

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГИИ
КАФЕДРА ВОЗРАСТНОЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ПСИХОЛОГИИ

**СВЯЗЬ ВОСПРИЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА И
МОТИВАЦИИ УЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ**

Магистерская диссертация

обучающегося по направлению подготовки
37.04.01 Психология
(магистерская программа Психология управления)
заочной формы обучения, группы 02061662
Маляр Натальи Борисовны

Научный руководитель:
канд. психол. наук, доцент
Ткаченко Н.С.

Рецензент:
педагог-психолог ОГКУЗ
«Белгородского
специализированного дома
ребенка для детей с
органическими поражениями
ЦНС и нарушениями психики»
Киреева М.В.

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗИ ВОСПРИЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА И МОТИВАЦИИ УЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ.....	11
1.1 Понятие и подходы к изучению корпоративной культуры.....	11
1.2 Особенности корпоративной культуры вуза.....	23
1.3 Особенности исследования мотивации учения студентов.....	27
ГЛАВА II. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ СВЯЗИ ВОСПРИЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА И МОТИВАЦИИ УЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ.....	39
2.1 Организация и методы исследования.....	39
2.2 Анализ и интерпретация результатов исследования.....	50
2.3 Рекомендации руководству факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" по оптимизации корпоративной культуры.....	80
2.4 Тренинг формирования учебно-профессиональной мотивации студентов факультета психологии.....	84
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	103
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	107
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	115
Приложение 1. Диагностические методики в порядке их предъявления...	115
Приложение 2. Сводные таблицы полученных данных.....	129
Приложение 3. Результаты статистической обработки данных.....	151

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность исследования проблемы обусловлена происходящими в России образовательными реформами. Конкуренция за привлечение студентов вынуждает вузы обращаться к технологиям построения имиджа, который бы выгодно отличал их на рынке образовательных услуг. Так, в перечне основных документов, опубликованных на официальном сайте Национального исследовательского университета "БелГУ", представлена "Программа повышения конкурентоспособности Белгородского государственного национального исследовательского университета среди ведущих мировых научно-образовательных центров на 2013-17 гг. и на перспективу до 2020 года".

Ключевую роль в решении проблемы повышения конкурентоспособности вуза, по мнению ряда ученых (О. В. Горшкова [15], М. А. Мазниченко, Г.И. Мальцева и др.), играет корпоративная культура. На основании этого считаем, что в указанную Программу университета необходимо внести соответствующий раздел, посвященный корпоративной культуре вуза. Разработку рекомендаций по ее оптимизации необходимо строить в том числе на основании исследований восприятия корпоративной культуры вуза студентами. Ключевая роль студентов в данном случае обусловлена их двойственным положением: в качестве потребителей образовательных услуг вуза и в качестве носителей корпоративной культуры вуза.

Существует объективная потребность общества не только в профессионально квалифицированных работниках, но вместе с тем и в социально компетентных выпускниках вузов. Корпоративная культура высшего учебного заведения может служить ресурсом, создающим ценностно-смысловой и нормативный базис для воспитания личности, обладающей не только высоким уровнем профессиональной культуры, но и мотивационной готовностью к участию в социально-значимой деятельности,

социальной ответственностью, навыками социальной адаптации и интеграции [4].

В процессе обучения происходит социализация студента, формирование его мировоззрения и идентификация с вузом. Высшая школа является культууроформирующей организацией, поскольку именно в ее стенах вчерашние школьники усваивают модели поведения в трудовом коллективе, образцы отношения к своему труду, которые они станут в дальнейшем с той или иной степенью осознанности транслировать в общество по завершении своего обучения. В этой связи актуальным является изучение связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов.

Вопрос содержания корпоративной культуры образовательного учреждения рассматривался в работах О.И. Горбатько, Ж.Б. Суртаевой, А.С. Франца и др. Управленческими аспектами формирования корпоративной культуры занимались И.И. Бueva, Л.Н. Захарова, Г.И. Мальцева, М.Н. Певзнер, П.А. Петряков, Е.Д. Разумова, Е.С. Чижикова и др. В своих исследованиях Н.А. Стрижак рассматривает теоретико-практические основы управления организационной культурой образовательного учреждения.

Проблема имиджа вуза, тесно связанная с темой корпоративной культуры, исследуется в современной науке в рамках нового направления - «корпоративная имиджелогия в современном российском образовании» (В.Я. Белобрагин, В.В. Белобрагин, Е.А. Дагаева, Е.Б.Карпов, Е.А. Петрова и др.) [45]. Существуют исследования, посвященные влиянию имиджа вуза на учебно-познавательную мотивацию студентов (О.И. Пантюшина), однако проблема связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов является недостаточно разработанной.

Анализ диссертационных исследований по проблемам корпоративной культуры (К.Ю. Битулина, А.Р. Дараган, Е.С. Жерихов, С.В. Кузичев, А.Д. Леонард, Е.Ю. Мосина, О. И. Пантюшина, А.А. Федорова, Ю.А. Шилкина и др.) свидетельствует о том, что проблема корпоративной культуры вуза

является актуальной. Несмотря на многочисленность работ, раскрывающих проблемы корпоративной культуры, феномен корпоративной культуры вуза остается недостаточно исследованным.

Анализ научных работ по темам мотивационного предпочтения абитуриентов и студентов (О.В. Виштак), динамики мотивов в учебно-познавательной деятельности у современных студентов (Е. Руссу), развития мотивации к овладению профессией в период обучения в вузе (Н.В. Комусова) приводит к выводу о важности определения влияния внешних и внутренних факторов на развитие мотивации учения студентов. Проблема мотивации учения студентов широко представлена в работах как отечественных, так и зарубежных авторов (В.Г. Асеев, Р.Р. Бибрих, И.А. Васильев, А.А. Вербицкий, В.К. Вилюнас, А.С. Герасимова, Т.О. Гордеева, Б.И. Додонов, Е.П. Ильин, Т.В. Корнилова, Д.А. Леонтьев, В.Г. Леонтьев, В.Ф. Моргун, Ю.М. Орлов, А.А. Реан, С.Д. Смирнов, Л.М. Фридман, Х. Хекхаузен, В.А. Якунин и др.). Однако в силу своей сложности данная проблема пока не получила однозначного решения [3].

Таким образом, актуальность данного исследования обусловлена противоречиями между:

- потребностью общества в выпускниках вузов, обладающих высоким уровнем социальной и профессиональной компетентности, потребностью вуза в актуализации педагогического потенциала корпоративной культуры, обеспечивающей эффективное социальное и профессионально-личностное становление студентов, и отсутствием теоретического обоснования и методического обеспечения реализации данного потенциала;
- значительным количеством исследований по проблеме корпоративной культуры в различных научных областях знаний и неизученностью влияния корпоративной культуры на мотивацию учения студентов;
- потребностью вуза в построении положительного имиджа как важнейшего инструмента в конкурентной борьбе на рынке образовательных

услуг и недостаточностью исследований на тему построения имиджа на основе управления корпоративной культурой вуза.

С учетом выявленных противоречий была определена **проблема исследования**: связаны ли и как восприятие корпоративной культуры вуза и мотивация учения студентов?

Целью исследования является решение поставленной проблемы.

Объект исследования: корпоративная культура высшего учебного заведения.

Предмет исследования: связь восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов.

В исследовании выдвигается следующая **гипотеза**: существует связь между восприятием корпоративной культуры вуза и мотивацией учения студентов. А именно: чем позитивнее будет восприятие основных характеристик корпоративной культуры вуза, тем выше будет мотивация учения, проявляющаяся в преобладании внутренних мотивов над внешними.

Проблема, объект, предмет и цель исследования обозначили следующие **задачи**:

1. проанализировать современное состояние проблемы связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов;
2. изучить особенности корпоративной культуры вуза;
3. изучить особенности исследования мотивации учения студентов и удовлетворенности учебной деятельностью;
4. определить статистические различия по изучаемым показателям между студентами 2-4 курсов;
5. определить связь между восприятием корпоративной культуры вуза и мотивацией учения студентов;
6. разработать рекомендации по оптимизации корпоративной культуры для руководства факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ";

7. разработать тренинг формирования учебно-профессиональной мотивации студентов факультета психологии.

Теоретическая основа исследования включает идеи таких отечественных и зарубежных авторов, как Ф. Харрис, Р. Моран (представители целостного подхода к изучению корпоративной культуры организации), Р. Лайкерт (модель эффективной организации), Л.С. Пепанян (модели корпоративной культуры вузов), О.И. Пантюшина (влияние имиджа вуза на учебно-познавательную мотивацию студентов), К. Камерон, Р. Куин (диагностика и изменение организационной культуры), Э. Шейн (уровни корпоративной культуры), Н.И. Плаксина (методологические основы формирования корпоративной культуры организации), М.В. Овчинников (динамика мотивации учения студентов), О.И. Пакулина (социально-психологическое влияние имиджа вуза на развитие учебно-познавательной мотивации студентов), и др.

Для решения поставленных задач использовались следующие **методы исследования:**

1) эмпирические методы: психодиагностические методы (тестирование, анкетирование, анализ);

2) методы статистической обработки данных: непараметрический статистический Н-критерий Крускала-Уоллиса для выявления связей между изучаемыми показателями; корреляционный анализ с применением непараметрического коэффициента ранговой корреляции r-Спирмена, с использованием пакета математической статистической обработки данных «SPSS 17.0»;

3) интерпретационные методы: структурный метод (установление структурных взаимосвязей между изучаемыми характеристиками).

В качестве диагностического инструментария использовались **методики исследования:**

1. Авторская анкета «Восприятие корпоративной культуры вуза студентами» (Н.Б. Маляр, Н.С. Ткаченко).

2. Методика «Мотивация обучения в вузе» (Т.И. Ильина).
3. Тест-опросник Л.В. Мищенко «Удовлетворенность учебной деятельностью».
4. «Диагностика мотивации учения студентов», модифицированный вариант методики А.А. Реана и В.А.Якунина (Н.Ц. Бадмаева).

База и выборка исследования. Выборочную совокупность исследования составили студенты 2-4 курсов факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" в количестве 86 человек.

Положения, выносимые на защиту:

1. Восприятие корпоративной культуры вуза имеет отрицательную тенденцию от курса к курсу, в то время как количество значимых корреляционных связей между показателями корпоративной культуры и удовлетворенностью учебной деятельностью возрастает.

2. Ключевым фактором для восприятия корпоративной культуры вуза является для большинства студентов качество взаимодействия с преподавателями и руководством вуза. Чем выше удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза при восприятии корпоративной культуры вуза, тем выше уровень учебно-познавательных мотивов студентов.

3. Такие характеристики корпоративной культуры вуза, как отношение преподавателей к своей работе, студентам, особенности оценки деятельности студентов, методы мотивирования, профессиональные и нравственные качества работников университета играют ключевую роль в формировании внутренней мотивации учения студентов.

4. Студенты с более выраженными внешними мотивами учения демонстрируют в некоторых случаях тенденцию более благоприятного восприятия показателей корпоративной культуры вуза, нежели студенты с внутренними мотивами учения. Таким образом, чем формальнее студент относится к своей учебе, тем ниже уровень его требований к корпоративной культуре вуза.

Теоретическая значимость исследования определяется следующими основными обстоятельствами:

- реализован комплексно-теоретический и эмпирический подход, позволяющий исследовать проблему связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов;

- установлено наличие связей между восприятием корпоративной культуры вуза, мотивацией учения студентов и удовлетворенностью учебной деятельностью;

- предложены рекомендации по оптимизации корпоративной культуры для руководства факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ", а также тренинг учебно-профессиональной мотивации студентов факультета психологии.

Практическая значимость исследования. Разработана авторская анкета "Восприятие корпоративной культуры вуза студентами". Полученные в ходе эмпирического исследования данные послужили опорой для разработки рекомендаций по оптимизации корпоративной культуры для руководства факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ", а также тренинга учебно-профессиональной мотивации студентов факультета психологии. Результаты, полученные в исследовании, могут быть использованы в психологической практике при организационном консультировании вузов, в работе со слушателями курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки психологов.

Апробация и внедрение результатов исследования проводилась на базе факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ". Была опробирована авторская анкета на восприятие студентами корпоративной культуры вуза, разработанные нами рекомендации по оптимизации корпоративной культуры и программа тренинга по формированию учебно-профессиональной мотивации студентов были переданы руководству факультета психологии. По результатам проведенного нами исследования была опубликована статья в научно-практическом журнале "Аспирант".

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, двух глав (теоретической и эмпирической), заключения, списка использованных источников и приложений. Список использованных источников включает 74 наименований. Объем работы без приложений составляет 114 страниц.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИЗУЧЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ СВЯЗИ ВОСПРИЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА И МОТИВАЦИИ УЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

1.1 Понятие и подходы к изучению корпоративной культуры

Интерес к проблеме корпоративной культуры значительно вырос за последние 20 лет. Это связано с тем, что руководство организаций всё чаще приходит к осознанию влияния, которое корпоративная культура может оказывать на эффективность деятельности компаний. В начале 1980-х годов американскими учеными был проведен ряд исследований (Теренс Е. Дил и А. Кеннеди), которые показали, что успешные организации отличаются высоким уровнем культуры, которая, в свою очередь, является результатом целенаправленных усилий по ее формированию. Российские организации приходят к осознанию актуальности подобных исследований в связи с кардинальными изменениями в социально-экономической сфере. Этот процесс не может обойти стороной и образовательные учреждения.

В научной литературе существуют различные точки зрения на вопрос о том, различается ли содержание таких понятий, как «организационная культура» и «корпоративная культура».

Впервые термин «корпоративная культура» употребил немецкий фельдмаршал и военный теоретик Г. Мольтке, характеризуя взаимоотношения в офицерской среде. О корпоративной культуре высказывался А. Файоль в своей книге «Общее и промышленное управление» (1916 г.), где он провозглашает принцип гармоничного единения персонала как значимую силу в организации, в связи с чем указывает на необходимость целенаправленного развития этой силы [64].

В научной литературе обнаруживается значительное разнообразие определений корпоративной и организационной культуры. Имеются как очень узкие, так и весьма широкие определения корпоративной культуры.

Рассмотрим ниже определения, которые можно найти на сегодняшний день в зарубежной и отечественной литературе (таблица 1.1.1).

Таблица 1.1.1

Распространенные определения культуры организации/корпорации [16]

Автор	Определение
Зарубежные исследователи	
Э.Э. Джакус	Культура предприятия – это вошедший в привычку, ставший традицией образ мышления и способ действия, который в большей или меньшей степени разделяют все работники предприятия и который должен быть усвоен и хотя бы частично принят новичками, чтобы новые члены коллектива стали «своими».
Л. Эллридж, А. Кромби	Под культурой организации следует понимать уникальную совокупность норм, ценностей, убеждений, образцов поведения и т. п., которые определяют способ объединения групп и отдельных личностей в организацию для достижения поставленных перед ней целей.
Х. Шварц, С. Дэвис	Культура организации представляет собой комплекс убеждений и ожиданий, разделяемых членами организации. Эти убеждения и ожидания формируют нормы, которые в значительной степени определяют поведение в организации отдельных личностей и групп.
У. Оучи	Организационная культура – символы, церемонии и мифы, которые сообщают членам организации важные представления о ценностях и убеждениях.
К. Годц	Корпоративная культура – это уникальные характеристики воспринимаемых особенностей организации, того, что отличает ее от всех других в отрасли.
М. Пакановский, Н. О'Доннел- Тружиллио	Организационная культура – это не просто одна из составляющих проблемы, это сама проблема в целом. На наш взгляд, культура – это не то, что организация имеет, а то, чем она является.
Л. Смирнич	Организационная культура представляет собой приобретенные смысловые системы, передаваемые посредством естественного языка и других символических средств, которые выполняют репрезентативные,

	директивные и аффективные функции и способны создавать культурное пространство и особое ощущение реальности.
С. Мишон, П. Штерн	Организационная культура – совокупность поведений, символов, ритуалов и мифов, которые соответствуют разделяемым ценностям, присущим предприятиям, и передаются каждому члену из уст в уста в качестве жизненного опыта.
В. Сате	Культура представляет собой набор важных установок (часто не формулируемых), разделяемых членами того или иного общества. Эти важнейшие понятия состоят из норм, ценностей, подходов, убеждений.
Э. Шейн	Культура – это совокупность коллективных базовых правил, изобретенных, открытых или выработанных определенной группой людей по мере того, как она училась решать проблемы, связанные с адаптацией к внешней среде и внутренней интеграцией, и разработанных достаточно хорошо для того, чтобы считаться ценными. Следовательно, новых членов группы следует обучать этим правилам как единственно правильному способу постигать что-либо, думать и чувствовать в ситуациях, связанных с решением подобных проблем.
Г. Морган	Культура в метафорическом смысле – это один из способов осуществления организационной деятельности посредством использования языка, фольклора, традиций и других средств передачи основных ценностей, убеждений, идеологии, которые направляют деятельность предприятия в нужное русло.
Р. Килманн	Организационная культура – это философские и идеологические представления, ценности, убеждения, верования, ожидания, аттитюды и нормы, которые связывают организацию в единое целое и разделяются ее членами.
К. Шольц	Корпоративная культура представляет собой неявное, невидимое и неформальное сознание организации, которое управляет поведением людей и, в свою очередь, само формируется под воздействием их поведения.
Г. Хофстед	В широком смысле организационная культура – коллективное программирование мыслей, которое отличает членов одной организации от другой.
Д. Дреннан	Культура организации – это все то, что для последней типично: ее

	характерные черты, превалирующие отношения, сформировавшиеся образцы принятых норм поведения.
А Уильямс, П. Добсон, М. Уолтерс	Культура – это общие для всех, относительно устойчивые убеждения, отношения и ценности, существующие внутри организации.
А. Фурнхам, Б. Гунтер	Культура – разделяемые всеми верования, установки и ценности, которые существуют в организации. Иными словами, культура – это то, как мы здесь работаем.
А. Мак-Лин, Ж. Маршалл	Организационная культура есть совокупность традиций, ценностей, установок, убеждений и отношений, которые создают всеобъемлющий контекст для всего, что мы делаем или о чем думаем, выполняя работу в организации.
Э. Браун	Организационная культура – это набор убеждений, ценностей и усвоенных способов решения реальных проблем, сформировавшийся за время жизни организации и имеющий тенденцию проявления в различных материальных формах и в поведении членов организации.
Б. Карлофф	Культура корпорации – определенные позиции, точки зрения, манеры поведения, в которых воплощаются основные ценности, выражение этих ценностей претворено в организационной структуре и в кадровой политике.
М. Амстронг	Корпоративная культура – это совокупность убеждений, отношений, норм поведения и ценностей, общих для всех сотрудников данной организации. Они могут не быть четко выражены, но при отсутствии прямых инструкций определяют способ действий и взаимодействий людей и в значительной мере влияют на ход выполнения работы.
Д. Мацумото	Организационная культура – динамическая система правил, разделяемых членами организации. Такие правила включают в себя разнообразные психологические конструкты, например отношения, ценности, убеждения, нормы и поведение. Это нечто большее, чем просто поведенческие практики, которые мы наблюдаем в повседневной производственной деятельности. Она имеет отношение к глубоко укорененным ценностям и убеждениям, которые считают важными для себя не только отдельные работники, но и вся организация в целом.
Отечественные авторы	

Р.Л. Кричевский	Корпоративная культура охватывает большую часть явлений духовной и материальной жизни коллектива: доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, манера персонала одеваться и установленные стандарты качества, выпускаемого продукта и т. д.
Ю. Г. Одегов, П.В. Журавлев	Культура организации – это совокупность типичных для нее ценностей, норм и точек зрения или идей, которые сознательно или подсознательно формируют образец поведения для сотрудников организации. Они входят в традицию, подвергаются изменениям и узнаются по символам. Культура организации может рассматриваться как выражение ценностей, которые воплощены в организационной структуре и в кадровой политике.
В. В. Томилов	Корпоративная культура – это совокупность мышления, определяющая внутреннюю жизнь организации; это образ мышления, действия и существования. Культура корпорации может рассматриваться как выражение основных ценностей в организационной структуре; системе управления; кадровой политике, оказывая на них свое влияние.
В. В. Козлов, А. А. Козлова	Корпоративная культура – система формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, индивидуальных и групповых интересов, особенностей поведения работников данной организационной структуры, стиля руководства, показателей удовлетворенности работников условиями труда, уровня взаимного сотрудничества, идентифицирования работников с предприятием и перспективами его развития.
А. О. Блинов, О. В. Васильевская	Корпоративная культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения и действий, которые передаются через символические средства духовного и материального внутриорганизационного общения.
В. А. Спивак	Культура корпорации – очень сложное, многослойное, динамичное явление, включающее и материальное, и духовное в поведении организации по отношению к субъектам внешней среды и к собственным сотрудникам.
О.С. Виханский,	Организационная культура – это набор наиболее важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в

А. И. Наумов	заявляемых организацией ценностях, задающих людям ориентиры их поведения. Эти ценностные ориентации передаются индивидам через «символические» средства духовного и материального внутриорганизационного окружения.
А. В. Карпов	Организационная культура – совокупность норм, правил, обычаев и традиций, которые поддерживаются субъектом организационной власти и задают общие рамки поведения работников, согласующиеся со стратегией организации.
Т.О. Соломадина	Организационная культура – социально – духовное поле компании, формирующееся под воздействием материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознаваемых и неосознаваемых процессов и явлений, определяющих единство философии, идеологии, ценностей, подходов к решению проблем и поведения персонала компании и позволяющих организации продвигаться к успеху.

В современной зарубежной и отечественной психологической литературе по проблемам управления нет единства в определении корпоративной культуры. Чаще всего она понимается как сложное и многоуровневое явление, которое воспринимается, оценивается и усваивается людьми и, явно или не явно, влияет на их организационное поведение. Отсутствуют также и единые критерии оценки корпоративной культуры. Анализ научной литературы показывает что корпоративная культура определяется учеными через описание ее элементов.

Ряд исследователей не проводит четкого различия между терминами (А.Я. Кибанов, И.В. Грошев, О.С. Виханский, С.В. Иванова, Л.В. Карташова, Е.Д. Малинин, В.А. Спивак и др.), другие считают, что понятие «организационная культура» шире, чем понятие «корпоративная культура» (Л. Колесникова, Ю.Д. Красовский, Б.З. Мильнер, Е.Г. Молл, В.В. Щербина). Могутнова Н.Н. выделяет также подходы, в одном из которых корпоративная культура – это культура больших производственных организаций, в другом же – корпоративная и организационная культура рассматривается как

самостоятельные феномены, у которых есть общие и отличительные признаки.

Мы придерживаемся той точки зрения, что в рамках нашего исследования подход, в котором отсутствуют четкие разграничения между понятиями, является оправданным.

Сравнительно новым направлением в организационной психологии является изучение корпоративной (организационной) культуры. Подобные исследования все чаще приходят на смену традиционной диагностике социально-психологического климата организаций. Исследователи, которые занимаются данным направлением, как правило, придерживаются той точки зрения, что количественные, квазиэкспериментальные методы не могут быть особенно полезными для изучения организаций [43].

На Западе организации уже давно осуществляют программы развития и изменения корпоративной культуры [49]. Организационно-культурный подход в настоящее время является одним из наиболее популярных направлений в области изучения организации. Журналы по поведенческим наукам и управлению на регулярной основе выпускают материалы, в которых отражаются вопросы корпоративной культуры.

Следует отметить, что понятие "культура" является междисциплинарным, что отражается на подходах и интерпретациях данного феномена. Как отмечает С.А. Липатов, "в подавляющем большинстве случаев авторы работ по корпоративной культуре рассматривают организационные феномены как социально сконструированные в процессе взаимодействия людей" [33, с. 57]. Подобными конструкциями могут выступать ритуалы, мифы, символы и пр. На сегодняшний день в литературе по проблемам корпоративной (организационной) культуры доминируют три теоретических подхода в ее исследовании [33]: символический, когнитивный и целостный (систематический).

Рассмотрим основные положения символического подхода по С.А. Липатову: 1) смысл и интерпретации происходящего в организации важнее

того, что есть на самом деле; 2) нестабильность и неопределенность в организации препятствуют принятию решений и рациональному решению проблем; 3) для уменьшения неопределенности и установления ориентиров поведения при столкновении с нестабильностью людьми используются символы (эмблемы, мифы, привычки, обычаи и др.). Использование символов в целях управления организацией имеет смысл только в том случае, если члены организации понимают их значение одинаково, что определяется в первую очередь культурными ценностями. Как правило, "символическое управление" рассматривается исследователями как течение внутри организационно-культурного подхода [72].

Л. Смирнич в своих работах подчеркивает, что необходимо рассматривать организацию в качестве системы сознательно координируемых действий коллектива, участники которого вовлечены в процесс непрерывного порождения смысла существования в целом и смысла своего труда в частности [74]. В связи с этим в контексте когнитивного подхода к исследованию культуры организации основной упор делается на таких аспектах, как когнитивные схемы или общая система знаний, верования и правила, определяющие поведение, коллективное сознание. В рамках данного подхода культура организации рассматривается как смысловые системы, выполняющие репрезентативные, директивные и аффективные функции. Предполагается, что даже поведение, которое кажется бессмысленным и хаотичным, в действительности порождено некоторыми имплицитными правилами в рамках базовых когнитивных структур.

Анализ литературы показал, что предпринимаются также попытки разработки целостных концепций корпоративной культуры (Розин В.М.), в которых основными подсистемами одновременно выступают "нормативно-семиотическая" и "материально-денонативная"[56].

Целостный подход к изучению корпоративной культуры отражен, в частности, в концепции Ф. Харриса, Р. Морана [70]. Данные авторы выделяют десять основных характеристик корпоративной культуры:

1) осознание себя и своего места в организации (в одних организациях приняты сдержанность, в иных - открытость, эмоциональная поддержка и внешнее проявление переживаний; творчество может проявляться через сотрудничество или же индивидуализм);

2) коммуникационная система и язык общения (особенности устной и письменной речи, профессиональный жаргон, язык жестов, открытость коммуникации);

3) внешний вид, одежда и представление себя на работе (наличие униформы, делового стиля, нормы пользования косметикой, духами и пр.);

4) привычки и традиции в области питания (особенности организации питания, участие компании в оплате расходов на питание, совместное или раздельное питание рядовых работников и руководства, продолжительность и периодичность питания);

5) осознание времени, отношение к нему и его использование (соблюдение или регулярное нарушение временного распорядка, особенности распоряжения временем);

6) взаимоотношения между людьми (соблюдение делового этикета, степень формализации отношений, формы разрешения конфликтов, характер отношений по полу, возрасту и пр.);

7) ценности и нормы (ценности как ориентиры в оценке тех или иных явлений, нормы как набор ожиданий в поведении);

8) мировоззрение (вера/отсутствие веры в справедливость, свои силы, руководство; отношение к этичному или недостойному поведению и т.д.);

9) развитие и самореализация работника (бездумное или осознанное выполнение работы, особенности информирования работников, творческая обстановка или жесткая рутина, подходы к объяснению причин и т.п.);

10) трудовая этика и мотивирование (отношение к работе, ответственность или безразличие к результатам своего труда, отношение к рабочему месту, оценка работы и вознаграждение).

Значительной популярностью в изучении корпоративной культуры пользуется подход Э. Шейна [73], который развит на основе концепции культурологов Ф.Р. Клакхона и Ф.Л. Стробека. Согласно этому подходу, корпоративная культура характеризуется как набор приемов и правил решения проблем, связанных с внутренней интеграцией работников и внешней адаптацией. Работники совершают выбор способа действий на основании правил и фундаментальных гипотез, оправдавших себя в прошлом и подтвердивших свою актуальность.

Э. Шейн предлагает также трехуровневый подход к рассмотрению корпоративной культуры. На первом, "поверхностном" (или "символическом") уровне выделяются видимые внешние факторы, такие как архитектура зданий, наблюдаемое поведение сотрудников, использование символики и пр. На втором, "подповерхностном" уровне лежат ценности и верования, которые разделяются членами данной организации. Как отмечает Э. Шейн, чаще всего исследователи корпоративной культуры ограничиваются данным уровнем, поскольку следующий уровень несет в себе серьезные сложности. Третий, "глубинный" уровень связан с базовыми предположениями, которые редко осознаются даже самими членами организации. Однако эти неосознаваемые предположения руководят поведением людей.

В зависимости от того, на каком уровне корпоративной культуры сосредоточил свое внимание исследователь, принято говорить о субъективной или объективной корпоративной культуре.

К объективной корпоративной культуре обычно относят особенности физического окружения: архитектура зданий и дизайн помещений, материально-техническое оснащение, стоянки для автомобилей, удобства и

пр. Все эти факторы в определенной мере также отражают ценности организации.

Источником субъективной корпоративной культуры служат предположения, ожидания, верования, групповое восприятие организационного окружения с его ценностями, нормами и ролями. Сюда включены также мифы, легенды, обряды, церемонии и ритуалы, лозунги и язык общения. Субъективная корпоративная культура служит той основой, на которой формируется стиль руководства данной организацией.

Несмотря на то, что в изучении корпоративной культуры важны оба аспекта организации (и субъективный, и объективный), возможность определения специфики конкретной организации в большей мере предоставляет ее субъективный аспект [10].

Анализ научной литературы демонстрирует два основных подхода к проблеме диагностики и изучения корпоративной культуры:

1. Идеографический ("понимающий", "интерпретативный"), который построен на основе качественных методов: анализ документов, включенное наблюдение, глубинные интервью и т.п.
2. Формализованный (количественный), основанный на использовании стандартизированных опросников.

