

нигилистических, разрушительных, внутрикорпоративных норм поведения.

Научный анализ феномена корпоративной культуры образовательных учреждений может не просто привести в систему отдельные аспекты обсуждаемых вопросов, но и создать целостное представление о характере организации работы учреждений высшего образования и обеспечить оптимальный путь достижения стоящих перед университетами задач.

### **Литература**

1. Краткий психологический словарь. М.: Политиздат. 1985.
2. Франц А.С. Российские нравы: истоки и реальность. Екатеринбург: Ур ГУ, 1999.

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ-Урал, 2007, №07-06-83680г/У



**С.В. Франц**

*Уральский юридический институт МВД России, г. Екатеринбург*

### **О ПЕДАГОГИЧЕСКОМ КОЛЛЕКТИВЕ И КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ**

Перестройка как глобальное изменение жизненного уклада советского человека коснулась и сложившейся системы внутриколлективных отношений. Любой коллектив ориентировался на вполне определенную систему ценностей, норм, профессиональных предпочтений, сложившихся традиций и т.п. Они формировались в определенной социально-профессиональной среде, соответствовали ее субкультуре, но в целом задавались отношениями макроуровня – производственными отношениями развитого социализма с их духом коллективизма, товарищества, сотрудничества, взаимоподдержки. (Термины, произвольно всплывшие из подсознания, свидетельствуют о глубокой укорененности в нем самих явлений.) Во-первых, душу греет термин «коллектив»; его сакральный характер очевиден. Коллектив целиком растворяет в себе человека, делая его частью чего-то осознанно

большого, наделенного телеологическим и онтологическим статусом. Магия слова «ко-лл'ект'ив» с его фонстической мягкостью согласных и смысловой закольцованностью словоформы, предпосланной префиксом «ко-», сродни действию нейрорептика. Оно успокаивает и делает безболезненным процесс подчинения коллективной воле, выполняет функцию нейролингвистического оберега. В идеале коллектив создает условия для проявления индивидуальности, но, диффундируя ее внутри профессионального сообщества, уникализует себя. А это, в свою очередь, является следствием и свидетельством креативной природы системы социализма с ее производственными отношениями. Так формируется единство и соподчиненность микро и макро уровней целостного социального организма. Термин «со-ревн-овательность» тоже необычайно выразителен. Его можно интерпретировать как чувство коллективного сопереживания, возникающее на основе преданности общему делу и «предвзятому» к нему отношению. Соревновательность сродни принципу товарищеской состязательности, а не конкурентной борьбы (в современных терминах рыночной экономики).

Деконструкция сложившейся к 90-м гг. XX века социально-политической и экономической системы привела к изменению их инфраструктуры и коснулась всех уровней общественных отношений. Резкий поворот экономического флюгера в сторону рынка и коммерциализация всех сфер деятельности скорректировали их принципы. Патриархальный «коллектив» распался, уступив место «фирме», «ассоциации», «корпорации», «союзу» и т.д. «Мега-лизация» производства, потребления, распределения товаров и услуг изменила принципы их организации и регулирования внутрисистемных отношений. В них отразились процессы «глобализации», что подтверждается массовым появлением таких профессий, как администратор, менеджер по управлению персоналом, топ-менеджер и др. Социолингвистический

анализ демонстрирует необходимость *управления* большими профессиональными группами, знания *принципов, методов, технологий управления* и т.п. Из их совокупности формируется культура новых постиндустриальных отношений, называемых «корпоративными».

