

зумно мотивировать студентов к вертикальной научно-профессиональной мобильности путем активизации их продуктивно-творческих сил, включения процессов соревнования в учебную и внеучебную деятельность, а также ориентации на футурологичность их жизненного пути, т. е. на выстраивание ими сценария их будущей профессиональной и внепрофессиональной деятельности.

### Список литературы

1. Гончаров С. З. Логико-категориальное мышление: в 3 частях / С. З. Гончаров. Екатеринбург: Изд-во Рос. гос. проф.-пед. ун-та, 2011. Ч. 3: Аксиология мышления. 609 с.

2. Ильин И. А. Стань цельным / И. А. Ильин // Собрание сочинений: в 10 томах. Москва: Русская книга, 1993. Т. 8. С. 433–439.

3. Фролов С. С. Социология: учебник / С. С. Фролов. 4-е изд., стер. Москва: Гардарики, 2003. 344 с.

УДК [378.1:37.017.922]:378.14.015.62

*М. А. Дремина*

*M. A. Dremina*

### Корпоративная культура вуза как инструмент формирования транспрофессиональных компетенций будущих специалистов

### Corporate culture of higher education institution as instrument of formation of transprofessional competences of future experts

*Аннотация.* Освещена проблема формирования транспрофессиональных компетенций будущих специалистов в специально созданных условиях корпоративной культуры вуза. Предложено использовать миссию и ценности вуза в качестве ключевых ориентиров при проектировании образовательной деятельности, в разработке образовательных программ и другой корпоративной нормативной документации, отражающей основные принципы формирования актуальных компетенций.

*Abstract.* The article is devoted to the problem of forming transprofessional competences of graduates under specially created conditions of corporate culture in

*a higher education institution. It is offered to use the mission and values of a higher education institution as key reference points in design of educational activities, in development of educational programs and other corporate standard documentation reflecting the basic principles that form actual competences.*

**Ключевые слова:** *транспрофессиональные компетенции, корпоративная культура вуза, компетентностная модель транспрофессионала, субъект-субъектное взаимодействие, личностно ориентированный подход.*

**Keywords:** *transprofessional competences, corporate culture of higher education institution, competence-based model of the transprofessional, the subject-subject interaction, the personal focused approach.*

Актуальные для развития современного общества транспрофессиональные компетенции будущих специалистов могут успешно формироваться лишь в специально созданных условиях корпоративной культуры вуза. Поскольку основными целями корпоративной культуры вуза являются раскрытие интеллектуально-творческого потенциала обучающихся, актуализация их личных и профессиональных способностей, гармонизация внутрикорпоративных отношений, улучшение психологического климата, а также формирование актуальных компетенций, необходимо разработать такую модель культуры, которая способствовала бы формированию транспрофессиональных компетенций студентов.

Рассмотрим основные структурные элементы корпоративной культуры и то, какие функции они выполняют при организации различных направлений деятельности вуза, в том числе образовательного. Системообразующий элемент корпоративной культуры – *миссия*, которая является совокупностью представлений об основополагающих ценностях, целях и пространстве развития образовательной организации, о том, что она несет, производит вовне, зачем она нужна обществу, государству, людям. Миссия представляет собой ясно сформулированное, побуждающее к действию емкое изложение перспективного будущего вуза, принципов и способов продвижения к этому идеалу [4, 6].

Миссия помогает концентрироваться на главном направлении в развитии вуза и оценивать относительно него все остальные задачи, одновременно сверяясь с событиями во внешней среде. Миссия является ключевым ориентиром в выстраивании векторов образовательной, научно-исследовательской и других видов деятельности университета. Также она служит ориентиром при разработке образовательных программ, корпоративных стандартов и других видов корпоративной нормативной документации, отражающих основ-

ные принципы формирования актуальных компетенций всех участников образовательного процесса. Миссия вуза должна реализовываться в работе преподавателей для обеспечения единой образовательной политики.

Следующий элемент корпоративной культуры – *система ценностей* – предназначен для регулирования социального поведения персонала, преподавателей и обучающихся. Профессиональное и личностное развитие, формирование актуальных компетенций, самореализация обучающегося вряд ли могут успешно осуществляться без ясного понимания собственной системы ценностей и ее взаимосвязи с системой корпоративных ценностей вуза [3, 7]. Процесс установления взаимосвязи ценностей крайне важен, поскольку он порождает идентичность. Социально-внешнее при этом переходит в индивидуально-внутреннее, приобщая индивидуума к общим ценностям. Это не противоречит развитию его потенциала по индивидуальной траектории, а наоборот, создает ориентацию и опору на принятые социально-культурные образцы. Корпоративные ценности вуза, воплощенные в стиле производственной деятельности, в социально-профессиональных и педагогических взаимодействиях, точках зрения, отношениях, убеждениях, в поведенческих паттернах, являют собой корпоративную культуру участников образовательного процесса. Несовпадение собственных ценностей с ценностями корпоративными лишает обучающегося ощущения приобщенности, может вызвать состояние фрустрации, психологического дискомфорта, препятствовать эффективной социализации. Ценности создают гибкий механизм регуляции жизнедеятельности вузовского сообщества, подчиняя себе функционирование наиболее важных обычаев, норм и правил поведения. Ценности вуза в образовательном процессе должны стать основой целеполагания при разработке образовательных программ. В свою очередь, цели, задачи и методы обучения должны быть направлены на формирование способности у обучающихся разделять корпоративные ценности и транслировать корпоративную идентичность в жизнедеятельности.

