

---

---

## СОЦИАЛЬНАЯ ПСИХОЛОГИЯ

УДК 316.6

В.Н. Воронин

М.В. Ионцева

### ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБУЧЕНИИ СЕТЕВОГО ПОКОЛЕНИЯ

*Аннотация.* В статье определяются проблемы реализации компетентностного подхода в образовании в контексте неподготовленности студентов к профессиональному становлению из-за социально-психологических особенностей как представителей сетевого поколения. Решением может стать многогранное использование социально-психологических механизмов корпоративной культуры в качестве инструмента для социально-психологической подготовки к профессиональной деятельности.

**Ключевые слова:** сетевое поколение, система образования, корпоративная культура, профессиональное становление, социально-психологические механизмы.

Vladimir Voronin

Maria Iontseva

### USE OF SOCIAL-PSYCHOLOGICAL MECHANISMS OF CORPORATE CULTURE IN PROFESSIONAL TRAINING OF NETWORK GENERATION

*Annotation.* The article identifies the problems of implementing a competence approach in education in the context of the unpreparedness of students for professional development due to socio-psychological characteristics as representatives of the network generation. The solution can be a multifaceted use of socio-psychological mechanisms of corporate culture as a tool for socio-psychological preparation for professional activities.

**Keywords:** network generation, education system, corporate culture, professional development, socio-psychological mechanisms.

Современное образование развивается очень быстро и многосторонне: компетентностный подход предполагает, что вуз должен обучать не только конкретным профессиональным навыкам, но и коммуникационным и организационным, навыкам социального взаимодействия и контроля, однако практика наглядно демонстрирует сложность реализации подобного подхода к обучению.

С одной стороны, причина кроется в применении сложного и комплексного подхода к обучению молодежи, когда сама система обучения не учитывает социально-психологические особенности студентов, их ментальные и личностные характеристики, с другой стороны существует проблема включения молодежи в корпоративную среду вуза, позволяющую не только раскрыть потенциал обучающегося, но и формировать социальные компетенции.

Многие исследователи и педагоги отмечают, что современные студенты отличаются от своих предшественников не в лучшую сторону: клиповое мышление, низкий уровень концентрации, сложности при анализе больших массивов данных, индивидуализм, сложность при работе в команде, неумение выстраивать долгосрочные партнерские отношения, поверхностность восприятия, быстрая

потеря интереса и мотивации к действию. Тем не менее, молодежь более легко устанавливает социальные связи, быстрее адаптируется, может находить необходимую информацию в большом массиве данных, отличается креативностью восприятия и также подходит к решению поставленных задач.

Наиболее полно социально-психологические особенности современной молодежи, формирование мировоззрения и ценностей рассмотрены в исследованиях зарубежных ученых – Д. Тэпскотта, М. Пренски и других. Охватывая большой временной период – с начала 90-х гг. до 2000-х гг., они детерминируют подобные черты воздействием виртуальности и ее проявлений: видеоигр, массовых игр, социальных сетей, поэтому современную молодежь часто называют сетевым поколением – первым в истории, для которого технологическая среда и виртуальная реальность является естественной средой обитания. По мнению Тэпскотта, именно N-Geners обладают способностью трансформировать общество, поскольку они имеют «почти внутреннее» понимание новых технологий. Постоянная подключенность к Сети и возможность быть на связи с людьми, живущими в различных частях земного шара, сделала N-Generation глобальным поколением [1; 11].

Исследователь также анализирует социальные навыки N-Geners. Из реальности активность их жизненной позиции перешла в виртуальность: они используют технологии для запечатления событий и их обсуждения в сети, предпочитая это непосредственному участию. Для N-Geners компьютер является более эффективным средством для влияния, поскольку интернет-среда гарантирует более полный охвата потенциальных и реальных целевых аудиторий и дает большой инструментарий для воздействия в процессе формирования общественного мнения.

Д. Тэпскотт оценивает многие изменения как позитивные, соглашаясь, что новые медиа изменили модели поведения или повлияли на функции головного мозга сетевого поколения. Так, например, он замечает, что в отличие предыдущих поколений N-Geners более активны при восприятии информации: они обсуждают ее в социальных сетях, обмениваются ссылками, ведут блоги. По мнению исследователя, постоянный мультимедийный опыт привел к тому, что сознание N-Geners стало более «острым» в восприятии визуальных объектов и ориентации в пространстве, а видеоигры улучшили координацию движений и мелкой моторики, что очень важно для принятия быстрых решений. Объем памяти не стал больше, есть вероятность его снижения, однако при этом объем технологических знаний, навыков и скорость их использования увеличились, что дает возможность быстро находить необходимую информацию, сортировать ее, структурировать, оценивать и превращать в знание.

