

вом моделей поведения, мышления, оценок, мнений и прочего. Причем ценности в этой связи - некоторая достаточно фундаментальная устойчивая ориентация, сформированная самим индивидом в процессе его социализации, некоторая целостная картина мира, которую он выбрал для себя сам и которая помогает ему в его дальнейших взаимоотношениях с миром, определяет его симпатии, выбор в различных социальных ситуациях, цели его жизнедеятельности.

Реклама, как известно, отражает ценности общества, в котором она ретранслируется. Это аксиома. Часто эту формулу расширяют, и тогда возникает тема формирования новых ценностей. Утверждая ценности, разделяемые всеми членами общества, реклама обеспечивает социальную стабильность, в то же время, формируя новые ценности, задает некие новые ориентиры в движении социуму, способствует его трансформации. Это подтверждает сегодняшний рост индивидуалистических тенденций в обществе.

А.В. Каменщикова

ПРОФЕССИОНАЛЬНО – ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ МОТИВАЦИЯ СТУДЕНТОВ, ОБУЧАЮЩИХСЯ НА ВНЕБЮДЖЕТНОЙ ОСНОВЕ

Активная внебюджетная деятельность вузов стала реальностью. Программа социальных реформ в Российской Федерации на период 1996-2000 годов, утвержденная постановлением Правительства РФ от 26 февраля 1997 года, прямо предусматривает совершенствование системы финансирования высшего и послевузовского образования на основе консолидации бюджетных средств всех уровней, внебюджетных источников и средств населения, с использованием федерального финансирования для обеспечения минимальных нормативов

Сегодня часть высшего образования является платной. С каждым годом в государственных вузах растет число студентов, оплачивающих свое обучение.

Мы можем предположить, что это накладывает определенный отпечаток на состав студентов, их образовательную мотивацию, отношение к учебе. И хотя профессионально - образовательная мотивация студентов активно исследуется, категории студентов - «платников», без сомнения, имеющей свою собственную специфику, практически не уделяется внимания.

Наше исследование было проведено на базе УГППУ среди студентов, обучающихся на внебюджетной основе. Из опрошенных студентов половина сообщают о том, что решили поступить на свой факультет в последний момент перед сдачей вступительных экзаменов, 38% студентов

сделали свой выбор в 11 классе и лишь 12% знали, на какой факультет они будут поступать уже в 8-9 классе.

Что же движет студентами при выборе будущей профессии? Наблюдается некоторое смещение ответов респондентов в сторону нескольких мотивов. Например, таким мотивом как искренний интерес к профессии руководствовались 44% опрошенных. Ведь студенты имеют средства, чтобы оплатить свое обучение, а следовательно, есть и возможность выбрать ту профессию, которая вызывает интерес. Важными для респондентов также являются высокооплачиваемость и востребованность будущей профессии на рынке труда (по 38% опрошенных). Такую ситуацию можно объяснить тем, что еще до поступления в вуз студенты предусмотрели возможность в будущей профессиональной деятельности возврата (с процентами) денежных средств, которые они затратят на получение образования.

Образование занимает важное место в структуре жизненных ценностей студентов, обучающихся на внебюджетной основе (34% от числа опрошенных). Но для большинства студентов образование является лишь средством для достижения материального благополучия (63% опрошенных). Вторыми по значимости выступают профессиональные и самореализационные мотивы образовательной деятельности (по 38% опрошенных).

Как же реально проявляют себя студенты в учебной деятельности, пытаются достичь поставленных целей? В целом наблюдается хорошая успеваемость по учебным дисциплинам (лишь 3% опрошенных студентов сдали прошлую сессию неудовлетворительно, то есть не справились с предлагаемым к изучению объемом материала). При этом девушки учатся значительно лучше и в несколько раз реже пропускают занятия по неуважительным причинам, чем юноши. Те студенты, которым нравится отвечать на занятиях, выступать с докладами и т. д. намного активнее ведут себя на занятиях, чем те, которым не нравится отвечать на занятиях и делать доклады.

Самообразовательные ориентации в структуре образовательной деятельности студентов-«платников» занимают незначительное место. Большинство студентов посещают библиотеки, читают дополнительную литературу для подготовки к занятиям не чаще, чем 1-2 раза в месяц, хотя при этом многие признают важность самообразовательной деятельности. Такую ситуацию во многом объясняет утверждение 60% студентов о том, что вуз в недостаточной мере ориентирует на развитие навыков самообразовательной деятельности.

Подводя итог, можно сказать, что профессионально – образовательная мотивация студентов, обучающихся на внебюджетной основе, представлена различными ориентациями, такими как материальные, самореализационные, личностные, ведущими среди которых являются ориентации инст-

рументальной направленности. Данный факт подтверждает и низкая активность студентов в сфере самообразовательной деятельности.

Т.В. Козлова
К.А. Гончарова

ИДЕАЛЬНО-ТИПИЧЕСКОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ КАК МЕТОД АНАЛИЗА УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ

«Жизненное» пространство организации можно охарактеризовать как «картину повседневности», формируемую группой. Эта «мнимая действительность» - идеальное представление, «тип», осуществляемый как «кредо» организации. По М. Веберу - это обобщенная картина мира, согласно которой выстраивается динамика человеческого поведения. Проблема возникает при несовпадении «идеально-типической» и реальной моделей организации, что приводит к конфликтам, усложняя процесс взаимодействия внутри группы.

Метод анализа управленческой ситуации должен учитывать идеально-типическую действительность изучаемой организации, особенности ее реальной (статистической) модели. В перспективе необходимо расширить сферу применения данного метода, т.е. актуализировать его для решения ситуационных и динамических проблем группы.

Конструируются две модели изучаемой группы: 1. совокупность представлений участников о коллективе (группа опрашивается, определяется тенденция, строится график); 2. реальная модель (численность группы, динамика состава в целом и т.д., графическая интерпретация). Затем модели соотносятся, определяется степень корреляции. Рекомендации по управлению изучаемой группой основываются на выявленных показателях по профессиональному и культурному статусу, по целям обеих сторон, по мотивации труда. Возможен прогноз управленческой ситуации.

Нами была опрошена группа (10 человек). Острый конфликт в ней отсутствовал. Представления о «типе» и сам «идеальный тип» организации не совпадают (отклонение от средней тенденции группы - 10-12%). Высокий уровень идентификации индивидов с организацией, т.к. сложившиеся неформальные отношения позволяли согласовать «идеальный тип» организации с представлениями о нем. Профессиональный и культурный статус способствуют идентификации с организацией. Эффективность работы в рамках данной организации тесно связана с уровнем самооценки трудящихся, а также с корреляцией ценностей и задач (подтверждено результатами других исследований).

Правомерность применения идеально-типического конструирования как метода анализа управленческой ситуации обосновывается исследованиями и результатами одного из этих исследований, приведенными