По мнению Э. Шейна, американского специалиста в области организационной психологии, для диагностики организации недостаточно описания структуры организации, ее норм и ценностей, особенностей коммуникаций. Организационная парадигма, по мнению Э. Шейна, определяется тем, какую позицию занимают сотрудники организации по следующим базовым предположениям: отношение к природе, взгляды на природу человека, реальность и правду, человеческие взаимоотношения и активность. При этом он считает, что культуру организации невозможно исследовать только формализованными методами, и подчеркивает важность повторяющихся индивидуальных и групповых интервью с членами организации [73]. Как отмечает С.А. Липатов, чаще всего в исследованиях

корпоративной культуры организаций совмещают качественные и количественные методы [33].

В диагностике культуры организации часто используется модель эффективной организации Р. Лайкерта (концепция долговременной эффективности) [71]. Р. Лайкерт выделяет три типа переменных, определяющих долговременную эффективность организации (причинные, промежуточные и результирующие). К причинным переменным относятся такие факторы, как формальная структура организации, ее экономическая стратегия и социальная политика, а также профессионально-квалификационный состав работников и т.д. К числу промежуточных переменных относятся человеческие ресурсы организации: навыки людей и их отношение к своему труду, социально-психологический климат организации, методы принятия решений, способы мотивации сотрудников, уровень доверия руководству, лояльность и т.п. Результирующие же переменные отражают конечный результат работы сотрудников – рост или падение производительности труда и прибыли, удовлетворение своей продукцией и др.

Модель Р. Лайкерта объясняет, почему воздействие на промежуточные и, тем более, на результирующие переменные, как правило, не приводит к успеху. Начинать изменения следует с причинных факторов.

По мнению Н.И. Плаксиной [52], корпоративная культура выполняет ряд важных функций в организации:

1) охранная - выражается созданием барьера, ограждающего организацию от нежелательных внешних воздействий;

2) интегрирующая - формирует чувство принадлежности к данной организации, гордости за нее, стремление посторонних лиц стать ее членами;

3) регулирующая - выражается в поддержании необходимых правил и норм поведения членов организации, их взаимоотношений, контактов с окружающим миром, что является гарантией стабильности организации;

4) формирующая имидж организации - что сказывается на восприятии организации.

Таким образом, исследования в области корпоративной культуры становятся все более популярными, поскольку их результаты становятся предпосылками для повышения эффективности организаций. Однако на сегодняшний день не существует единой концепции корпоративной культуры, а также ее определения. До сих пор однозначно не решен вопрос о том, насколько принципиальны различия между понятиями "корпоративная культура" и "организационная культура". Мы придерживаемся того подхода, что данные различия несущественны, и вслед за многими авторами (А.Я. Кибанов, И.В. Грошев, О.С. Виханский, С.В. Иванова, Л.В. Карташова, Е.Д. Малинин, В.А. Спивак и др.) отождествляем данные понятия в своем исследовании. Под корпоративной культурой мы понимаем совокупность ценностей и убеждений, отношений и моделей поведения, системы формальных и неформальных правил и норм деятельности, общих для всех сотрудников организации.

1.2 Особенности корпоративной культуры вуза

Культура организации всегда включена в культуру конкретного общества, со стороны которого испытывает те или иные влияния. С другой стороны, корпоративная культура организации в зависимости от своего масштаба может оказывать воздействие на культуру представителей данного общества. В частности, корпоративная культура вуза является той средой, в которой происходит ключевой этап в становлении будущих профессионалов. Учеба в вузе совпадает по времени с тем возрастом, когда молодой человек ищет ответы на мировоззренческие вопросы. Корпоративная культура вуза становится для недавних выпускников школ образцом трудовой дисциплины, отношения к своему труду и коллегам.

С точки зрения М.И. Беляевой, в определенном смысле продуктом эффективной работы вуза как организации является каждая конкретная личность, которая является частью общества. И в этом смысле корпоративная культура вуза несет свою долю социальной ответственности перед обществом. Однако, несмотря на столь значимую роль ее педагогический потенциал, а также связь с мотивационной направленностью студентов еще только начинает осознаваться и исследоваться современными учеными [5].

На основе ценностей, определяющих деятельность вуза в литературе выделяют три основные модели корпоративной культуры вузов, которые складывались в процессе модернизации высшего образования: традиционная, инновационная, функциональная. Ниже приводится сводная таблица характеристик каждой из моделей (таблица 1.2.1).

Таблица 1.2.1.

Модели корпоративной культуры вузов¹

	<i>Традиционная модель</i>	<i>Инновационная модель</i>	<i>Функциональная модель</i>
<i>Цель</i>	формирование мировоззрения и культуры личности	формирование практических навыков	удовлетворение потребителей образовательных услуг
<i>Принципы</i>	фундаментальность, теоретичность, наглядность, систематичность, научность	прагматичность, практичность, междисциплинарность	экономическая эффективность, конкурентоспособность
<i>Организация учебного процесса</i>	последовательная, лекционно-семинарская, сессионная	индивидуально-ориентированная, кредитно-модульная	ориентированная на интересы потребителей
<i>Методы</i>	объяснительный,	проектирование, кейс-	ориентация на выбор

¹ Таблица составлена по данным статьи Л.С. Пепанян [51].

<i>обучения</i>	проблемный, поисковый	обучение, презентация идей	заказчика (традиционные и инновационные, классические и дистанционные)
<i>Система оценивания</i>	пятибалльная, однократная	рейтинговая, перманентная	рейтинговая, перманентная
<i>Роль педагога</i>	лидер, наставник	тьютор, консультант	персонифицированная услуга
<i>Роль студента</i>	объект обучения	субъект обучения	потребитель, заказчик

Как указывает в своем исследовании Л.С. Пепанян [51], традиционная модель корпоративной культуры опирается на информационно-знаниевый, субъектно-объектный подход к организации процесса обучения студентов. Исследователями отмечается, что информационно-знаниевому подходу к обучению свойственен технократический стиль мышления, для которого характерен взгляд на студента "как на обучаемый, программируемый компонент системы, как на объект самых разнообразных манипуляций, а не как на личность, для которой характерная не только самостоятельность, но и свобода по отношению к возможному пространству деятельности" [23, с. 90-91].

Традиционная модель корпоративной культуры вузов формировалась под влиянием тех потребностей, которые диктовала экономика индустриального общества, которое нуждалось в специалистах, способных работать по алгоритмам, свойственным технологическим процессам. Данная модель опирается преимущественно на классическую концепцию высшего образования, понимаемого как вторичная социализация индивида, которая позволяет ему овладевать социально-ролевым знанием и культурно-мировоззренческими ценностями.

По мнению Л.С. Пепанян, изменение социо-культурных и экономических условий общества требует от вузов пересмотра

традиционных методов подготовки специалистов и ориентации на компетентностный подход, который начал формироваться после 2002 г. В это время это понятие начинает фигурировать в Концепции модернизации российского образования до 2010 г., где отмечается, что образование должно быть направлено на формирование ключевых компетенций у обучающихся. Подобный подход внес свои корректировки в методы и технологии подготовки специалистов. В литературе отмечается, что высшее образование должно быть ориентированным на развитие познавательного потенциала студентов, повышение способности к овладению новым знанием, развитие творческих способностей и самостоятельности в принятии ответственных решений. Иными словами, важным для высшего образования становится не только то, что знает будущий специалист, но и как он может действовать [12]. Для инновационной модели корпоративной культуры вузов становится характерен новый идеал личности, способной к инновационной деятельности, принятию самостоятельных решений и ответственному их исполнению.

Процессы реформирования высшей школы приводят к появлению еще одной модели корпоративной культуры вуза - функциональной. Представленная модель основана на восприятии образования в качестве сферы услуг, которая выполняет функцию удовлетворения интересов потребителя. В данном случае появляется рыночный подход к оценке деятельности вузов: образование перестает рассматриваться как общественное благо и превращается в услугу, которую покупают.

Следовательно, качество и уровень образования начинает определяться потребительским спросом. Ориентация на потребителя изменяет отношение к вузам: университет рассматривается в качестве бизнес-корпорации с большими активами и бюджетом, в приоритете становятся внешние атрибуты корпоративной культуры, важную роль в успешном функционировании вуза начинает играть маркетинговая деятельность, не характерная ранее для сферы образования. Исследователи отмечают, что

ключевой ценностью функциональной модели является приоритет интересов потребителя перед интересами поставщика услуг.

Однако представленная модель корпоративной культуры помогает вузам в решении актуальных проблем в условиях роста конкуренции на рынке образовательных услуг. Важно отметить, что функциональная модель, по словам Л.С. Пепанян, «не формирует образ будущего организации, так как управляет здесь и сейчас» [51, с. 238].

Таким образом, особенности корпоративной культуры вуза определяются в первую очередь наличием студентов, поскольку они являются одновременно и потребителями образовательных услуг, и частью внутреннего коллектива организации, не являясь, однако, ее сотрудниками. Корпоративная культура вуза несет в определенном смысле долю социальной ответственности перед обществом, поскольку продуктом эффективной работы образовательной организации являются будущие специалисты, которые усваивают не только необходимый объем профессиональных умений и навыков, но также образцы взаимодействия в трудовом коллективе, отношения к своему труду и пр. В настоящее время в современных образовательных учреждениях существуют три модели корпоративной культуры. Однако каждая из них имеет свои преимущества и недостатки, в связи с чем в литературе обсуждается вопрос о необходимости формирования синтетической модели корпоративной культуры, которая бы объединяла преимущества всех трех существующих моделей.

1.3 Особенности исследования мотивации учения студентов

В отечественной и зарубежной психологии проблеме мотивации учения уделяется пристальное внимание. Важность ее решения обусловлена тем, что мотивация учения является решающим фактором эффективности учебного процесса. Теоретический анализ работ, посвященных мотивации

учения показал, что в настоящее время существует определенная терминологическая неясность. Термины "учебная мотивация", "мотивация учения", "мотивация деятельности учения", "мотивационная сфера ученика" употребляются в качестве синонимов. В широком смысле эти термины обозначают всю совокупность мотивирующих факторов, вызывающих активность субъекта и определяющих ее направленность (А.К. Маркова) [13]. В узком смысле данными терминами обозначают довольно сложную систему мотивов. В целом можно говорить о том, что в отечественной науке мотивация учения понимается как динамический и развивающийся сложный психологический конструкт, включающий в себя побуждения (смысл, мотивы, цели, интересы), их соотношение и качественные характеристики, проявляющиеся в специфической деятельности - учении (Е.С. Бабаева) [13].

В научной литературе выделяются три основных подхода к классификации мотивов. Первый подход опирается на ранние модели в области мотивации достижения, в которых выделялись мотивы стремления к успеху и избеганию неудачи (Дж. Аткинсон). Недостатком данного подхода стало игнорирование иных видов мотивов, однако благодаря ему исследователям удалось выделить и дать характеристику индивидов с продуктивной мотивацией деятельности: их нацеленность на решение трудных задач и начатой деятельности, настойчивость, особенности реагирования в ситуации неудачи и т.д. Представители второго, феноменологического подхода к мотивации (С.Г. Московичев, В.Г. Леонтьев, Н.Ц. Бадмаева и др.), были нацелены на выделение и классификацию характерных мотивов продуктивной деятельности, в результате чего было выделено множество мотивов, побуждающих к учебной деятельности. Однако роль этих мотивов оставалось неясной: большинство исследований, проводившихся на материале академических достижений студентов и школьников, в результате приводили к неоднозначным и противоречивым данным. Развитие данного подхода тормозилось слабой теоретической разработанностью проблемы базовых человеческих потребностей.

На сегодняшний день в научной литературе выделяется еще один подход к классификации мотивов деятельности. Представители данного подхода выделяют по отношению к деятельности внутренние и внешние виды мотивов. Первый этап развития вышеуказанного подхода представлен в работах отечественных психологов (С.Л. Рубинштейн, А.Н. Леонтьев, Л.И. Божович, А.К. Маркова, М.В. Матюхина и др.), а также зарубежных авторов (М. Леппер, А. Готтфрид, С. Хартер). В этих работах внутренние мотивы определялись интересом к самой деятельности, а внешние мотивы были обусловлены чем-то внешним по отношению к выполняемой деятельности. Выявление и исследование феномена внутренней мотивации способствовало значительному развитию проблематики мотивации достижения, однако важно отметить, что внешняя мотивация первоначально в подобных исследованиях рассматривалась узко - в соответствии с бихевиористским подходом - в качестве данных извне поощрений или наказаний.

В дальнейшем подход был развит в исследованиях Р. Райана и Э. Деси, предложивших теорию самодетерминации. В их работах внешняя мотивация рассматривается с точки зрения возможности интернализации (термин, близкий идеям Л.С. Выготского) внешних требований, в результате чего внутренний и внешний типы мотивации обнаруживают взаимопереходы (переход от регуляции внешними факторами к саморегуляции). В теории самодетерминации утверждается, что внешняя мотивация может иметь значительное варьирование по степени автономности субъекта.

Так, студенты могут выполнять задания на семинарские занятия, как осознавая их важность для будущей профессиональной карьеры, так и выполнять их в силу родительского контроля. В обоих случаях деятельность студента носит инструментальный характер, однако в первом случае внешняя мотивация связана с согласием и выбором самого студента, в то время как второй случай обнаруживает подчинение внешним требованиям. Как видно из примера, степень автономии субъектов оказывается различной.

Таким образом, внешняя мотивация может иметь характер интроецированной саморегуляции, при которой поведение субъекта регулируется частично присвоенными требованиями, побуждающими его к определенным действиям. Субъект выполняет деятельность уже под влиянием внутренних причин, имеющих, однако, контролирующей межличностный характер. Этот тип мотивации связан с чувствами долга, вины, стыда, тревоги, гордости. Субъект с автономным и самодетерминированным типом мотивации испытывает ощущение собственного выбора при выполнении деятельности, которую он прежде совершал под влиянием внешней регуляции. Ощущение своей автономности субъектом деятельности, однако, не означает полной независимости от других людей, или индивидуализма, но выражает тот факт, что действия становятся не вынужденными, а выбранными субъектом.

Определяющим признаком внутреннего типа мотивации является нацеленность субъекта на выполнение деятельности ради нее самой, что сопровождается осознанием ее смысла, созидательной активностью, стремлением к постановке и решению трудных задач и удовлетворенностью от самого процесса их выполнения, потребностью к расширению и упражнению собственных способностей.

К внутреннему типу мотивов учебной деятельности студентов в нашем исследовании мы отнесли следующие: мотив овладения профессией, профессиональные мотивы (по Е.П. Ильину, это мотивы выбора профессии и мотивы трудовой деятельности), учебно-познавательные мотивы (ориентация на усвоение способов добывания знаний, методов научного познания, саморегуляции учебной работы, рациональной организации учебной деятельности) и мотивы приобретения знаний (определяются глубиной интереса к знаниям, интересом к закономерностям, теоретическим принципам и т.п.) и творческой самореализации.

К внешнему типу мотивов в нашем исследовании мы относим: мотив получения диплома (стремление приобрести диплом при формальном

усвоении знаний, стремление к поиску обходных путей при сдаче экзаменов и зачетов), мотивы избегания и престижа, коммуникативные и социальные мотивы (которые, как мы писали выше, могут иметь разный уровень автономии и интернализации со стороны субъекта).

При всем многообразии исследований, посвященных раскрытию закономерностей и механизмов мотивации учения, эта проблема пока не получила однозначного решения в силу своей сложности. По мнению А.С. Герасимовой, существующие подходы к решению данной проблемы строятся по различным методологическим основаниям и характеризуются фрагментарностью, недостаточной согласованностью между теорией и методами, позволяющими проверить ее состоятельность. Таким образом, остаются открытыми ключевые вопросы о самом понятии "мотивация учения", классификации уровней ее развития и критериях их выделения, адекватном методе исследования, особенностях и динамике мотивации учения в условиях двухуровневой системы высшего образования (А.С. Герасимова) [13].

А.М. Митина в своих исследованиях указывает на ошибку, которую совершает большая часть преподавателей вузов, поскольку они в своей педагогической деятельности «неправомерно полагаются на тот факт, что студенты пришли учиться по собственной воле и уже поэтому достаточно мотивированы и заинтересованы в изучаемом предмете» [38, с. 59].

Для эффективного осуществления педагогической деятельности преподавателям вуза необходимо понимать особенности мотивации учения студентов. Так, в исследовании Борзиловой Н.С. выявлена взаимосвязь учебной мотивации и адаптационных возможностей личности студентов-первокурсников. Согласно проведенному ею исследованию, «к концу обучения на первом курсе наблюдается усложнение всей мотивационной сферы и адаптированности к обучению в вузе при одновременном фоновом снижении интенсивности почти всех учебных мотивов» [8, с. 30].

Проблема исследования мотивации учения студентов является достаточно сложной с точки зрения разработки адекватной методики. Это связано с тем, что мотивационная сфера является в определенной мере "закрытой" даже для самого человека. Это означает, что человек не всегда готов признать за собой мотив, который не согласуется с его "Я-концепцией", общественными нормами и ожиданиями окружающих. Если же "нежелательный" мотив оказывается в достаточной мере осознаваем личностью, то это, однако, не означает, что личность готова его "обнародовать". Таким образом, преодоление социально желательных ответов в диагностике мотивации учения является достаточно непростой задачей.

О важности подобных проблем свидетельствует и тот факт, что на международной биеннальной конференции, которая проводится по инициативе Европейской ассоциации исследований обучения (EARLI), обсуждаются проблемы диагностики потребностно-мотивационной сферы личности и мотивационной регуляции деятельности учения.

Учебная мотивация как частный вид мотивации, включенный в деятельность учения, выражается в принятии студентами целей и задач учебной деятельности и осмысленных как личностно значимые и необходимые.

В отечественной психологии используется понятие "структура мотивации", которая предполагает наличие иерархии мотивов. В структуру мотивации учения входят как внешние, так и внутренние мотивы субъектов учения: познавательные, профессиональные, широкие социальные, престижные и др. Иерархия в мотивационной структуре определяет направленность личности студента. Также необходимо помнить о таком явлении, которое А.Н. Леонтьев обозначил как сдвиг мотива на цель. Данным понятием ученый обозначил ситуацию, при которой цель, побуждаемая к осуществлению каким-либо мотивом, сама со временем становится мотивом, приобретая собственную побудительную силу.

Традиционным подходом для исследования проблем мотивации в отечественной психолого-педагогической науке является деятельностный подход, который основывается на принципе единства сознания и деятельности.

Процесс обучения в вузе можно разделить на три этапа: начальный, основной и заключительный. Согласно С.А. Пакулиной, на данных этапах происходит смена видов учебной деятельности (учебно-познавательной, учебно-исследовательской, учебно-профессиональной), что приводит также и к мотивационным изменениям [46].

В психологической литературе отмечается, что мотив следует рассматривать в качестве сложного процесса, результата рефлексии прошлой деятельности в новых условиях, «динамическое свойство сознания деятельной личности, реализуемое в диалектическом единстве с рефлексией и адаптацией» [47, с. 2].

Исследователи мотивации учения студентов (Пакулина С.А., Кетько С.М.) подчеркивают: чтобы мотивация студентов стала учебной, необходимо создавать опыт "учебной успешности", поддерживаемый ее рефлексией. В своих работах К. Штарке выделяет следующие факторы, влияющие на мотивацию студентов: предыстория, характеризующая субъекта до поступления в вуз, актуальное положение и учебная деятельность в вузе и жизненные планы будущего специалиста [68].

Таким образом, в целях оказания положительного влияния на учебно-профессиональную мотивацию студентов, корпоративная культура вуза должна содержать в себе механизмы, позволяющие студентам не только переживать опыт учебной успешности, но и рефлексировать этот опыт. Корпоративная культура вуза не может непосредственно оказывать влияние на предысторию, характеризующую субъекта до поступления в вуз, однако она может содержать в себе механизмы, позволяющие корректировать ретроспективное восприятие студентом своей личной истории, наделяя предшествующий жизненный опыт личности новым смыслом.

В своих работах М.В. Овчинников подчеркивает, что основными структурными элементами мотивации учебной деятельности студентов вуза являются познавательная мотивация и мотивация достижения успеха, следовательно, стимулирование соответствующих мотивов способствует повышению эффективности учебной деятельности [41].

При этом важно отметить, что как познавательные мотивы, так и мотивы достижения успеха выделяются М.В. Овчинниковым в двух разных группах: внутренних и внешних мотивов [41]. Так, при внутренней мотивации достижения успеха последний является реальным результатом действий субъекта, качественной оценкой этих действий. При внешней мотивации успех отражает оценку достижений со стороны общества и ориентации на него.

Взаимосвязь мотивации учения и мотивации достижения успеха экспериментально были доказаны в исследованиях Р.К. Малинаускас [35], М.В. Овчинникова [41], Н.В. Афанасьевой [2]. Г.А. Тульчинским выделяется четыре вида успеха (результативный успех, успех как социальное признание, успех преодоления трудностей, успех реализации признания) [63].

В методиках, направленных на диагностику мотивации учебной деятельности студентов, авторы выделяют шкалы, соответствующие мотивам учения. Так, в методике Т.И. Ильиной «Мотивация обучения в вузе» выделяются шкалы «Приобретение знаний» (стремление к приобретению знаний, любознательность), «Овладение профессией» (стремление овладеть профессиональными знаниями и сформировать профессионально важные качества), «Получение диплома» (стремление приобрести диплом при формальном усвоении знаний, стремление к поиску обходных путей при сдаче экзаменов и зачетов).

В целях выявления соответствующих мотивов автор методики предлагает респондентам список утверждений, по отношению к которым требуется выразить свое отношение. На основании того, проявил ли респондент свое согласие с утверждением, делается вывод о его мотивации

учения. Однако, с нашей точки зрения, подобная процедура диагностики учебной мотивации имеет свои трудности. Поскольку содержание суждений предполагает процесс когнитивной обработки информации, нельзя быть уверенным в том, что респондент в точности повторит ход мыслей автора методики.

Так, например, к шкале "Приобретение знаний" относится следующее утверждение: "Экзамены нужно сдавать, тратя минимум усилий". При обработке результатов (в данном случае за несогласие с утверждением) начисляется определенный балл. Предполагается, что чем больше будет начислено баллов по каждой шкале, тем в большей мере эта шкала отражает доминирующий мотив учения, а также свидетельствует об адекватном выборе студентом профессии и удовлетворенности ею.

В приведенном выше примере Т.И. Ильина предположила, что студент, мотивация которого направлена на приобретение знаний, будет не согласен с утверждением, поскольку прилежный студент наверняка будет тратить максимум усилий при подготовке к экзаменам. Разумеется, часть студентов с мотивом получения знаний повторит ход мыслей автора. Однако найдутся также и те, чей ход мыслей будет определять иная логика: учиться необходимо на протяжении всего семестра, тогда особенных усилий при подготовке к экзаменам не потребуется. Действительно, известно, что студенты, которые недостаточно усердно готовятся к занятиям в течение учебного семестра, вынуждены зачастую не спать ночами непосредственно перед экзаменами.

Таким образом, получается, что студент с мотивацией, направленной на получение знаний, может равно выразить как согласие, так и несогласие с данным утверждением. Разница в данном случае определяется содержанием процесса анализа высказывания, что никак не может быть выявлено средствами данной методики.

Представляется спорной целесообразность включения в шкалу "Овладение профессией" утверждения "Мой выбор данного вуза

окончателен". Возможности поступления в тот или иной вуз вряд ли напрямую связаны с профессиональными мотивами. По крайней мере, необязательно связаны. В данном случае речь может идти, например, о престижных мотивах.

Рассмотрим также методику «Диагностика мотивации учения студентов», разработанную Н.Ц. Бадмаевой на основе опросника А.А. Реана и В.А. Якунина.

К 16 утверждениям опросника вышеназванных авторов были добавлены утверждения, которые характеризуют мотивы учения, выделенные В.Г. Леонтьевым, а также утверждения, характеризующие мотивы учения, полученные самой Н.Ц. Бадмаевой в результате опроса студентов. Это коммуникативные, учебно-познавательные, профессиональные, широкие социальные мотивы, а также мотивы творческой самореализации, престижа и избегания неудачи. Респондентам предлагается оценить по пятибалльной шкале приведенные мотивы учебной деятельности в зависимости от их значимости для испытуемого.

Недостатком данной методики, на наш взгляд, является то, что респонденту предлагаются формулировки готовых мотивов, которые ему самому необходимо оценить по значимости. Выше мы писали о том, что мотивационная сфера во многом бывает "закрыта" для самого субъекта, в связи с чем возникает вопрос, насколько можно полагаться на адекватность такого самооценивания. Методика предполагает достаточно высокий уровень саморефлексии студента, а также готовности противостоять естественному стремлению давать социально одобряемые ответы. Даже если методика будет предложена респонденту с гарантией сохранения анонимности, дискомфортным для человека может стать признание себе в "неудобных" мотивах.

Приведем примеры. Студент, который демонстрирует старательность в учебной деятельности может поставить низкий балл утверждениям "учусь, потому что хочу быть в числе лучших студентов", "учусь, потому что хочу

быть уважаемым человеком учебного коллектива", "не хочу отставать от сокурсников, не желаю оказаться среди отстающих", "необходимо окончить институт, чтобы у знакомых не изменилось мнение обо мне, как способном, перспективном человеке" и т.д.

Таким образом, заведомо низкий балл может быть поставлен по шкалам, характеризующим мотивы престижа, избегания, коммуникативные мотивы. И заведомо завышенный балл может оказаться по шкалам, характеризующим профессиональные и учебно-познавательные мотивы. Однако насколько в действительности важными могут оказаться заниженные мотивы, личность сама не всегда может осознавать.

Так, зачастую студенты, которые попали в непривычную для них жизненную ситуацию, которая временно блокирует реализацию профессиональных и учебно-познавательных мотивов (например, студентки родившие детей), начинают острее переживать по поводу несвойственного для них ранее неодобрения, угрозы наказания за неуспеваемость и пр. Таким образом, значимость неосознаваемых мотивов студент чаще всего может осознать в непривычной для него ситуации, переживая соответствующие эмоциональные состояния. В связи с чем мы приходим к выводу, что в методики на диагностику мотивации учения студентов необходимо, по-видимому, включать такие формулировки утверждений, которые удовлетворяли бы следующим критериям:

1) не провоцировали респондента на оценку смыслового содержания высказывания (с позиции согласования с нормами социума, Я-концепцией, ожиданиями окружающих и пр.);

2) погружали респондента в несвойственную для него воображаемую ситуацию, в которой он имеет возможность смоделировать свое эмоциональное состояние;

3) предлагали оценить силу и устойчивость своего предполагаемого эмоционального состояния в момент и после непривычной для респондента ситуации.

Разумеется, данные критерии также нельзя назвать идеальными, однако они, на наш взгляд, позволяют в некоторой степени избежать описанных выше недостатков. А именно: исключается возможность расхождения в трактовках и анализе высказываний; снижается риск смысловой оценки содержания высказываний за счет переключения на анализ эмоциональной сферы, а значит снижается вероятность включения механизма психологической защиты, социально одобряемых ответов и пр.; моделируются ситуации, несвойственные для респондента, усиливающие его рефлексию и возможности самопознания.

Таким образом, мотивация учения студентов вуза является сложным процессом. Ее изучение играет важную роль в улучшении качества подготовки будущих специалистов. Анализ научных исследований по проблеме демонстрирует наличие большого потенциала в области влияния корпоративной культуры вуза на мотивацию учения студентов, что требует грамотных организационных и управленческих решений со стороны руководства вуза. Одним из перспективных направлений в данной области является разработка стратегии влияния на учебно-профессиональную мотивацию студентов посредством оптимизации корпоративной культуры вуза.

ГЛАВА II. ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИЗУЧЕНИЕ СВЯЗИ ВОСПРИЯТИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ВУЗА И МОТИВАЦИИ УЧЕНИЯ СТУДЕНТОВ

2.1. Организация и методы исследования

При изучении связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов мы опирались на теоретические положения, изложенные в первой главе.

Исследование проводилось на базе факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" г. Белгорода. В нем принимали участие 86 человек, из них 30 студентов второго курса, 20 студентов третьего курса и 36 студентов четвертого курса.

В эмпирической части мы поставили перед собой следующие задачи:

1. изучить особенности корпоративной культуры вуза;
2. изучить особенности исследования мотивации учения студентов и удовлетворенности учебной деятельностью; определить статистические различия по изучаемым показателям между студентами 2-4 курсов;
3. определить связь между восприятием корпоративной культуры вуза и мотивацией учения студентов;
4. разработать рекомендации для руководства факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" по оптимизации корпоративной культуры;
5. разработать тренинг формирования учебно-профессиональной мотивации студентов факультета психологии.

В качестве инструментария для исследования связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов были использованы:

1. Авторская анкета «Восприятие корпоративной культуры вуза студентами» (Н.Б. Маляр, Н.С. Ткаченко).
2. Методика «Мотивация обучения в вузе» (Т.И. Ильина).
3. Тест-опросник Л.В. Мищенко «Удовлетворенность учебной деятельностью».
4. «Диагностика мотивации учения студентов», модифицированный вариант методики А.А. Реана и В.А.Якунина (Н.Ц. Бадмаева).

За основу разработанной нами анкеты для исследования восприятия корпоративной культуры вуза студентами мы взяли концепцию Ф. Харриса, Р. Морана как представителей целостного подхода к проблеме корпоративной культуры [70]. В модели указанных авторов выделяется 10 основных показателей корпоративной культуры. Данные показатели мы адаптировали под особенности корпоративной культуры вуза, учитывая специфическое положение студента по отношению в ней.

Ниже приводим таблицу, в которой под римскими цифрами указаны характеристики корпоративной культуры Ф. Харриса, Р. Морана (таблица 2.1.1). В левой колонке представлены наиболее значимые, на наш взгляд, показатели указанных характеристик с учетом специфики вуза. В правой колонке указаны вопросы и утверждения, которые предлагаются респондентам.

