

Данная структура предполагает интеграцию дисциплин психолого-педагогического цикла в опоре на сформированные (или совершенствуемые) навыки публичного выступления, поскольку в основе названных дисциплин лежит, на наш взгляд, общий, объединяющий эти дисциплины принцип – искусство убеждать. Среди наших умений (особенно это существенно для преподавателей) найдется немного столь важных, как умение убеждать. От того, убедим ли мы, зависит наш профессиональный и человеческий успех и наше настроение. Умеющий убеждать идет от победы к победе (и в малом и в большом), а неумеющий коллекционирует поражения. Однако, как отмечают многие практики, авторы курсов по культуре речи, самостоятельно решиться на обучение родному языку, культуре родной речи готовы не все, именно поэтому необходимо продумать систему технологий культурно-речевого образования взрослых и пути привлечения их к этому процессу обучения.

### **Литература**

1. Кан-Калик В.А. Грамматика общения – М.: Роспедагенство, 1995

**Н.Э. Акулова**

*ПУПМ, г. Екатеринбург*

## **НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ**

В условиях зарождения цивилизованной рыночной экономики в нашей стране возникает необходимость координировать требования работодателей и учреждений профессионального образования. Но здесь появляется опасность превратить систему профессионального образования в «служанку» предпринимательства, либо, впадая в другую крайность обособиться и не принимать в расчет потребности работодателей. Для того, чтобы избежать подобных ошибок нужно найти общее поле деятельности. Таким общим полем деятельности, прежде всего, будет являться корпоративная профессиональная культура.

В научной литературе идет вялотекущая дискуссия на тему о том, что считать корпоративной культурой. Прежде чем определиться с понятием корпоративной культуры необходимо выяснить, что мы будем понимать под корпоративностью вообще. Феномен корпоративности возник более двух тысяч лет назад еще в Древнем Риме. Своего расцвета корпорации достигли во времена средневековья и в преобразованном виде дожили до наших дней. Долговечность и наполненность различными смыслами дает основание говорить о его многозначности. Мы предлагаем принять точку зрения Э.А. Капитонова, кото-

рый считает, что «в современном мире корпоративизм (corporatio – объединение, сообщество, союз) является социальной реальностью – одним из способов объединяющего взаимодействия организованных групп интересов (все мы вместе) в системе социальных отношений и управления. Его инновационной особенностью является ориентация участников делового общения на согласительные и партнерские отношения в целях достижения взаимовыгодных решений и контроля за их исполнением» [1]. Тогда под корпоративной культурой мы будем понимать результаты совместной профессиональной деятельности работников и учащихся организованных профессиональных групп. Организационная культура будет рассматриваться как результаты совместной деятельности работников и обучающихся конкретного образовательного учреждения. Организационная и корпоративная культуры не существуют изолировано, они взаимодействуют, дополняют друг друга. Взаимодействие это происходит посредством профессиональной культуры сотрудников корпорации.

С середины 80-х годов прошлого столетия в научной педагогической литературе широко исследуется понятие «профессиональная культура». Было высказано множество точек зрения. Например, К.А. Абульханова-Славская профессиональную культуру определяет как «способ организации, развития определенной профессиональной деятельности, движущей силой динамики, интенсивности и содержательности, которой является личность» [2].

А.А. Деркач, Н.В. Кузьмин в своей работе «Акмеология: пути достижения вершин профессионализма» (М., РАУ, 1993) приходят к выводу, что профессиональная культура это – качественная характеристика представителя профессии, определяющаяся мерой владения субъектом деятельности современным содержанием и современными средствами решения профессиональных задач, продуктивными способами для ее осуществления. Если рассматривать с точки зрения составляющих элементов, то тогда профессиональная культура это – совокупность теоретических знаний и практических умений и навыков, присущих определенному виду труда, это – совокупность норм, правил и моделей поведения людей в условиях выполнения определенной специфической деятельности. Именно нормы, правила, традиции являются интегрирующим механизмом профессиональной культуры, благодаря которому сохраняются все достижения профессиональной деятельности.

Таким образом, существует взаимозависимость между профессиональной, организационной и корпоративной культурами. Во многом корпоративная культура определяется культурой, доминирующей в обществе. Во всяком традиционном обществе существует доминирующая культура, в соответствии с

которой у индивида формируются представления о прекрасном и безобразном, добре и зле, предназначении личности и т.д. Если говорить о современном обществе, будь то высокоразвитые европейские страны или их сырьевые дополнения, неизбежно приходится признать, что в отличии от традиционного уклада доминирующим культурам не находится места. Многие авторы говорят о том, что сегодня мы имеем дело с различными разрозненными субкультурами. Человек, воспитанный в условиях множества субкультур, неизбежно становится маргиналом. Кроме того, личность теряет свою целостность из-за невозможности определиться с принадлежностью к глобальной культуре. В этом плане корпоративная профессиональная субкультура является альтернативой всякой маргинальной культуре. Проблема заключается в том, чтобы, человек, пришедший в профессию, не оставался и, тем более, не становился маргиналом, а осваивал традиции и создавал новации в процессе своей трудовой деятельности. Корпоративная профессиональная культура – это именно та часть общечеловеческой культуры, в которую каждый трудолюбивый человек способен сделать весомый, видимый, реальный личный вклад. Можно выделить, по крайней мере, два уровня существования корпоративной культуры: культура всего корпоративного сообщества и индивидуализированная культура. Корпоративная культура индивидуализированная – это та часть корпоративной культуры, которая принята и присвоена индивидом, с одной стороны. С другой стороны, благодаря своей внутренней корпоративной культуре индивид принимает участие в процессе создания и функционирования внешней по отношению к нему организационной и корпоративной культуры. Организационная культура представляет собой средний слой, который располагается между индивидуальной и корпоративной культурами. Необходимое условие преумножения корпоративной культуры – возможность и потребность работника или обучающегося выйти за пределы существующих ограничений профессии и организации. Вся деятельность работников в рамках корпорации можно рассматривать как деятельность по созданию корпоративной культуры. При этом необходимо учитывать, что культура не всегда несет позитивность и созидательность.

