

ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ АГРАРНОГО УНИВЕРСИТЕТА

Б. А. ВОРОНИН, доктор юридических наук, профессор, заведующий кафедрой управления и права,
Л. А. ЖУРАВЛЕВА, кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой философии,
Е. В. ЗАРУБИНА, кандидат философских наук, доцент кафедры управления и права,
С. И. ЕМЕЛЬЯНОВА, старший преподаватель кафедры философии,
Уральский государственный аграрный университет
(620075, г. Екатеринбург, ул. К. Либкнехта, д. 42; тел.: +7 (343) 371-33-63)

Ключевые слова: ценности, корпоративная культура, экологическое сознание, аграрный университет.

В статье описан опыт сравнительного социологического исследования, проведенного авторами по оригинальной методике в сентябре 2018 года. Объектом исследования выступили студенты двух уральских вузов – Уральского государственного экономического университета и Уральского государственного аграрного университета, – готовящих различных специалистов (бакалавров и магистров) для сельского хозяйства, а также производства и переработки пищевой продукции, управления качеством, товароведения и экспертизы продовольственных и непродовольственных товаров, технологии и организации общественного питания, ресторанного сервиса, логистики. Предмет исследования – ценностные ориентации и степень сформированности экологического сознания. Для изучения данной проблемы нами была выбрана комплексная исследовательская стратегия, включающая в себя количественные и качественные методы сбора социальной информации. На первом этапе в сентябре 2018 года был проведен письменный (анкетный) опрос студенческой молодежи (N = 221), на втором – фокус-группа с магистрантами и бакалаврами Уральского ГАУ. Анализ полученных в ходе исследования данных позволил нам сделать вывод о значимости экологических ценностей для студентов аграрного университета, что могло бы стать основанием для формирования корпоративной культуры и организации профориентационной работы с молодежью. В ходе исследования мы выявили разрывы когнитивного, аксиологического и деятельностного уровней экологического поведения опрошенных студентов, что актуализирует проблему экологического воспитания. Разработка научных основ экологического воспитания видится нам прежде всего в проектировании нового социального идеала, основанного на сознательном этическом отношении к среде социального и природного обитания (к себе, окружающим людям и природе как части культуры), формировании гармонического развития человека как биосоциального существа, признающего ценность сохранения окружающего мира и человеческой жизни.

VALUE BASES OF CORPORATE CULTURE OF AGRARIAN UNIVERSITY

B. A. VORONIN, doctor of law, professor, head of the department of management and law,
L. A. ZHURAVLEVA, candidate of philosophy, associate professor, head of the department of philosophy,
E. V. ZARUBINA, candidate of philosophy, associate professor at the department of management and law,
S. I. EMELYANOVA, senior lecturer at the department of philosophy,
Ural State Agrarian University
(42 K. Liebknehta Str., 620075, Ekaterinburg, phone: +7 (343) 371-33-63)

Keywords: values, corporate culture, environmental awareness, agrarian university.

The article describes the experience of a comparative sociological study conducted by the authors according to the original methodology in September 2018. The object of the research was students of two Ural universities – the Ural State Economic University and the Ural State Agrarian University – training various specialists (bachelor and master) for agriculture, as well as food production and processing, quality management, commodity research and food and non-food product expertise and catering, restaurant service, logistics. Subject of research: value orientation and the degree of formation of environmental consciousness. To study this problem, we chose a comprehensive research strategy that includes quantitative and qualitative methods for collecting social information. At the first stage, in September 2018, a written (questionnaire) survey of students was conducted (N = 221), at the second, a focus group with undergraduates and bachelors of the Ural State Agrarian University. The analysis of the data obtained during the study allowed us to conclude that environmental values are important for students Agrarian University, which could be the basis for the formation of corporate culture and the organization of vocational guidance work with young people. In the course of the study, we identified gaps in the cognitive, axiological, and activity levels of the environmental behavior of the interviewed students, which actualizes the problem of environmental education. We see the development of the scientific foundations of environmental education primarily in the design of a new social ideal based on a conscious ethical attitude towards the social and natural environment (towards oneself, surrounding people and nature as part of culture), shaping the harmonious development of man as a biosocial being, recognizing the value of the world around us and human life.

Введение

Проблема формирования корпоративной культуры университета является трендовым исследовательским направлением, поскольку связана с поиском новых возможностей повышения качества учебно-воспитательного процесса и реализации миссии образовательной организации в долгосрочной перспективе [1].