Таблица 2.1.1.

Показатели корпоративной культуры вуза и соответствующие им вопросы анкеты

Показатели	Вопросы и утверждения
<i>I Осознание себя и своего места в вузе</i>	
Значимость личности студента, индивидуальность (вопросы №1-4)	<p>Я чувствую свою значимость в коллективе. На сколько баллов?</p> <p>Мне кажется, что большинство студентов чувствуют, что они значимы в своем коллективе. На сколько баллов?</p> <p>Я чувствую, что имею реальные возможности для проявления своей индивидуальности в вузе. На сколько баллов?</p>

	Мне кажется, что большинство студентов имеют возможности для проявления своей индивидуальности в вузе. На сколько баллов?
Инициативность, творчество (вопросы №5-8)	У меня есть желание проявлять инициативу в вузе. Мне кажется, что у большинства студентов есть желание проявлять инициативу в вузе. Я чувствую, что учебный процесс нацелен не только на заучивание учебного материала, но и на раскрытие моего творческого потенциала. Мне кажется, что большинство студентов могут раскрыть свой творческий потенциал в учебном процессе.
Готовность брать на себя ответственность, дисциплина (вопросы №9-12)	Я чувствую, что учеба в вузе повлияла на степень моей ответственности как личности, гражданина. На сколько баллов и как (+/-)? Мне кажется, что учеба в вузе повлияла на степень ответственности (как личности, гражданина) большинства студентов. На сколько баллов и как (+/-)? Я стараюсь выполнять все требования, которые предъявляются студентам в вузе. Большинство студентов факультета старается выполнять все требования, которые им предъявляет вуз.
Влияние студентов на принятие организационных решений (вопросы №13-15)	Я чувствую, что в случае необходимости могу оказывать влияние на те или иные изменения на своем факультете. На сколько баллов? Насколько руководство факультета прислушивается к мнению студентов? Мне кажется, что наиболее активные студенты могут влиять на те или иные изменения в нашем вузе. На сколько баллов?
Отношение к внутреннему миру личности (вопросы №16-17)	Я чувствую, что окружающие меня люди на факультете достаточно внимательны к моему внутреннему миру. На сколько баллов? Мне кажется, что большинство студентов нашего факультета удовлетворены тем, сколько внимания уделяется их внутреннему миру в вузе. На сколько баллов?
<i>II Коммуникационная система и язык общения</i>	
Корпоративная культура речи (вопросы №63-65)	Верно ли, что речь большинства студентов на вашем факультете достаточно развита в культурном плане? (Верно, неверно, не знаю) Верно ли, что сотрудники вуза не используют в своей речи нецензурных выражений? (Верно,

	<p>неверно, не знаю)</p> <p>Как Вы относитесь к нецензурной речи? (Употребляю сам, негативно, это личный выбор каждого)</p>
Качество информации и ее доступность (вопрос №66)	Верно ли, что в большинстве случаев студенты вовремя узнают о важных событиях в жизни университета и об изменениях в учебном процессе? (Верно, неверно, не знаю)
Корпоративные мифы, слухи (вопрос №67)	Верно ли, что в нашем вузе не приветствуется распространение слухов и корпоративных мифов? (Верно, неверно, не знаю)
Доступ к руководству факультета, вуза (вопросы №68-69)	<p>Верно ли, что студенты имеют достаточно свободный доступ для обращения к руководству факультета? (Верно, неверно, не знаю)</p> <p>Верно ли, что студенты имеют достаточно свободный доступ для обращения к руководству вуза? (Верно, неверно, не знаю)</p>
<i>III Внешний вид, представление личности в вузе</i>	
Внешние проявления корпоративного стиля, дизайн и эстетическое оформление здания и помещений вуза (вопрос №18)	Я чувствую, что на мою учебную мотивацию оказывает влияние дизайн и эстетическое оформление зданий и помещений вуза. На сколько баллов и как (+/-)?
Корпоративные ритуалы, церемонии (вопрос №19)	Я чувствую, что корпоративные церемонии вуза оказывают на меня мотивирующее влияние. На сколько баллов?
Позиционирование личности в социальных сетях, скромность и опрятность (вопросы №20-22)	<p>Насколько баллов Вы оцениваете соответствие того, как выражают себя через социальные сети преподаватели вуза, с их статусом преподавателя вуза?</p> <p>Насколько баллов Вы оцениваете скромность и опрятность внешнего вида большинства студентов факультета?</p> <p>Насколько баллов Вы оцениваете скромность и опрятность внешнего вида преподавателей?</p>
Использование символики вуза, корпоративная продукция (вопрос №70)	Как Вы относитесь к символике и корпоративной продукции вуза? (Нейтрально, негативно, имело место принуждение к ее приобретению, положительно)
<i>IV Привычки и традиции в области питания</i>	
Качество питания в вузе (вопрос №23)	Насколько баллов Вы оцениваете качество питания в университете?
Организация отдельных очередей, мест	Как Вы относитесь к организации отдельных

питания (для студентов, преподавателей, гостей); (вопрос №71)	очередей и мест питания для студентов и сотрудников вуза? (Нейтрально, негативно, положительно)
Временной ресурс на питание (вопрос №72)	Хватает ли времени перерыва между занятиями для того, чтобы пообедать? (Хватает, немного не хватает, совершенно не хватает)
<i>V Осознание времени, отношение к нему и его использование</i>	
Соблюдение временного распорядка (своевременное начало и конец занятий); (вопрос №73)	Верно ли, что в вузе не соблюдается временной распорядок (своевременное начало и конец занятий)? (Верно, неверно, не знаю)
Оптимальная длительность перемен (вопрос №24)	Оцените оптимальность длительности перемен между парами.
Наличие постоянного расписания (вопрос №25)	Оцените качество составленного расписания занятий.
Своевременное информирование об изменениях в расписании (вопрос №74)	Верно ли, что студентов частенько несвоевременно информируют об изменениях в расписании? (Верно, неверно, не знаю)
<i>VI Взаимоотношения между людьми</i>	
Неформальность общения (студент – преподаватель; студент – студент), этика делового общения (вопросы №26-30, №61)	<p>На сколько баллов Вы оцениваете готовность большинства преподавателей делиться со студентами личным профессиональным опытом и взглядами на волнующие студентов темы?</p> <p>Преподаватели в большинстве случаев ориентированы на формальные и поверхностные, нежели на глубокие межличностные отношения со студентами. (Верно, но хотелось бы иначе; неверно; не знаю)</p> <p>Насколько сильно на Вас влияют личные качества преподавателя (вне зависимости от уровня его профессионализма)?</p> <p>Оцените этику делового общения студентов.</p> <p>Оцените этику делового общения преподавателей.</p> <p>Оцените этику делового общения руководства факультета.</p>
Уважение, толерантность, субординация (вопросы №31-35)	<p>Насколько уважительно относятся преподаватели к студентам?</p> <p>Насколько уважительно относится руководство факультета к студентам?</p> <p>Насколько соблюдается субординация в отношениях студент-преподаватель?</p> <p>Верно ли, что вуз ориентирован на толерантность и выступает против дискриминации в любых проявлениях?</p> <p>В вузе я могу комфортно выразить свою точку</p>

	зрения, задавать вопросы (не испытываю давления со стороны). Насколько согласны?
Взаимоподдержка, взаимовыручка (студент – преподаватель; студент – студент); (вопросы №36-37)	Насколько выражена взаимоподдержка и взаимовыручка в отношениях студент-преподаватель? Насколько выражена взаимоподдержка и взаимовыручка в отношениях студент-студент?
Пути разрешения конфликтов (вопросы №38, 75)	Оцените степень эффективности и благоприятности разрешения конфликтов на вашем факультете? Насколько мне известно, конфликты в преподавательском коллективе и у руководства факультетом, вузом возникают крайне редко. (Верно, неверно, не знаю)
<i>VII Ценности и нормы</i>	
Качество образования, профессионализм (вопросы №39, 40)	Насколько учеба в вузе мотивирует меня к активному профессиональному и личностному развитию? Насколько я уверен, что знания, которые получаю в вузе, пригодятся мне в моей будущей профессиональной деятельности.
Лидерство, новаторство (вопрос №41)	Я чувствую, что университет повлиял на развитие моих лидерских качеств. На сколько баллов и как (+/-)?
Забота о людях (вопрос №42)	На сколько баллов я оцениваю заинтересованность большинства преподавателей в профессиональном и личностном развитии своих студентов?
Преданность вузу, профессии, внутренний имидж вуза (вопрос №76-78)	Если бы у меня была такая возможность, я бы предпочел учиться в другом вузе. (Верно, неверно, не знаю) Я готов оставаться после учебных занятий ради деятельности на благо университета. (Верно, неверно, не знаю) Я рассказываю моим друзьям и знакомым о том, как интересно учиться в моем вузе. (Верно, неверно, не знаю)
<i>VIII Вера, расположение</i>	
Влияние религии, морали (вопросы №43, 79)	Оцените, насколько эффективны мероприятия вуза по приобщению студентов к проблемам морали и нравственности? Как вы оцениваете религиозную политику университета? (Нейтрально, негативно, положительно) Назовите свои главные ценности. (Открытый вопрос) Какие, на Ваш взгляд, ценности, разделяет большинство студентов вашего вуза?

	(Открытый вопрос)
Репутация и профессионализм руководства, преподавателей (вопросы №44-47)	На сколько баллов Вы оцениваете уровень профессионализма преподавателей? На сколько баллов Вы оцениваете уровень нравственности преподавателей? На сколько баллов Вы оцениваете уровень нравственности руководства факультета? На сколько баллов Вы оцениваете уровень профессионализма руководства факультета?
Перспективы развития университета (вопрос №80)	Верно ли, что большинство студентов вашего факультета не волнует будущее университета (на Ваш взгляд)? (Верно, неверно, не знаю)
Уровень подготовки студентов, востребованность выпускников (вопросы №48-49)	Образование, которое я получаю в вузе, конкурентоспособно на рынке труда. На сколько баллов? Повлиял ли и как (+/-) на Вашу учебную мотивацию уровень подготовки (образования) студентов Вашей группы?
Вера в собственные силы (вопрос №50, 51)	Насколько Вы верите в собственные силы? Насколько верит в собственные силы большинство студентов вашего факультета?
<i>IX Процесс развития и обучения студентов</i>	
Степень осознанности и осмысленности выполняемых работ, подходы к объяснению причин (вопрос № 52, 62)	Преподаватели в большинстве случаев поясняют смысл учебных заданий, что помогает студентам чувствовать осмысленность своей учебной деятельности. (Верно; неверно, но хотелось бы; не знаю) Мне кажется, что преподаватели видят смысл в своей работе. На сколько баллов?
Разнообразие форм работы, использование активных методов в обучении (вопрос № 53)	На сколько баллов я оцениваю стремление большинства преподавателей на внедрение инноваций в процесс обучения в целях повышения его эффективности, увлекательности для студентов?
Уровень сотрудничества и сотворчества преподавателей и студентов (вопрос № 54)	Оцените уровень сотрудничества и сотворчества преподавателей и студентов.
Практикоориентированность обучения, уровень материально-технической базы вуза (техника, учебники, Интернет и т.д.); (вопрос № 55-56)	Оцените уровень материально-технической базы вуза (техника, учебники, Интернет и т.д.). Насколько практикоориентированным является обучение в вашем вузе?
<i>X Трудовая этика и мотивирование</i>	
Наличие системы поощрения студентов за качественные результаты деятельности, оценка деятельности (вопрос №57)	Насколько мотивирующими являются особенности оценивания деятельности студентов в отношении их профессионального развития и учебной деятельности?
Мотивированность на высокое качество результатов образования (преподавателей; студентов); (вопросы	Верно ли, что преподаватели не имеют реальных средств и методов эффективного мотивирования студентов к учебной

№83, 58)	деятельности и профессиональному развитию? (Верно, неверно, не знаю) Как Вам кажется, насколько ваши преподаватели заинтересованы в собственном дальнейшем личностном и профессиональном развитии?
Контроль, отношение к работе (вопрос №84)	Верно ли, что у Вас часто возникает чувство, что в вузе многое делается формально ("для галочки")? (Верно, неверно, не знаю)
Ответственность за результат учебной деятельности, социальная ответственность (вопросы №59-60)	На сколько баллов я чувствую свою ответственность перед обществом за уровень своей профессиональной подготовки? На сколько баллов, на Ваш взгляд, чувствуют ответственность перед обществом за уровень своей профессиональной подготовки большинство студентов вашего факультета?

Также при составлении анкеты мы руководствовались практическими рекомендациями по разработке подобных анкет, которые дают О. Свергун, Ю. Пасс, Д. Дьякова, А. Новикова [57]. В частности, авторы указывают, что вопросы анкеты не должны быть слишком многословны, иначе их обработка потребует от респондента больше времени, что может привести к неоправданному завышению оценок при ответе. Вопросы каждого блока не следует предварять выделяющимися по форме заглавиями, лучше перемешать вопросы из разных блоков. Желательно, если количество вопросов в каждом блоке будет приблизительно одинаковым. Вопросы, которые касаются, личных данных респондента лучше помещать в минимальном количестве, поскольку они могут вызвать неоднозначную реакцию. Информация, которую указывает в них человек, не должна нести с собой возможность идентификации личности заполнившего анкету. Заполнение анкет не должно занимать по времени больше 30 минут. Иначе ответы на последние вопросы могут быть менее продуманными, нежели ответы на первые.

Авторы указывают, что чрезмерно длинные опросные листы могут вызвать эффект, при котором респондент начинает чаще соглашаться, реагируя автоматически на поставленные вопросы. Чтобы избежать подобной тенденции, рекомендуется переформулировать вопрос, предложив

его в "негативном" виде. При этом необходимо внимательно формулировать "негативные" формулировки вопросов и соответствующим образом учитывать их баллы при обработке результатов. Также следует избегать при формулировке вопросов объединения двух различных по существу понятий, параметров. Поскольку каждый из них может быть оценен человеком по-разному. Исследователи указывают на обязательность включения в число возможных ответов формулировок типа "затрудняюсь ответить", "не знаю". Это делается для того, чтобы респондент мог не отвечать на малопонятный для него вопрос.

Мы постарались учесть все приведенные выше рекомендации при разработке нашей анкеты. Также мы включили в опросный лист вопросы открытого типа с целью получения качественной информации, которая будет учитываться при разработке рекомендаций по оптимизации корпоративной культуры вуза.

В анкете студенту необходимо оценивать характеристики корпоративной культуры вуза как от своего лица, так и от лица своих сокурсников. Это согласуется с рекурсивной² моделью психики В.А. Дмитриевского [19]. Согласно этой модели, любая ситуация рассматривается с позиции некоторого конкретного человека (в нашем случае респондента-студента), - т.н. центрирующего субъекта. Содержание психики других людей нам непосредственно недоступно. Мы можем наблюдать лишь внешние проявления других людей, которые вынуждены интерпретировать. Участники общения реконструируют внутренний мир другого в своем сознании для того, чтобы понять чувства, мотивы поведения и отношение к значимым объектам. Реконструированные субъекты нашей психики, как и реальные субъекты, строят представления о реальности и, в свою очередь, реконструируют других субъектов. Как пишет, В.А. Дмитриевский, "анализ психического состояния субъекта с позиции рекурсивной модели

² "Под рекурсией понимается наличие в субъекте частей, структурно подобных самому субъекту, которые взаимодействуют с этим субъектом" [19].

предполагает два процесса: разворачивание рекурсии, т.е. рассмотрение всё более и более глубоко вложенных субъектов, и, наоборот, сворачивание рекурсии, т.е. изучение влияния вложенных субъектов на субъектов их порождающих, и, в конечном счёте, на центрирующего субъекта, что определяет его поведение"[19].

Если рассматривать ситуацию нашего исследования в соответствии с моделью В.А. Дмитриевского, то студент не только субъективно оценивает характеристики корпоративной культуры вуза, он в то же время соотносит свою оценку с предполагаемой оценкой окружающих. Интерпретация внутреннего мира других людей также оказывает влияние на самого "центрирующего субъекта".

Структура анкеты. Анкета состоит из двух частей. В первой части респонденту необходимо оценить приведенные утверждения и вопросы по десятибалльной шкале. При этом в случае, если респондент затрудняется с ответом, ему необходимо поставить прочерк. При составлении вопросов мы использовали такие формулировки как "я чувствую", "мне кажется". Это сделано с той целью, чтобы студент ориентировался на свои субъективные ощущения от тех или иных факторов корпоративной культуры, а не старался быть объективным, намеренно искажая и "корректируя" свое восприятие. Также важно отметить, что в некоторых вопросах мы намеренно изменяли слово "вуз", на слово "факультет", поскольку одной из особенностей корпоративной культуры вуза как организации является возможность существования субкультур различных факультетов с их особенностями. В связи с чем те или иные факторы могут быть по-разному оценены в зависимости от факультета.

Во второй части анкеты респонденту необходимо подчеркнуть нужное в колонках ответов. В третьей части анкеты респонденты могут оставить собственные предложения по улучшению корпоративной культуры вуза. Им также предлагается ряд вопросов. Однако, как указано в анкете, в этой части необязательно давать ответы на все вопросы. Перед в конце второй части

анкеты респонденты указывают личные данные. Решение о том, чтобы не ставить эти сведения в самом конце анкеты мы приняли на основании того, что студенты, которые не захотят отвечать на необязательную часть анкеты, могут не увидеть эти вопросы. Также в конце второй части анкеты респонденту предлагается ответить на два открытых вопроса по поводу ценностей.

Методика Т.И. Ильиной «Мотивация обучения в вузе» содержит 50 утверждений, каждое из которых респонденту необходимо отметить знаками «+» или «-» в зависимости от своего согласия или несогласия. Всего в методике три шкалы: «Приобретение знаний» (стремление к приобретению знаний, любознательность); «Овладение профессией» (стремление овладеть профессиональными знаниями и сформировать профессионально важные качества); «Получение диплома» (стремление приобрести диплом при формальном усвоении знаний, стремление к поиску обходных путей при сдаче экзаменов и зачетов). В опросник, для маскировки, автор методики включила ряд фоновых утверждений, которые в дальнейшем не обрабатываются. Преобладание мотивов по первым двум шкалам свидетельствует об адекватном выборе студентом профессии и удовлетворенности ею.

Тест-опросник Л.В. Мищенко «Удовлетворенность учебной деятельностью» содержит 70 утверждений, по отношению к которым респондентам необходимо выразить степень своего согласия. Методика содержит шкалу общей удовлетворенности учебной деятельностью, и шесть субшкал: удовлетворенности учебным процессом, удовлетворенности воспитательным процессом, удовлетворенности избранной профессией, удовлетворенности отношениями с однокурсниками, удовлетворенности взаимодействием с преподавателями и руководителями факультета, удовлетворенности бытом, бюджетом, досугом, здоровьем.

«Диагностика мотивации учения студентов», модифицированный вариант методики А.А. Реана и В.А.Якунина - Н.Ц. Бадмаева. Методика

содержит 34 утверждения. Респондентам предлагается оценить по 5-балльной системе приведенные мотивы учебной деятельности по субъективной значимости. Всего 7 шкал: коммуникативные мотивы, мотивы избегания, мотивы престижа, профессиональные мотивы, мотивы творческой самореализации, учебно-познавательные мотивы, социальные мотивы.

Для проверки нашей гипотезы мы использовали количественный и качественный анализ данных, непараметрический метод статистической обработки данных Н-критерий Крускала-Уоллиса для выявления статистических различий по показателям восприятия корпоративной культуры вуза студентами 2-4 курсов, а также корреляционный анализ связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов с применением непараметрического коэффициента ранговой корреляции r -Спирмена.

2.2. Анализ и интерпретация результатов исследования

Для решения задач, поставленных ранее, необходимо проанализировать полученные результаты. В ходе исследования были определены особенности восприятия корпоративной культуры вуза студентами 2-4 курсов, полученные нами с помощью авторской анкеты «Восприятие корпоративной культуры вуза студентами». Сводные таблицы полученных данных представлены в Приложении 2 (таблицы 1). Проанализируем выраженность показателей восприятия студентами корпоративной культуры вуза (рис. 2.2.1-2.2.2).

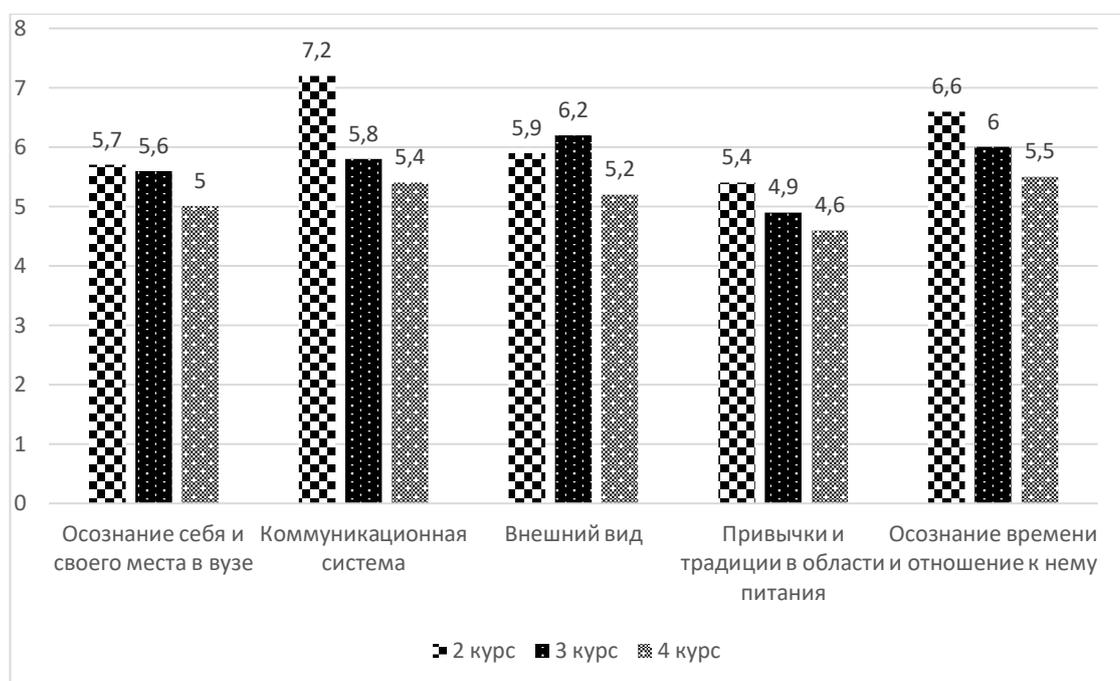


Рис. 2.2.1 Выраженность показателей восприятия студентами корпоративной культуры вуза, (ср.б.)

На рисунке 2.2.1 представлена выраженность первых пяти показателей корпоративной культуры (по Ф. Харрису, Р. Морану). Средние баллы (M_x) по выборке показывают, что наиболее высоко студентами 2 курса оценивается фактор "Коммуникационная система и язык общения" ($M_{x2}=7,2$). Сюда относятся такие показатели, как корпоративная культура речи, качество информации и ее доступность, корпоративные мифы, слухи, доступ к руководству факультета, вуза. Следует отметить, что средние баллы по данному показателю имеют тенденции к снижению от курса к курсу, достигая минимальной величины у студентов 4 курса ($M_{x4}=5,4$). Подобная тенденция снижения среднего балла на протяжении обучения в вузе прослеживается также по показателям "Осознание себя и своего места в вузе", "Привычки и традиции в области питания", "Осознание времени и отношение к нему".

Вторая пятерка показателей корпоративной культуры вуза (рис. 2.2.2) также обнаруживает тенденцию к ухудшению восприятия студентами корпоративной культуры вуза от курса к курсу по большинству показателей.

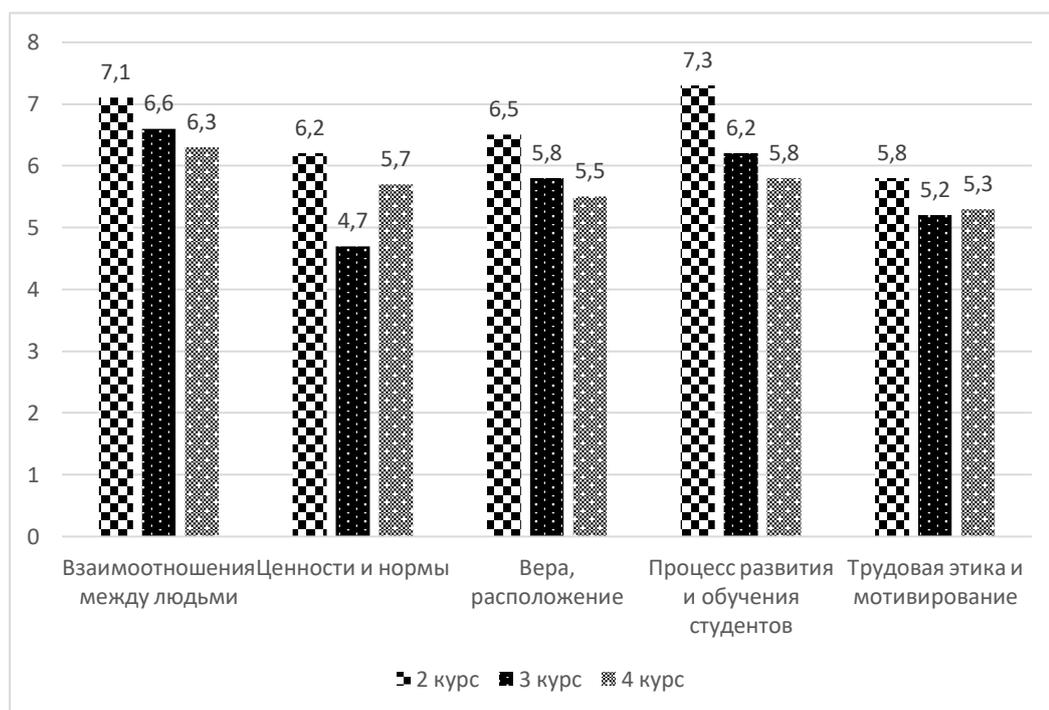


Рис. 2.2.2 Выраженность показателей восприятия студентами корпоративной культуры вуза, (ср.б.)

Анализируя рисунки, отмечаем, что студенты 2 курса оценивают корпоративную культуру вуза по большинству показателей выше, чем студенты 3-4 курсов. Самый высокий средний балл у студентов 2 курса ($M_{x2}=7,3$) получил показатель "Процесс развития и обучения студентов" (степень осознанности и осмысленности выполняемых работ, подходы к объяснению причин; разнообразие форм работы, использование активных методов в обучении; уровень сотрудничества и сотворчества преподавателей и студентов; практикоориентированность обучения, уровень материально-технической базы вуза) и показатель "Коммуникационная культура и язык общения" (корпоративная культура речи, качество информации и ее доступность, доступ к руководству факультета, вуза) - $M_{x2}=7,2$.

Наиболее низкий средний балл оказался у показателя "Привычки и традиции в области питания" у студентов 4 курса ($M_{x4}=4,6$). К данному показателю относились такие характеристики корпоративной культуры, как качество питания в вузе, организация отдельных очередей, мест питания, временной ресурс на питание. Также низкий балл оказался у студентов 3

курса по показателю "Ценности и нормы" (качество образования, профессионализм; лидерство, новаторство; забота о людях; преданность вузу, профессии, внутренний имидж вуза) - $M_{x3}=4,7$. Возможно, данная особенность связана с так называемым "кризисом третьего курса". Следует отметить, что студенты 4 курса уже демонстрируют улучшение восприятия данного показателя корпоративной культуры ($M_{x4}=5,7$).

Особенную важность для целей нашего дальнейшего анализа и интерпретации данных представляет пара значений, а именно: наиболее высокий балл по всей выборочной совокупности, который соответствует восприятию студентами 2 курса показателя "Процесс развития и обучения студентов" ($M_{x2}=7,3$) и минимальный балл у студентов 3 курса по показателю "Ценности и нормы" ($M_{x3}=4,7$).

На основе проведенного нами анализа данных мы можем сделать следующие выводы и предположения о соответствующих им причинам. Студенты поступают в вуз с определенными ожиданиями о качестве образования, процессе обучения и отношении со стороны преподавательского коллектива. Поскольку вчерашние школьники еще плохо представляют себе реалии своей будущей профессиональной деятельности, они во многом могут ее идеализировать. Со временем студенты, не получая ответов на волнующие их вопросы по поводу перспектив трудоустройства, а также испытывая беспокойство в отношении своей профессиональной компетентности, испытывают чувство разочарования, которое отражается на их учебной мотивации. Анализ студенческих ответов на открытые вопросы анкеты "Восприятие корпоративной культуры вуза студентами" дает подтверждение нашим предположениям. Ответы респондентов представлены в таблицах (Приложение 2, таблицы 2.1-2.3).

Студенты отмечали, что им не хватает практических навыков и понимания того, как теория могла бы помочь в их дальнейшей профессиональной деятельности. Многие отмечали, что не хватает бесед с преподавателями, действующими специалистами в своей области. В ответах

студентов часто выражалось желание новых, более интересных, форм проведения учебных занятий. Большое количество студентов отмечало, что в расписании присутствует много ненужных для их профессии предметов. Бессмысленность лишних трудозатрат снижает, по словам студентов, их инициативу и творческий поиск, а также учебную мотивацию. Некоторые студенты выражали обеспокоенность перспективами своей будущей профессиональной деятельности. Студентам хочется видеть реальные примеры людей, которые достигли определенных результатов в своей работе.

