

освоение начал социальной философии, андрогогики, акмеологии, театральной педагогики и т.д.

Литература

1. Климов В.П. Развитие идей дизайн – образования в процессе проектирования педагогических систем //Человек. Культура. Образование. Материалы научной конференции. Уфа, 2006. С. 58-62.
2. Климов В.П., Климова Г.П. Конфликт интерпретаций ценностей образования в условиях глобализации культуры //Акмеология профессионального образования. Материалы IУ региональной научно-практической конференции 13-14 марта 2007 г. г. Екатеринбург. Екатеринбург, 2007. С.73-78.
3. Имиджелогия. Как нравиться людям: учеб. пособие. /Под ред.
4. В.М.Шепеля, В.А. Метаевой. Екатеринбург, 2007.

Л.С. Лихачева

УрГУ им. А.М. Горького, г. Екатеринбург

ЭТИКЕТ В КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЕ РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Этикет как система нормативно регламентированных взаимодействий людей, обладающих различными социально-коммуникативными статусами – одна из необходимых составляющих корпоративной культуры любой организации. Не является в этом отношении исключением и российские высшие учебные заведения.

В классических университетах Европы и России всегда существовала своя особая «корпоративная» культура, основанная на принципах демократизма и уважения достоинства личности, свободы и независимости суждений и др. Существовали и свои этикетные правила взаимодействия, как в профессорской среде, так и в студенческой, а также между преподавателями и студентами. Вспомним хотя бы, откуда берут свое начало так популярные сегодня в деловых кругах визитные карточки. Этикетный кодекс университетской жизни регламентировал отношения внутри университетского сообщества, выполняя ряд важнейших

социокультурных функций. Прежде всего, он формировал модель «культурного соответствия» в общественном поведении, задавал некий стандарт, социально-культурный инвариант, который позволял «своим» (университетским) узнавать друг друга по манерам, культуре речи, одежде и другим социально-культурным признакам. При всей формализованности, отчужденности этикетные формы поведения создавали у индивида чувство морально-психологической комфортности, защищенности, стабильности его отношений с референтной группой, рождали повышенное чувство собственного достоинства и самодостаточности. Это связано с тем, что этикет по своей природе реализует стремление человека к определенности, порядку. Именно за счет обращения к стереотипным, устоявшимся, отточенным опытом других поколений формам поведения и правилам, регламентирующим их, индивид обретает ценностную опору, устойчивость, обоснованность выбора вариантов поведения. Этикет в этом смысле выступает «средством знакового хранения стандартов поведения, учитываемых при планировании будущих действий» [1]. Но этикет не только создает «иллюзорные рамки, заставляя человека подчиняться его правилам. Владение этикетом дает возможность человеку быть уверенным в себе, помогает избавиться от «комплекса застенчивости» и почувствовать себя естественно-культурным человеком в любых ситуациях общения (от повседневных до торжественно-церемониальных). Индивид, владеющий этикетом, имеющий хорошие манеры, способен испытывать состояние психологической комфортности, чувства гармонии, красоты, порядка.

Как нормативная система, этикет является средством социализации, приобщения индивидов к общественному целому, становления их как членов общества. Этикетные нормы, как и другие социальные нормы, представляют собой эталон должного поведения, показывающий наиболее оптимальный вариант разрешения противоречия между личностью и обществом (группой, отдельными людьми). Этикетные нормы – это

социальные ожидания, устойчивые требования общества к поведению индивида как члена этого общества (общности) в тех или иных конкретных обстоятельствах («этикетных ситуациях»). Но этикет не только средство социализации, но и средство индивидуализации людей, поскольку дает возможность индивидам выразить себя (через культуру речи, манеры, культуру внешнего вида и т.п.), проявить себя, свои способности в сфере приличий. Этикет дает возможность не только слиться с группой, упорядочить свои отношения с социумом, но и выразить, «развернуть» себя перед другими. В этом плане этикет не только программирует действия человека, дисциплинирует и регулирует его отношения с другими, но и «проектирует» человека, созидает его. Индивид вступает в отношения с обществом через приобщение к нормам, в том числе и этикетным, но «делает он себя сам». Человек как существо творческое, созидающее сам проектирует себя в будущее (свой статус в этом обществе, свои отношения с различными членами этого общества и т.д.), в том числе и через принятие той или иной этикетной культуры.