Однако некоторые исследователи смотрят на происходящие изменения в негативном ключе. Так, в книге «Самое тупое поколение: как электронная эпоха создает поколение глупых американцев и подвергает опасности наше будущее» М. Бауэрлейн утверждает, что когнитивные способности современной молодежи снизились, несмотря на все возможности, которые обеспечивает сеть. Мир молодых людей сузился до сих социального круга и их самих, несмотря на то, что Интернет делает мир более доступным для взаимодействия и исследования. Таким образом, считает М. Бауэрлейн, из-за доступности информации в сети, молодежи нет необходимости «выходить в мир» [9].

В 2001 г. выходит статья М. Пренски, в которой он дает еще одно определение молодежи через его взаимодействие с технологиями – цифровые аборигены – Digital Natives. В противопоставлении цифровым аборигенам как поколению, которое родилось и выросло в развивающейся технологической среде, ставятся поколения цифровых мигрантов – поколениями, для которых цифровые технологии всегда будут новыми. Однако основной проблемой, поднимаемой в статье, является не различие поколений с точки зрения их отношения к новейшим технологиям, а вопрос о несовершенстве системы образования. М. Пренски говорит о том, что сегодняшние студенты и школьники – цифровые аборигены – воспринимают и обрабатывают информацию иначе, чем предыдущие поколения, на которых была ориентирована и до сих пор ориентирована система образования [10].

Проблема взаимоотношения системы образования и современной молодежи поднималась и до него, однако никто из исследователей не рассматривал ее с позиций актуальности для общества. Сейчас исследователи все больше изучают влияние социальных сетей и виртуальности на обучаемость и использование социальных сервисов в целях обучения, тем не менее необходимо также рассматривать и корпоративную среду вуза как средство профессионального становления студентов.

В условиях постоянно меняющейся ситуации и высокой динамики социального окружения, изменения ценностей, норм, стереотипов, свойственных нашему обществу, весьма актуальными становятся вопросы, связанные с профессиональной социализацией и процессом адаптации человека к этому социальному окружению.

Одной из важнейших проблем, стоящих перед российскими вузами, является профессиональная адаптация студентов. В России, где уже более десяти лет по всем основным направлениям политической, экономической и социальной жизни идут кардинальные реформы, система образования в своих основных смыслообразующих элементах сохранила первоначальный облик. Во многом это связано как с устойчивостью сложившейся системы образования, так и со слабым финансированием сферы образования (для реформ нужны инвестиции), недостатком реального внимания к этой сфере. Тем не менее другой важной проблемой становится несоответствие подходов к обучению современных студентов и их социально-психологической готовности, специфике их мышления, восприятия себя, мира и других.

В российском вузе существует множество структурных подразделений, отвечающих за различные стороны студенческой жизни и обеспечивающих, прежде всего, сам учебный процесс. Существуют и различные мероприятия, связанные с различными этапами студенческой и даже предстуденческой жизни, например, дни открытых дверей, нацеленные на работу с потенциальными абитуриентами. Но отсутствуют подразделения, основной задачей которых является разработка организационно-управленческих процедур и мероприятий, нацеленных на решение проблем адаптации и профессиональной социализации студентов учетом их социально-психологического портрета в зоне ближайшего развития [5; 7].

Выпускник выходит на рынок труда неадаптированным к нему, не прошедшим профессиональную социализацию. И основным механизмом профессиональной социализации, адаптации к профессиональной деятельности, здесь могла бы стать корпоративная культура вуза.

Корпоративная культура является фактором социальной адаптации личности, эффективным специфическим механизмом управления, выполняющим стабилизирующую и созидательно-адаптирующую функции [2].

С одной стороны, корпоративная культура представляет собой организационно-психологическую среду жизнедеятельности сотрудников организации. Она проявляется на уровне отдельной личности, группы и организации в целом в виде норм, ценностей, в структуре мотивации и в стандартах поведения, в стиле управления, в структуре организации и в организационно-управленческих процедурах, и, в свою очередь, влияет на эффективность деятельности сотрудников и организации в целом, на преобладающие отношения сотрудников к организации, к результатам ее деятельности и коллегам, а также на уровень развития групповых отношений. С другой стороны, с операциональной точки зрения, мы рассматриваем корпоративную культуру как систему организационных, социально-психологических и экономических механизмов опосредованного управления, решающего задачи социализации, мотивации, идентификации сотрудников с организацией, повышения общей эффективности деятельности организации [8].