На вопрос "Что в наибольшей мере демотивирует студентов?" были представлены такие ответы, как: отсутствие цели в будущем по отношению к своей профессии, неудачи, нежелание преподавателей помочь, большое количество "бумажной" работы, скептическое отношение к навыкам студентов, игнорирование успехов и стараний студентов, умаление значимости достижений, непонимание студентами значимости происходящего, смысла заданий, принуждение к участию в чем-либо и т.п. Подавляющее большинство студентов выразило однозначное несогласие с идеей введения единого вузовского стандарта по внешнему виду студентов и преподавателей. Для студентов это одна из основных возможностей проявления своей индивидуальности в вузе.

На вопрос "Какие корпоративные церемонии могли бы повлиять на Вашу мотивацию?" большинство студентов ответило, что никаких церемоний не нужно, многие говорили о том, что их мотивация снижается от того, что в вузе принуждают к участию в неинтересных студентам мероприятиях. При этом многие студенты говорили, что им бы хотелось принимать участие в полезных мастер-классах, тренингах.

Таким образом, ответы студентов на открытые вопросы анкеты подтверждают результаты количественных измерений. Студенты изначально ориентированы на активное взаимодействие с преподавателями и специалистами своей профессиональной сферы. Студентам не хватает неформальных встреч с преподавателями, на которых можно было бы

обсудить волнующие вопросы, которые выходят за рамки учебной программы, однако имеют непосредственное отношение к восприятию как своей профессии, так и себя в ней.

Тенденция к ухудшению восприятия студентами большинства основных показателей корпоративной культуры вуза от курса к курсу должна привлечь на себя внимание со стороны руководства факультета психологии, а также педагогического коллектива. Чувство разочарованности приводит студентов к самой критической точке, которая в большинстве случаев приходится на 3 год обучения в вузе. Именно в это время студенты хуже всего оценивают вопрос о том, мотивирует ли их учеба в вузе к активному профессиональному развитию; они чаще сомневаются в том, что получаемые в вузе знания смогут им пригодиться в будущей профессиональной деятельности; критичнее остальных студентов они оценивают заинтересованность большинства преподавателей в своем профессиональном и личностном развитии; и чаще других студентов они оказываются недовольны выбором места своего поступления. Оценка этих показателей отражена в самом низком среднем балле по выборке, который соответствует показателю "Ценности и нормы" ($M_{x3}=4,7$).

Студенты, которые смогли преодолеть кризис третьего курса, к 4 курсу показали улучшение восприятия данного показателя, что может быть связано с изменениями в их мотивационной сфере, что мы и будем проверять далее в нашем исследовании.

С целью выявления статистических различий по показателям восприятия корпоративной культуры вуза студентами 2-4 курсов, нами был применен непараметрический статистический H-критерий Крускала-Уоллиса (таблица 1, Приложение 3). По показателю восприятия корпоративной культуры вуза "Коммуникативная система и язык общения" ($H_{эмп.}=15,8$) мы обнаружили, что студенты 2-4 курсов статистически различаются между собой на высоком уровне статистической значимости ($p \leq 0,01$). То есть

студенты 2 курса воспринимают данный показатель корпоративной культуры более положительно, чем студенты 3-4 курсов.

По такому показателю корпоративной культуры как "Внешний вид, представление личности в вузе" ($N_{эмп.}=6,4$) также обнаружены статистически значимые различия на достоверном уровне ($p \leq 0,05$). Студенты 2-3 курсов более благоприятно относятся к таким показателям, как внешний вид студентов и преподавателей, их позиционирование в социальных сетях, к символике и корпоративной продукции вуза, а также к внешнему виду помещений.

По показателю "Ценности и нормы" ($N_{эмп.}=7,3$) также обнаружены статистически значимые различия на достоверном уровне ($p \leq 0,05$). Студенты 2 и 4 курсов дают более высокие оценки таким показателям, как качество образования, профессионализм, лидерство и новаторство, забота о людях, преданность вузу, профессии, внутренний имидж вуза, чем студенты 3 курса.

По показателю "Вера, расположение" ($N_{эмп.}=8,9$) также обнаружены статистически значимые различия на достоверном уровне ($p \leq 0,05$). Студенты 2 курса более благоприятно оценивают такие характеристики, как влияние религии, морали, репутация и профессионализм руководства, преподавателей, перспективы развития университета, уровень подготовки студентов, востребованность выпускников, вера в собственные силы, чем студенты 3-4 курсов.

По показателю "Процесс развития и обучения студентов" ($N_{эмп.}=12,7$) мы обнаружили, что студенты 2-4 курсов статистически различаются между собой на высоком уровне статистической значимости ($p \leq 0,01$). Студенты 2 курса более благоприятно оценивают такие показатели, как степень осознанности и осмысленности выполняемых работ, подходы к объяснению причин, разнообразие форм работы, использование активных методов в обучении, уровень сотрудничества и сотворчества преподавателей и студентов, практикоориентированность обучения, уровень материально-технической базы вуза, чем студенты 3-4 курсов.

Таким образом, статистически доказано, что студенты 2 курса более высоко оценивают основные характеристики корпоративной культуры вуза, чем студенты 3-4 курсов. Они также более благоприятно расценивают свои возможности и профессиональные перспективы, более удовлетворены выбором места обучения. Результаты эмпирического исследования по 3-4 курсам продемонстрировали нарастание разочарованности, неуверенности в своем профессиональном будущем, снижении мотивации и росте критического восприятия корпоративной культуры вуза.

На следующем этапе нашего исследования мы провели анализ особенностей мотивации студентов разных курсов, изученных нами с помощью методики Т.И. Ильиной "Мотивация обучения в вузе". Результаты представлены на рис. 2.2.3. Сводные данные по выборке представлены в Приложении 2 (таблица 3).

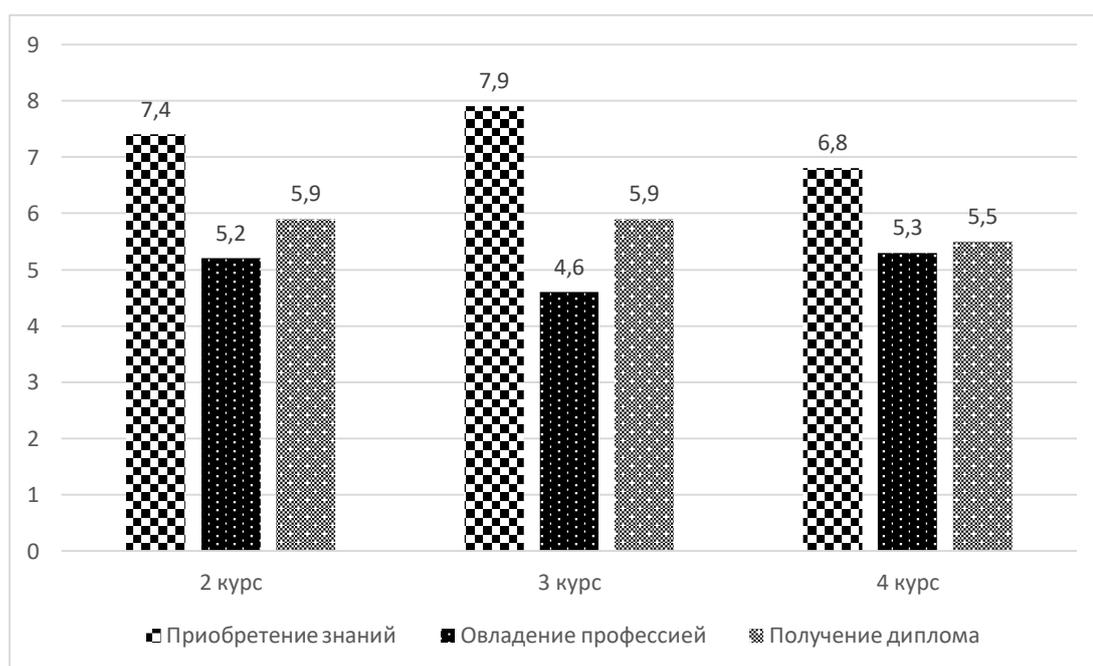


Рис. 2.2.3 Выраженность мотивационной направленности студентов разных курсов, (ср.б.)

Анализируя рисунок 2.2.3, отмечаем, что для большинства студентов всех трех курсов преобладающим мотивом обучения в вузе является мотив приобретения знаний ($M_{x2}=7,4$; $M_{x3}=7,9$; $M_{x4}=6,8$), на втором месте идет мотив получения диплома ($M_{x2}=6,8$; $M_{x3}=5,9$; $M_{x4}=5,5$), и только на третьем -

мотив овладения профессией ($M_{x2}=5,2$; $M_{x3}=4,6$; $M_{x4}=5,3$). Мотив приобретения знаний подразумевает стремление к приобретению знаний, любознательность, мотив овладения профессией подразумевает стремление овладеть профессиональными знаниями и сформировать профессионально важные качества, а мотив получения диплома - стремление приобрести диплом при формальном усвоении знаний, стремление к поиску обходных путей при сдаче экзаменов и зачетов. Согласно Т.И. Ильиной, преобладание мотивов по первым двум шкалам (мотивы приобретения знаний и овладения профессией) свидетельствует об адекватном выборе студентом профессии и удовлетворенности ею.

Следует отметить, что выраженность мотива получения диплома имеет тенденцию к снижению от курса к курсу. Что касается мотива приобретения знаний, то его выраженность нарастает к 3 курсу и падает на 4 курсе обучения в вузе. Выраженность мотива овладения профессией падает на третьем курсе и вновь увеличивается на 4 курсе. Таким образом, по данным методики, получается, что студенты 3 курса более мотивированы на приобретение знаний, но одновременно с этим наименее мотивированы на получение своей профессии, чем студенты 2 и 4 курсов.

Если сравнивать полученные данные с теми, что мы получили по результатам диагностики восприятия корпоративной культуры вуза, то оказывается, что студенты действительно часто к 3 курсу разочаровываются выбором своей профессии и имеют больше всего актуальных вопросов, на которые бы они хотели найти ответы. Однако мотив приобретения знаний у студентов к 4 курсу снижается. Интересно было бы сравнить соответствующие показатели со студентами 5 курса и магистрантами. Возможно, именно третий курс является переломным моментом для мотивации получения знаний в дальнейшем. И нам необходимо учитывать это в разработке рекомендаций для руководства факультета. Поскольку, судя по нашим данным, ориентация на получение профессии не всегда сопряжена с выраженной мотивацией на получение знаний. И это может являться

большой проблемой для общества в плане выпуска компетентных специалистов.

Отдельные виды мотивов мы изучили на следующем этапе нашего исследования с помощью методики Н.Ц. Бадмаевой «Диагностика мотивации учения студентов». Результаты, полученные в ходе исследования, представлены на рис. 2.2.4. Сводные таблицы результатов по выборке представлены в Приложении 2 (таблица 4).

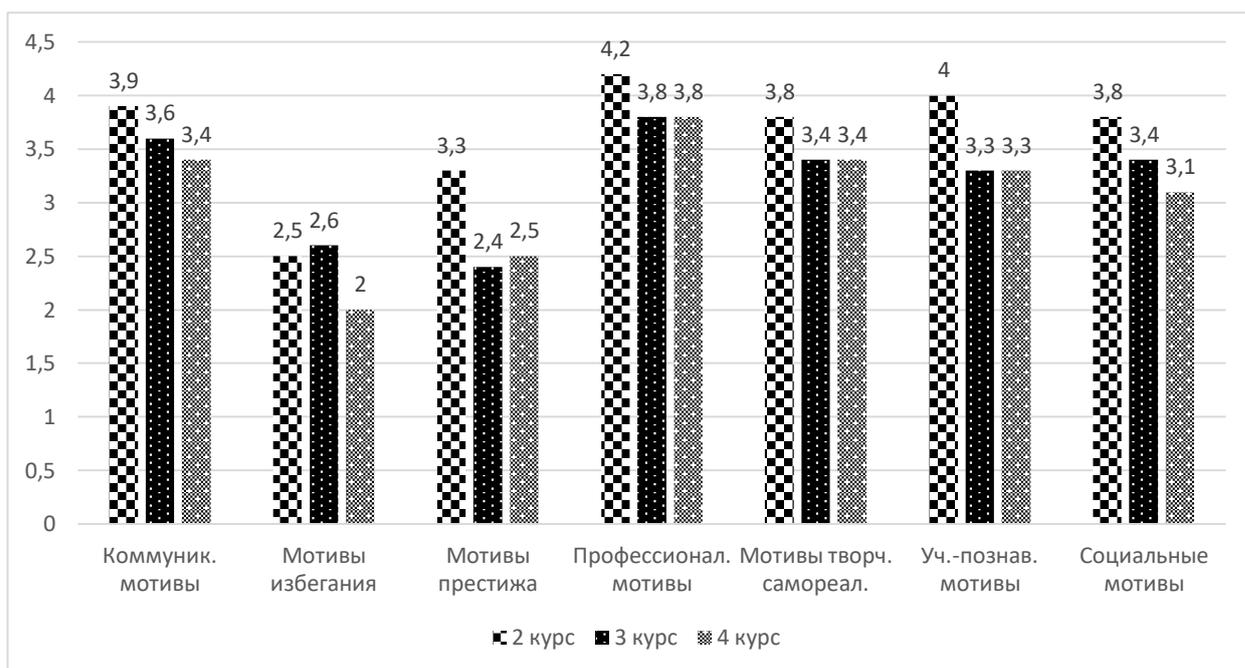


Рис. 2.2.4 Выраженность отдельных видов мотивов студентов разных курсов, (ср.б.)

Согласно полученным данным, можно сделать вывод, что для студентов 2 курса в наибольшей мере характерны профессиональные ($M_{x2}=4,2$) и учебно-познавательные ($M_{x2}=4$) мотивы обучения в вузе. Чуть ниже стоят коммуникативные ($M_{x2}=3,9$) и социальные мотивы ($M_{x2}=3,8$). И последнее место занимают мотивы избегания ($M_{x2}=2,5$). Для студентов 3 курса преобладающими являются профессиональные ($M_{x3}=3,8$) и коммуникативные мотивы ($M_{x3}=3,6$). Чуть ниже располагаются мотивы творческой самореализации ($M_{x3}=3,4$), социальные мотивы ($M_{x3}=3,4$) и учебно-познавательные мотивы ($M_{x3}=3,3$). На последнем месте для них стоят мотивы престижа ($M_{x3}=2,4$). Для студентов 4 курса преобладающими

являются профессиональные ($M_{x4}=3,8$), коммуникативные мотивы ($M_{x4}=3,4$) и мотивы творческой самореализации ($M_{x4}=3,4$). Последнее место заняли мотивы избегания ($M_{x4}=2$). Таким образом, для студентов всех трех курсов, согласно методики Н.Ц. Бадмаевой, основными являются профессиональные мотивы.

Здесь важно отметить, что профессиональные, учебно-познавательные мотивы и мотивы творческой самореализации снижаются при переходе студентов на 3 курс и в дальнейшем не повышаются, что является отрицательным показателем в отношении целей обучения в вузе. В целом, можно также говорить о том, что выраженность показателей отдельных видов мотивов студентов в процессе обучения в вузе в большинстве случаев снижается.

С целью выявления статистических различий по показателям выраженности отдельных видов мотивов между студентами 2-4 курсов, нами был применен непараметрический статистический Н-критерий Крускала-Уоллиса (таблица 1, Приложение 3). Мы обнаружили, что студенты 2-4 курсов статистически различаются между собой на достоверном уровне статистической значимости ($p \leq 0,05$) по коммуникативным мотивам ($H_{эмп.}=6,6$). То есть коммуникативные мотивы более характерны для студентов 2 курса, чем студентов 3-4 курсов.

По выраженности мотивов избегания ($H_{эмп.}=8,7$) мы также обнаружили, что студенты 2-4 курсов статистически различаются между собой на достоверном уровне статистической значимости ($p \leq 0,05$). То есть мотивы избегания более характерны для студентов 2-3 курсов, чем для студентов 4 курса.

По выраженности мотивов престижа ($H_{эмп.}=13,2$) различия обнаружены на высоком уровне статистической значимости ($p \leq 0,01$). То есть мотивы престижа более характерны для студентов 2 курса, чем для студентов 3-4 курсов.

По выраженности учебно-познавательных мотивов ($H_{эмп.}=18,2$) различия обнаружены на высоком уровне статистической значимости ($p \leq 0,01$). То есть учебно-познавательные мотивы более характерны для студентов 2 курса, чем студентов 3-4 курсов.

По выраженности социальных мотивов ($H_{эмп.}=12,9$) различия также обнаружены на высоком уровне статистической значимости ($p \leq 0,01$). Социальные мотивы более характерны для студентов 2 курса, чем для студентов 3-4 курсов.

Проанализируем выводы статистической обработки данных. Наблюдаются некоторые разночтения по выраженности тех или иных видов мотивов в сравнении с результатами, полученными нами посредством предыдущей методики. Мы связываем полученные противоречия с описанными нами в параграфе 1.3 недостатками методик. Мы изначально предположили, например, что заведомо низкий балл может быть поставлен по шкалам, характеризующим мотивы престижа, избегания, коммуникативные мотивы. В то время как заведомо завышенный балл может оказаться по шкалам, характеризующим профессиональные и учебно-познавательные мотивы. Наши предположения подтвердились на практике, что еще раз убеждает нас в необходимости дальнейших разработок в области совершенствования методик, направленных на диагностику мотивации учения студентов.

Теперь проанализируем особенности удовлетворенности учебной деятельностью, полученные нами с помощью методики Л.В. Мищенко «Удовлетворенность учебной деятельностью» (рис. 2.2.5). Сводные таблицы полученных данных по выборке представлены в Приложении 2 (таблица 5).

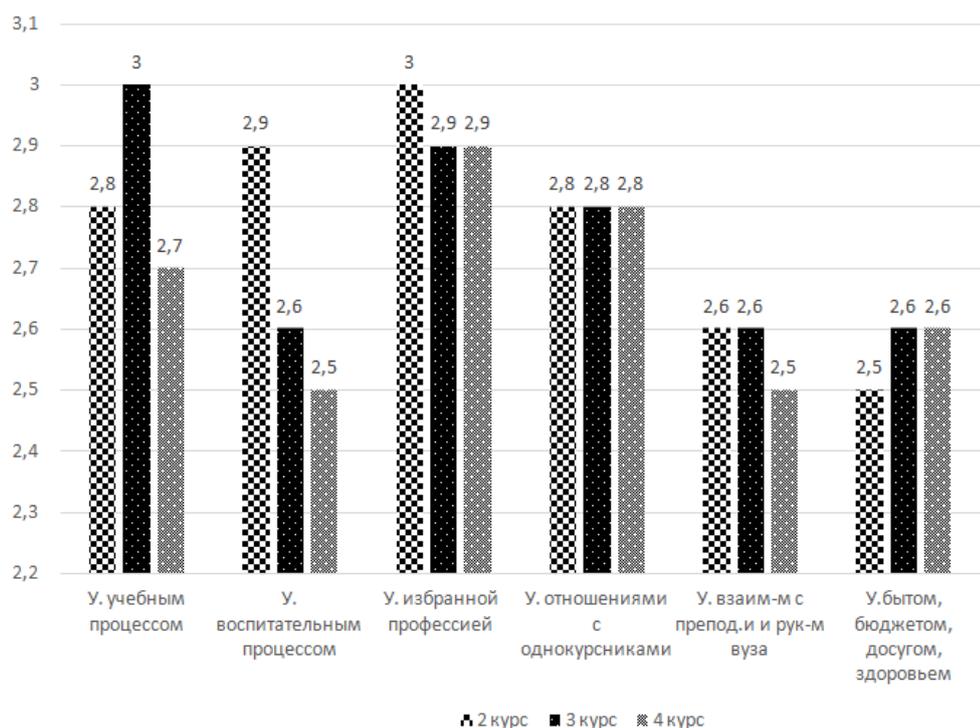


Рис. 2.2.5 Выраженность показателей удовлетворенности учебной деятельностью студентов разных курсов, (ср.б.)

Согласно полученным данным, студенты 2 курса имеют наибольший балл по субшкале "Удовлетворенность избранной профессией" ($M_{x2}=3$), а наименьшие баллы по субшкалам "Удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза" ($M_{x2}=2,6$), "Удовлетворенность бытом, бюджетом, досугом, здоровьем" ($M_{x2}=2,5$).

Студенты 3 курса самый большой балл получили по субшкале "Удовлетворенность учебным процессом" ($M_{x3}=3$), а наименьший - сразу по трем субшкалам "Удовлетворенность воспитательным процессом" ($M_{x3}=2,6$), "Удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза" ($M_{x3}=2,6$) и "Удовлетворенность бытом, бюджетом, досугом, здоровьем" ($M_{x3}=2,6$).

Студенты 4 курса самый большой балл получили по субшкале "Удовлетворенность избранной профессией" ($M_{x4}=2,9$), а самый низкий - по субшкалам "Удовлетворенность воспитательным процессом" ($M_{x4}=2,5$) и

"Удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза " ($M_{x4}=2,5$).

Таким образом, для целей нашего дальнейшего исследования нам важно принять во внимание, что фактором риска, оказывающим негативное влияние на мотивацию учения и восприятие корпоративной культуры вуза для студентов всех трех курсов является удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза. Также мы отмечаем, что для 3 курса характерен высокий балл удовлетворенностью учебным процессом, в то время как для студентов 4 курса - удовлетворенностью избранной профессией. Выше мы писали о том, что у студентов 4 курса могут наблюдаться перемены в мотивации обучения в вузе, которые помогают им справиться с так называемым "кризисом третьего курса". По-видимому, для студентов 4 курса эта мотивационная переменная связана с ориентацией на получение профессии, в то время как у них падает значимость учебно-познавательных мотивов, что отражается в соответствующих показателях удовлетворенности учебной деятельностью.

Теперь проанализируем показатели распределения студентов разных курсов по уровням общей удовлетворенности учебной деятельностью (рис. 2.2.6).

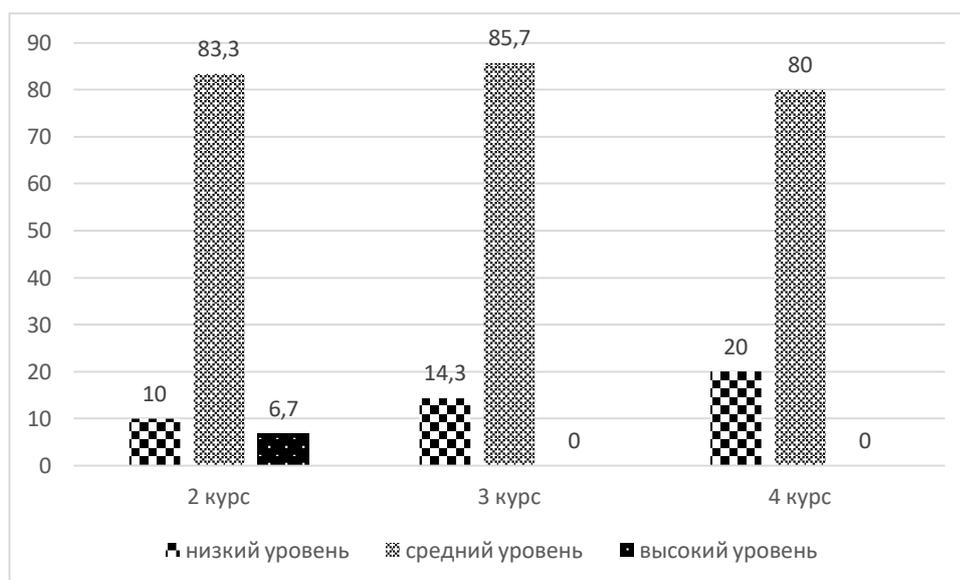


Рис. 2.2.6 Распределение студентов разных курсов по уровням общей удовлетворенности учебной деятельностью, (%)

Общая удовлетворенность учебной деятельностью получила самый высокий балл у студентов второго курса ($M_{x2}=2,8$), что интерпретируется в методике Л.В. Мищенко следующим образом: учебная деятельность протекает в пределах нормы, но не дает возможности реализовать все свои способности; некоторая неудовлетворенность возникает лишь в отдельных областях учебно-профессиональной деятельности. Третий и четвертый курс получили одинаковый балл ($M_x=2,7$), что соответствует также вышеприведенной интерпретации методики.

Таким образом, распределение студентов разных курсов по уровням общей удовлетворенности учебной деятельностью показало, что 80 и более процентов студентов всех трех курсов имеют средний уровень общей удовлетворенности учебной деятельностью. При этом высокий уровень общей удовлетворенности наблюдается только среди студентов 2 курса.

На следующем этапе работы с целью выявления корреляционных связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов нами был применен корреляционный анализ с применением непараметрического коэффициента ранговой корреляции r -Спирмена. Поскольку по результатам математико-статистической обработки данных H -критерий Крускала-Уоллиса показал статистически значимые различия по показателям восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов, мы распределили общую выборку студентов на 3 независимые выборки по курсам и выполнили корреляционный анализ для каждой из трех независимых выборок.

Рассмотрим корреляционную плеяду связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивацией учения студентов 2 курса (рис. 2.2.7). Всего было обнаружено 13 положительных корреляционных связей.

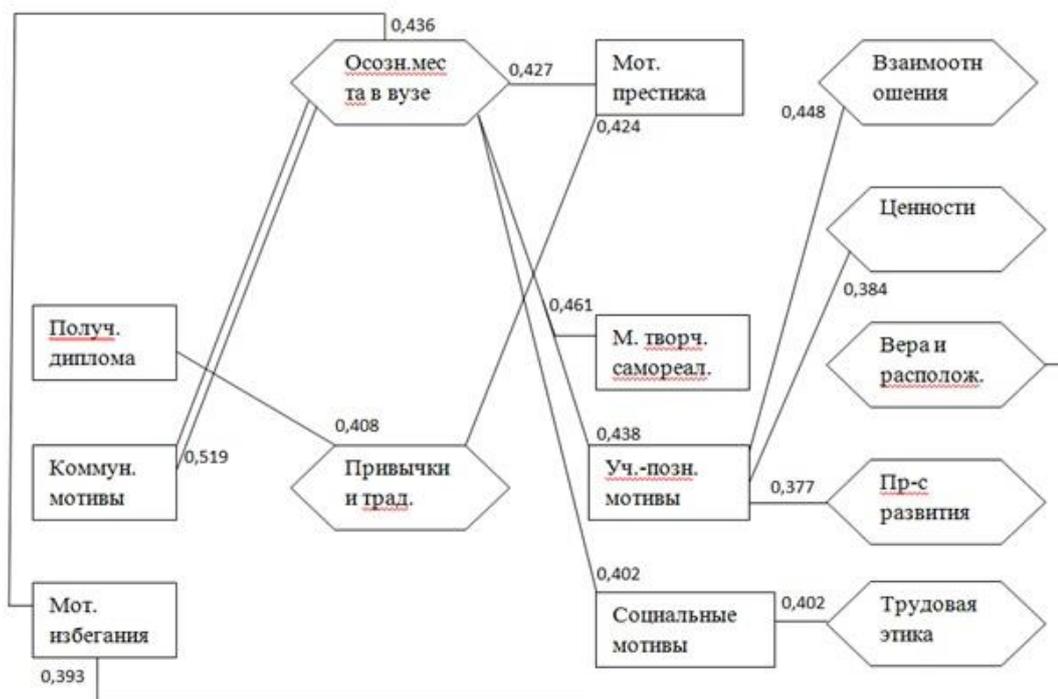


Рис. 2.2.7 Корреляционная плеяда связей между показателями восприятия студентами 2 курса корпоративной культуры вуза и мотивацией учения

Примечания: ===== $p \leq 0,01$ прямая связь $p \leq 0,05$ -----
 ----- $p \leq 0,01$ обратная связь $p \leq 0,05$ -----

По данным нашего исследования, существует значимая корреляционная связь между показателем восприятия корпоративной культуры вуза "Осознание себя и своего места в вузе" и мотивами избегания ($r=0,436$, $p \leq 0,05$): по-видимому, это тот случай, когда изначальная мотивация учения оказывает влияние на восприятие корпоративной культуры вуза, то есть чем сильнее выраженность у студента мотивов избегания, тем позитивнее будет его оценка таких показателей, как удовлетворенность степенью внимания к внутреннему миру и мнению студента, возможность влияния на те или иные перемены в вузе, проявление индивидуальности и т.п. Вероятно, это связано с тем, что чем формальнее студент относится к своей учебе в вузе, тем меньше у него ожиданий от университета и тем ниже уровень требований к корпоративной культуре. Этим же можно объяснить выявленную значимую корреляционную связь между мотивами избегания и показателем "Вера, расположение" ($r=0,393$, $p \leq 0,05$): чем выше

выраженность мотивов избегания у студента, тем выше его оценка таких показателей корпоративной культуры, как эффективность мероприятий по приобщению студентов к проблемам морали и нравственности, религиозная политика университета, уровень профессионализма и нравственности преподавателей и руководства факультета, уровень конкурентоспособности получаемого образования.

Показатель корпоративной культуры "Осознание себя и своего места в вузе" также имеет высоко значимую корреляционную связь с коммуникативными мотивами ($r=0,519$, $p\leq 0,01$): чем выше у студента выражены коммуникативные мотивы, тем выше он оценивает такие показатели, как чувство своей значимости в коллективе, возможности проявления своей индивидуальности в вузе, наличие желания проявлять инициативу, готовность руководства факультета прислушиваться к мнению студентов, возможность студентов влиять на перемены в вузе, удовлетворенность степенью внимания, которое уделяется внутреннему миру студентов. По-видимому, это связано с тем, что готовность студента к эффективной коммуникации, обусловленная наличием соответствующего мотива, побуждает его самого создавать ситуации, в которых можно открыто выражать свое мнение, проявлять инициативу, заниматься значимой для коллектива деятельностью, чувствуя свою значимость и т.п. В связи с чем можно сделать вывод, что корпоративная культура вуза не есть некий объективно данный предмет, она создается в ситуациях общения, контактов, активности студентов. Поэтому нацеленность на успешную коммуникацию формирует для студента соответствующую микросреду. Студент, не заинтересованный в успешной коммуникации с окружающими, следовательно, будет ожидать, что все, чего он ожидает, должно прийти к нему само, без его активного участия.

