

Горбачева Е.И.¹, Губина Н.К.², Помазина О.А.³©

¹Доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой психологии развития и образования; ²кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и менеджмента;

³старший преподаватель кафедры психологии и развития,
Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЕ РАЗВИТИЕ ПАРТНЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В УСЛОВИЯХ УНИВЕРСИТЕТСКОГО СООБЩЕСТВА

Аннотация

Целью исследования явилось изучение влияния институциональных факторов на развитие партнерских отношений в условиях университетского сообщества. На выборке регионального университета было изучено влияние организационной культуры и степени инновационности решаемых задач на формирование партнерских отношений в вузе. Результаты исследования могут быть использованы на разных уровнях функционирования университетского сообщества для принятия обоснованных решений о внедрении и распространении партнерских отношений.

Исследование проведено при поддержке РГНФ и Правительства Калужской области - проект № 12-13-40011а(р)

Ключевые слова: партнерство, институциональные факторы, университетское сообщество.

Keywords: partnership, institutional factors, University community.

Модернизация системы высшего образования в РФ актуализирует поиск, развитие и внедрение новых эффективных форм социального взаимодействия между участниками университетского сообщества. Важнейшим средством модернизации образования является партнерство, которое рассматривается в современной литературе как особого вида социальные отношения, как деловая коммуникация между участниками, добровольно работающими вместе для достижения общей цели и разделяющими риски, ответственность, ресурсы и выгоды [1,11; 5, 240; 6; 7,194; 8,165].

Авторами настоящей статьи в 2012 году на примере провинциального вуза Центральной России было проведено исследование, изучавшее противоречия развития партнерства в университетском сообществе [2, 84]. Одним из результатов исследования стал вывод о том, что представления о партнерстве, партнерских отношениях существенно отличались в различных группах членов университетского сообщества. Однородные по социально-демографическим показателям респонденты в этих группах демонстрировали различную степень приверженности партнерским отношениям и участия в них. Очевидно, что в данном случае играли роль какие-то неучтенные нами факторы, которые могут быть связаны со специфическими способами функционирования и организации университетского сообщества. Если исходить из того, что партнерские отношения представляют собой своего рода идеологию, основанную на определенной системе ценностей, то, возможно, существует взаимосвязь между распространением партнерских отношений и типом организационной культуры. В частности, партнерские отношения могут как приниматься, так и отторгаться тем или иным типом организационной культуры, поэтому можно предположить, что в подразделениях отличающихся по типу организационной культуры, проявятся различия в уровнях присвоения, а также в интенсивности реализуемых практик партнерства и опыта их распространения.

С другой стороны, партнерские отношения можно рассматривать как определенную практику социальных взаимодействий, направленную на решение задач, стоящих перед организацией. Можно выделить два основных типа решаемых задач: инновационный и

традиционный. Каждый из них связан с доминированием определенных ценностей и способов социального взаимодействия с контрагентами.

Для более глубокого изучения факторов, определяющих формирование партнерских отношений авторы сочли целесообразным провести изучение партнерских отношений в подразделениях университетского сообщества, различающихся по типу организационной культуры и характеру решаемых задач. Указанные предположения определили необходимость сформировать соответствующую выборку. На первом этапе формирования выборки был проведен опрос 40 экспертов (5 человек из каждого подразделения университета). С целью диагностики типа организационной культуры экспертам была предложена методика К. Камерона [4, 320], для оценки типа решаемых задач была использована специально разработанная для этих целей шкала. Были выявлены типы организационных культур и тип решаемых организацией задач в каждом из подразделений. Основным методом исследования явилась специально разработанная анкета «Типы социальных отношений в университетском сообществе». Анкета включала в себя следующие блоки: 1) приоритетные ценности и цели взаимодействия респондента в университетском сообществе; 2) нормы и процедуры взаимодействия; 3) практики установления социальных связей; 4) факторы устремленности на достижение цели (эмоциональный фон социальных отношений, финансовый и организационный оптимизм); 5) оценка институциональной среды вуза; 6) социально-демографические характеристики респондента.