Корпоративную культуру мы рассматриваем как устойчивый ценностно-нормативный регулятор отношений и эффективных деловых коммуникаций, складывающихся как во внутренней, так и во внешней среде организации, выступающий основным ресурсом ее развития. Этим объясняется наш научный интерес к анализу ценностных оснований корпоративной среды аграрного университета.

Корпоративная культура университета в нашем понимании связана с усилиями всех членов коллектива, направленными на организацию эффективной групповой деятельности по реализации целей и миссии организации через усвоение профессиональных (корпоративных) ценностей и норм, принятие (интериоризацию) целей, стратегии развития и средств ее реализации. Корпоративность проявляется в «корпоративном духе» – особой социально-психологической атмосфере (или корпоративной ментальности), выступая основанием консолидации и социально-профессиональной самоорганизации коллектива [2].

Оптимальная профессиональная коммуникация и идентификация с университетом создают кумулятивный эффект, позволяющий повышать трудовую и учебную мотивацию через создание позитивного эмоционального фона протекания основной деятельности – учебно-воспитательного процесса [3]. Именно в этом и заключается, по нашему мнению, основной социализирующий потенциал корпоративной культуры для студентов и преподавателей университета [4].

Как мы уже писали, профиль высшего учебного заведения является ведущим фактором формирования профессионально-этических ценностей и норм коллектива преподавателей и студентов как единого субъекта деятельности и фона для складывания определенного типа культуры [4].

Цель и методика исследований

Для формирования корпоративной культуры университета особую значимость представляет знание аксиологических оснований организационного поведения основных субъектов образовательного социума – студентов и преподавателей. Для изучения этой и ряда других проблем нами в сентябре 2018 года был проведен по оригинальной методике письменный (анкетный) опрос студенческой молодежи двух уральских университетов – аграрного и экономического (Уральского ГАУ и УрГЭУ) (N = 221), – готовящих различных специалистов (бакалавров и

магистров) для сельского хозяйства, а также производства и переработки пищевой продукции, управления качеством, товароведения и экспертизы продовольственных и непродовольственных товаров, технологии и организации общественного питания, ресторанного сервиса, логистики. Выбор респондентов осуществлялся с помощью многоступенчатого отбора: вуз, группа специальностей, учебные группы. Целью исследования выступило изучение ценностей и потребительских установок молодежи.

По своим социально-демографическим характеристикам респонденты распределились следующим образом. По массиву в целом мужчины составили 70 % против 30 % женщин. Основная масса отвечающих на вопросы состоит из студентов второго и третьего курсов (39,4 % и 28,1 % соответственно). 72 % опрошенных – жители Екатеринбурга, 18 % проживают в других городах Свердловской области, 6 % – сельчане, 4 % – иностранные студенты.

В качестве второго метода на завершающем этапе исследования была выбрана фокус-группа [5] со студентами и магистрантами Уральского государственного аграрного университета, проведенная для уточнения данных анкетирования.

Результаты исследований

Основной целью исследования была проверка гипотезы о влиянии доминирующих ценностей студентов на формирование корпоративной культуры, профессиональных жизненных планов и потребительского поведения респондентов.

Центральной исследовательской задачей было выявление и сравнение иерархии ценностей респондентов различных учебных заведений, поскольку ценностные ориентации непосредственно влияют на мотивационно-поведенческую структуру деятельности личности, на образ жизни, а значит, и на социальное поведение в целом. Полученные результаты представлены в таблице 1.

Данные, представленные в таблице 1, в целом коррелируют с результатами социологических исследований, проведенных в течение нескольких десятилетий под руководством известных социологов Ю. Р. Вишневского, И. М. Ильинского, В. Т. Лисовского, Б. А. Ручкина, В. Е. Семенова, В. И. Чупрова, А. В. Шаронова? и дают представление об основных тенденциях в динамике ценностных установок и ориентаций современной молодежи [6].

Приведем в порядке убывания доминирующие ценности респондентов.

В числе приоритетных ценностей молодежи – универсальные витальные ценности: семья и здоровье, что является устойчивым трендом современности.