Показатель "Осознание себя и своего места в вузе" также имеет значимые корреляционные связи с учебно-познавательными мотивами ($r=0,438$, $p\leq 0,05$) и социальными мотивами ($r=0,402$, $p\leq 0,05$), что можно

интерпретировать так: чем позитивнее студент оценивает свое положение в коллективе, возможность проявлять инициативу, творческий поиск, активность, тем выше выраженность его учебно-познавательных и социальных мотивов.

Мотивы престижа имеют значимую корреляционную связь с такими показателями корпоративной культуры, как "Осознание себя и своего места в вузе" ($r=0,427$, $p\leq 0,05$) и "Привычки и традиции в области питания" ($r=0,424$, $p\leq 0,05$). Наиболее важной здесь мы считаем первую связь: чем выше выраженность мотивов престижа у студента, тем позитивнее он оценивает возможности проявления своей инициативы и индивидуальности, а также свое положение в коллективе. То есть чем важнее для студента быть уважаемым человеком учебного коллектива и получить одобрение, тем более, по-видимому, он нацелен на поиск возможностей проявления своей инициативы и индивидуальности. Что в очередной раз доказывает, что корпоративная культура вуза не есть некий объективно данный предмет, она во многом создается в ситуациях общения, контактов, проявления активности и соответствующего намерения самого студента.

Учебно-познавательные мотивы имеют значимую корреляционную связь с показателями корпоративной культуры "Взаимоотношения между людьми" ($r=0,448$, $p\leq 0,05$), "Процесс развития и обучения студентов" ($r=0,377$, $p\leq 0,05$) и "Ценности и нормы" ($r=0,384$, $p\leq 0,05$): чем позитивнее восприятие студентами таких показателей, как отношения между людьми в вузе, благоприятность разрешения конфликтов, а также степень влияния учебы в вузе на мотивацию профессионального и личностного развития, оценка влияния вуза на развитие лидерских качеств, заинтересованность преподавателей в развитии студентов, оценка подхода преподавателей к своей работе, тем выше уровень учебно-познавательных мотивов.

Таким образом, корреляционный анализ данных по 2 курсу также подтверждает значение качества отношений между студентами и преподавателями, отношения преподавателей к своей работе и подходов к

преподаванию для мотивации учения студентов, что было выявлено нами ранее при анализе данных, полученных с помощью анкеты "Восприятие корпоративной культуры вуза студентами".

Дополнительно нами была построена корреляционная плеяда связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза, мотивацией учения и показателями удовлетворенности учебной деятельностью студентов 2 курса (рис. 2.2.8).

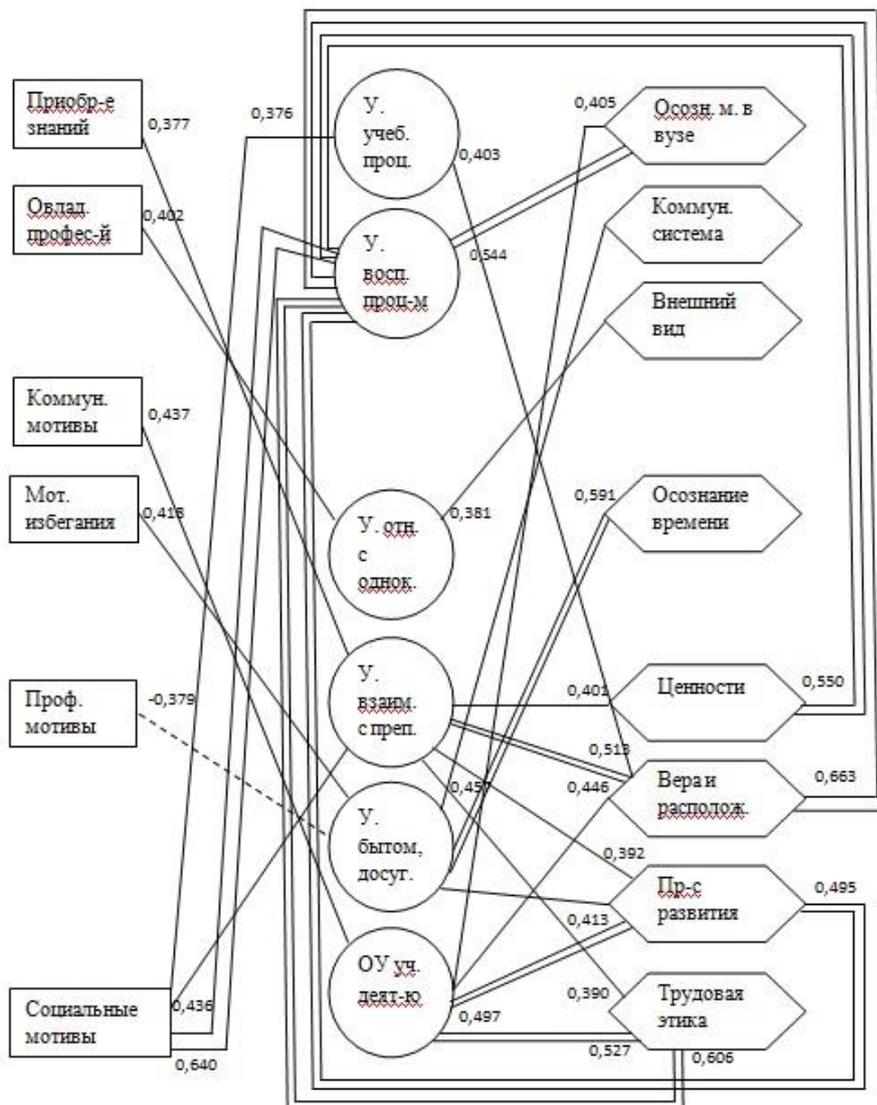


Рис. 2.2.8 Корреляционная плеяда связей между показателями восприятия корпоративной культуры, мотивацией учения и показателями удовлетворенности учебной деятельностью студентов 2 курса

Примечания: ===== $p \leq 0,01$ прямая связь $p \leq 0,05$ -----
 ----- $p \leq 0,01$ обратная связь $p \leq 0,05$ -----

Были выявлены 1 отрицательная и 25 положительных корреляционных связей между данными показателями. Рассмотрим наиболее ценные, с нашей точки зрения.

Удовлетворенность воспитательным процессом имеет высоко значимую корреляционную связь с такими показателями корпоративной культуры, как "Ценности и нормы" ($r=0,550$, $p\leq 0,01$), "Вера и расположение" ($r=0,663$, $p\leq 0,01$): чем положительнее оценка студентом таких показателей, как эффективность мероприятий вуза по приобщению студентов к проблемам морали и нравственности, религиозная политика университета, уровень нравственности и профессионализма преподавателей, влияние вуза на развитие лидерских качеств, тем выше удовлетворенность воспитательным процессом.

Наибольшее количество значимых корреляционных связей с показателями удовлетворенности учебной деятельностью продемонстрировали такие показатели корпоративной культуры, как "Вера и расположение", "Процесс развития и обучения студентов", а также "Трудовая этика и мотивирование". Мотивы приобретения знаний имеют значимую корреляционную связь с удовлетворенностью взаимодействием с преподавателями и руководством факультета, что также подтверждает ранее полученные нами результаты ($r=0,377$, $p\leq 0,05$).

Теперь рассмотрим корреляционную плеяду связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов 3 курса (рис. 2.2.9). Было обнаружено 20 положительных корреляционных связей. Проанализируем наиболее важные, с нашей точки зрения.

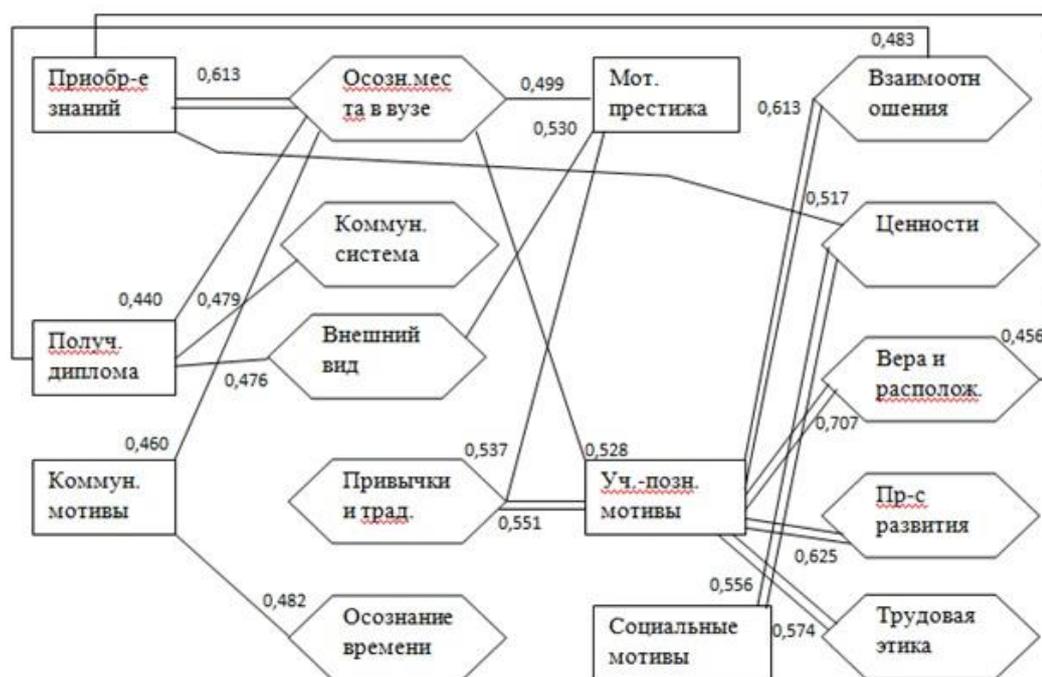


Рис. 2.2.9 Корреляционная плеяда связей между показателями восприятия студентами 3 курса корпоративной культуры вуза и мотивацией учения

Примечания: ————— $p \leq 0,01$ прямая связь $p \leq 0,05$ —————
 - - - - - $p \leq 0,01$ обратная связь $p \leq 0,05$ - - - - -

Учебно-познавательные мотивы имеют самое большое число высоко значимых корреляционных связей с показателями корпоративной культуры вуза, это касается показателей "Взаимоотношения между людьми" ($r=0,613$, $p \leq 0,01$), "Вера и расположение" ($r=0,707$, $p \leq 0,01$), "Процесс развития и обучения студентов" ($r=0,625$, $p \leq 0,01$), "Трудовая этика и мотивирование" ($r=0,574$, $p \leq 0,01$), "Осознание себя и своего места в вузе" ($r=0,528$, $p \leq 0,05$), "Привычки и традиции в области питания" ($r=0,551$, $p \leq 0,01$). Данный факт является особенно важным в связи с полученными ранее результатами. Как говорилось выше, результаты нашего исследования продемонстрировали нарастание разочарованности, неуверенности в своем профессиональном будущем, снижении мотивации и росте критического восприятия корпоративной культуры вуза у студентов 3-4 курсов. Именно студенты 3 курса, по результатам методики Т.И. Ильиной, больше мотивированы на приобретение знаний, чем студенты 2 и 4 курсов. Мотив приобретения знаний к 4 курсу снижается.

Удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством факультета имеет высоко значимую корреляционную связь с 8 из 10 основных показателей корпоративной культуры вуза. По-видимому, для студентов 3 курса эта удовлетворенность является определяющей при восприятии основных характеристик корпоративной культуры вуза, а также для выраженности учебно-познавательных мотивов ($r=0,500$, $p \leq 0,05$). Выше, в ходе анализа результатов, полученных по методике Л.В. Мищенко, мы писали, что фактором риска, оказывающим негативное влияние на мотивацию учения студентов является, по-видимому, удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза. Что и продемонстрировал корреляционный анализ. Таким образом, чем выше удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза при восприятии корпоративной культуры вуза, тем выше уровень учебно-познавательных мотивов студентов.

Теперь рассмотрим корреляционную плеяду связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивацией учения студентов 4 курса (рис. 2.2.11).

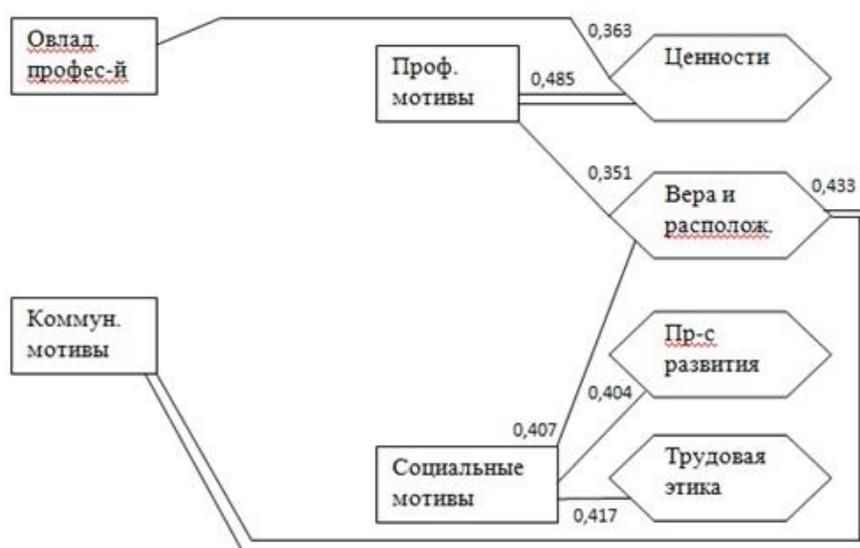


Рис. 2.2.11 Корреляционная плеяда связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов 4 курса

Примечания: ————— $p \leq 0,01$ прямая связь $p \leq 0,05$ —————
 - - - - - $p \leq 0,01$ обратная связь $p \leq 0,05$ - - - - -

Было выявлено 7 положительных корреляционных связей. В отличие от аналогичной плеяды по 3 курсу, 4 курс не обнаруживает значимых корреляционных связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза и мотивами приобретения знаний, учебно-познавательными мотивами. В то время как обнаруживаются значимые связи между мотивами овладения профессией и показателем "Ценности и нормы" ($r=0,363$, $p\leq 0,05$), социальными мотивами и сразу тремя показателями корпоративной культуры ("Вера и расположение" ($r=0,407$, $p\leq 0,05$), "Процесс развития и обучения студентов" ($r=0,404$, $p\leq 0,05$), "Трудовая этика и мотивирование" ($r=0,417$, $p\leq 0,05$)). Также высоко значимые корреляционные связи обнаружили между коммуникативными мотивами и показателем "Вера, расположение" ($r=0,433$, $p\leq 0,01$), и профессиональными мотивами и показателями "Ценности и нормы" ($r=0,485$, $p\leq 0,01$), "Вера, расположение" ($r=0,351$, $p\leq 0,05$).

Таким образом, если сравнивать результаты 3 и 4 курсов, можно сказать, что к 4 курсу учебно-познавательные мотивы, мотивы приобретения знаний, а также мотивы престижа теряют значимые корреляционные связи с показателями корпоративной культуры вуза, их место занимают мотивы овладения профессией, профессиональные мотивы. Выше мы выдвигали предположение, что преодоление кризиса третьего курса связано с переменами в мотивационной сфере студентов, что и подтвердилось в результате корреляционного анализа. Напомним, что кризис третьего курса нашел отражение в нашем исследовании как самый низкий балл по показателю "Ценности и нормы" (оценка того, как вуз мотивирует студентов к профессиональному и личностному развитию, оценка влияния университета на развитие лидерских качеств, оценка заинтересованности преподавателей в профессиональном и личностном развитии студентов, удовлетворенность выбором места учебы).

Проанализируем корреляционную плеяду связей между показателями восприятия корпоративной культуры вуза, мотивацией учения и

показателями удовлетворенности учебной деятельностью студентов 4 курса (рис. 2.2.12). Было выявлено 54 положительных корреляционных связи.

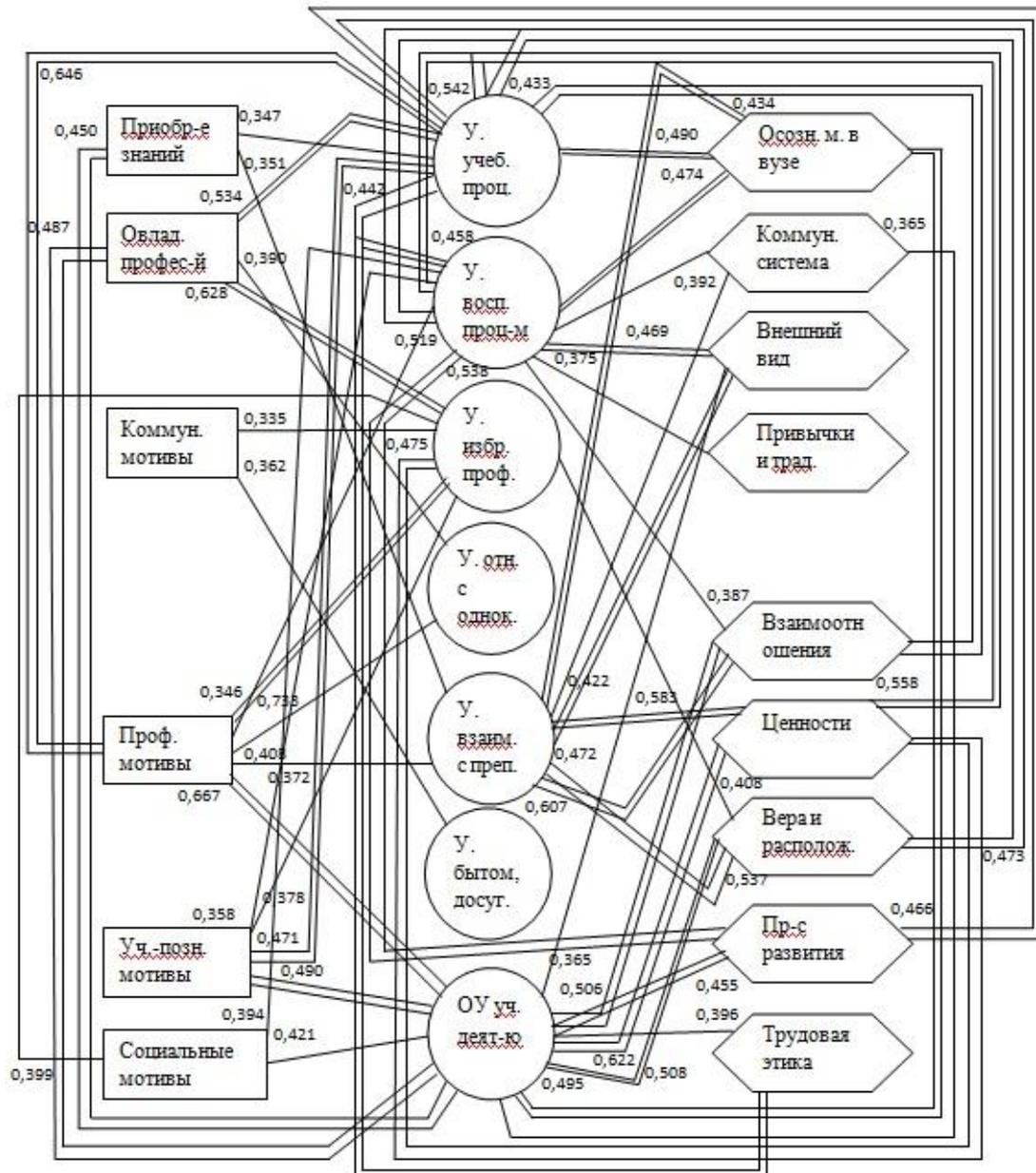


Рис. 2.2.12 Корреляционная плеяда связей между показателями восприятия корпоративной культуры, мотивацией учения и показателями удовлетворенности учебной деятельностью студентов 4 курса

Примечания: ————— $p \leq 0,01$ прямая связь $p \leq 0,05$ —————
 - - - - - $p \leq 0,01$ обратная связь $p \leq 0,05$ - - - - -

Удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза имеет большое количество высоко значимых корреляционных связей с показателями корпоративной культуры вуза. Также

эта удовлетворенность имеет значимую связь с профессиональными мотивами ($r=0,408$, $p\leq 0,05$) и мотивами приобретения знаний ($r=0,351$, $p\leq 0,05$).

Таким образом, анализ данных по всем трем курсам показал, что удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза играет ключевую роль в восприятии корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов. Этот факт подтверждают также выявленные высоко значимые корреляционные связи таких показателей корпоративной культуры вуза, как "Взаимоотношения между людьми" ($r=0,433$, $p\leq 0,01$), "Вера и расположение" ($r=0,473$, $p\leq 0,01$), "Процесс развития и обучения студентов" ($r=0,466$, $p\leq 0,01$) с "удовлетворенностью учебным процессом", а также с "общей удовлетворенностью учебной деятельностью". То есть чем выше студенты оценивают показатели корпоративной культуры вуза, характеризующие процесс взаимодействия с преподавателями и руководством вуза, отношения преподавателей к учебному процессу и своей работе, тем более они удовлетворены учебным процессом, и, соответственно, тем выше уровень их мотивации учения.

В общем, можно отметить, что число значимых корреляционных связей между показателями восприятия корпоративной культуры, мотивами учения и показателями удовлетворенности учебной деятельностью у студентов 4 курса максимально в сравнении с результатами по другим двум курсам. Наибольшее число связей между мотивами и показателями удовлетворенности учебной деятельностью студентов 4 курса обнаружено у профессиональных мотивов. Важно отметить, что общая удовлетворенность учебной деятельностью (УУД) у студентов 4 курса имеет корреляционные связи с 8 показателями корпоративной культуры и 5 видами мотивов (мотивами приобретения знаний, овладения профессией, профессиональными, учебно-познавательными и социальными мотивами). Для сравнения: у студентов 2 курса общая УУД имеет связи с 4 показателями корпоративной культуры и 1 видом мотивов (коммуникативными мотивами),

а у студентов 3 курса с 2 показателями корпоративной культуры и 3 видами мотивов (мотивами приобретения знаний, овладения профессией и профессиональными мотивами).

Таким образом, можно сделать вывод, что восприятие корпоративной культуры вуза имеет отрицательную тенденцию от курса к курсу, в то время как значимость корпоративной культуры в плане выраженности связи с удовлетворенностью учебной деятельностью, а также мотивацией учения студентов, возрастает. Ключевым фактором для восприятия корпоративной культуры вуза является для большинства студентов качество взаимодействия с преподавателями и руководством вуза. Этот факт подтвердили как качественный анализ ответов на открытые вопросы нашей анкеты, так и математико-статистическая обработка данных. Также важно отметить, что чем формальнее студент относится к своей учебе в вузе, тем меньше у него ожиданий от университета и тем ниже уровень требований к корпоративной культуре. В этой связи руководство вуза должно иметь в виду данный факт. Поскольку определенный уровень претензий со стороны студентов относительно корпоративной культуры вуза в данном случае указывает на их заинтересованность учебным процессом, выраженность внутренних мотивов учения. Что касается коммуникативных мотивов и мотивов престижа, то их наличие, по-видимому, побуждает студента к такому поведению, которое формирует адекватные для его мотивов ситуации, что отражается на восприятии им соответствующих характеристик корпоративной культуры вуза. Это говорит о том, что корпоративная культура вуза не есть некий объективно данный предмет, она во многом создается в ситуациях общения, контактов, проявления активности и соответствующего намерения самого студента.

Корреляционный анализ по трем курсам выявил следующие особенности. Наибольшее количество показателей корпоративной культуры, связанных с мотивами, оказалось у студентов 2 курса, меньше всего - у студентов 4 курса. При этом такие показатели корпоративной культуры, как

"Ценности и нормы", "Вера, расположение", "Процесс развития и обучения студентов" и "Трудовая этика и мотивирование" присутствуют на корреляционных плеядах всех курсов. Это говорит о том, что такие характеристики корпоративной культуры вуза, как отношение преподавателей к своей работе, к студентам, особенности оценки деятельности студентов, методы мотивирования, профессиональные и нравственные качества работников университета в наибольшей мере связаны с мотивацией учения студентов. Именно с вышеуказанными показателями корпоративной культуры было выявлено наибольшее количество корреляционных связей с удовлетворенностью взаимодействием с преподавателями, учебным процессом и общей удовлетворенностью учебной деятельностью. Именно на данные показатели вуз должен обращать внимание в первую очередь.

При этом у студентов 2 курса данные показатели имеют связи с учебно-познавательными мотивами и мотивами избегания, у студентов 3 курса - с мотивами приобретения знаний, социальными мотивами и учебно-познавательными мотивами, у студентов 4 курса - мотивами овладения профессией, профессиональными мотивами, социальными и коммуникативными мотивами. Таким образом, можно сделать вывод о том, что вышеназванные показатели корпоративной культуры играют важную роль в формировании внутренних мотивов учения.

Показатель "Осознание себя и своего места в вузе" присутствует в корреляционных плеядах 2 и 3 курсов. У 2 курса данный показатель связан с мотивами престижа, социальными, коммуникативными, учебно-познавательными мотивами, мотивами избегания и творческой самореализации. Это говорит о том, что для студентов 2 курса особое значение имеет то, какое место они занимают в коллективе, могут ли они открыто и свободно проявлять инициативу, выражать личное мнение, оказывать влияние на перемены в вузе, и то, насколько внимательны окружающие в их внутреннему миру. У студентов 3 курса данный показатель

корпоративной культуры теряет связи с такими мотивами, как мотивы избегания и социальные мотивы. Для студентов же 4 курса данный показатель теряет какие-либо значимые связи с мотивацией учения, в то время как значимые корреляционные связи сохраняются с удовлетворенностью учебным процессом, взаимодействием с преподавателями, общей удовлетворенностью учебной деятельностью. Таким образом, можно сделать вывод о том, что студентам факультета психологии важно иметь возможность проявления своей индивидуальности и инициативы в вузе, им не безразлично то, какое место они занимают в коллективе и насколько окружающим интересен внутренний мир каждой личности.

Показатель "Трудовая этика и мотивирование" имеет значимую корреляционную связь с социальными мотивами у студентов 2 и 4 курсов. На основе чего мы можем говорить, что принятые в вузе средства мотивирования студентов должны быть тщательно продуманы, поскольку они связаны с формированием у будущих специалистов ответственного отношения к труду, социальной ответственности перед обществом.

Показатель "Вера, расположение" имеет значимую корреляционную связь с мотивами избегания у студентов 2 курса, мотивами приобретения знаний и учебно-профессиональными мотивами у студентов 3 курса и коммуникативными, социальными и профессиональными мотивами у студентов 4 курса.

Такой показатель, как "Привычки и традиции в области питания" не только имел самые низкие средние баллы в оценках всех трех курсов, но он также имел положительные корреляционные связи с внешними мотивами престижа и получения диплома. По-видимому, организация питания в университете является для студентов тем очевидным проявлением отношения руководства вуза к благополучию своих студентов, заботы о них. И это отношение, весьма вероятно, может играть не последнюю роль в

формировании внутренних мотивов учения, на что руководство вуза также должно обратить внимание.

Студенты с более выраженными внешними мотивами учения демонстрируют в некоторых случаях тенденцию более благоприятного восприятия показателей корпоративной культуры вуза, нежели студенты с внутренними мотивами учения. Таким образом, чем формальнее отношение к учебе, тем выше может быть удовлетворенность корпоративной культурой вуза.

Также важно отметить, что количество корреляционных связей между показателями корпоративной культуры вуза и мотивами учения у студентов 4 курса минимально, в отличие от студентов 2 и 3 курсов. Полученные результаты демонстрируют, что руководству вуза необходимо вести целенаправленную работу для того, чтобы восприятие корпоративной культуры вуза не ухудшалось от курса к курсу.

Корреляционная плеяда по данным студентов 2 курса показала наличие положительных связей между общей удовлетворенностью учебной деятельностью (УУД) и коммуникативными мотивами, а также четырьмя показателями корпоративной культуры, у студентов 3 курса обнаружены связи между общей УУД и мотивами овладения профессией, приобретения знаний, профессиональными мотивами и двумя показателями корпоративной культуры. Корреляционная плеяда по 4 курсу демонстрирует связи между общей УУД и мотивами приобретения знаний, овладения профессией, профессиональными, учебно-познавательными и социальными мотивами, а также 8 показателями корпоративной культуры. Таким образом, анализ выявленных корреляционных связей между общей УУД, мотивацией учения и показателями корпоративной культуры продемонстрировал рост числа значимых корреляционных связей от курса к курсу, что означает увеличение значимости показателей корпоративной культуры для удовлетворенности учебной деятельностью, а значит и формирования внутренних мотивов учения.

Результаты проведенного нами эмпирического исследования подтвердили выдвинутую нами гипотезу, а именно: чем позитивнее будет восприятие студентами основных характеристик корпоративной культуры вуза, тем выше будет мотивация учения, проявляющаяся в преобладании внутренних мотивов (учебно-познавательных, профессиональных, мотивов получения знаний, овладения профессией) над внешними (мотивами получения диплома, избегания, престижными, коммуникативными, социальными мотивами). Особую ценность представляет информация о том, какие показатели корпоративной культуры в наибольшей мере связаны с мотивацией учения студентов. Это характер взаимодействия с преподавателями и руководством вуза, отношение преподавателей к своей работе и заинтересованность развитием студентов, методы мотивирования и оценки студентов.

