

РЕЧЕВАЯ КУЛЬТУРА КАК ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Данные тезисы содержат результат осмысления существенного для понимания современной жизни образовательного учреждения концепта *корпоративная культура* (работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ-Урал, 2007, №07-06-83680Г/У).

1. В последние годы наблюдается повышенный интерес к организационной культуре, отмечается, что корпоративная культура непосредственно влияет на все производственные показатели компании или организации. Данное мнение сложилось в результате развития некоторых явлений в жизни общества: произошли изменения в структуре и характере организаций; политика всех процветающих компаний обязательно включает в себя представление о корпоративной культуре как залого успеха организации; появились количественные показатели, эмпирические свидетельства связи между культурой компании и ее производственными показателями [2, с.77-78].

Конечно, культура не единственная составляющая успеха; очень важны и другие аспекты - стратегия компании и ее структура, организация производственных процессов и система оплаты, состояние рынка, конкуренция и многое другое. Но корпоративная культура является ключевым компонентом на пути к успеху, и именно это до недавнего времени совсем не принималось во внимание. Организационная культура – это неуловимая, невыраженная категория, наличие которой не требует доказательств. Каждая организация разрабатывает набор правил и предписаний, управляющих повседневным поведением сотрудников на своем рабочем месте. До тех пор, пока новички не усвоят эти правила, они не смогут стать полноценными членами коллектива. Следование правилам

поощряется администрацией соответствующими вознаграждениями и продвижением по службе. У каждой организации своя культура. Организационная структура аналогична личностной характеристике человека: это некий нематериальный, но всегда присутствующий образ, который придает значение, направление и основу ее жизнедеятельности.

Корпоративная культура – это разделяемые всеми ценности, представления, ожидания, нормы, убеждения, а также поведенческие нормы и артефакты, которые приобретаются по мере вхождения в компанию и за время работы в ней и которые создает организация по мере преодоления препятствий внутреннего и внешнего характера на пути к успеху и процветанию. Корпоративная культура определяет, как служащие и менеджеры подходят к решению проблем, обслуживают заказчиков, ведут дела с поставщиками, реагируют на конкурентов и как они в целом осуществляют свою деятельность сейчас и в будущем. Она определяет место организации в окружающем мире, олицетворяет собой те неписанные законы, нормы и правила, которые объединяют членов организации и связывают их вместе.

Корпоративная культура развивается во времени подобно национальным или этническим культурам и таким же образом вырабатывает свои ценности и поведенческие нормы. Определенные модели поведения в одних организациях поддерживаются, в других – отвергаются. Кому-то приятнее работать в организации с «закрытой» культурой: человек приходит на работу, выполняет свое индивидуальное задание и возвращается домой к своей личной жизни, ничем не связанной с работой. Кому-то же необходима организация семейного типа, в которой личная жизнь и работа тесно взаимосвязаны. Организация создает традиции и ритуалы, которые вносят свой вклад в ее корпоративную культуру.

В.А.Спивак: «Корпоративная культура – это система материальных и

духовных ценностей, проявлений, взаимодействующих между собой, присущих данной корпорации, отражающих ее индивидуальность и восприятие себя и других в социальной и вещественной среде, проявляющаяся в поведении, взаимодействии, восприятии себя и окружающей среды» [4].

2. Существует много подходов к выделению различных атрибутов, характеризующих и идентифицирующих культуру той или иной организации. Так, С.П.Роббинс (цит. по 1) предлагает рассматривать организационную культуру на основе следующих 10 критериев:

- личная инициатива, то есть степень ответственности, свободы и независимости, которой обладает человек в организации;
- степень риска, то есть готовность сотрудника пойти на риск;
- направленность действий, то есть установление организацией четких целей и ожидаемых результатов выполнения;
- согласованность действий, то есть положение, при котором подразделения и люди внутри организации координированно взаимодействуют;
- управленческая поддержка, то есть обеспечение свободного взаимодействия, помощи и поддержки подчиненным со стороны управленческих структур;
- контроль, то есть перечень правил и инструкций, применяемых для контроля и наблюдения за поведением сотрудников;
- идентичность, то есть степень отождествления каждого сотрудника с организацией;
- система вознаграждений, то есть степень учета исполнения работ, организация системы поощрений;
- конфликтность, то есть готовность сотрудника открыто выражать свое мнение и пойти на конфликт;

- модели взаимодействия, то есть степень взаимодействия внутри организации, при которой взаимодействие выражено в формальной иерархии и подчиненности.

3. Корпоративная культура – явление комплексное. Для понимания корпоративной культуры необходимо учитывать широкий опыт деятельности как внутри организации, так и вне ее. Важно помнить, что создается она людьми, на которых влияют как внутренние, так и внешние факторы. *Корпоративной культуре можно обучать*. Корпоративная культура формирует определенный имидж организации, отличающий ее от другой организации.

4. Представляется, что одной из основных составляющих корпоративной культуры учебного заведения является речевая культура всех участников образовательного процесса.

Как известно, речь – неотъемлемая часть социального бытия людей, необходимое условие существования человеческого общества, поэтому речь можно рассмотреть с нескольких позиций: а) речь используется в процессе совместной трудовой деятельности для согласования усилий, планирования работы, проверки и оценки ее результатов; б) речь является необходимым условием для познавательной деятельности человека; в) благодаря речи/языку человек усваивает, приобретает знания и передает их; г) средство воздействия на сознание, выработка мировоззрения, норм поведения, формирования вкусов; д) речь - средство удовлетворения личных потребностей человека в общении, в приобщении к определенной группе лиц. Все перечисленные функции речи в той или иной степени реализуются в учебном заведении.

Иногда ошибочно считается, что соблюдение норм русского языка обязательно только для обучающихся и обучающихся (для преподавателей и студентов). С этим утверждением можно согласиться с оговоркой: преподаватель – коммуникативный центр в процессе обучения и его речь

служит для студентов образцом научной речи (реализуется профессионально-педагогическая функция общения). Однако в образовательном заведении отмечаются разные уровни делового (официально-делового) общения. Для преподавателя это следующие уровни:

- преподаватель – преподаватель;
- преподаватель – студент;
- преподаватель – руководство (кафедры, факультета, института, университета);
- преподаватель – обслуживающие учебный процесс структуры (библиотека, экономические службы, хозяйственные, кадровая служба, общественные организации и др.).

Выделяются уровни общения и для студентов, и для других сотрудников университета.

Однако необходимость соблюдения делового этикета и речевого этикета – необходимое условие формирования и поддержания корпоративной культуры, поскольку именно через речь, правильно и грамотно оформленную, передается основная и необходимая рабочая информация. Считаем, что в университете необходимо разработать требования к речевому поведению сотрудников и студентов университета, а также разработать для всех единый речевой режим.

Литература

1. Карташова Л.В., Никонова Т.В., Соломанидина Т.О. Поведение в организации. - М.: ИНФРО-М, 1999
2. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. – М.: Логос, 2006
3. Сергеева А.В. Какие мы, русские? – М.: Русский язык. Курсы, 2006
4. Спивак В.А. Корпоративная культура. СПб.: Питер, 2001
5. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. М.: Слово, 2000