www.tversu.ru/structure/uvr/docs/standart_vd.pdf)
5. Столпак, А. А. Корпоративная культура как фактор, обуславливающий профессиональное самоопределение студентов // Профессиональное самоопределение молодёжи инновационного региона: проблемы и перспективы: сб. статей. 2017. С. 178–180.
6. Шамоу, И. В. Корпоративная культура студентов как фактор социальной адаптации и патриотического воспитания личности // Совершенствование воспитательной работы в вузе: патриотическое воспитание — приоритетное направление воспитательной работы в вузах: сб. статей (IV Межвуз. науч.-практ. конф.). 2018. С. 112–116.
7. Шамоу, И. В. Формирование корпоративной культуры студентов в образовательной среде университета // Казанская наука. 2015. № 11. С. 306–308.

~