Ориентация на систему ценностей и миссию позволяет создать в вузе определенную систему норм и правил поведения для всех участников образовательного процесса. Нормы и правила поведения регулируют и систематизируют множественные социально-профессиональные коммуникации, служат основой для решения различных задач и проблем [1]. Содержать нормы и правила могут кодекс корпоративной культуры, корпоративный стандарт, основополагающие принципы корпоративной культуры и т. д.

Корпоративной культуре вуза присущи следующие симулятивные тенденции: происходит некоторая унификация индивидуальности каждого человека, попавшего в поле действия корпоративных стандартов; в рамках корпоративной культуры производятся типичные, однотипные и предсказуемые смыслы; поведение человека должно соответствовать заданному стандарту. Впрочем, средовой фон не ограничивает полностью человека, но, соглашаясь на предлагаемые условия, субъект тем самым входит в такую среду, которая уже смоделирована и задана. Поэтому от того, насколько человек готов отказаться от персональных интересов и адаптироваться в сформированных условиях, принять их как среду развития своего профессионального и личностного потенциала, зависят его гармоничное включение в корпоративную общность и дальнейшее продвижение. На таких добровольных решениях людей строятся происходящие в вузе коллективные (в том числе образовательные) процессы.

Таким образом, корпоративная культура вуза – это заданные, смоделированные и регулируемые посредством системы ценностей, норм и правил поведения уникальные социокультурные условия протекания производственных, в том числе образовательных, процессов, которые обеспечивают возможность всем участникам в совместной деятельности развивать профессиональный и личностный потенциал. Корпоративная культура также является инструментом регулирования социально-профессиональных и педагогических взаимодействий, в рамках которых осуществляется формирование актуальных компетенций и корпоративных поведенческих паттернов.

Если перед вузом стоит задача формирования новых, транспрофессиональных, компетенций у обучающихся, то это может повлечь за собой пересмотр и совершенствование модели корпоративной культуры. Согласно мнению П. В. Малиновского [5], транспрофессиональные компетенции – это наличие узкой специализации в какой-либо профессии; способность к межпрофессиональной коммуникации; способность к трансдисциплинарному синтезу знаний; ориентация на сочетание фундаментальных исследований с практическим решением проблем; навыки командной работы; постоянное саморазвитие и самосовершенствование; вхождение в то, что получило название *community of practice* (профессиональные и транспрофессиональные сети). Транспрофессионалы должны быть готовы свободно за счет своего мышления и способов организации своей деятельности работать в различных профессиональных средах. Специфика транспрофессиональ-

ной работы – умение комплексировать методы, средства и способы мышления и деятельности в соответствии с конкретной проблемной ситуацией, не имеющей стандартных вариантов решения [2].

Проектируемая на основании данных характеристик компетентностная модель транспрофессионала не может иметь ограниченное количество компетенций, поскольку транспрофессионализм – это непрерывный, осуществляемый на протяжении всей жизни процесс обретения новых компетенций. Такую модель можно представить в виде открытой системы, содержащей базовый набор заданных компетенций, а также неограниченное число свободных позиций для заранее неизвестных компетенций. Компетентностная модель транспрофессионала как система обладает функциями самоорганизации и самоуправления, поскольку ее носитель самостоятельно идентифицирует требуемые компетенции, осуществляет их поиск и обретение. Для этого ему необходимо все время находиться в своеобразном путешествии с погружением в различные социально-культурные условия, в которых протекают соответствующие образовательные процессы. Если представить образ вуза, способного обеспечить обучающемуся такую возможность, то это будет неограниченное по масштабу, с постоянно увеличивающимся числом элементов, транскультурное пространство наподобие универсума.