Специфика учебной деятельности в типичном российском вузе такова, что проблемы профессиональной социализации она решает в основном только на уровне формирования системы профессиональных знаний. В меньшей мере она нацелена на формирование умений и навыков. И практиче-

ски не направлена на формирование профессиональных социальных ролей, структуры мотивации профессионала, профессиональных социальных связей, навыков работе в команде. Таким образом, система образования, система работы в вузе должна не только формировать профессиональные компетенции, но и нивелировать негативные черты современной молодежи, обучать системному, масштабному мышлению, исполнительности, умением работать без необходимости постоянного и ментального вознаграждения. Это можно сделать в рамках корпоративной среды вуза, используя социально-психологические механизмы разделенного согласия и шеаринга.

Механизм разделенного согласия – это социально-психологическая процедура, которая обеспечивает сближение когнитивных элементов корпоративной культуры. Реализация данного механизма в рамках вуза возможна через процедуры работы с сотрудниками, студентами и персоналом. Шеаринг – это организованное специальным образом деление впечатлениями в условиях группового обсуждения. Оно является механизмом формирования нормативно-оценочных когнитивных структур и воздействия на нормативные образования когнитивной картины мира [6].

Шеаринг отличается от «разделенного согласия» большей структурированностью, специальным образом заданной последовательностью высказываний, с тем чтобы максимальным образом оптимизировать условия, при которых возникает возможность внутренне бесконфликтного (или с наименьшим конфликтом) принятия человеком нового знания типа организационных ценностей, норм и правил.

В основе формирования механизма «шеаринг», по нашему мнению, лежит, с одной стороны, необходимость сделать процесс формирования когнитивных компонентов, репрезентирующих корпоративную культуру на индивидуальном уровне, контролируемым, а не случайным; с другой, необходимость осуществления процедуры, с помощью которой можно было бы интерриоризировать различные социально-нормативные образования или корректировать их на когнитивном уровне, делая их более унифицированными и близкими разным индивидам, входящим в группу и организацию в целом. Исследования, проведенные в 1989 и 1999 гг., показали действенность этого механизма для коррекции элементов когнитивной структуры [4].

Механизм разделенного согласия должен быть реализован в вузе через значимые источники информации: систему тренингов (адаптационных, информационно-тематических), семинаров, конференций, неформальных мероприятий с участием персонала вуза и студентов для всех сотрудников организации. Этот механизм формирует составляющие корпоративной культуры и создает чувство причастности, разделения ценностей вуза среди персонала, профессорско-преподавательского состава и студентов, что позволит формировать необходимые установки для дальнейшей профессиональной деятельности и нивелировать негативные черты, присущие всей современной молодежи.

При решении проблем, связанных с изменением личностных и социальных ролей и формированием навыков, повышающих общую эффективность поведения человека в условиях рынка, а также формированием профессиональных ценностей, структуры мотивации, на наш взгляд, наиболее адекватными могут быть консультативно-тренинговые формы работы, организованные в вузе.

Использование социально-психологических механизмов в обучении может строиться на основе метода социально-психологического тренинга с использованием ролевых игр, групповых дискуссий, тренажа, психогимнастических упражнений, а также с использованием элементов психокоррекции. В ходе тренинга должны применяться аудио- и видеотехнические средства и специальные методические приемы, активизирующие эмоциональные и познавательные процессы [3].

Задачи курса социально-психологического тренинга состоят из двух блоков.

1. Расширение поведенческого репертуара в основных видах делового общения, в деловых контактах, при публичных выступлениях перед аудиторией, повышение социально-психологической компетенции в области ролевого и межличностного восприятия, развитие навыков рационального

преодоления как конфликтных ситуаций, так и различных психологических барьеров, затрудняющих успешное деловое общение, расширение реализуемых возможностей в воздействии на других людей за счет более адекватного использования своих личностных ресурсов, за счет овладения более эффективными алгоритмами поведения.

2. Формирование социальных знаний, т.е. построение адекватной картины мира в части профессиональной деятельности и рынка труда в дополнение к сугубо профессиональным знаниям, а также формирование системы ценностей и частично включение в профессиональную среду через формирование социального знания, можно также решать и через создание системы информации.

Наиболее успешной будет психокоррекционная работа, проводимая в группе. Она решает следующие задачи.