Полученные нами результаты требуют дополнительной проверки на большей по объему выборке испытуемых (с привлечением данных по 1 и 5 курсам, а также магистрантам).

По результатам проведенного анализа и интерпретации статистических данных мы составили рекомендации для руководства факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" по оптимизации корпоративной культуры, а также разработали программу тренинга учебно-профессиональной мотивации для студентов факультета психологии, которые представлены в следующих параграфах.

2.3. Рекомендации руководству факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" по оптимизации корпоративной культуры

Как уже было сказано в параграфе 1.3, в целях оказания положительного влияния на учебно-профессиональную мотивацию студентов, корпоративная культура вуза должна содержать в себе

механизмы, позволяющие студентам не только переживать опыт учебной успешности, но и рефлексировать этот опыт. В своих работах К. Штарке выделяет следующие факторы, влияющие на мотивацию студентов: предыстория, характеризующая субъекта до поступления в вуз, актуальное положение и учебная деятельность в вузе и жизненные планы будущего специалиста [68]. При этом корпоративная культура вуза не может непосредственно оказывать влияние на предысторию, характеризующую субъекта до поступления в вуз, однако она может содержать в себе механизмы, позволяющие корректировать ретроспективное восприятие студентом своей личной истории, наделяя предшествующий жизненный опыт личности новым смыслом.

В связи с вышесказанным одним из основных видов мероприятий, направленных на обучение студентов рефлексии личного опыта могли бы стать организованные встречи философско-психологической направленности. Представляется целесообразным приглашение на подобные мероприятия не только преподавателей, но и руководителей факультета, успешных специалистов-практиков. Анализ анкет продемонстрировал острую нехватку у студентов возможности обсудить с более опытными людьми проблемы мировоззренческого характера. Студенты в большинстве случаев выразили желание иметь с преподавателями более личный контакт, узнать их личный опыт. Подчеркнем, что удовлетворенность взаимодействием с преподавателями и руководством вуза, по данным нашего исследования, играет ключевую роль в восприятии студентами корпоративной культуры вуза.

Рекомендации относительно проведения учебных занятий. Использование активных методов работы с аудиторией, представляется целесообразным предоставлять студентам выбор формата работы. Многие студенты отмечают снижение учебной мотивации из-за неинтересных заданий, а также большого объема бумажной работы. В этой связи преподавателям можно предложить разработать альтернативные методы

сдачи необходимых заданий, либо уделить должное внимание раскрытию перед студентами смыслового содержания проделываемой ими работы. Многие студенты ориентированы по большей части на практическую деятельность в будущем, нежели на научно-исследовательскую. В то время как обучение в вузе в значительной мере ориентировано именно на выработку навыков работы исследователя, ученого. Многие студенты не видят личностного профессионального смысла в подобной работе, поэтому оценивать уровень их учебно-профессиональной мотивации на основании отношения к данным видам работы было бы не совсем корректным, в то время как подобные методики существуют. Перед студентами необходимо раскрывать смысл большого объема теоретических знаний для их дальнейшей работы с людьми, снабжая примерами того, как теория может быть трансформирована в конкретные рабочие инструменты на практике. Запрос на практикоориентированность прослеживался в большинстве анкет респондентов.

Студенты часто отмечали, что не видят смысла как в заданиях, так и в дисциплинах, которые напрямую не связаны с их специальностью. Преподавателям подобных дисциплин необходимо сориентировать подачу материала на смежные с областью деятельности студентов темы. Например, что касается юриспруденции и экономики, можно предложить студентам задания, которые направлены на изучение тонкостей работы психолога в связи с налогообложением и иными экономическими и юридическими моментами его деятельности. Такая дисциплина, как философия, может быть раскрыта в тесном контакте с вопросами, над которыми работают психологи-практики с людьми: взгляды на проблему смерти, справедливости, вины, страдания и счастья и пр. В противном случае студенты будут видеть в подобных дисциплинах лишь формальный подход преподавателя и ненужную для себя нагрузку.

Необходимо поставить вопрос перед руководством вуза о принуждении студентов в участии в тех или иных мероприятиях. Подобные ситуации

негативным образом сказываются на внутренней мотивации студентов, в связи с чем мероприятия вуза следует проводить либо на добровольной основе, делая их более привлекательными для студентов, либо уделить должное внимание раскрытию смысловой значимости для студентов их посещения (создавая условия для интернализации внешней мотивации и автономии личности).

Представляется целесообразным проведение встреч выпускников, приглашение успешных специалистов на встречи со студентами с целью содействия положительному имиджу, чувству профессиональной преемственности.

Представляется целесообразным ввести в практику "Дневников успеха" для студентов. Предложить студентам вести в этих дневниках анализ собственных успехов и прогресса, который бы сравнивался с их личным вчерашним положением. На кураторских часах студенты могли бы обсуждать с куратором свои личные успехи, идеи и неудачи, получая необходимую обратную связь и "опыт успешности". Кураторы в данном случае проводят также и мониторинг социально-психологической обстановки в их группе. При необходимости должны проводиться мероприятия на сплочение коллектива.

Важно уделить особое внимание студентам третьего курса, поскольку наше исследование продемонстрировало у них самую низкую оценку по такому показателю корпоративной культуры вуза, как "Ценности и нормы" (качество образования, профессионализм, лидерство, новаторство забота о людях, преданность вузу, профессии, внутренний имидж вуза). Третий курс является той критической точкой, которая оказывает влияние на учебно-профессиональную мотивацию студентов. Именно поэтому личные неформальные встречи преподавателей со студентами третьего курса, обсуждение и содействие в решении волнующих ребят вопросов, могли бы предотвратить возможные риски, связанные со снижением мотивации и

разочарованием студентов. Руководству факультета следует уделить особое внимание методам оценки и мотивирования студентов.

Также результаты нашей работы продемонстрировали, что имеет смысл провести исследование связи профессиональной мотивации и восприятия корпоративной культуры вуза преподавателями. Поскольку студенты часто отмечали, что видят много формализма в работе и незаинтересованность преподавателей, что, в свою очередь, сказывается на учебной мотивации студентов. В этой связи мы считаем, что рекомендации по оптимизации корпоративной культуры вуза с целью повышения учебно-профессиональной мотивации студентов вуза необходимо сопровождать соответствующими мероприятиями, повышающими профессиональную и инновационную мотивацию преподавательского коллектива.

На данный момент представляется, что только целостный взгляд на корпоративную культуру вуза глазами всех участников учебного процесса может дать возможность исследователям разработать наиболее совершенную программу мероприятий по оптимизации корпоративной культуры вуза с учетом интересов всех сторон.

2.4. Тренинг формирования учебно-профессиональной мотивации студентов факультета психологии

Пояснительная записка

Как показали результаты нашего исследования, многие студенты испытывают недостаток в неформальном общении с преподавателями по вопросам содержания учебного процесса, перспектив своей будущей профессиональной деятельности, а также мировоззренческим вопросам. Разочарование, которое обостряется в студенческой среде к 3 курсу из-за неудовлетворенности теми или иными показателями корпоративной культуры вуза, содержанием учебного процесса, формами взаимодействия с

руководством факультета, преподавателями, сокурсниками, а также из-за переживания личного "неуспеха", приводит к снижению учебно-профессиональной мотивации.

Данное обстоятельство требует коррекции за счет внедрения программы тренинга по формированию учебно-профессиональной мотивации студентов. Данная программа является адаптивной к запросам любого курса, поскольку содержит в своем плане время для обсуждения, за счет которого участники имеют возможность получить поддержку и квалифицированную помощь по волнующим вопросам и проблемам. От ведущего требуется своевременный сбор необходимой информации, который может быть проведен в форме анонимного опроса студентов перед началом программы тренинга. Данный опрос проводится с целью внесения необходимых корректировок в соответствующий блок занятий.

Программа тренинга включает в себя следующие темы занятий:

1. Самопрезентация и умение слышать другого.
2. Позитивное самовосприятие.
3. Кризис как возможность.
4. Мотивация и установки.
5. Работа с тревогой.
6. Ответственность и принятие.
7. Целеполагание и планирование.
8. Творчество в жизни и учебе.
9. Подготовка к игре "дебаты".
10. Заключительная игра "дебаты" (по выбранной участниками теме).

Цель тренинга: повышение учебно-профессиональной мотивации студентов-психологов.

Задачи тренинга:

1. Развитие навыков самопрезентации, рефлексии и умения слышать другого человека.
2. Формирование позитивного самовосприятия.

3. Выявление основных факторов, которые снижают мотивацию учения студентов. Повышение мотивации к саморазвитию.
 4. Осознание причин снижения личной мотивации, выявление ограничивающих убеждений, которые мешают развиваться в профессиональной сфере. Развитие навыка работы с негативными мыслями. Приобретение навыков эффективного целеполагания и планирования
 5. Знакомство с техниками работы с тревожностью.
 6. Формирование ответственного отношения к своему профессиональному развитию.
 7. Развитие навыков аргументации, ведения дискуссии, формирование уважительного отношения к иной точке зрения.
- Тренинг рассчитан на 15 часов и 10 занятий.

Занятие № 1

Тема занятия: Самопрезентация и умение слышать другого.

Время занятия: 1,5 часа (95 минут).

Цель занятия: знакомство участников между собой, снятие скованности и напряжения в группе, приобретение навыков самопрезентации.

1) Начальный этап (5 минут). Приветственное слово ведущего.

Краткая информация о целях тренинга и основных правилах участия.

Устанавливаются правила тренинга:

1. Активная работа на занятии каждого участника.
2. Внимательность к говорящему.
3. Доверие друг к другу.
4. Недопустимость насмешек.
5. Не выносить обсуждение за пределы занятия.
6. Право каждого на свое мнение.

2) Упражнение: "Снежный ком"

Цель: знакомство участников тренинга, снятие напряжения в группе.

Время: 10 минут

Инструкция: Участникам предлагается по очереди называть свое имя, ставя перед ним прилагательное, которое начинается с первой буквы имени. Следующий по кругу должен назвать имена всех предыдущих участников (имя+прилагательное), затем себя.

Пример: 1. Сергей славный. 2. Сергей славный, Светлана скромная и т.д.

3) Упражнение "Приветствие"

Цель: формирование доверительного общения, создание позитивных эмоциональных установок в процессе налаживания контактов.

Время: 10 минут

Инструкция: Участники садятся в круг и по очереди обращаются друг другу со словами приветствия, подчеркивая индивидуальность партнера. Например: "Привет! Я рад тебя видеть, ты сегодня прекрасно выглядишь".

4) Упражнение "Паутина"

Цель: упражнение помогает участникам наладить контакт, познакомиться друг с другом, развивает навык самопрезентации.

Время: 15 минут

Инструкция: Все участники сидят в кругу. Ведущий начинает упражнения первым, представляясь и рассказывая о себе какой-либо интересный факт. У него в руках клубок ниток. Держа нитку, ведущий бросает клубок другому участнику. После того как клубок побывает в руках у всех участников, из ниток получается "паутина". Теперь перед участниками ставится задача - размотать клубок в обратном порядке. При этом каждый участник передает с клубком информацию, которую он запомнил об этом человеке.

5) Игра "Переводчик"

Цель: тренировка умения внимательно слушать и понимать то, что говорит собеседник.

Время: 20 минут

Инструкция: Участники объединяются в пары. Одному из игроков дается задание: рассказать о себе (минут на пять). Его партнер в это время должен внимательно слушать и одновременно мысленно делать краткий, лаконичный и точный пересказ речи, как если бы это был синхронный перевод с иностранного языка. Пересказывает своими словами услышанное. Затем рассказчик говорит, насколько он удовлетворен "переводом", насколько точно были изложены его мысли. Затем игроки меняются ролями.

б) Игра "Художественный образ"

Назначение: развитие умения видеть существенное в человеке и облекать увиденное в художественную, метафорическую форму.

Время: 25 минут

Инструкция: Каждому интересно знать, какое впечатление он производит на окружающих, какие вызывает ассоциации, что воспринимается как существенное, а что вовсе не замечается. Участникам предлагается по очереди становиться предметом коллективного творчества. Задание участникам: какой образ рождается у вас при взгляде на нашего героя? Какую картину можно было бы дорисовать к этому образу (какие люди могут его окружать, какой интерьер, пейзаж, какие времена это напоминает?). Игра заканчивается обменом впечатлениями.

7) Заключительная часть занятия (10 минут).

Данное занятие было посвящено адаптации участников, сплочению группы, позволило сформировать доверительные отношения между участниками. В завершении участникам предлагаются вопросы: Что нового узнали о себе, о группе? Чему научились? Сложно ли было работать? Почему?

Занятие №2

Тема занятия: Позитивное самовосприятие.

Время занятия: 1,5 часа (95 минут).

Цель занятия: анализ сильных и слабых сторон личности участника, направленный на формирование чувства внутренней устойчивости,

самоуважения, овладение психотехническими приемами, направленными на создание положительного образа "Я".

1) *Начальный этап* - мини-лекция и беседа с участниками. Обсуждается проблема позитивного самоотношения. Поднимается вопрос о том, почему в нашей культуре не принято говорить с своих положительных сторонах. Раскрытие понятий "самооценка" и "самоуважение". Обсуждается тема любви к себе. В чем она должна проявляться? Действительно ли важно себя любить и какие ложные двойники есть у этой любви к себе? (45 минут)

2) *Упражнение «Я в лучах солнца»*

Цель: развитие позитивного самоотношения, самоуважения.

Время: 10 минут.

Инструкция: На листе нарисуйте солнце так, как его рисуют дети - с кружком посередине и множеством лучиков. В кружке напишите свое имя. Около каждого луча напишите что-нибудь хорошее о себе. Задача - вспомнить как можно больше хорошего. По окончании работы участники делятся своими впечатлениями. Насколько комфортно им было писать свой позитивный автопортрет.

3) *Упражнение "Личный опыт"*

Цель: создание условий для самораскрытия участников, соприкосновение с подобным опытом другого человека формирует чувство общности с людьми, повышает мотивацию к саморазвитию.

Время: 30 минут.

Инструкция: Каждый участник должен рассказать о своих слабых сторонах - о том, что он не принимает в себе. Это могут быть черты характера, привычки, мешающие в жизни, которые хотелось бы изменить. В ответ на его слова участники группы делятся своим опытом, если проблема человека оказалась для них знакомой. В конце упражнения участники делятся впечатлениями

4) *Заключительная часть занятия (10 минут)*. Участники делятся впечатлениями о занятии. Что нового узнали? На что по-иному взглянули?

Что оказалось самым ценным? Участники получают задание на дом - вести "дневник успехов".

Занятие №3

Тема занятия: Кризис как возможность.

Время занятия: 1,5 часа (90 минут).

Цель занятия: сформировать новый, позитивный взгляд на проблему кризиса, обсудить с участниками возможные профессиональные кризисы на пути психолога, мотивировать на профессиональное развитие.

1) *Начальный этап* - мини-лекция и беседа с участниками. Обсуждение проблемы профессиональных и личных кризисов. Ведущий приводит слова Л.С. Выготского о том, что "если бы кризисов не было, их следовало бы выдумать специально, иначе нельзя объяснить развитие личности ребенка". Приводится краткая информация о профессиональных кризисах психологов по материалам книги Н.С. Пряжникова, Е.Ю. Пряжниковой "Психология труда и человеческого достоинства" (45 минут).

2) *Упражнение "Задай вопросы"*

Цель: развитие навыка рефлексии и умения слышать другого, возможность взглянуть на волнующую проблему под другим углом, развитие позитивного мышления, развитие профессионально важного качества для психолога как умение задавать вопросы.

Время: 30 минут

Инструкция: Участники делятся на пары. Один из партнеров делится самым болезненным для себя вопросом относительно своего обучения в вузе, профессии и т.п. Задача второго участника задавать партнеру такие вопросы, чтобы он в конечном итоге пришел к новому, позитивному взгляду на свою проблему. Затем участники меняются ролями.

3) *Заключительная часть занятия (15 минут)*. Участники делятся впечатлениями о занятии. Что нового узнали? На что по-иному взглянули? Что оказалось самым ценным? Какие сложности возникли в ходе выполнения последнего задания?

Занятие №4

Тема занятия: Мотивация и установки.

Время занятия: 1,5 часа (90 минут).

Цель занятия: сформировать у студентов представление о структуре мотивации личности, провести анализ личных причин снижения мотивации, сформировать стратегию самомотивации.

1) *Начальный этап* - мини-лекция и беседа с участниками. Обсуждение проблемы мотивации и установок. Обсуждение строится по материалам книги К. Друк "Гибкое сознание". Знакомство с установками на "рост" и "данность". Студентам предлагается самостоятельно привести примеры из своей жизни, когда они проявляют соответствующие установки (30 минут).

2) *Игра "Коллективная консультация"*

Цель: повышение профессиональной мотивации, развитие умения видеть комичное в сложных ситуациях, развитие позитивного мышления.

Время: 30 минут.

Инструкция: Участники делятся на две подгруппы. Первая представляет собой коллективный образ трудного клиента. А вторая группа представляет собой коллективный образ психолога. Участники обеих групп садятся друг напротив друга. Слово дается по очереди каждому участнику в зависимости от того, чья очередь говорить (психологу или клиенту). Задача тех, кто говорит от лица клиента - создать как можно более сложную ситуацию работы для психолога. Задача тех, кто говорит от лица психолога - сохранять самообладание и постараться переключаться от личных характеристик человека на суть проблемной ситуации, которую он описывает. Юмор в игре поощряется. По окончании игры участники делятся впечатлениями.

3) *Упражнение "Мой рабочий день"*

Цель: повышение профессиональной мотивации.

Время: 20 минут.

Инструкция: Участники получают индивидуальное задание. Им необходимо описать два дня из своей будущей профессиональной жизни. Первый вариант - их представление об идеальном рабочем дне. Второй вариант - необходимо представить свой трудный рабочий день и что поможет справиться со сложностями и поднять себе настроение. После индивидуальной работы участники по очереди рассказывают, что у них получилось. Слушатели могут задавать им дополнительные вопросы. По окончании работы - обмена впечатлениями от выполненной работы.

4) *Заключительная часть занятия (10 минут)*. Участники делятся впечатлениями о занятии. Что нового узнали? На что по-иному взглянули? Что оказалось самым ценным? Какие сложности возникли в ходе выполнения заданий?

Занятие №5

Тема занятия: Работа с тревогой.

Время занятия: 1,5 часа (90 минут).

Цель занятия: познакомить студентов с техниками работы с тревожностью.

1) *Начальный этап* - мини-лекция и беседа с участниками. Обсуждение проблемы тревожности у студентов. Ведущий дает краткую информацию о тревожности из книги Р. Лихи "Свобода от тревоги. Справься с тревогой, пока она не расправилась с тобой". Участники делятся своим опытом, в каких ситуациях они чувствуют волнение, тревогу (15 минут).

2) *Упражнение "Релаксация: напряжение и расслабление"*

Цель: научить студентов приемам снятия тревожности.

Время: 10 минут

Инструкция: По команде ведущего студенты работают поочередно с разными частями своего тела. Их задача попеременно то напрягать разные группы мышц, то расслаблять их. Во время выполнения упражнения участники должны обращать внимание на разницу между ощущениями

напряжения и расслабления в теле, а также на дыхание. По окончании упражнения участники делятся своими ощущениями.

3) Упражнение "Ресурсное место"

Цель: развитие навыка визуализации, приведение себя в ресурсное состояние.

Время: 10 минут.

Необходимое оборудование: ноутбук, колонки.

Ведущий включает спокойную музыку. Участникам предлагается представить себя в том месте, где они чувствовали бы себя очень хорошо. Им необходимо представить как можно более детально окружающую обстановку. Далее ведущий предлагает им наполниться энергией представляемого места, попросить у него силы и творческих озарений. После чего участники медленно должны вернуться в комнату, где они находятся. После упражнения студенты обмениваются впечатлениями.

4) Упражнение "Работа с негативными мыслями"

Цель: развитие навыков рефлексии, работы с негативными автоматическими мыслями и установками.

Время: 40 минут

Инструкция: Участники работают индивидуально на листах бумаги. Их задача - вспомнить ситуации, в которых они чувствовали свою беспомощность, неуверенность, тревогу и написать те мысли, которые возникали в эти моменты в их голове (что они думали о ситуации, людях и о самих себе). После этого рядом они должны написать опровержение этим мыслям. Затем участники объединяются в пары. Партнер берет на себя роль "негативных мыслей" человека (дополняя от себя их необходимыми подробностями), сам же автор этих мыслей должен опровергнуть эти мысли. После этого партнеры меняются ролями. Упражнение будет иметь эффект, если участники осознанно примут решение "победить" свои негативные мысли. В конце все участники обмениваются своими ощущениями от выполненного упражнения.

5) *Заключительная часть занятия (15 минут).* Участники делятся впечатлениями о занятии. Что нового узнали? На что по-иному взглянули? Что оказалось самым ценным? Какие сложности возникли в ходе выполнения заданий?

Занятие №6

Тема занятия: Ответственность и принятие.

Время занятия: 1,5 часа (90 минут).

Цель занятия: формирование ответственного отношения к личному профессиональному развитию.

1) *Начальный этап.* Открытое обсуждение наблевших вопросов, проблемных мест каждого студента, которые касаются их учебной и будущей профессиональной деятельности. Задача ведущего донести до студентов смысл и важность теоретической подготовки студентов. Он говорит о том, что психологи работают часто с нестандартными ситуациями, и что не существует техник и методов, которые бы давали необходимый результат всегда. Поэтому психолог должен владеть обширными теоретическими познаниями, чтобы иметь возможность творчески подходить к своей работе и самостоятельно разрабатывать необходимые для своей работы инструменты. Ведущий говорит об экспериментах из области позитивной психологии, в частности, о феномене выученной беспомощности, о том, как важно чувствовать, что можешь влиять на свою жизнь (30 минут).

2) *Упражнение "Создание смыслов".*

Цель: развитие навыка позитивного мышления.

Время: 20 минут.

Оборудование: ноутбук, проектор.

Вначале ведущий показывает студентам отрывок из фильма "Полианна" (эпизод любимой игры главной героини). После чего ведущий предлагает поиграть в эту игру студентам: найти положительные стороны и смыслы для тех вещей, которые их наиболее расстраивают и демотивируют в обычной жизни. Студенты пишут список наиболее демотивирующих

факторов (индивидуальная или групповая работа), затем им дается задание на поиск более глубокого смысла данного фактора для их личностного либо профессионального развития. (Например: необходимость выполнять большой объем "бессмысленной" работы тренирует способность к самообладанию, усидчивость). При выполнении упражнения поощряется юмор, включение творческого мышления. Можно включить элементы игры в действия, которые кажутся рутинной. Можно добавить элемент соревновательности: кто придумает самые интересные или смешные смыслы, положительные стороны тем факторам, которые больше всего расстраивают и демотивируют студентов. По окончании упражнения участники обмениваются мнением. Что изменилось в их отношении к тем факторам, которые они написали перед началом упражнения?

3) Упражнение "Благодарность"

Цель: развитие навыка позитивного мышления.

Время: 15 минут.

Материалы для работы: бумага, краски, цветные карандаши.

Инструкция: Ведущий говорит о том, что человек часто не замечает хорошего, что есть в его жизни и концентрирует все свое внимание на том, что его не устраивает, чего не хватает. Однако подобная привычка мышления не только не может дать никакого положительного результата, она мешает радоваться тому, что уже есть хорошего. Студенты переключаются на поиск положительных моментов своего обучения в вузе. Каждый работает над рисунком благодарности. Можно ввести элемент соревновательности - кто найдет больше причин для благодарности. В конце участники обмениваются ощущениями от проделанной работы.

4) Упражнение "Распределение ответственности"

Цель: формирование ответственного отношения к личному профессиональному развитию.

Время: 15 минут.

Инструкция: Участники работают сначала индивидуально. Их задача - написать на листе бумаги все те моменты обучения в вузе, которые снижают их учебную мотивацию. Рядом им необходимо написать, какую долю ответственности они несут по отношению к данному фактору. То есть они могут написать, что они не делают, а могли бы сделать, чтобы ситуация изменилась. Если же ничего нельзя изменить с их стороны, тогда они пишут, что несут ответственность за свое отношение к проблеме и то, как она влияет на их учебу и жизнь в целом. После этого участники обмениваются своими результатами, делятся мыслями и ощущениями от выполненной работы.

5) Упражнение "Письмо принятия"

Цель: формирование навыка позитивного мышления в ситуациях, на которые человек не может повлиять.

Время: 10 минут.

Оборудование: ноутбук, колонки.

Инструкция: Ведущий включает спокойную музыку. Участники пишут письмо жизни, в котором они перечисляют те факторы и события, на которые они не могут повлиять, но которые они принимают такими, какие они есть. Они пишут о своем отказе от протеста и сопротивления, указывая причину (осознание ответственности за свое эмоциональное состояние, будущую жизнь и пр.). Строгой инструкции здесь нет. Участники должны проявить свое творчество при выполнении данного упражнения. В конце все обмениваются своими мыслями и ощущениями.

Занятие №7

Тема занятия: Целеполагание и планирование.

Время занятия: 1,5 часа (95 минут).

Цель занятия: повышение учебной мотивации и приобретение навыков эффективного целеполагания и планирования.

1) Начальный этап. Ведущий предлагает обсудить с участниками проблему целеполагания и эффективного планирования. Студентам предлагается выразить свою точку зрения на вопрос о том, нужно ли

планировать свои дела и ставить цели. Участники делятся своим опытом (15 минут).

2) Упражнение "Колесо баланса жизни"

Цель: выявить, какие сферы жизни в наибольшей мере страдают от неумения рационально распределять силы.

Время: 10 минут.

Материалы для работы: листы бумаги, ручки, карандаши.

Инструкция: Студентам предлагается нарисовать круг, разделенный на сектора, которые представляют разные стороны их жизни. Участникам тренинга дается задание: определить, на сколько баллов по десятибалльной шкале они удовлетворены каждой из сторон своей жизни. Затем предлагается обсудить полученные результаты. Ведущий предлагает студентам поразмышлять над вопросами: "Насколько важно иметь гармонию во всех сферах жизни?", "Почему именно эти сферы у вас получили преимущество перед другими, либо наоборот, иные секторы получили самую низкую оценку?", "Почему важно работать над гармонизацией своей жизни и что можно для этого сделать?".

3) Упражнение "Стратег и спорщик"

Цель: формирование навыка планирования и работы с ограничивающими убеждениями.

Время: (30 минут).

Оборудование: листы бумаги, ручки.

Студентам предлагается вспомнить человека, на которого бы им хотелось равняться в личностном и профессиональном плане, после чего записать основные отличительные черты этого человека, которые позволяют ему быть тем, кто он есть, добиваясь успехов в своей деятельности. Далее предлагается составить стратегию развития данных качеств у себя. Параллельно с этим студенты должны на втором листе бумаги фиксировать любые мысли, которые будут возникать как противоречие разрабатываемой стратегии. Это делается с целью выявления ограничивающих убеждений и

последующей работы над ними. Студенту необходимо найти как можно больше аргументов против убеждений, которые мешают ему развиваться в нужном направлении. Чтобы проверить, насколько эффективно каждый из студентов справился с заданием, группа делится на пары. Партнер по паре должен взять на себя роль того внутреннего спорщика, которого только что старался переубедить студент. Задача каждого - победить своего "экстериоризированного" спорщика. После чего участники меняются ролями. По окончании упражнения все студенты обмениваются впечатлениями.

4) Упражнение "Говорящие часы"

Цель: развитие навыков управления временем, включение времени в зону осознания.

Время: 30 минут.

Инструкция: Каждому участнику необходимо подготовиться (5 минут на подготовку), чтобы произнести рассказ о себе от имени своих часов. Если бы мои часы могли говорить, то они рассказали бы: "Умею ли я распределять свое время? Сколько времени я думаю о времени? Мое отношение ко времени? Что я успеваю сделать за день? Что я думаю о будущем? Доволен ли я тем, как прожил свою жизнь до сих пор? Сколько времени я теряю впустую и т.д.?" В конце участники обмениваются впечатлениями о выполненном упражнении.

5) Заключительная часть занятия (10 минут). Участники делятся впечатлениями о занятии. Что нового узнали? На что по-иному взглянули? Что оказалось самым ценным? Какие сложности возникли в ходе выполнения заданий?

Занятие №8

Тема занятия: Творчество в жизни и учебе.

Время занятия: 1,5 часа (95 минут).

Цель занятия: повышение учебно-профессиональной мотивации и развитие креативности и инициативности студентов.

1) *Начальный этап.* Ведущий организует с участниками беседу по поводу того, насколько творческой является жизнь студентов. Насколько они могут себя проявить? Нужно ли для творчества вдохновение? Что отличает творческого человека? (15 минут)

2) *Упражнение "Карта будущего"*

Цель: осознание своих целей, повышение учебно-профессиональной мотивации.

Время: 50 минут

Инструкция: Студентам предлагается начертить карту своего будущего. На ней обозначаются глобальные цели, а также промежуточные. Необходимо придумать названия для "пунктов-целей", к которым студенты стремятся в своей личной и профессиональной жизни. Необходимо нарисовать тропинки и дороги, по которым нужно будет идти. Каждый участник представляет свою карту перед всеми. Необходимо ответить на вопросы: "Как вы будете добираться до своих целей? Какие препятствия необходимо будет преодолеть? На какую помощь вы сможете рассчитывать? Какие местности вам придется пересечь на своем пути: цветущие и плодородные края, пустыни, глухие и заброшенные места? Будете ли прокладывать свой путь в одиночку или вместе с кем-нибудь?" Участники могут задавать друг другу дополнительные вопросы. Затем происходит коллективный обмен впечатлениями от проделанной работы.