Третью и четвертую ранговые позиции составляют универсальные ценности межличностного общения (любовь, дружба). Находясь на важной стадии

Таблица 1
Ценности студентов (процент от числа опрошенных)

Table 1
Student values (percentage of respondents)

Ценности <i>Values</i>	Ранг по массиву <i>Rank by array</i>	УрГЭУ <i>USUE</i>	Уральский ГАУ <i>USAU</i>
Семья <i>Family</i>	1	43,5	56,5
Здоровье <i>Health</i>	2	39,7	60,3
Любовь <i>Love</i>	3	44,2	55,8
Дружба <i>Friendship</i>	4	48,2	51,8
Возможность личностного развития, реализация своих способностей <i>The possibility of personal development, the realization of their abilities</i>	5	35,4	64,6
Деньги <i>Money</i>	6	43,6	56,4
Достижение успеха в профессиональной деятельности <i>Achieving success in professional activities</i>	7	50,6	49,4
Отдых, удовольствия, развлечения <i>Rest, pleasure, entertainment</i>	8	55,2	44,8
Экологически чистая среда и продукты питания <i>Clean environment and food</i>	9	18,2	81,8
Учеба <i>Study</i>	10	57,1	42,9

социализации, молодежь особенно чутко относится к удовлетворению данных базовых социальных потребностей – в любви и эмоциональной сопричастности.

На пятом месте смыслобжитенная ценность, связанная с возможностью личностного развития, реализацией способностей; на 6 месте в иерархии ценностей респондентов ориентация прагматического характера – деньги; на 7 – достижение успеха в профессиональной деятельности; на 8 – отдых, удовольствия и развлечения; на 9 – экологически чистая среда и продукты питания; последнее 10 место заняла учеба.

Анализ полученных данных позволил увидеть общее и особенное в иерархии ценностных ориентаций студентов двух разных вузов – экономического и аграрного. Для студентов Уральского ГАУ ценности семьи, здоровья, личностного развития и самореализации оказались более значимыми, чем для студентов УрГЭУ.

Кроме того, для студентов аграрного университета ценность экологически чистой среды выступает доминирующей и на порядок выше по сравнению со студентами УрГЭУ (81,8 % против 18,2 %), что можно объяснить спецификой учебно-воспитательного процесса (преобладанием наук о земле и ранним включением в научно-исследовательскую работу) и большей вовлеченностью студентов Уральского ГАУ в экологические проекты (закладка промышленного плодово-ягодного сада, работа в собственном учебно-опытном хозяйстве, обустройство городских парков, волонтерство в Центре реабилитации животных, помощь бездомным животным и др.), а также привлечением в вуз экологически мотивированных абитуриентов.

Полученные данные позволили нам сделать вывод о том, что экологические ценности могут стать

ядром корпоративной культуры аграрного университета, определяющие основные принципы взаимоотношений с партнерами, конкурентами, заказчиками услуг и основными субъектами образовательного социума – абитуриентами, их родителями, студентами, преподавателями, сотрудниками и менеджерами образовательной организации.

Основным инструментом реализации корпоративной стратегии может стать экологическое воспитание как системообразующий праксиологический принцип организации учебно-воспитательного процесса аграрного университета [7], связанный с миссией образовательной организации – подготовкой высококвалифицированных специалистов мирового уровня для сельского хозяйства сформированными экологическими компетенциями и экологическим сознанием.

Категория «экологическое сознание» имеет в научной литературе много толкований и дефиниций. Методологической основой авторской трактовки данного понятия выступили учение о ноосфере В. И. Вернадского, идеи о взаимосвязи человека и природы П. Тейяра де Шардена, социально-экологическая теория Р. Парка.

С нашей точки зрения, данное понятие можно определить как интегративное ментальное состояние, совокупность психических процессов человека, обеспечивающих многообразие форм социального поведения по отношению к природной и социальной среде обитания.

Экологическое сознание, как отмечают исследователи, включает в себя мышление, чувства, ощущения, восприятия, воображение, память и самосознание («Я-концепцию»), позволяющие человеку приобретает возможность не только отражать объ-

ективную и субъективную реальность, но и преобразовывать ее.

Мы рассматриваем экологическое сознание в широком смысле как основу экологического поведения, как модель этического, не наносящего вреда природе, самому себе, окружающим людям и социуму, социально ответственного поведения, построенного на балансе интересов человека как биосоциального существа и части экосферы [8].

Экологическое поведение, с нашей точки зрения, это модель этического поведения личности, принимающей на себя ответственность за выбор собственного стиля жизни и поведения по отношению к природной и социальной среде обитания.