Возникает вопрос: насколько вуз является таким «универсумом», способным формировать транспрофессиональные компетенции? В определенной мере вуз и есть такое образовательное пространство, поскольку его структурные подразделения (институты, факультеты, кафедры), находящиеся во взаимодействии, стремятся создавать собственные корпоративные культуры. В вузе, изучая разные дисциплины, обучающийся погружается в различные социокультурные условия, взаимодействуя с носителями культур – преподавателями. Однако вряд ли к моменту окончания вуза новоиспеченный специалист может называться транспрофессионалом, если в ходе его обучения не был актуализирован субъект-субъектный характер педагогических взаимодействий и не применялся личностно ориентированный подход. Их реализация в образовательном процессе подразумевает инициативу обучающегося и наличие у него возможности самостоятельно выбирать дополнительные компетенции для выстраивания индивидуальной траектории профессионального и личностного развития, способствует формированию его транспрофессионализма. Вместе с тем ресурсов одного вуза для развития транспрофессиональных компетенций выпускника в условиях глобального рынка труда может оказаться

недостаточно. Поэтому вуз должен предоставить обучающемуся возможность «погружения» в необходимые ему образовательные процессы, которые протекают в иных, чем в альма-матер, социально-культурных условиях. Для решения этой задачи в настоящее время активно развивается так называемое сетевое взаимодействие, позволяющее вузам объединять образовательные ресурсы для использования их всеми участниками сети.

Возвращаясь к проблеме формирования корпоративной культуры, необходимо отметить следующее. Чтобы механизм по обретению транспрофессиональных компетенций обучающимися мог эффективно функционировать, изначально необходимо привнести соответствующие смысловые изменения в основные структурные элементы корпоративной культуры. В частности, в развернутом варианте миссии, помимо указания уникальности вуза, должны появиться следующие принципы: ориентированность на личность, инновационность, открытость, партнерство (в том числе, международное), интегрированность в мировое образовательное пространство и т. д. В систему ценностей вуза должны добавиться такие ценности, как ориентация на обучающегося, социальная и профессиональная мобильность, толерантность, успешность выпускника и т. д. В систему документооборота вуза, в частности в образовательные программы, необходимо внести изменения, связанные с корректировкой целей (миссии) вуза. В педагогической практике важно осуществить разработку средств и методов обучения, предназначенных для формирования новых компетенций и для развития способности обучающихся транслировать в социально-профессиональных взаимодействиях корпоративную идентичность. Если обучающийся в ходе такой трансляции сможет воспроизводить транспрофессиональные поведенческие паттерны (и вследствие этого он будет восприниматься деловым окружением как транспрофессионал), то можно считать, что вуз успешно реализует свою миссию, а вузовское сообщество способно эффективно использовать корпоративную культуру в качестве инструмента формирования актуальных компетенций и развития профессионального и личностного потенциала участников образовательного процесса.

### **Список литературы**

1. *Дремина М. А.* Корпоративная культура российских организаций в области качества / М. А. Дремина, Т. Е. Воронцова // Технологии качества жизни. 2006. № 6 (1). С. 23–32.

2. *Калмыков А. А.* Конвергенция – возможность универсального журнализма в рамках профессиональной идентичности [Электронный ресурс] / А. А. Калмыков. Режим доступа: <http://www.ipk.ru/index.php?id=2231>.

3. *Копнов В. А.* Принципы качества жизни / В. А. Копнов // Стандарты и качество. 2003. № 2. С. 37–41.

4. *Макаркин Н. П.* Миссия университета / Н. П. Макаркин, О. Б. Томилини // Университетское управление: практика и анализ. 2003. № 5–6 (28). С. 9–13.

5. *Малиновский П. В.* Вызовы глобальной профессиональной революции на рубеже тысячелетий [Электронный ресурс] / П. В. Малиновский // Российское экспертное обозрение. 2007. № 3 (21). С. 21–24. Режим доступа: <http://www.csr-nw.ru/upload/21.pdf>.

6. *Повзун В. Д.* Миссия университета – история и современность / В. Д. Повзун // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 1. С. 13–21.

7. *Трубникова Н. М.* Заинтересованные стороны и процессный подход в системе менеджмента качества центра дополнительного образования для детей / Н. М. Трубникова, Н. Н. Киосе, В. А. Копнов // Фундаментальные исследования. 2011. № 8. С. 312–317.

УДК [331.54:62–057.4]:316.346.2

*Е. В. Кеммет*

*E. V. Kemmet*

## **Выбор инженерной профессии: гендерный аспект<sup>1</sup>**

## **Choice engineering profession: the gender dimension**

*Аннотация.* Проанализированы вопросы выбора профессии сквозь призму гендерного подхода. Рассмотрены проблемы привлечения и удержания женщин в инженерной области. Зафиксировано сохранение гендерных стереотипов в этой профессиональной сфере и определенное их «размывание».

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена в рамках проекта № 13-06-96013 «Формирование современной технической элиты в условиях модернизации экономики Свердловской области: проектирование модели непрерывного инженерного образования», поддержанного РФФИ-Урал.