4) *Упражнение "Вдохновение"*

Цель: повышение учебно-профессиональной мотивации, развитие навыка саморегуляции.

Время: 20 минут.

Оборудование: ноутбук, колонки.

Инструкция: Ведущий ставит спокойную музыку, под которую студентам предлагается написать список всего того, что их мотивирует на плодотворную учебу, вдохновляет, улучшает настроение. Затем они вспоминают 2-3 ситуации из недавнего прошлого, когда им было сложно

мотивировать себя на учебу. Необходимо проанализировать, что они предпринимали в таких случаях. Какую тактику могли бы порекомендовать самим себе на будущее (записать ее на листе бумаги)? Как бы им мог помочь в будущем созданный список мотивирующих вещей? Затем участники по очереди делятся результатами своей работы.

5) *Заключительная часть занятия (10 минут)*. Участники делятся впечатлениями о занятии. Что нового узнали? На что по-иному взглянули? Что оказалось самым ценным? Какие сложности возникли в ходе выполнения заданий?

Занятие №9

Тема занятия: Подготовка к дебатам.

Время занятия: 1,5 часа (95 минут).

Цель занятия: знакомство с правилами игры "дебаты", развитие навыков ведения аргументации.

1) *Информационный блок об игре "дебаты"*

Время: 60 минут.

Оборудование: ноутбук, проектор, колонки.

Ведущий рассказывает правила. Затем участники смотрят в качестве примера видео (Федеральная Лига Дебатов), отмечают понравившиеся им аргументы, и что не понравилось, после просмотра обмениваются впечатлениями.

Интеллектуальная игра "Дебаты" может быть использована в целях: тренировки навыков по самостоятельному поиску информации; самопознания и самовыражения личности; развития творческих и аналитических способностей студентов; создания в группе атмосферы партнерства и взаимоуважения. Таким образом, интеллектуальная игра «Дебаты» позволяет решать обучающие, развивающие, воспитательные, коммуникативные и общекультурные задачи.

Общеучебные умения, формируемые в игре:

- умение работать в команде;

- умение творчески интерпретировать найденную информацию;
- умение структурировать информацию по степени новизны и значимости;

В игре появляется возможность объединения, интеграции отдельных научных дисциплин, у студентов появляется возможность самореализации, удовлетворения потребности в самоутверждении, рефлексии.

Воспитательный смысл дебатов: обучение студентов уважительному отношению к позиции оппонента, обучение навыкам тактичного выражения своего несогласия с иной точкой зрения, развитие навыков внимательного слушания оппонента.

Виды дебатов:

1. Классические дебаты (проводятся по определённой схеме: с правилами, судьей, таймкипером, регламентом). Однако задействовать всех студентов трудно: играют всего шесть человек, остальные – зрители.

2. Эспресс-дебаты (проводятся без предварительной подготовки)

Подготовка сведена к минимуму, главное - хорошее знание материала. Их можно эффективно использовать либо при закреплении учебного материала, либо как форму активизации познавательной деятельности студентов.

Правила дебатов как интеллектуально-дискуссионной ролевой игры. Главной целью игры «Дебаты» является обучение культуре ведения публичной дискуссии. Игра представляет собой формальный спор по определённым правилам, где две команды, защищая разные позиции некоего спорного утверждения-тезиса ("За" и "Против"), пытаются убедить нейтральную третью сторону, судей, в том, что их позиция верна, а аргументы сильнее, чем у оппонентов.

Важная задача игры состоит в том, чтобы понять, что обе точки зрения в споре заслуживают внимательного изучения и тщательной проработки аргументов в их поддержку.

Критерии оценки выступления команды: аргументы, отношение к теме,

разнообразии, глубина, доказательность, полнота ответов на вопросы, фактические ошибки, логика построения речи, соблюдение регламента, культура речи, корректность.

2) Практическая часть занятия.

Цель: развитие навыков аргументации и аналитического мышления.

Время: 25 минут.

Инструкция: Студентам предлагается попробовать составить аргументы в защиту и опровержение выбранной темы. Одну тему они разбирают на занятии. И одну тему выбирают для подготовки в следующий раз. Пример предлагаемых студентам тем:

- Технический прогресс изменил нашу жизнь к худшему.
- Свобода личности - миф.
- Цензура в искусстве необходима.
- "Религия - опиум для народа".
- Должен ли я всегда говорить правду?
- Должно ли общество бороться с моими вредными привычками?
- Нужен ли образовательный ценз на выборах?

В конце занятия участники обмениваются впечатлениями о занятии.

Занятие №10

Тема занятия: Проведение игры "дебаты"

Время занятия: 1,5 часа (95 минут).

Цель занятия: развитие навыков ведения аргументации, умения слышать и уважительно относиться к точке зрения оппонента.

Этап 1 - проведение игры (75 минут)

Проведение игр начинается с разделения на команды и выбор судей.

Этап 2 - заключительный (15 минут). По окончании игры все участники делятся впечатлениями об игре и своем участии в тренинги. Что понравилось и было ценным? Какие предложения по усовершенствованию тренинга хотели бы внести?

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Анализ современного состояния проблемы связи восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов показал ее актуальность для психологической науки и практики (О.И. Пантюшина, С.А. Липатов и др.). Исследования в области корпоративной культуры становятся все более популярными, поскольку их результаты становятся предпосылками для повышения эффективности организаций (Л.С. Пепанян, Н.И. Плаксина и др.).

Изучение мотивации учения студентов играет важную роль в улучшении качества подготовки будущих специалистов. Анализ научных исследований по проблеме демонстрирует наличие большого потенциала в области влияния корпоративной культуры вуза на мотивацию учения студентов, что требует грамотных организационных и управленческих решений со стороны руководства вуза. Одним из перспективных направлений в данной области является разработка стратегии влияния на учебно-профессиональную мотивацию студентов посредством оптимизации корпоративной культуры вуза.

По результатам проведенного нами эмпирического исследования статистически доказано, что студенты 2 курса более высоко оценивают основные характеристики корпоративной культуры вуза, чем студенты 3-4 курсов. Они также более высоко расценивают свои возможности и профессиональные перспективы, более удовлетворены выбором места обучения. Результаты исследования продемонстрировали нарастание разочарованности, неуверенности в своем профессиональном будущем, снижении мотивации и росте критического восприятия корпоративной культуры вуза у студентов 3-4 курсов.

Нарастание разочарованности студентов приводит к самой критической точке, которая в большинстве случаев происходит со студентами на 3 курсе обучения в вузе. Именно в это время студенты чаще

дают отрицательные ответы на вопрос о том, мотивирует ли их учеба в вузе к активному профессиональному развитию; они чаще сомневаются в том, что получаемые в вузе знания смогут им пригодиться в будущей профессиональной деятельности; критичнее остальных студентов они оценивают заинтересованность большинства преподавателей в своем профессиональном и личностном развитии; и чаще других студентов они оказываются недовольны выбором места своего поступления.

Студенты, которые смогли преодолеть кризис третьего курса, к 4 курсу, продемонстрировали улучшение восприятия данных показателей корпоративной культуры вуза, что связано с изменениями в их мотивационной сфере. Корреляционный анализ показал, что к 4 курсу учебно-познавательные мотивы, мотивы приобретения знаний, а также мотивы престижа теряют значимые корреляционные связи с факторами корпоративной культуры вуза, их место занимают мотивы овладения профессией, профессиональные мотивы. Однако мотив приобретения знаний к 4 курсу снижается. Результаты исследования показали, что 3 курс является переломным моментом для мотивации получения знаний в дальнейшем. Поскольку, судя по нашим данным, ориентация на получение профессии не всегда сопряжена с выраженной мотивацией на получение знаний. И это может являться большой проблемой для общества в плане выпуска компетентных специалистов. Следует отметить, что выраженность мотива получения диплома имеет тенденцию к снижению от курса к курсу.

В целом можно говорить о том, что восприятие корпоративной культуры вуза имеет отрицательную тенденцию от курса к курсу, в то время как значимость корпоративной культуры в плане влияния на удовлетворенность учебной деятельностью, а также мотивацию учения студентов, возрастает. Ключевым фактором для восприятия корпоративной культуры вуза является для большинства студентов качество взаимодействия с преподавателями и руководством вуза. Этот факт подтвердили как

качественный анализ ответов на открытые вопросы нашей анкеты, так и математико-статистическая обработка данных.

Что касается коммуникативных мотивов и мотивов престижа, то они положительно коррелируют с восприятием соответствующих факторов корпоративной культуры, что связано, по-видимому, с тем, что их наличие побуждает студента к соответствующему поведению, которое формирует адекватные для его мотивов ситуации. Что в очередной раз доказывает, что корпоративная культура вуза не есть некий объективно данный предмет, она во многом создается в ситуациях общения, контактов, проявления активности и соответствующего намерения самого студента.

Таким образом, результаты проведенного нами эмпирического исследования подтвердили выдвинутую нами гипотезу, а именно: чем позитивнее будет восприятие студентами основных характеристик корпоративной культуры вуза, тем выше будет мотивация учения, проявляющаяся в преобладании внутренних мотивов над внешними. Особую ценность представляет информация о том, какие показатели корпоративной культуры в наибольшей степени связаны с мотивацией учения студентов. Это характер взаимодействия с преподавателями и руководством вуза, отношение преподавателей к своей работе и заинтересованность развитием студентов, методы мотивирования и оценки студентов.

Наше исследование требует дополнительной проверки на большей по объему выборке испытуемых с подключением дополнительных данных по 1, 5 курсам и магистрантам.

Корреляционный анализ показал, что такие характеристики корпоративной культуры вуза, как отношение преподавателей к своей работе, к студентам, особенности оценки деятельности студентов, методы мотивирования, профессиональные и нравственные качества работников университета играют ключевую роль в развитии мотивации учения студентов. Студентам факультета психологии важно иметь возможность проявления своей индивидуальности и инициативы в вузе, им не безразлично

то, какое место они занимают в коллективе и насколько окружающим интересен внутренний мир каждой личности. Принятые в вузе средства мотивирования связаны с формированием у студентов ответственного отношения к своему труду, социальной ответственности перед обществом.

Студенты с более выраженными внешними мотивами учения демонстрируют в некоторых случаях тенденцию более благоприятного восприятия показателей корпоративной культуры вуза, нежели студенты с внутренними мотивами учения. Таким образом, чем формальнее отношение к учебе, тем выше может быть удовлетворенность корпоративной культурой вуза. В этой связи руководство вуза должно иметь в виду данный факт. Поскольку определенный уровень претензий со стороны студентов относительно корпоративной культуры вуза в данном случае указывает на их заинтересованность учебным процессом, выраженность внутренних мотивов учения.

По результатам проведенного анализа и интерпретации статистических данных мы составили рекомендации для руководства факультета психологии педагогического института НИУ "БелГУ" по оптимизации корпоративной культуры, а также разработали программу тренинга учебно-профессиональной мотивации для студентов факультета психологии. Следовательно, в ходе исследования были выполнены все намеченные задачи, цель достигнута, гипотеза подтверждена.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Асаул, А. Н. Культура организации: проблемы формирования и управления [Текст] / А. Н. Асаул, М. А. Асаул, П. Ю. Ерофеев, М. П. Ерофеев. – СПб.: Гуманистика, 2006. – 201 с.
2. Аузан, В. Корпоративная культура и лидерство [Текст] / В. Аузан. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 160 с.
3. Бакшаева, Н.А. Психология мотивации студентов [Текст]: учебное пособие / Н.А. Бакшаева, А.А. Вербицкий. – М.: Логос, 2006. –184 с.
4. Беляева, М. И. Принципы и условия реализации педагогического потенциала корпоративной культуры вуза [Электронный ресурс] / М.И. Беляева // Вестник НовГУ. 2013. №74. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsipy-i-usloviya-realizatsii-pedagogicheskogo-potentsiala-korporativnoy-kultury-vuza>
5. Беляева, М.И. Педагогический потенциал корпоративной культуры вуза [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / М.И. Беляева. – Великий Новгород, 2013. – 189 с.
6. Борзилова, Н.С. Учебная мотивация студентов с разным уровнем саморегуляции поведения [Текст] / Борзилова Н.С., Бобух О.А. // Теоретические и прикладные аспекты деятельности психологической службы вуза: материалы междунар. науч.-практич. конф., Белгород, Изд-во: Издательский дом "Белгород". – Белгород, 2017. – С. 184–190
7. Борзилова, Н.С. Влияние уровня субъективного контроля на учебную мотивацию у студентов [Текст] / Борзилова Н.С., Египко Т.А. // Актуальные проблемы развития науки и современного образования: материалов междунар. науч.-практич. конф., Белгород. Изд-во: Издательский дом "Белгород". – Белгород, 2017. – С. 195–198
8. Борзилова, Н.С. Взаимосвязь учебной мотивации и адаптационных возможностей личности студентов-первокурсников [Текст] / Борзилова

- Н.С. // Заметки ученого. Изд-во: Южный университет (ИУБиП) (Ростов-на-Дону). – 2015. – №6–1. – С. 28–31
9. Будасси, С.А. Способ исследования количественных характеристик личности в группе [Текст] / С.А. Будасси // Вопросы психологии – 1971. – №3. – С. 138–143.
10. Виханский, О.С. Менеджмент: человек, стратегия, организация, процесс [Текст] / О.С. Виханский, А.И. Наумов. – 2-е изд. – М.: "Фирма Гадарина", 1996. – 416 с.
11. Воронин, В.Н. Социально-психологические механизмы формирования организационной культуры [Текст]: дисс. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / В.Н. Воронин. – Москва, 1999. – 328 с.
12. Воденко, К.В. Институт непрерывного профессионального образования как пространство формирования профессиональных компетенций и трудовых функций будущих работников различных секторов экономики [Текст] / К.В. Воденко, Э.Ю. Черкесова // Гуманитарий Юга России. – 2016. – №3. – С. 114–127
13. Герасимова, А.С. Теория учебной мотивации в отечественной психологии [Электронный ресурс] / А.С. Герасимова // Институт психологии Российской академии наук. – Режим доступа: http://www.ipras.ru/cntnt/rus/dop_dokume/mezhdunaro/nauchnye_m/razdel_2_p/gerasimova.html
14. Горбашко, Е.А. Управление качеством и конкурентоспособностью [Текст] / Е.А. Горбашко. – СПб.: СПбГУЭФ, 2008. – 300 с.
15. Горшкова, О.В. Роль корпоративной культуры в формировании эффективного университета [Текст] / О.В. Горшкова, Г.И. Мальцева // Университетское управление: практика и анализ. – 2006. – № 2(42). – С. 40–44
16. Грошев, И. В. Организационная культура [Текст] : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по специальности

- "Менеджмент": для студентов высших учебных заведений, обучающихся по экономическим специальностям / И. В. Грошев, А. А. Краснослободцев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ, 2013. – 535 с.
17. Даулинг, Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности [Текст] / Г. Даулинг. – М.: Консалтинговая группа «ИМИДЖ -Контакт», 2003. – 368 с.
18. Деркач, А.А. Психолого-акмеологическое консультирование управленческих кадров [Текст] / А.А. Деркач, Г.И. Марасанов. – М.: Изд-во РАГС, 1996. – 127с.
19. Дмитриевский, В.А. Рекурсивная модель функционирования психики [Текст] / В.А. Дмитриевский. – Нижний Тагил: Нижнетагил. фил. Ин-та развития регион. образования, 2002. – 93 с.
20. Дроздов, С.В. Динамика мотивационно-смысловых образований личности студентов в процессе адаптации к учебе [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / С.В. Дроздов. – Москва, 2000. – 21 с.
21. Дятлов, В.А. Управление персоналом: учебное пособие для студентов экономических вузов и факультетов [Текст] / В. А. Дятлов, А.Я. Кибанов, В. Т. Пихало. – М.: "Издательство ПРИОР", 1998. – 512с.
22. Емельянов, Ю.Н. Групповые методы социально-психологической подготовки специалистов [Текст] / Ю.Н. Емельянов // Вопросы психологии. – 1985. – № 6. – С. 88–95.
23. Зинченко, В.П. Образование. Мышление. Культура [Текст] / В.П. Зинченко // Новое педагогическое мышление: сборник статей под ред. А.В. Петровского. – М.: Педагогика, 1989. – с. 90–102
24. Изотов, В. Корпоративная культура. Стратегии и способы ее формирования [Текст] / В. Изотов // Работа и зарплата. – 2007. – № 4. – С. 34-39.

- 25.Картрайт, Д. Групповая динамика: исследование и теория [Текст] / Д. Картрайт, А. Зандер. – М.: ОЛМА-ПРЕСС, 2004. – 471 с.
- 26.Климов, Е.А. Психология профессионального самоопределения [Текст] / Е.А.Климов. – Ростов н/Д: Феникс, 1996. – 512с.
- 27.Козлов, В. В. Корпоративная культура: опыт, проблемы и перспективы развития [Текст] / В. В. Козлов. – М.: Гардарика, 2004. – 269 с.
- 28.Кошарная, Г. Б. Формирование культуры предпринимательства в переходном обществе (социально-экономический аспект) [Текст]: дис. ... д-ра социол. наук: 22.00.04 / Г. Б. Кошарная. — Днепропетровск, 2000. - 357 с.
- 29.Кубанейшвили, А. Преобразование компании — начните с корпоративной культуры [Текст] / А. Кубанейшвили // Управление персоналом. – 2001. – №4. – С. 22-25.
- 30.Кудрявцев, Т.В. Психологический анализ динамики профессионального самоопределения личности [Текст] / Т.В. Кудрявцев, Шегурова В. Ю. // Вопросы психологии. – 1983. – №2. – С. 51-59.
- 31.Лапина, Т. А. Корпоративная культура: учебно-методическое пособие [Текст] / Т.А. Лапина. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. – 96 с.
- 32.Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. [Текст] / А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл, 2005. – 352 с.
- 33.Липатов, С.А. Организационная культура: концептуальные модели и методы диагностики [Текст] / С.А. Липатов // Вестник Московского университета. Серия 14. Психология. – 1997. – №4. – С. 55-65.
- 34.Магун, В.С. О взаимосвязях между значимостью различных потребностей личности и их удовлетворенностью [Текст] / В.С. Магун // Вопросы психологии. – 1978. – №. 6. – С. 86-94.
- 35.Малинаускас, Р.К. Мотивация студентов разных периодов обучения [Текст] / Р.К. Малинаускас // Социологические исследования. – 2005. – № 2. – С. 134–138.

- 36.Матлин, Е.К. Некоторые психологические вопросы воспитания студентов [Текст] / Е.К. Матлин. – Минск: Высшая школа, 1976. – 159 с.
- 37.Мильнер, Б.З. Теория организации [Текст] / Б.З. Мильнер. — М.: Инфра-М, 2008. – 797 с.
- 38.Митина, А.М. Зарубежные исследования учебной мотивации взрослых [Текст] / А. М. Митина // Вестник Московского ун-та. Сер.14. Психология. – 2004. – № 2. – С. 56–65
- 39.Митина, Л.М. Личностное и профессиональное развитие человека в новых социально-экономических условиях [Текст] / А. М. Митина // Вопросы психологии. – 1997. – №4. – С. 28–38
- 40.Нюттен, Ж. Мотивация [Текст] / Ж. Нюттен // Экспериментальная психология / Ред.-сост. П. Фресс, Ж. Пиаже. – М.: Прогресс, 1975. – 284 с.
- 41.Овчинников, М.В. Динамика мотивации учения студентов педагогического вуза и ее формирование [Текст]: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / М.В. Овчинников. – Курган, 2007. – 159 с.
- 42.Овчинников, М.В. Структура и динамика мотивации учения студентов педагогического вуза [Электронный ресурс] / М.В. Овчинников // Научные исследования в образовании. – 2007. – №5. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-i-dinamika-motivatsii-ucheniya-studentov-pedagogicheskogo-vuza>.
- 43.Организационное консультирование как ресурс развития общества, государства, политики и бизнеса: тезисы науч.-практич. конф. 27-29 октября 1995 г. – М.: Б.и., 1995. – 150 с.
- 44.Орлов, Ю.М. Потребностно-мотивационные факторы эффективности учебной деятельности студентов вуза [Текст]: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.07 / Ю.М. Орлов. – Москва, 1984. – 525 с.

- 45.Пантюшина, О.И. Социально-психологическое влияние имиджа вуза на развитие учебно-познавательной мотивации студентов [Текст]: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / О.И. Пантюшина. – Москва, 2010. - 193 с.
- 46.Пакулина, С.А. Адаптивные способности студентов педвуза: структура, факторы и средства развития [Текст]: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.07 / С.А. Пакулина. – Москва, 2004. – 24 с.
- 47.Пакулина, С.А. Методика диагностики мотивации учения студентов педагогического вуза [Электронный ресурс] / С.А. Пакулина, С.М. Кетько // Электронный журнал Психологическая наука и образование: электрон. науч. журн. – 2010. – № 1. – Режим доступа: : http://www.psyedu.ru/files/articles/1657/pdf_version.pdf
- 48.Пакулина, С.А. Педагогика и психология самостоятельной работы студентов в высшей школе [Текст] / С.А. Пакулина. – Челябинск: Филиал Моск. пед. гос. ун-та, 2007. – 190 с.
- 49.Паркс, К. Новый глава “Сименс Никсдорф” перестраивает работу компании [Текст] // Финансовые известия. – 1994. – 17 ноября
- 50.Педагогика и психология высшей школы [Текст] / Под. ред. С.С. Самыгина. – Ростов-на-Дону: Феникс, 1998. – 544 с.
- 51.Пепанян, Л.С. Модели корпоративной культуры в управлении вузом в условиях реформирования системы высшего образования [Текст] / Л.С. Пепанян // Гуманитарий Юга России. - 2016. – № 5. – С. 231–239
- 52.Плаксина, Н.И. Методологические основы формирования корпоративной культуры организации [Текст] / Н.И. Плаксина // Вестник ТГУ. – 2011. – Вып. 3 (95). – С. 127–129
- 53.Плигин, А.А. Развитие познавательных процессов в различных образовательных технологиях [Текст] / А.А. Плигин // Развитие познавательных процессов в образовательных технологиях: под ред. А.А. Плигина. - М.: Генжер, 2006. — С. 37-61.

54. Пригожин, А.И. Организационная культура и ее преобразование [Текст] / А. И. Пригожин // *Общественные связи и современность*. — 2003. — № 5. — С. 12-22.
55. Рогов, М. Мотивация учебной и коммерческой деятельности студентов [Текст] / М. Рогов // *Высшее образование в России*. 1998. - № 4. — С. 90–95.
56. Розин, В.М. Введение в культурологию [Текст] / В.М. Розин. — М.: Международная пед. академия, 1994. — 104 с.
57. Свергун, О. HR-практика. Управление персоналом: как это есть на самом деле / О. Свергун, Ю. Пасс, Д. Дьякова, А. Новикова. — СПб.: Питер, 2005. — 320 с.
58. Соломанидина, Т.О. Организационная культура компании [Текст] / Т.О. Соломанидина. — М.: ИНФРА-М, 2003. — 456 с.
59. Спивак, В.А. Корпоративная культура [Текст] / В.А. Спивак. — СПб.: Питер, 2001. — 352с.
60. Сухобская, П.С. Психологические аспекты проблемного обучения и развитие познавательной активности взрослых учащихся [Текст] / П.С. Сухобская // *Вопросы психологии*. 1984. — № 5. — С. 45–48
61. Терехова, Т.А. Мотивационная детерминация познавательной деятельности личности [Текст]: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.01 / Т.А. Терехова. — Новосибирск, 2000. — 334 с.
62. Ткаченко, Н.С. Динамика учебной мотивации и адаптированности студентов в период обучения в вузе [Текст] / Ткаченко Н.С. // *Возможности и перспективы высшего образования: опыт развития современных многопрофильных вузов: материалы IX междунар. учебно-практич. конф., под ред. А.Ю. Александрова, Е.Л. Николаева*. 2017. — С. 339–345
63. Тульчинский, Г.А. Разум, воля, успех: О философии поступка [Текст] / Г.А. Тульчинский; М-во высш. и сред. спец. образования РСФСР. — Л. : Изд-во ЛГУ, 1990. — 214 с.

64. Файоль, А. Общее промышленное управление [Текст] / А. Файоль; пер. Б.В. Бабина-Кореня с предисл. А. К. Гастева. – М.: Центральный институт труда, 1923. – 122 с.
65. Фей, К., Организационная культура и эффективность: можно ли применить американскую теорию в России: Препринт. [Текст] / К. Фей, Д. Денисон. – М.: Изд. Стокгольмской школы экономики в России, 2003. – 51 с.
66. Чикер, В.А. Психологическая диагностика организации и персонала. [Текст] / В.А. Чикер. – СПб.: Речь, 2004. – 176 с.
67. Шейн, Э.Х. Организационная культура и лидерство [Текст] / Э.Х. Шейн. – СПб: Питер, 2002. – 336 с.
68. Штарке, К. Студенты. Становление личности: Пер. с нем. [Текст] / К. Штарке // Послесл. и общ. ред. В.Т. Лисовского. – М.: Прогресс, 1982. – 135 с.
69. Denison, D. Corporate culture and organizational effectiveness [Текст] / D. Denison. – New York: John Wiley&Sons, 1990.
70. Harris, P.R. Managing cultural differences [Текст] / P.R. Harris, R.T. Moran. – N.Y.: Gulf Publishing Co. 1991. – 346 p.
71. Likert, R. The Human Organization. Its Management and Value [Текст] / R. Likert. – N.Y.: McGraw-Hill, 1967. – 258 p.
72. Shafritz, J.M. Classics of organization theory [Текст] / J.M. Shafritz, J.S. Ott. – Pacific Grove: Brooks/Cole, 1992. – 534 p.
73. Schein, E.H. Organizational culture and leadership [Текст] / E.H. Schein. – San Francisco: Jossey-Bass, 1985. – 358 p.
74. Smircich, L. Concepts of culture and organizational analysis [Текст] / L. Smircich // Administrative Science Quarterly. 1983. – Vol. 28. – P. 339–358.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Диагностические методики в порядке их предъявления

1. Авторская анкета «Восприятие корпоративной культуры вуза студентами»

Анкета позволяет сделать качественный анализ восприятия студентами различных характеристик корпоративной культуры вуза и включает в себя шкалы: осознание себя и своего места в вузе, коммуникационная система и язык общения, внешний вид, представление личности в вузе, привычки и традиции в области питания, осознание времени, отношение к нему и его использование, взаимоотношения между людьми, ценности и нормы, вера и расположение, процесс развития и обучения студентов, трудовая этика и мотивирование.

Бланк ответов

Уважаемый респондент! Просим Вас принять участие в нашем исследовании. Мы будем рады, если помимо формальных ответов, Вы поделитесь также своими взглядами на те вопросы, которые поднимаются в анкете. Возможно, у Вас есть предложения по улучшению корпоративной культуры вуза, в котором Вы учитесь? Мы с радостью их рассмотрим и постараемся включить их в перечень рекомендаций по оптимизации корпоративной культуры вашего вуза. Нам важно мнение каждого! В случае необходимости, Вы можете оставлять свои комментарии рядом с вопросами анкеты, если это необходимо для корректного понимания Ваших ответов. Пожалуйста, ориентируйтесь только на свои чувства и личное восприятие тех или иных факторов. Здесь не может быть правильных или хороших ответов. Конфиденциальность информации гарантируем.

Личные сведения:

Ваш пол:

Ваш возраст:

Факультет:

Курс обучения:

Часть I

Пожалуйста, внимательно ознакомьтесь с инструкцией!

Оцените следующие утверждения и вопросы по десятибалльной шкале (чем выше балл, тем более Вы согласны с утверждением / тем выше Ваша удовлетворенность данным фактором).

- В случае, если Вы затрудняетесь с ответом, поставьте прочерк. Если Вы не согласны с утверждением, поставьте "0".