Однако прививка культуры на профессиональной почве требует подбора и пестования уникального саженца, а не тотальной высадки стандартных сортов. Однако, в современных коммерческих предприятиях пока чаще происходит массовое выращивание стандартных корпоративных культур на основе заимствованных технологий. Они либо используют стиль раскрученного брэнда, либо, в лучшем случае, дозревают до уровня формирования индивидуального «фирменного стиля», т.е. ограничиваются внешними проявлениями культуры, т.е. хотят выглядеть культурными. Отсюда стремление к демонстрации успешности, визуализация состоятельности, респектабельности, желание выделиться, атомизироваться, поставить личные интересы выше партнерских, победить любой ценой. А вот истинной культуры, в ее основном значении как показателя степени развития корпорации пока не создано. Идеология корпораций ее не подготовит и не заменит, поскольку определяет уровень частных притязаний и порождает ситуацию, соответствующую выражению «каждому попу по своей вере». Происходит микромизация культур, атомизация культуры как целостного социального образования, поэтому выражение «корпоративная культура» пока звучит слишком гордо. Корпоративная субкультура – профессиональное «новообразование», основанное на таких принципах рыночной экономики, как индивидуализм, ригоризм, конкуренция, сверхприбыль... Вряд ли эти слова смогут сегодня вызвать у кого-либо чувство неприязни, а вот сузить сферу профессионального применения – да.

Возможна ли корпоративная культура педагогов? Каких? Среднего звена, высшей или начальной школы? Корпорация педагогов – как она

должна выглядеть, из каких страт состоять? Изменения в области образования у нас, несомненно, произошли глобальные, они коснулись статуса и структуры образовательных учреждений, организации учебного процесса, методик преподавания, но главное – качества образования. Оно снизилось в процессе коммерциализации профессионально-педагогической деятельности, дискредитировав законы рыночной саморегуляции, да и саму профессию, низведя педагога до уровня клерка. Язык отражает и это явление: педагог сейчас не обучает, а «оказывает образовательную услугу», а в заключаемых вузами договорах номинируется как «исполнитель». Следовательно, лишь бы «заказчик» был доволен, «кто платит, тот и музыку заказывает». Только, как показывает опыт, принципы организации педагогической деятельности изменить можно, а вот содержание, обеспечивающее соответствующий времени уровень образования (понимай шире – культуры), – нет. Педагогическая деятельность сама по себе консервативна (в хорошем смысле). Мастерство владения методическими приемами, формирование дидактических навыков, педагогический такт, индивидуальный стиль прямо пропорциональны опыту профессиональной деятельности. В ней особенно нагляден диалектический закон перехода количества в качество. Как хорошему коньяку педагогу нужна многолетняя выдержка. Необходимо реставрировать принцип преемственности, возродить систему наставничества, так как ригоризм и амбициозность начинающих педагогов, их желание быстро самоутвердиться и побольше заработать чреваты конфликтами со студентами, конфронтацией с администрацией, снисходительным отношением к «мэтрам». Проявления индивидуализма свойственны и педагогам «со стажем». Конкурентные отношения сужают сферу профессионального общения, поскольку все коллеги превращаются в соперников, стремящихся завладеть уникальной педагогической технологией, опередить во внедрении новой методики, да и просто

перебить заработок...

Можно ли остановить и повернуть вспять эти процессы, сформировав (или повысив) корпоративную культуру педагога? Эта профессия скрепляет, а не атомизирует социум, она предполагает преемственность, открытость общению и поддержку начинающих. Без методического взаимодействия, эмоционально-нравственной подпитки, интеллектуальной подзарядки невозможно саморазвитие педагогического организма. Старым добрым педагогическим коллективам с их совпадениями макропринципов и микротрадиций, сформированной культурой общения оберегать от этих явлений удавалось.

**Н.К. Чапаев**  
*РГППУ, г. Екатеринбург*  
**И.П. Верецагина**  
*УрГПУ, г. Екатеринбург*  
**Н.Э. Акулова**  
*ИРРО Свердловской области, г. Екатеринбург*

## **К ИСТОРИИ КОРПОРАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Корпоративное профессиональное образование имеет богатую историю как за рубежом, так и у нас. Яркий пример — деятельность горнозаводских школ, в которой фактически не столько решались образовательные и производственные задачи, сколько достигалась общая единая образовательно-педагогическая цель. Основой такой деятельности явилось корпоративное (заводское) образование, которое строилось в соответствии с духовными ценностями, социально-профессиональными традициями и особенностями технико-технологического развития горнозаводского производства. В целом эта деятельность строилась на базе философии победителей, философии лидерства: наша продукция — лучшая в мире. Так оно и было.

Важнейший результат корпоративного горнозаводского образования