Были подготовлены три варианта анкеты, имеющие одинаковую структуру: «Анкета студента», «Анкета преподавателя», «Анкета руководителя».

Категориальный аппарат исследования и используемые в нем показатели.

К индикаторам партнерства были отнесены ориентации на такие ценности, как доверие, индивидуализм, ответственность, эквивалентный обмен, деловые отношения с коллегами и руководителями.

В качестве практик социальных взаимодействий рассматривались повседневные, устоявшиеся, типичные способы взаимодействий (проведение совещаний, обмен информацией с коллегами, выступления на конференциях, участие в переговорах, проведение лекционных и практических занятий, планирование нагрузки, организация студенческих вечеров отдыха и др.)

Практики партнерства дифференцировались по таким показателям:

- распространение практик среди членов университетского сообщества;
- интенсивность и разнообразие практик.

На третьем этапе формирования выборки случайным методом были выбраны типичные объекты по каждому из критериев: структурное подразделение с рыночным типом организационной культуры, структурное подразделение с бюрократическим типом организационной культуры, подразделение с инновационным характером решаемых задач и подразделение с традиционным характером решаемых задач.

В каждом из выбранных подразделений было проведено сплошное обследование трех групп респондентов: руководителей (30 человек), преподавателей (150 человек), студентов (120 человек). Всего количество респондентов составило 300 человек.

Опрос проводился с 15 по 21 сентября 2013 года 8 анкетерами.

Одним из важнейших институциональных факторов, определяющих развитие партнерских отношений в университетском сообществе является тип организационной культуры, система коллективно разделяемых ценностей, убеждений, обрядов, образцов поведения членов организации, выдержавших испытание временем. Культура придает единообразие совместным действиям людей, формирует общую для всех психологию [4, 320].

Организационная культура подразделений университета, являющихся объектами нашего исследования в своем развитии прошла несколько этапов. На первом этапе – от возникновения в конце сороковых годов педагогического института и до конца 80-х годов двадцатого века все подразделения института имели однородную организационную культуру, которую можно отнести к бюрократическому типу. Процессы дифференциации организационных культур начались в конце 80-х годов, когда рыночные ценности, в том числе стремление к получению дополнительного дохода, лидерству, обогащению стали вполне легитимными и были положены

в основу деятельности ряда подразделений вуза, при этом ценности бескорыстного служения науке оттеснялись рыночными ценностями: « Возьмемся за любое исследование, если его оплатят» - вот девиз новых структур внутри университетского сообщества. Не всем росткам рыночной культуры удалось прорасти и укрепиться, многие из них угасли из-за сильных центробежных процессов внутри команды, конкуренции за распределение получаемых доходов. В то же время несколько организаций (примерно четверть подразделений университета) смогли сохранить свои команды, эффективно использовать интеллектуальный и социальный капитал своих сотрудников. На месте бывших факультетов появились институты, в основе функционирования которых лежали такие ценности, как стремление к получению прибыли, лидерство, конкуренция, ориентация на успех на рынке. Одним из таких структурных подразделений стал факультет под условным названием «А». Факультет ориентирован на позиционирование во внешнем окружении, руководство четко отслеживает требования рынка и пытается их учитывать. Отношения между сотрудниками носят конкурентный характер, студентов с первых курсов вводят в статус «равных», коллег, многие академические традиции объявляются «старорежимными» и отвергаются, учебная дисциплина очень слаба, администрация оправдывает плохую посещаемость тем, что «студенты работают».

