

**Подходы к изучению корпоративной идентичности
профессорско-преподавательского состава российских университетов**

Зобова Любовь Сергеевна

Студент

Томский государственный университет, Исторический факультет, Томск, Россия

E-mail: Lubov.en93@mail.ru

На рубеже XX–XXI вв. в России стремительно повышается интерес к проблематике идентичности, в особенности корпоративной. Это связано с тем, что в данное время быстрыми темпами меняется российская социальная действительность и происходят структурные преобразования в обществе. В свою очередь, происходящие преобразования непосредственно влияют на формирование разного рода идентичностей и трансформируют уже существующие. [7]

В современной научной литературе можно выделить два подхода к пониманию того, что такое корпоративная идентичность. Согласно первому из них – корпоративная идентичность – это «результат когнитивно–эмоционального процесса осознания себя представителем определенной организации», определенная «степень соответствия с ней».[2] Согласно другому, «это отождествление сотрудниками или отдельными организационными структурами себя как части организации, выражающееся в признании корпоративной философии, в воплощении организационных норм и правил поведения».[3] В рамках первого подхода акцент делается на эмоциональном состоянии членов организации. В рамках второго – предполагается, что отождествление профессорско-преподавательского состава (ППС) с университетской организацией осуществляется с помощью реализации определенных необходимых норм и правил организации.

В современной отечественной исследовательской литературе можно выделить 4 основных подхода к пониманию корпоративной идентичности.

В рамках первого подхода корпоративная идентичность рассматривается как часть профессиональной идентичности. В данном случае корпоративная идентичность – составная часть определенной профессии, то есть профессионализации. Данный процесс представляет собой: выбор профессии с помощью оценки собственных сил и возможностей, умения освоить нормы и правила профессии, обогатить профессию за счет личного вклада, осознать себя в качестве профессионала и др. Проблема профессионализации молодых специалистов нашла отражение в работах И.С. Кострикиной, Е.А. Ивановой, В.А. Кенига. [4]

С точки зрения второго подхода корпоративная идентичность рассматривается как составная часть корпоративной культуры и корпоративной социальной ответственности. Корпоративную идентичность ППС стоит рассматривать с точки зрения развития корпоративной культуры всего вуза так как она является основным параметром сильной корпоративной культуры; в данном случае под ней понимается отождествление отдельными сотрудниками или организационными структурами себя как части всей организации, выражающееся в признании выбранной стратегии развития, основных принципов деятельности и реализации на практике норм и правил поведения.[1] Не менее важным параметром профессионального роста являются персональные качества личности:

энергичность, харизматичность, инициативность. Даже при неблагоприятных обстоятельствах такие люди способны добиваться высоких результатов. Это доказывает, что корпоративная культура способствует созданию среды жизнедеятельности в коллективе, а система общепринятых ценностей позволяет всем членам группы сосуществовать в мире и совершать действия, которые будут понятны всем окружающим. В современных условиях реформирования система высшего образования претерпела изменения: между вузами появилась конкуренция. Функции образовательных учреждений также подверглись изменениям: основа университета – организационные, технологические, управляющие и коммуникационные системы. Главенствует управляющая система, так как она анализирует ситуацию в данное время и способна предложить варианты развития, разработать корпоративную стратегию, направленную на достижение поставленной цели.

В рамках третьего подхода корпоративная идентичность изучается в контексте социальной идентичности. К данному подходу можно отнести работы И.Г. Зотовой, Р.Я. Цибриенко, Е.Р. Попова. [6] В этом случае рассматривается проблема корпоративных социальных отношений и состояния организационного пространства в вузе. Отмечается, что корпоративные отношения в вузе носят противоречивый и дуалистический характер, так как специфика вузовской деятельности по функциям и самой структуре организации тяготеет к коллективу. Особенно это заметно в советский период, когда приоритетом высшего образования были общественные интересы и цели. И всё-таки, на сегодняшний день среди российских исследователей отсутствует единая точка зрения на вуз как социальную систему.

В рамках четвертого подхода изучается корпоративная идентичность различных профессиональных групп. Большинство современных исследований используются для разработки теоретического инструментария изучения структурных компонентов корпоративной идентичности ППС вузов России. [5] Но при всем многообразии работ, они преимущественно фокусируются на современном состоянии проблемы и выполняются в рамках социологических и психолого-педагогических подходов.

Новый виток данного исследования реализуется в рамках проекта «Человек в меняющемся мире. Проблемы идентичности и социальной адаптации в истории и современности» (грант Правительства РФ, № 14.В25.31.0009.) и заключается в рассмотрении проблемы корпоративной идентичности ППС в исторической ретроспективе с применением новейших исследовательских методик. Исследование корпоративной идентичности отечественных вузовских преподавателей лежит на стыке истории, антропологии, социологии, психологии, педагогики.

Источники и литература

1. Гоношилина И.Г. Сильная корпоративная культура вуза: параметры измерения // Вопросы культурологии. 2009. № 10. С. 57–61.
2. Дагаева Е.А. Имидж вуза и корпоративная идентичность // Высшее образование в России. 2008. № 11. С. 89–93.
3. Зотова И.Г. Основные черты социальной идентичности преподавателей вузов // Социология образования. 2011. № 3. С. 73–81.

4. Кострикина И.С., Иванова Е.А., Кениг В.А. Работающий студент: социально-психологические и когнитивные механизмы становления профессионализма [Текст] / И. С. Кострикина, Е. А. Иванова, В. А. Кениг // Психология обучения. 2011. № 6. С. 56–67; Кострикина И.С. Развитие компетентности в процессе академического обучения и профессиональной практической деятельности у студентов вуза [Текст] / Кострикина, И.С. // Психология обучения. 2008. № 1. С. 82–95.
5. Липатов С.А. Социальная идентичность работников в организационных условиях // Идентичность и организация в меняющемся мире: сб. научн. ст. / под ред. Н.М. Лебедевой, Н.Л. Ивановой, В.А. Штроо. М., 2008. С. 191212.
6. Попов В.Р. Высшее учебное заведение как социальная система / В.Р. Попов // Управленческое консультирование. 2008. № 4. С. 126–135.
7. Фоминых С.Ф., Грибовский М.В., Сорокин А.Н. Корпоративная идентичность отечественных вузовских преподавателей в конце XIX – начале XXI в.: концепция исследования // Сибирские исторические исследования. 2013. № 1. С. 67-79.