Полученные в ходе письменного опроса данные позволили нам сделать вывод о том, что становление экологического сознания личности – сложный и противоречивый процесс, связанный с индивидуальным развитием и реализацией человека как субъекта социального действия, находящегося в тесном взаимодействии со средой обитания, институтами социализации личности (семьей, образованием, средствами массовой информации), социальной адаптацией, усвоением норм, принципов, правил, законов общества и микросреды, выбором собственной системы ценностей.

Анализ полученных в ходе исследования данных позволил нам раскрыть противоречивость экологических паттернов поведения и амбивалентность экологического сознания студенческой молодежи, что ярко проявилось в ходе фокус-группы в ситуации рефлексии собственного экологического поведения.

Прежде всего, отметим противоречие между должным и сущим, отражающее разрыв между знанием, осознанием ценности экологического поведения молодыми людьми и реальными повседневными поступками. Все участники фокус-группы ответили, что знают о вреде полиэтиленовых пакетов для природы и человека как о серьезной глобальной проблеме, при этом все респонденты отметили и то, что ежедневно используют, покупают их в магазинах и хранят в них продукты питания. Опрошенные знают о негативных последствиях употребления загрязненных химикатами продуктов питания, но, не задумываясь, покупают их и употребляют в пищу, ориентируясь преимущественно на цену и внешний вид, а не на состав и условия производства или выращивания продукта. Амбивалентность поведения респондентов была зафиксирована и при их самооценках собственного поведения, касающегося сортировки мусора. Зная о его необходимости, на практике опрошенные молодые люди этого не делают по разным причинам (отсутствие маркированных для разных видов мусора контейнеров, отсутствие мусороперерабатывающих заводов в регионе, слабое

стимулирование и мотивирование этой деятельности со стороны значимых других, дефицит времени и банальная лень).

Во-вторых, выявлена достаточно широкая трактовка понятия «экологическое поведение» респондентами, вкладывающими в данную дефиницию не только такие очевидные аспекты, как загрязнение природы и окружающей среды, но и такие не лежащие на поверхности аспекты, как «токсичные отношения» между людьми: в семье, на работе, в быту, на межличностном, организационном и институциональном уровнях.

Так, например, неэкологичным участники фокус-группы назвали следующие поведенческие стили: вещизм, потребительство как маркер чрезмерного и избыточного потребления; демонстративное потребление престижных продуктов и товаров; саморазрушающее потребление, в том числе курение, употребление крепких алкогольных напитков, наркотиков, экологически грязной продукции; делинквентное (антиобщественное, противоправное) и аддиктивное (зависимое) поведение; агрессивность; манипулятивный стиль и другие виды деструктивных практик и токсичных отношений, с которыми сталкивались в своей жизни респонденты [9].

В-третьих, несмотря на то что проблема экологического сознания достаточно хорошо разработана в научной литературе, налицо отсутствие систематического экологического воспитания в образовательных организациях и других институтах социализации личности (семье, группах сверстников).

Выводы. Рекомендации

Результаты исследования позволили обнаружить разрывы когнитивного, аксиологического и деятельностного уровней экологического поведения опрошенных студентов, что актуализирует проблему экологического воспитания в аграрном университете как ценностной основы корпоративной культуры и ставит цель формирования в университете экологического образовательного пространства. В противном случае усиление технологизации и цифровизации образования может спровоцировать организационные патологии и подготовку выпускников с несформированными нормами профессионально-этического поведения образно названными социологами «образованцами» [10].

Разработка научных основ экологического воспитания видится нам, прежде всего, в проектировании нового социального идеала, основанного на сознательном этическом отношении к среде социального и природного обитания (к себе, окружающим людям и природе как части культуры), формировании гармонического развития человека как биосоциального существа, признающего ценность сохранения окружающего мира и человеческой жизни.