Значительная часть подразделений университета сохранила, с небольшими изменениями, верность ценностям бюрократической организационной культуре, главными из которых являются регламентация деятельности, строгая иерархия отношений, жесткая дисциплина, уважение к авторитетам, строгая дисциплина и т. п. Одним из ярких представителей этих подразделений является факультет «Б» – один из самых престижных факультетов университета. Традиционными характеристиками факультета является высокий уровень преподавания, хороший уровень подготовки студентов. На факультете поддерживается уважение к статусу преподавателей, факультет отличается строгой академической дисциплиной, несмотря на то, что практически все студенты подрабатывают. Отношения руководства с преподавателями и студентами носит иерархический характер: администрация общается с преподавателями через заведующих кафедрами, со студентами – через старост, причем даже старосте попасть на прием к руководителю нелегко. Студенты мотивированы на получение хороших знаний, преподаватели нацелены на сохранение своего статуса высококвалифицированных работников, поэтому как для преподавателей, так и для студентов добросовестная работа и трудолюбие считаются важнейшими ценностями. Факультет не ориентирован на внешнюю среду, не открывает подготовки по востребованным рынкам специальностям, так что «доработка» специалистов осуществляется уже за пределами вуза. Зарплата преподавателей на факультете на порядок ниже оплаты их труда в сфере альтернативной занятости (репетиторство), но администрация не делает попыток изменить это положение. Высококвалифицированные преподаватели подрабатывают на стороне, используя свой академический статус как репутационный капитал. Невнимание к требованиям рынка привело к серьезным для факультета последствиям: переходу части специалистов в конкурирующие структуры, обеспечивающие более высокий уровень зарплаты.

Следующим, учитываемым нами фактором, оказывающим воздействие на развитие партнерских отношений выступил характер решаемых подразделением задач. По этому критерию подразделения университета могут быть классифицированы на две группы. В первую группу входят инновационные подразделения, у которых характер решаемых задач связан с нововведениями, предпринимательством в научно исследовательской сфере, исследования носят преимущественно прикладной характер и приносят существенные финансовые результаты. Ко второй группе относятся подразделения, решающие традиционные задачи, связанные с образовательной деятельностью и фундаментальными научными исследованиями, финансируемыми из бюджета.

К числу подразделений с инновационным характером решаемых задач относится факультет «В», который к настоящему времени вырос в крупный научно-исследовательский центр, ориентированный не только на получение научных результатов, но и их коммерциализацию. В инновационных подразделениях существенно изменились требования к сотрудникам. Сам по себе высокий академический и научный статус перестали быть

определяющими при выборе сотрудника, более важными для оценки его ценности стали такие качества, как поиск новых направлений деятельности, умение организовать работу научной группы, ориентация на конкуренцию и достижение высоких финансовых результатов.. В подразделение активно привлекаются молодые сотрудники, обладающие не только профессиональными, но и предпринимательскими качествами, высоким энергетическим потенциалом. В тоже время многие сотрудники, в том числе имеющие высокий академический статус, но не обладающие предпринимательскими способностями, не могут в полной мере реализовать свой интеллектуальный ресурс.

Типичным факультетом, деятельность которого ориентирована на традиционный характер задач является факультет «Г». Практически единственным направлением деятельности на этом факультете является предоставление образовательных услуг, номенклатура которых существенно расширилась в соответствии с требованиями рынка. Факультет укомплектован преподавателями с высоким академическим статусом, здесь преобладают доктора наук и профессора, имеющие большой опыт работы, молодых преподавателей немного, их число не растет. Основными направлениями научной работы являются фундаментальные исследования, ученые факультета активно участвуют в конференциях в том числе, и сами их организуют. Получение грантов носит эпизодический характер, проявление инициативы в привлечении средств для организации научно-исследовательских мероприятий не характерно для большинства членов коллектива. Бюджетное финансирование обеспечивает лишь минимальный жизненный уровень, поэтому сотрудники вынуждены подрабатывать на стороне (преподавание в других вузах, репетиторство).