1. Формирование у членов группы адекватных установок в сфере общения, позволяющих успешно решать профессиональные задачи, такие как установка на открытое общение, установка на равноправное конструктивное сотрудничество с партнером, установка на видение проблем другого, децентрированность в процессе общения и т.д.

2. Развитие у членов группы психодиагностических способностей и навыков: умение распознавать актуальное состояние собеседника, явную и скрытую мотивацию, психологические особенности другого человека и др.

3. Формирование базовых коммуникативных навыков, необходимых в профессиональном общении, таких как навыки активного слушания, навыки управления беседой, самопрезентации и т.д. [8].

Система образования стремительно изменяется под действием развивающегося мира и технологий, однако она не учитывает личностные качества студентов в ней задействованных. Современная молодежь во многом более развита и приспособлена, чем предыдущие поколения: так, молодые люди быстрее ориентируются в большом количестве информации, они более лояльны и толерантны, легче устанавливают социальные связи, им характерна большая креативность при решении обыденных задач.

Однако высшее профессиональное образование не развивает эти качества, как принимает в расчет негативные: низкий уровень концентрации внимания, сложность анализа большого массива данных с большим количеством переменных, желание мгновенного вознаграждения, низкий уровень реальной социальной активности, низкий уровень профессиональной мотивированности, эмпатии, крайний индивидуализм.

Решение этой проблемы не требует полного изменения образовательной системы. В рамках вуза можно проводить психокоррекционную и компенсаторную работу, чтобы нивелировать клиповое мышление, социальную дезапативность, низкую концентрацию внимания, высокий индивидуализм и неумение работать в команде, желание постоянного и моментального вознаграждения и усиливать положительные качества сетевого поколения.

Для повышения реальной социальной адаптивности необходимо вводить компенсаторные технологии обучения, такие как командные формы обучения, групповые и проектные виды деятельности, тренинги по овладению типовыми видами социальных ролей. Необходимо включать виды обучения, позволяющие выстраивать социальные отношения, интегрирующие представителей нового поколения в профессиональное сообщество, а также обучение разным формам группового взаимодействия.

#### *Библиографический список*

1. Безбогова, М. С. Социально-психологический портрет современной молодежи [Электронный ресурс] / М. С. Безбогова, М. В. Ионцева // Интернет-журнал «Мир науки». – 2016. – Т. 4. – № 6. – Режим доступа : <http://mir-nauki.com/PDF/35PSMN616.pdf> (дата обращения : 15.04.2017).

2. Бровкина, Ю. Ю. Организационные механизмы формирования корпоративной культуры вуза / Ю. Ю. Бровкина, В. Н. Воронин, М. В. Ионцева // Вестник Университета (Государственный университет управления). – 2007. – № 9. – С. 252–256.
3. Воронин, В. Н. Организационная культура и личность : социально-психологические аспекты / В. Н. Воронин // Развитие личности. – 1999. – № 1. – С. 63.
4. Воронин, В. Н. Специфика и механизмы формирования корпоративной культуры вуза / В. Н. Воронин, М. В. Ионцева // Вестник университета (Государственный университет управления). – 2003. – № 1(5). – С. 85–89.
5. Выготский, Л. С. Педология школьного возраста / Л. С. Выготский. – М. : Издательство БЗО при педфаке 2-го МГУ, 1928. – 218 с.
6. Ионцева, М. В. Социально-психологические основы формирования корпоративной культуры вуза : автореферат дис. ... д-ра психол. наук : 19.00.05 / М. В. Ионцева. – М. : ГУУ, 2006. – 37 с.
7. Ионцева, М. В. Корпоративная культура вуза : монография / М. В. Ионцева. – М. : Московский гуманитарный университет, 2005. – 288 с.
8. Ионцева, М. В. Механизмы формирования корпоративной культуры вуза : монография / М. В. Ионцева. – М. : Московский гуманитарный университет, 2006. – 227 с.
9. Bauerlein, M. The Dumbest Generation : How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes Our Future (Or, Don't Trust Anyone Under 30) / M. Bauerlein. – Tarcher, 2008. – 264 p.
10. Prensky, M. Digital Natives, Digital Immigrants / M. Prensky // On the Horizon. – 2001. – Vol. 9. – № 5. – Pp. 1–6.
11. Tapscott, D. Grown Up Digital : How the Net Generation is Changing Your World / D. Tapscott. – McGraw-Hill, 2008. – 384 p.