Этикет – это система норм и ценностей, определяющих некие «правила игры» взаимодействующим в обществе индивидам. Этикет как бы задает внутреннюю организованность этим взаимодействиям, ограничивая ряд возможных «естественных» способов поведения людей, и в то же время, показывая систему образцов поведения, на которые они должны быть сориентированы в своих действиях. В этом плане этикет не столько адаптирует индивида – участника взаимодействия – к социальной среде, сколько адаптирует личность к миру культурных смыслов.

Этикет регламентирует, прежде всего, повседневные взаимодействия людей, различающихся по социально-культурным статусам (пол, возраст, место в общественной иерархии, степень знакомства и др.). А сами эти взаимодействия представляют собой процесс чередования множества этикетных ситуаций, т.е. ситуаций общения, протекающих в определенных

условиях места и времени, в которых индивиды различаются по статусным признакам и выстраивают взаимодействие с учетом этих различий на базе определенных норм и ценностей.

Повседневные взаимодействия педагогов и студентов в современных российских университетах также представляет собой некое системное множество этикетных ситуаций, осмысление, творческое обсуждение и кодификация которых представляется актуальной задачей. Это связано, прежде всего, с тем, что множество новых ситуаций взаимодействия студентов и преподавателей (как внутри учебного процесса, «университетских стен», так и вне их), вызывают определенные трудности в общении своей неоднозначностью, незафиксированностью в кодексах корпоративной университетской культуры. Причем, очень часто, не только студенты (что можно объяснить их молодостью и неопытностью), но и педагоги не знают, как правильно себя следует вести в тех или иных ситуациях. Например, система обращений. Как следует педагогу обращаться к студентам в аудитории: товарищи, ребята, господа или еще как-то? Можно ли к студенту обращаться на «ты» или на «Вы»? Должны ли студенты приветствовать преподавателя, входящего в аудиторию вставанием с мест? Надо ли стучать в дверь деканата (кафедры), прежде чем туда войти? Можно ли студентам входить в учебную аудиторию, если лекция уже началась или им следует пропустить эту лекцию? На практике эти вопросы решаются по-разному, и в среде преподавателей по ним нет единства, согласованности требований. Как нет единого мнения и относительно необходимости введения университетских дресс-кодов, что особенно актуально становится летом, в жаркую погоду (откровенно декольтированные одежды, ношение спортивной и пляжной одежды и т.п.). Некоторые профессиональные университеты (например, горный) решают эту проблему введением форменной одежды со знаками различий. Этот опыт достоин внимания и изучения, но вряд ли этот путь приемлем

для всех университетских сообществ. Серьезную проблему создают и пришедшие из других культур (чаще – «подсмотренные» в не самых лучших западных фильмах) привычки и манеры, копируемые в российских студенческих аудиториях: жвачки, напитки и еда на столах, звенящие сотовые телефоны и т.п. Как с этим бороться и надо ли?

Нерешенность этих вопросов нередко вызывает не только отрицательные эмоции у участников таких ситуаций, но и рождает неприятие, конфликты, в целом не способствует созданию положительной и комфортной морально-психологической атмосферы в университетах. В итоге возникает вечный российский вопрос: а что делать? Однозначного ответа на него, конечно же, нет. Но ясно следующее: эти вопросы и проблемы должны стать предметом обсуждения в университетских коллективах. Необходимо выработать новые (обновленные) кодексы корпоративной университетской культуры, включающие и этикетные регламенты поведения преподавателей и студентов в различных ситуациях. На младших курсах надо знакомить студентов (например, в рамках курса «Введение в специальность») с правилами университетского поведения. Наверное, стоит подумать и о публикации специальных брошюр с изложением правил и комментариями, объясняющими их необходимость в пространстве университетского общения.

Литература

1. Байбурин А. К., Топорков А. Л. У истоков этикета. – Л., 1990. – С. 10.

И.В. Никитина
РГППУ, г. Екатеринбург

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА КАК НЕОТЪЕМЛЕМАЯ ЧАСТЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Анализ литературы показывает, что корпоративная культура большинством исследователей воспринимается как система общих установок, принимаемая и разделяемая членами данной организации.