Результаты опроса сотрудников подразделений, различающихся различным типом организационной культуры и различным характером решаемых задач, свидетельствуют о том, что наибольшее развитие практики партнерских отношений получили в подразделении с инновационным характером решаемых задач. Здесь имеют место самые высокие индикаторы как наличия практик партнерства, так и их интенсивности и разнообразия. В подразделении с рыночным типом организационной культуры при относительно высоком уровне наличия практик партнерства их интенсивность и разнообразие существенно ниже. Подразделения с бюрократическим типом организационной культуры и традиционным характером решаемых задач показали самые низкие уровни индикаторов развития партнерских отношений.

В задачи исследования входило измерение индивидуально-личностных характеристик респондентов, реализующих практики партнерских отношений. К их числу относятся финансовый и организационный оптимизм, удовлетворенность межличностными отношениями в коллективе. Респондентам был предложен специально разработанный блок анкеты, позволяющий получить информацию об удовлетворенности респондентов своим финансовым положением, о приверженности к своей организации, о сравнении основных характеристик университета с аналогичными характеристиками других вузов, об удовлетворенности респондентов отношениями с контрагентами. Так, для выявления уровня финансового оптимизма респондентам был задан вопрос: «Если я приложу все свои силы и знания, буду полностью выкладываться, работая только в моем вузе. То результатом моей деятельности будет: 1) достаток; 2) состоятельность; 3) богатство; 4) бедность; 5) нищета». Для выявления уровня организационного оптимизма были заданы вопросы, позволяющие измерить приверженность респондентов своей. При обобщении полученной информации было выявлено два уровня организационного оптимизма: «высокий», для сотрудников, в большей степени привязанных к своей организации и не желающих менять место работы (учебы) и низкий уровень организационного оптимизма – для сотрудников, низко оценивающих свой вуз и желающих сменить место работы (учебы). При обработке информации была выявлена еще одна категория респондентов, для которых характерна «мнимая приверженность организации». Эти респонденты позиционируют свой вуз как более слабый по сравнению с другими вузами, но не собираются из него уходить, так как в лучших вузах они не востребованы.

Эмоциональная удовлетворенность отношениями с контрагентами замерялась вопросами «Какие чувства Вы чаще всего испытываете, когда думаете о высшем руководстве

университета, непосредственном руководителе, коллегам, студентах», «Как бы Вы охарактеризовали свои отношения с коллегами». Обработка ответов респондентов позволила выделить три уровня эмоциональной удовлетворенности: позитивный (отношения строятся на любви и уважении), индифферентный (участники отношений безразличны друг к другу), негативный (отношения характеризуются страхом, ненавистью, презрением).

Полученные данные свидетельствуют о том, что во всех подразделениях университетского сообщества самым высоким уровнем финансового оптимизма обладают руководители, что связано с объективно более высокими доходами этой категории участников университетского сообщества; для группы студентов также характерен достаточно высокий уровень финансового оптимизма, что определяется в большей степени субъективными факторами: свойственный молодым людям радужной оценке своих будущих доходов. Самым низким уровнем финансового оптимизма отличаются преподаватели, до 80% опрошенных считают своими финансовыми перспективами «бедность» и «нищету».

Исследование показало, что принадлежность к различным подразделениям существенно влияет на уровень финансового оптимизма. Так, наиболее высоким уровнем финансового оптимизма отличаются респонденты, в том числе и преподаватели, в подразделении с инновационным характером решаемых задач, где зарплаты из государственного бюджета являются не только не единственными, но и не главными источниками дохода. Относительно высоким является финансовый оптимизм респондентов из подразделения с рыночным типом организационной культуры, где для сотрудников появляется возможность для дополнительных заработков внутри вуза. Самый низкий уровень финансового оптимизма имеют руководители и преподаватели из подразделений с бюрократическим типом организационной культуры и традиционным типом решаемых задач. Большинство из них вынуждены довольствоваться скудным бюджетным финансированием, возможности для подработки все университета ограничены.

Уровень организационного оптимизма у опрошенных респондентов, как правило, тесно связан уровнем с финансового оптимизма.