Как и любая другая культура, корпоративная культура имеет множество функций. Исходя из деятельностного подхода, можно выделить ряд функций корпоративной культуры.

**Важнейшая функция феномена корпоративной культуры воспитательная**, т.е. формирование корпоративной личности. Члены корпоративного сообщества имеют общие профессиональные ценности, общие цели трудовой деятельности, идентифицируют себя с данной корпорацией, готовы нести как

личную, так и корпоративную ответственность за результаты своей деятельности, являются носителями профессиональных и корпоративных традиций и, одновременно создателями новаций, имеют профессиональную свободу. Культура должна иметь привлекательность для всех членов корпорации.

**Мотивационная функция.** Мотивационное обеспечение деятельности – формирование потребностей, склонностей, интереса, положительного отношения к данной деятельности складывается в корпорации и, во многом зависит от уровня развития корпоративной культуры. Корпорация задает способы деятельности, стимулы к творческому или механическому труду. Мотивация достижения – потребность в достижениях в профессиональной деятельности, особенно в условиях соревнования с другими людьми также определяется корпорацией

**Функции преемственности в корпоративной системе.** Корпоративная культура опредмечена в знаковых системах: корпоративных преданиях, мифах, легендах, философии, религии, профессиональном опыте и традициях. Накапливается как позитивный, так и негативный опыт. Ответственность за аккумуляцию и передачу созидательного опыта ложится на всех членов коллектива.

**Функция инновации:** корпорация обеспечивает возможность творческого труда работников, а результаты представляет на рынке.

**Регулятивная функция корпоративной культуры:** обязательным элементом корпоративной культуры являются различные нормы, на основе которых строятся вся корпоративная деятельность; статусно-ролевая структура, взаимоотношения работников. Нормы могут выступать в качестве законов, подзаконных нормативных актов, или, неписанных правил.

**Семиотическая функция:** профессиональный язык, корпоративная символика, дизайн и т.д. являются важнейшими средствами существования и развития корпоративной культуры.

**Аксиологическая функция:** корпоративная культура представляет собой систему профессиональных, нравственных, интеллектуальных и эстетических ценностей. Процесс профессионального образования дает возможность воспитать корпоративные качества, выявить профессиональные (корпоративные) ценности, создать необходимые педагогические условия для принятия и развития их индивидом.

**Функция корпоративной интеграции:** поиск общих интересов и путей совместного удовлетворения профессиональных потребностей. Деятельность, объединенная совместными усилиями работников для утверждения социальной

значимости профессии; создания социальных условий и гарантий для совершенствования профессионализма, улучшения качества результатов труда. Корпоративная культура обеспечивает эффективное и продуктивное взаимодействие членов корпорации и ее структур, обеспечивает стабильность и воспроизводство корпоративной среды.

### **Литература**

1. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. – М., 2005, с. 298.
2. Абульханова К.А. Мотивационное поведение и формирование личности. – М.: Мысль, с.55.

**О.П. Белкина**

*ЕЭМК, г. Екатеринбург*

### **О ФОРМИРОВАНИИ КУЛЬТУРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ СТУДЕНТОВ СРЕДНЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ**

Потребность общества в специалистах, обладающих не только обширными профессиональными знаниями, но и развитыми социально-личностными качествами, обуславливает внимание системы образования к формированию личности обучаемого. Какие качества необходимы человеку современного и будущего демократического общества для решения его личных и профессиональных задач? Среди этих качеств можно перечислить: самостоятельность, ответственность, коммуникабельность, толерантность, умение решать проблемы автономно, а также в группах и т. д.

Необходимость обучения подобным качествам (компетенциям) и является ответом образования на вызовы современного общества, которое характеризуется всё возрастающей сложностью и динамизмом. Поэтому и компетентный подход в образовании сосредотачивается на том, чтобы не увеличить объём информированности человека в различных предметных областях, а помочь людям самостоятельно решать проблемы в незнакомых ситуациях. Те же умения, которые помогают человеку ориентироваться в новых ситуациях своей профессиональной, личной и общественной жизни, достигая поставленных целей, стали называть компетенциями или ключевыми компетенциями [2]. Среди ключевых компетенций значатся и культурные компетенции.

Мы осуществим сравнительную характеристику культурных компетенций разных авторов, в результате чего внесём некоторые уточнения в содержание понятия «культурные компетенции». Так в программе развития образования до 2010 года Европейский Союз рассматривает культурные компетенции