Литература

1. Дорожкин Е. М., Журавлева Л. А., Снегов В. А. Проблемы и перспективы развития университета: опыт социологического исследования // Образование и наука. 2014; 1 (2):59-72. URL: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2014-2-59-72>.
2. Зарубина Е. В. Морально-психологический климат как элемент организационной культуры // Аграрное образование и наука. 2017. № 1. С. 10.
3. Журавлева Л. А., Кружкова Т. И., Пономарева С. И. Менеджмент качества современного университета как фактор его конкурентоспособности // Антикризисные механизмы в условиях экономических преобразований: новый общественный контракт: материалы международной научно-практической конференции. 2018. С. 8–11.
4. Журавлева Л. А., Емельянова С. И., Синько В. Н. Организационная культура университета // Экономика и управление: современные проблемы: материалы Всероссийской национальной научно-практической конференции «Тенденции развития гуманитарного и социально-экономического образования в высшей школе». Т. 2. 2018. С. 20–24.
5. Зарубина Е. В., Фатеева Н. Б. Качественные методы изучения организационной культуры предприятия // Аграрное образование и наука. 2016. № 4. С. 36.
6. Zhuravleva L. A., Kruzhkova T. I., Lazutina T. V. Virtualization Of Youth Deviation As Trend Of Information Society // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. Vol. XXXV. No. 97. Pp. 821–828.
7. Донник И. М., Воронин Б. А., Целищев Н. Н. Экологическая культура в системе духовно-нравственного воспитания // Духовность и нравственность в условиях кризисного социума: материалы международной научно-практической конференции преподавателей, аспирантов, студентов, представителей образовательных учреждений, учреждений культуры и искусства, общественных организаций, масс-медиа. 2016. С. 232–245.
8. Матвеева А. И. Ноосферное экологическое образование в Уральском регионе в период становления цифровой экономики // Московский экономический журнал. 2018. № 5. С. 2.
9. Журавлева Л. А., Кружкова Т. И. Социальные отклонения в молодежной среде: поколенческий анализ // Сборник материалов международной научно-практической конференции «Стратегические задачи по научно-технологическому развитию АПК. 2018. URL: <https://usau.editorum.ru/ru/nauka/conference/29/view>.
10. Блинова О. А., Журавлева Л. А., Кружкова Т. И., Оболенская А. Г. Организационная девиантность: социально-философский анализ // Социум и власть. 2018. № 4 (72). С. 19–27.

References

1. Dorozhkin E. M., Zhuravleva L. A., Snegov V. A. Problems and prospects of development of the university: the experience of sociological research // Education and Science. 2014; 1 (2): 59–72. URL: <https://doi.org/10.17853/1994-5639-2014-2-59-72>.
2. Zarubina E. V. Moral and psychological climate as an element of organizational culture // Agrarian education and science. 2017. No. 1. P. 10.
3. Zhuravleva L. A., Kruzhkova T. I., Ponomareva S. I. Quality management of a modern university as a factor of its competitiveness // Anti-crisis mechanisms in the context of economic transformation: a new public contract: materials of the international scientific-practical conference. 2018. – Pp. 8–11.
4. Zhuravleva L. A., Emelyanova S. I., Sinko V. N. University Organizational Culture // Economics and Management: Current Problems: materials of the All-Russian national scientific-practical conference “Trends in the development of humanitarian and socio-economic education in higher education”. Vol. 2. 2018. Pp. 20–24.
5. Zarubina E. V., Fateeva N. B. Qualitative methods for studying the organizational culture of an enterprise // Agrarian education and science. 2016. No. 4. P. 36.
6. Zhuravleva L. A., Kruzhkova T. I., Lazutina T. V. Virtualization Of Youth Deviation As Trend Of Information Society // The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS. Vol. XXXV. No. 97. Pp. 821–828.
7. Donnik I. M., Voronin B. A., Tselishchev N. N. Ecological culture in the system of spiritual and moral education // Spirituality and morality in a crisis society: materials of the international scientific-practical conference of teachers, graduate students, students, representatives of educational institutions, institutions of culture and art, public organizations, mass media. 2016. Pp. 232–245.
8. Matveeva A. I. Noosphere environmental education in the Ural region in the period of the digital economy formation // Moscow Economic Journal. 2018. No. 5. P. 2.
9. Zhuravleva L. A., Kruzhkova T. I. Social deviations in the youth environment: generational analysis // Collection of materials of the International scientific-practical conference “Strategic objectives for the scientific and technological development of the agro-industrial complex”. 2018. URL: <https://usau.editorum.ru/ru/nauka/conference/29/view>.
10. Blinova O. A., Zhuravleva L. A., Kruzhkova T. I., Obolenskaya A. G. Organizational deviance: a socio-philosophical analysis // Socium and power. 2018. No. 4 (72). Pp. 19–27.