Наиболее привязаны к своему университету и не желают менять место работы руководители, у них самый высокий уровень организационного оптимизма во всех типах подразделений. Студенты также весьма оптимистично относятся к своей «Альма Матер», большинство из них высоко оценивают квалификацию преподавателей, считая это одним из преимуществ исследуемого вуза, очень важными для студентов являются возможности для организации культурно-массовых мероприятий.

Для преподавателей серьезным преимуществом университета является лучшая подготовленность студентов, по сравнению с другими вузами, тем не менее, они отличаются самым низким уровнем организационного оптимизма среди членов университетского сообщества.

Тип подразделения и в данном случае оказывает влияние на индивидуально-психологические характеристики респондентов. Так, наиболее высоким уровнем организационного оптимизма выделяются сотрудники подразделения с инновационным типом решаемых задач, за ними следуют сотрудники из подразделения с рыночным типом организационной культуры, самые низкие показатели у респондентов из подразделения с традиционным типом решаемых задач. В этих же подразделениях концентрируется большая часть так называемых « мнимых приверженцев организации».

При анализе межличностных отношений были выявлены некоторые общие тенденции, характерные для всех подразделений. Так, внутри групп руководителей и преподавателей, как правило, существуют позитивные отношения (уважение, любовь), внутри студенческих групп преобладают отношения безразличия, исключение составляет подразделение с инновационным типом решения задач, где среди студентов чаще встречаются позитивные отношения. Вертикальные отношения более разнообразны. У преподавателей со студентами преобладают позитивные отношения, у руководителей со студентами – индифферентные. Практически во всех подразделениях существуют негативные отношения между преподавателями и руководством. Исключение составляет подразделение с инновационным типом решения задач,

где удалось сформировать позитивные отношения, основанные на общей заинтересованности всех участников в результатах общего дела.

Выводы:

1. Проведенное исследование показало, что существует тесная взаимосвязь между характером решаемых задач в подразделении и степенью развития в нем партнерских отношений. Наибольшее развитие партнерские отношения получили в подразделениях с инновационным характером решаемых задач. Здесь выше всего доля респондентов, реализующих и расширяющих партнерские практики, сформировались соответствующие партнерским отношениям индивидуально-психологические характеристики сотрудников: высокий финансовый и организационный оптимизм, позитивные межличностные отношения.

2. В подразделениях с рыночным типом организационной культуры развитие партнерских отношений сдерживается негативным характером межличностных отношений, сложившихся между преподавателями и руководством, а также внутри преподавательского корпуса.

3. Самый низкий уровень развития партнерских отношений показали подразделения с бюрократическим типом организационной культуры и традиционным типом решаемых задач. В этих подразделениях сужается сфера применения академических конвенций, уменьшаются возможности для самоуправления. Развитие партнерства блокируется чрезмерной централизацией, бюрократизацией, регламентацией всех практик.

Литература

1. Грибоедова Т.П. Содержание понятия и особенности реализации социального партнерства в современном образовании. // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И.Герцена. – 2008. - № 68. - С. 11.
2. Горбачева Е.И., Губина Н.К., Мельниченко Т.Ю. , Помазина О.А. Особенности формирования партнерских отношений в университетском сообществе // Труды регионального конкурса научных проектов в области гуманитарных наук. Выпуск 14. - Калуга, 2013. - С. 84-89.
4. Камерон К., Куинн Р. Организационная культура, методы диагностики / Под ред. И.В.Андреевой, пер. с англ. СПб, ПИТЕР, 2001– 320с.
5. Клейнер Г.Б. Эволюция институциональных систем. - М.: Наука, 2004. – 240с.
6. Набиуллина Н.М. Формирование и развитие социального партнерства в сфере образования / Автореферат диссертации канд.эк.наук, М., 2003.
7. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Под ред. Б.З.Мильнера. М: Фонд экономической книги «Начала», 1997. - 194с.
8. Олсон М. Логика коллективных действий: общественное благо и теория групп. М.: Фонд экономической инициативы, 1995, 165с.