№	Утверждения и вопросы	Ваш балл
1	На сколько баллов я чувствую свою значимость в коллективе?	
2	Мне кажется, что большинство студентов факультета чувствуют, что они значимы в своем коллективе.	
3	Я чувствую, что имею реальные возможности для проявления своей индивидуальности в вузе.	
4	Мне кажется, что большинство студентов имеют возможности для проявления своей индивидуальности в вузе.	
5	Я чувствую, что учебный процесс нацелен не только на заучивание учебного	

	материала, но и на раскрытие моего творческого потенциала.	
6	Мне кажется, что большинство студентов факультета могут раскрыть свой творческий потенциал в учебном процессе.	
7	У меня есть желание проявлять инициативу в вузе.	
8	Мне кажется, что у большинства студентов факультета есть желание проявлять инициативу в вузе.	
9	Я чувствую, что учеба в вузе повлияла на степень моей ответственности как личности, гражданина. На сколько баллов и как (+/-)?	
10	Мне кажется, что учеба в вузе повлияла на степень ответственности (как личности, гражданина) большинства студентов факультета. На сколько баллов и как (+/-)?	
11	Я стараюсь выполнять все требования, которые предъявляются студентам в вузе.	
12	Большинство студентов факультета старается выполнять все требования, которые им предъявляет вуз.	
13	Я чувствую, что в случае необходимости могу оказывать влияние на те или иные изменения на своем факультете. На сколько баллов?	
14	Насколько руководство факультета прислушивается к мнению студентов?	
15	Мне кажется, что наиболее активные студенты могут влиять на те или иные изменения в нашем вузе. На сколько баллов?	
16	Я чувствую, что окружающие меня люди на факультете достаточно внимательны к моему внутреннему миру. На сколько баллов?	
17	Мне кажется, что большинство студентов нашего факультета удовлетворены тем, сколько внимания уделяется их внутреннему миру в вузе. На сколько баллов?	
18	Я чувствую, что на мою учебную мотивацию оказывает влияние дизайн и эстетическое оформление зданий и помещений вуза. На сколько баллов и как (+/-)?	
19	Я чувствую, что корпоративные церемонии вуза оказывают на меня мотивирующее влияние. На сколько баллов?	
20	На сколько баллов Вы оцениваете соответствие того, как выражают себя через социальные сети преподаватели вуза, с их статусом преподавателя вуза?	
21	На сколько баллов Вы оцениваете скромность и опрятность внешнего вида большинства студентов факультета?	
22	На сколько баллов Вы оцениваете скромность и опрятность внешнего вида преподавателей?	
23	На сколько баллов Вы оцениваете качество питания в университете?	
24	Оцените оптимальность длительности перемен между парами.	
25	Оцените качество составленного расписания занятий.	
26	На сколько баллов Вы оцениваете готовность большинства преподавателей делиться со студентами личным профессиональным опытом и взглядами на волнующие студентов темы?	
27	Насколько сильно на Вас влияют личные качества преподавателя (вне зависимости от уровня его профессионализма)?	
28	Оцените этику делового общения студентов.	
29	Оцените этику делового общения преподавателей.	
30	Оцените этику делового общения руководства факультета.	
31	Насколько уважительно относятся преподаватели к студентам?	
32	Насколько уважительно относится руководство факультета к студентам?	
33	Насколько соблюдается субординация в отношениях студент-преподаватель?	
34	Верно ли, что вуз ориентирован на толерантность и выступает против	

	дискриминации в любых проявлениях?	
35	В вузе я могу комфортно выражать свою точку зрения, задавать вопросы (не испытываю давления со стороны). Насколько согласны?	
36	Насколько выражена взаимоподдержка и взаимовыручка в отношениях студент-преподаватель?	
37	Насколько выражена взаимоподдержка и взаимовыручка в отношениях студент-студент?	
38	Оцените степень эффективности и благоприятности разрешения конфликтов на вашем факультете?	
39	Насколько учеба в вузе мотивирует меня к активному профессиональному и личностному развитию?	
40	Насколько я уверен, что знания, которые получаю в вузе, пригодятся мне в моей будущей профессиональной деятельности?	
41	Я чувствую, что университет повлиял на развитие моих лидерских качеств. На сколько баллов и как (+/-)?	
42	На сколько баллов я оцениваю заинтересованность большинства преподавателей в профессиональном и личностном развитии своих студентов?	
43	Оцените, насколько эффективны мероприятия вуза по приобщению студентов к проблемам морали и нравственности?	
44	На сколько баллов Вы оцениваете уровень профессионализма преподавателей?	
45	Насколько баллов Вы оцениваете уровень нравственности преподавателей?	
46	Насколько баллов Вы оцениваете уровень профессионализма руководства факультета?	
47	Насколько баллов Вы оцениваете уровень нравственности руководства факультета?	
48	Образование, которое я получаю в вузе, конкурентоспособно на рынке труда. На сколько баллов?	
49	Повлиял ли и как (+/-) на Вашу учебную мотивацию уровень подготовки (образования) студентов вашей группы?	
50	Насколько Вы верите в собственные силы?	
51	Насколько верит в собственные силы большинство студентов вашего факультета?	
52	Мне кажется, что преподаватели видят смысл в своей работе. На сколько баллов?	
53	На сколько баллов я оцениваю стремление большинства преподавателей на внедрение инноваций в процесс обучения в целях повышения его эффективности, увлекательности для студентов?	
54	Оцените уровень сотрудничества и сотворчества преподавателей и студентов.	
55	Оцените уровень материально-технической базы вуза (техника, учебники, Интернет и т.д.).	
56	Насколько практикоориентированным является обучение в вашем вузе?	
57	Насколько мотивирующими являются особенности оценивания деятельности студентов в отношении их профессионального развития и учебной деятельности?	
58	Как Вам кажется, насколько ваши преподаватели заинтересованы в собственном дальнейшем личностном и профессиональном развитии?	
59	На сколько баллов я чувствую свою ответственность перед обществом за уровень своей профессиональной подготовки?	
60	На сколько баллов, на Ваш взгляд, чувствуют ответственность перед обществом за уровень своей профессиональной подготовки большинство студентов вашего факультета?	

Часть II

Подчеркните нужное в колонках ответов.

№	Вопрос	Ответы		
		Верно, но хотелось бы иначе	Неверно	Не знаю
61	Преподаватели в большинстве случаев ориентированы на формальные и поверхностные, нежели на глубокие межличностные отношения со студентами.	Верно, но хотелось бы иначе	Неверно	Не знаю
62	Преподаватели в большинстве случаев поясняют смысл учебных заданий, что помогает студентам чувствовать осмысленность своей учебной деятельности.	Верно	Неверно, но хотелось бы	Не знаю
63	Верно ли, что речь большинства студентов на вашем факультете достаточно развита в культурном плане?	Верно	Неверно	Не знаю
64	Верно ли, что сотрудники вуза не используют в своей речи нецензурных выражений?	Верно	Неверно	Не знаю
65	Как Вы относитесь к нецензурной речи?	Употребляю сам	Негативно	Это личный выбор каждого
66	Верно ли, что в большинстве случаев студенты вовремя узнают о важных событиях в жизни университета и об изменениях в учебном процессе?	Верно	Неверно	Не знаю
67	Верно ли, что в нашем вузе не приветствуется распространение слухов и корпоративных мифов?	Верно	Неверно	Не знаю
68	Верно ли, что студенты имеют достаточно свободный доступ для обращения к руководству факультета?	Верно	Неверно	Не знаю
69	Верно ли, что студенты имеют достаточно свободный доступ для обращения к руководству вуза?	Верно	Неверно	Не знаю
70	Как Вы относитесь к символике и корпоративной продукции вуза?	Нейтрально	Негативно, имело место принуждение к ее приобретению	Положительно
71	Как Вы относитесь к организации отдельных очередей и мест питания для студентов и сотрудников вуза?	Нейтрально	Негативно	Положительно
72	Хватает ли времени перерыва между занятиями для того, чтобы пообедать?	Хватает	Немного не хватает	Совершенно не хватает
73	Верно ли, что в вузе не соблюдается временной распорядок (своевременное начало и конец занятий)?	Верно	Неверно	Не знаю
74	Верно ли, что студентов частенько несвоевременно информируют об изменениях в расписании?	Верно	Неверно	Не знаю
75	Насколько мне известно, конфликты в преподавательском коллективе и у руководства факультетом, вузом возникают крайне редко.	Верно	Неверно	Не знаю
76	Если бы у меня была такая возможность, я бы предпочел учиться в другом вузе.	Верно	Неверно	Не знаю
77	Я готов оставаться после учебных занятий ради деятельности на благо университета.	Верно	Неверно	Не знаю

78	Я рассказываю моим друзьям и знакомым о том, как интересно учиться в моем вузе.	Верно	Неверно	Не знаю
79	Как вы оцениваете религиозную политику университета?	Нейтрально	Негативно	Положительно
80	Верно ли, что большинство студентов не волнует будущее университета (на Ваш взгляд)?	Верно	Неверно	Не знаю
83	Верно ли, что преподаватели не имеют реальных средств и методов эффективного мотивирования студентов к учебной деятельности и профессиональному развитию?	Верно	Неверно	Не знаю
84	Верно ли, что у Вас часто возникает чувство, что в вузе многое делается формально ("для галочки")?	Верно	Неверно	Не знаю

Назовите свои главные ценности:

Какие, на Ваш взгляд, ценности разделяет большинство студентов вашего вуза?

Часть III

Ваши предложения по улучшению корпоративной культуры вуза.

В этой части необязательно давать ответы на все вопросы.

Как, на Ваш взгляд, можно повысить учебно-профессиональную мотивацию студентов?

Что в наибольшей мере демотивирует студентов?

Как Вы считаете, с чем могут быть связаны сложности студентов в выполнении требований вуза?

Как еще вуз может помочь своим студентам проявить себя?

Как можно улучшить расписание занятий?

Что может подавлять инициативу и творческий поиск студентов?

Нужно ли ввести единый вузовский стандарт по внешнему виду студентов и преподавателей? Какой?

Какие корпоративные церемонии могли бы повлиять на Вашу мотивацию?

Иные предложения с Вашей стороны:

Обработка результатов. Баллы по всем шкалам суммируются, а итог делится на общее количество вопросов, относящихся к данной шкале (см. параграф 2.1, таблица

2.1.1). Баллы за ответы во второй части анкеты проставляются в соответствии с данной таблицей.

Номер вопроса	Баллы за варианты ответов по столбцам		
61	0	10	5
62	10	0	5
63	10	0	5
64	10	0	5
65	0	10	5
66	10	0	5
67	10	0	5
68	10	0	5
69	10	0	5
70	5	0	10
71	5	0	10
72	10	5	0
73	0	10	5
74	0	10	5
75	10	0	5
76	0	10	5
77	10	0	5
78	10	0	5
79	5	0	10
80	0	10	5
83	0	10	5
84	0	10	5

2. Методика «Мотивация обучения в вузе» (Т.И. Ильина)

В методике имеются три шкалы: «Приобретение знаний» (стремление к приобретению знаний, любознательность); «Овладение профессией» (стремление овладеть профессиональными знаниями и сформировать профессионально важные качества); «Получение диплома» (стремление приобрести диплом при формальном усвоении знаний, стремление к поиску обходных путей при сдаче экзаменов и зачетов). В опросник, для маскировки, автор методики включила ряд фоновых утверждений, которые в дальнейшем не обрабатываются.

Инструкция: Отметьте ваше согласие знаком «+» или несогласие знаком «-» со следующими утверждениями.

№	Утверждения	(не)согласие (+/-)
1	Лучшая атмосфера занятий – атмосфера свободных высказываний.	
2	Обычно я работаю с большим напряжением.	
3	У меня редко бывают головные боли после пережитых волнений и неприятностей.	
4	Я самостоятельно изучаю ряд предметов, по моему мнению, необходимых для моей будущей профессии.	
5	Какое из присущих вам качеств вы выше всего цените? Напишите ответ рядом.	
6	Я считаю, что жизнь нужно посвятить выбранной профессии.	
7	Я испытываю удовольствие от рассмотрения на занятии трудных проблем.	
8	Я не вижу смысла в большинстве работ, которые мы делаем в вузе.	
9	Большое удовлетворение мне дает рассказ знакомым о моей будущей профессии.	
10	Я весьма средний студент, никогда не буду вполне хорошим, а поэтому нет смысла прилагать усилия, чтобы стать лучше.	
11	Я считаю, что в наше время не обязательно иметь высшее образование.	
12	Я твердо уверен в правильности выбора профессии.	
13	От каких из присущих вам качеств вы бы хотели избавиться? Напишите ответ рядом.	
14	При удобном случае я использую на экзаменах подсобные материалы (конспекты, шпаргалки).	
15	Самое замечательное время жизни – студенческие годы.	
16	У меня чрезвычайно беспокойный и прерывистый сон.	
17	Я считаю, что для полного овладения профессией все учебные дисциплины нужно изучать одинаково глубоко.	
18	При возможности я поступил бы в другой вуз.	
19	Я обычно вначале берусь за более легкие задачи, а более трудные оставляю на потом.	
20	Для меня было трудно при выборе профессии остановиться на одной из них.	
21	Я могу спокойно спать после любых неприятностей.	
22	Я твердо уверен, что моя профессия дает мне моральное удовлетворение и материальный достаток в жизни.	
23	Мне кажется, что мои друзья способны учиться лучше, чем я.	
24	Для меня очень важно иметь диплом о высшем образовании.	
25	Из неких практических соображений для меня это самый удобный вуз.	
26	У меня достаточно силы воли, чтобы учиться без напоминания	

	администрации.	
27	Жизнь для меня почти всегда связана с необычайным напряжением.	
28	Экзамены нужно сдавать, тратя минимум усилий.	
29	Есть много вузов, в которых я мог бы учиться с не меньшим интересом.	
30	Какое из присущих вам качеств больше всего мешает учиться? Напиши ответ рядом.	
31	Я очень увлекающийся человек, но все мои увлечения так или иначе связаны с будущей профессией.	
32	Беспокойство об экзамене или работе, которая не выполнена в срок, часто мешает мне спать.	
33	Высокая зарплата после окончания вуза для меня не главное.	
34	Мне нужно быть в хорошем расположении духа, чтобы поддержать общее решение группы.	
35	Я вынужден был поступить в вуз, чтобы занять желаемое положение в обществе, избежать службы в армии.	
36	Я учу материал, чтобы стать профессионалом, а не для экзамена.	
37	Мои родители хорошие профессионалы, и я хочу быть на них похожим.	
38	Для продвижения по службе мне необходимо иметь высшее образование.	
39	Какое из ваших качеств помогает вам учиться? Напишите ответ рядом.	
40	Мне очень трудно заставить себя изучать как следует дисциплины, прямо не относящиеся к моей будущей специальности.	
41	Меня весьма тревожат возможные неудачи.	
42	Лучше всего я занимаюсь, когда меня периодически стимулируют, подстегивают.	
43	Мой выбор данного вуза окончателен.	
44	Мои друзья имеют высшее образование, и я не хочу отставать от них.	
45	Чтобы убедить в чем – либо группу, мне приходится самому работать очень интенсивно.	
46	У меня обычно ровное и хорошее настроение.	
47	Меня привлекает удобство, чистота, легкость будущей профессии.	
48	До поступления в вуз я давно интересовался этой профессией, много читал о ней.	
49	Профессия, которую я получаю, самая важная и перспективная.	
50	Мои знания об этой профессии были достаточны для уверенного выбора.	

Обработка и интерпретация результатов.

Ключ к опроснику

Шкала «Приобретение знаний»: за согласие («+») с утверждением по п. 4 проставляется 3,6 балла; по п. 17 – 3,6 балла; по п. 26 – 2,4 балла; за несогласие («-») с утверждением по п. 28 – 1,2 балла; по п.42 – 1,8 балла. Максимум – 12,6 балла.

Шкала «Овладение профессией»: за согласие по п. 9 – 1 балл; по п.31 – 2 балла; по п.33 – 2 балла; по п.43 – 3 балла; по п.48 – 1 балл и по п. 49 – 1 балл. Максимум – 10 баллов.

Шкала «Получение диплома»: за несогласие по п. 11 – 3,5 балла; за согласие по п. 24 – 2,5 балла; по п. 35 – 1,5 балла; по п. 38 – 1,5 балла и по п. 44 – 1 балл. Максимум – 10 баллов.

Вопросы по пп. 5, 13, 30, 39 являются нейтральными к целям опросника и в обработку не включаются. Преобладание мотивов по первым двум шкалам свидетельствует об адекватном выборе студентом профессии и удовлетворенности ею.

3. «Диагностика мотивации учения студентов» (модифицированный вариант методики А.А. Реана и В.А.Якунина - Н.Ц. Бадмаева)

Методика разработана на основе опросника А.А. Реана и В.А.Якунина. К 16 утверждениям вышеназванного опросника добавлены утверждения, характеризующие мотивы учения, выделенные В.Г.Леонтьевым, а также утверждения, характеризующие мотивы учения, полученные Н.Ц.Бадмаевой в результате опроса студентов и школьников. Это коммуникативные, профессиональные, учебно-познавательные, широкие социальные мотивы, а также мотивы творческой самореализации, избегания неудачи и престижа.

Инструкция: Оцените по 5-балльной системе приведенные мотивы учебной деятельности по значимости для Вас: 1 балл соответствует минимальной значимости мотива, 5 баллов – максимальной.

№	Мотивы	Оценка значимости
1	Учусь, потому что мне нравится избранная профессия.	
2	Чтобы обеспечить успешность будущей профессиональной деятельности.	
3	Хочу стать специалистом.	
4	Чтобы дать ответы на актуальные вопросы, относящиеся к сфере будущей профессиональной деятельности.	
5	Хочу в полной мере использовать имеющиеся у меня задатки, способности и склонности к выбранной профессии.	
6	Чтобы не отставать от друзей.	
7	Чтобы работать с людьми, надо иметь глубокие и всесторонние знания.	
8	Потому что хочу быть в числе лучших студентов.	
9	Потому что хочу, чтобы наша учебная группа стала лучшей в институте.	
10	Чтобы заводить знакомства и общаться с интересными людьми.	
11	Потому что полученные знания позволят мне добиться всего необходимого.	
12	Необходимо окончить институт, чтобы у знакомых не изменилось мнение обо мне, как способном, перспективном человеке.	
13	Чтобы избежать осуждения и наказания за плохую учебу.	
14	Хочу быть уважаемым человеком учебного коллектива.	
15	Не хочу отставать от сокурсников, не желаю оказаться среди отстающих.	
16	Потому что от успехов в учебе зависит уровень моей материальной обеспеченности в будущем.	
17	Успешно учиться, сдавать экзамены на «4» и «5».	
18	Просто нравится учиться.	
19	Попад в институт, вынужден учиться, чтобы окончить его.	
20	Быть постоянно готовым к очередным занятиям.	
21	Успешно продолжить обучение на последующих курсах, чтобы дать ответы на конкретные учебные вопросы.	
22	Чтобы приобрести глубокие и прочные знания.	
23	Потому что в будущем думаю заняться научной деятельностью по специальности.	
24	Любые знания пригодятся в будущей профессии.	
25	Потому что хочу принести больше пользы обществу.	
26	Стать высококвалифицированным специалистом.	
27	Чтобы узнавать новое, заниматься творческой деятельностью.	

28	Чтобы дать ответы на проблемы развития общества, жизнедеятельности людей.	
29	Быть на хорошем счету у преподавателей.	
30	Добиться одобрения родителей и окружающих.	
31	Учусь ради исполнения долга перед родителями, школой (вузом).	
32	Потому что знания придают мне уверенность в себе.	
33	Потому что от успехов в учебе зависит мое будущее служебное положение.	
34	Хочу получить диплом с хорошими оценками, чтобы иметь преимущество перед другими.	

Обработка и интерпретация результатов теста:

- Шкала 1. Коммуникативные мотивы: 7, 10, 14, 32.
- Шкала 2. Мотивы избегания: 6, 12, 13, 15, 19.
- Шкала 3. Мотивы престижа: 8, 9, 29, 30, 34.
- Шкала 4. Профессиональные мотивы: 1, 2, 3, 4, 5, 26.
- Шкала 5. Мотивы творческой самореализации: 27, 28.
- Шкала 6. Учебно-познавательные мотивы: 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24.
- Шкала 7. Социальные мотивы: 11, 16, 25, 31, 33.

При обработке результатов тестирования необходимо подсчитать средний показатель по каждой шкале опросника.

4. Тест-опросник «Удовлетворенность учебной деятельностью» (Л.В. Мищенко)

Целью методики является исследование эмоционально-оценочного отношения студентов к учебной деятельности. Методика состоит из 70 утверждений эмоционально-оценочного характера и предложенных вариантов ответа. Испытуемый может либо согласиться, либо отвергнуть утверждение с разной степенью уверенности. Предлагается следующая форма ответов: «верно», «пожалуй, верно», «пожалуй, неверно», «неверно». Основная (суммарная) шкала «Общая удовлетворенность учебной деятельностью» (70 пунктов) подразделяется на 6 субшкал. Шкала удовлетворенности содержанием учебного процесса (15 утверждений), шкала удовлетворенности воспитательным процессом (11 утверждений), шкала удовлетворенности избранной профессией (11 утверждений), шкала удовлетворенности взаимоотношениями с однокурсниками (11 утверждений), шкала удовлетворенности взаимодействием с преподавателями и руководителями факультета, вуза (11 утверждений), шкала удовлетворенности бытом, бюджетом, досугом, здоровьем (11 утверждений).

Инструкция: Прочитайте каждое высказывание и выразите свое мнение по отношению к изучаемым предметам, проставив против номера высказывания соответствующий вам ответ, используйте для этого указанные в скобках обозначения: «верно» (++); «пожалуй, верно»(+); «пожалуй, неверно» (-); «неверно» (=).

№	Высказывания	Оценка значимости
1	Я часто испытываю глубокое удовольствие не только от результатов своей учебы, но и от процесса обучения.	
2	Обучение в вузе способствует развитию моего творческого, интеллектуального потенциала.	
3	Я считаю, что знания, умения, навыки, компетенции, получаемые в вузе, смогут обеспечить успешность будущей профессиональной деятельности.	
4	Обычно я настолько увлекаюсь выполнением учебного задания, что не замечаю, как проходит время.	
5	Учебная деятельность в вузе позволяет сформировать у меня важные и необходимые профессиональные качества.	
6	Учеба в вузе требует от меня большого интеллектуального напряжения, и этом не нравится.	
7	В процессе обучения у меня формируется стремление к поиску и рационализации.	
8	Обучение построено так, что у меня активно развиваются аналитические и конструктивные умения, профессиональные компетенции.	
9	Я активно участвую в научно-исследовательской студенческой работе.	
10	Формы обучения в моей группе успешно формируют у меня профессиональную и коммуникативную компетентность, повышая познавательную активность.	
11	Домашние задания позволяют активно вести самообучение и развивать самостоятельность.	
12	Формы учебной деятельности в колледже развивают у меня способности к самообучению.	
13	Я люблю умственный труд и получаю интеллектуальное удовлетворение от учебы в вузе.	

14	Я чувствую себя уверенно на занятиях и на практике.	
15	Мне нравится, что большинство преподавателей используют богатый арсенал методов, форм и способов обучения в сочетании с высокой методичностью.	
16	В вузе есть все возможности научиться успешно жить в данном обществе, стать современником данной эпохи и удачным сверстником моего поколения.	
17	В вузе созданы все условия для личностного роста.	
18	Воспитательная работа в вузе позволяет сформировать и развить социально-значимые качества.	
19	В вузе создается атмосфера доброжелательности и взаимопомощи, что позволяет формировать умение видеть проблемы современной жизни и решать их в меру своих сил и возможностей.	
20	Я считаю, что мероприятия, проводимые в вузе, воспитывают человека с активной жизненной позицией, умеющего работать над собой, создают перспективную модель специалиста.	
21	Мне нравится, что в вузе организуется много мероприятий, которые способствуют развитию душевной теплоты, сострадания, любви к ближнему, доброты и милосердия.	
22	Внеаудиторная работа в вузе помогает привить любовь к своей профессии, воспитать истинного профессионала.	
23	В вузе проводятся удачные воспитательные мероприятия, способствующие реализации задач адаптации первокурсников, оказания помощи молодым семьям, предупреждения правонарушений, борьбы с курением, алкоголизмом, наркомании, ВИЧ-инфекций в студенческой среде.	
24	Мне нравится, что руководство вуза развивает самоуправление, вовлекая студентов в активную управленческую деятельность.	
25	Воспитательные мероприятия ненавязчиво формируют потребность у студентов влиять на жизнь в вузе, стране.	
26	Большинство мероприятий в вузе способствуют активному воспитанию высоких морально-нравственных, гражданско-патриотических качеств.	
27	Мне нравится избранная мною профессия, поэтому я постоянно стремлюсь повысить уровень знаний, чтобы стать высококвалифицированным специалистом.	
28	Я считаю свою будущую профессию важнейшей для общества, она способствует развитию страны.	
29	Моя профессия способствует самораскрытию, самоактуализации.	
30	Мне нравится, что моя профессия дает возможность общаться с людьми, активно включаться общественную жизнь.	
31	Избранная профессия позволит мне в полном объеме реализовать свои способности.	
32	Моя будущая профессиональная деятельность позволит мне обеспечить себя и свою семью.	
33	Моя будущая профессия обеспечивает мою потребность в социальном признании и уважении общества.	
34	Если бы мне снова пришлось выбирать профессию, я бы выбрал опять эту.	
35	Моя профессия дает возможность полностью раскрыться моей индивидуальности.	
36	Овладев своей профессией, я смогу принести большую пользу людям.	

37	Избранная профессия сможет обеспечить высокий уровень заработной платы.	
38	Успехи и неудачи моих однокурсников вызывают у меня участие и сопереживание.	
39	В своей студенческой группе я свободно выражаю собственное мнение при обсуждении вопросов, касающихся всей группы.	
40	Члены моей студенческой группы с уважением относятся к моему мнению.	
41	В моем отношении к однокурсникам преобладает одобрение и поддержка, критику я высказываю с добрыми побуждениями.	
42	Мне нравится участвовать с моими однокурсниками в совместных делах, вместе проводить свободное время.	
43	Я всегда активно участвую в принятии коллективных решений по вопросам учебы и жизни группы.	
44	Достижения или неудачи моей студенческой группы переживаются мной как мои собственные.	
45	Я открыто рассказываю о своих делах моим одноклассникам и готов всегда с пониманием выслушать каждого из них.	
46	Я являюсь активным и авторитетным членом моей студенческой группы.	
47	В моих взаимоотношениях с однокурсниками преобладают доброжелательность и взаимные симпатии.	
48	Я считаю членов своей учебной группы своими друзьями.	
49	В колледже преподаватели всегда умеют вселить уверенность в себе.	
50	В процессе обучения преподаватели обычно правильно могут оценить мое внутреннее состояние, уловить тонкие сложные нюансы моей психики.	
51	Декан факультета пользуется неформальным признанием и уважением студентов.	
52	Администрация вуза и преподаватели проявляют заботу и уважение к каждому студенту, что формирует чувство привязанности к вузу.	
53	Я хожу в университет радостно с воодушевлением, здесь создана благоприятная атмосфера для учебной деятельности.	
54	Я считаю, что руководство вуза постоянно заботится об улучшении условий учебной деятельности.	
55	Преподаватели тонко и ненавязчиво формируют у меня профессиональную направленность с учетом моих индивидуально-психологических особенностей.	
56	Я с уважением отношусь к моим преподавателям, т.к. они всегда могут обеспечить быстрое и глубокое освоение профессиональными компетенциями.	
57	Мне нравится, что преподаватели поддерживают и поощряют творческий поиск и инициативу, способствуют интеллектуальному развитию.	
58	Терпеливость и тактичность преподавателей помогает выработать у меня необходимые качества для продуктивного общения.	
59	У меня сложились хорошие отношения со всеми преподавателями.	
60	Мой быт соответствует моим потребностям.	
61	Обычно я просыпаюсь бодрым и с хорошим настроением.	
62	Я рационально распределяю свое время, и мне его хватает и на отдых, и на учебу.	

63	Я считаю уклад своей жизни целесообразным: режим питания, труда и отдыха удовлетворяет моим потребностям.	
64	В начале каждого месяца я расписываю свои расходы и доходы, что позволяет мне не занимать денег.	
65	В свободное время я пытаюсь приобрести как практические, так и теоретические знания самостоятельно, и этот досуг мне нравится больше всего.	
66	Я умею наладить свой быт и легко выполняю домашние обязанности.	
67	Я могу распределять свои доходы рационально, и мне хватает денег на все ежемесячные расходы.	
68	Учебные занятия и самостоятельная работа не вызывают у меня переутомления.	
69	Я чувствую себя полным сил, энергии и здоровья.	
70	У меня достаточно свободного времени, я с удовольствием общаюсь с друзьями.	

Обработка результатов. Для обработки результатов исследования необходимо использовать, ключ, который сравнивается с ответами испытуемого. Каждый ответ оценивается по четырехбалльной системе: неверно - оценивается в 1 балл пожалуй, неверно - оценивается в 2 балла пожалуй, верно; оценивается в 3 балла верно; оценивается в 4 балла. Шкала общей удовлетворенности учебной деятельностью, сумарный показатель (Ус) - 70 пунктов (все пункты опросника). Субшкала удовлетворенности учебным процессом (Уу)- 15 пунктов (1-15 утверждения). Субшкала удовлетворенности воспитательным процессом (Ув) - 11 пунктов (16-26 утверждения). Субшкала удовлетворенности избранной профессией (Уп) - 11 пунктов (27-37 утверждения). Субшкала удовлетворенности взаимоотношениями с однокурсниками (Уо) - 11 пунктов (38-48 утверждения). Субшкала удовлетворенности взаимодействием с преподавателями и руководителями факультета, вуза (Ур) - 11 пунктов (49-59 утверждения). Субшкала удовлетворенности бытом, бюджетом, досугом, здоровьем (Уз) - 11 пунктов (60-70 утверждения). В соответствии с ключом подсчитывается общее количество баллов по каждой шкале и делится на общее количество пунктов (высказываний-утверждений) каждой шкалы.

Анализ результатов. Полученные в процессе обработки ответов испытуемого результат расшифровывался следующим образом:

- от 1 до 1,5 баллов - полная неудовлетворенность, учебная деятельность идет неблагоприятно, отношения с преподавателями и с однокурсниками не складываются, избранная профессия не отвечает запросам. Быт, досуг и бюджет не удовлетворяют;

- от 1,6 до 2,5 баллов - учебная деятельность идет не достаточно благополучно, студент имеет много учебных и коммуникативных трудностей, мысли об избранной профессии не доставляют удовольствия, студент не проявляет инициативы в учебной деятельности и с трудом решает бытовые проблемы;

- от 2,6 до 3,5 баллов - учебная деятельность протекает в пределах нормы, но не дает возможности реализовать все свои способности; некоторая неудовлетворенность возникает лишь в отдельных областях учебно-профессиональной деятельности;

- от 3,6 до 4 баллов - обучение идет благополучно, студент испытывает удовлетворение от общения с однокурсниками, преподавателями, уверен в своей будущей профессиональной востребованности, его запросы не превышают бытовую и бюджетную реальность.

Количество баллов по всем субшкалам подсчитывается и анализируется аналогичным образом.

Сводные таблицы полученных данных

Таблица 1

Восприятие студентами корпоративной культуры вуза

№	Курс	Пол (ж. - 1, м. -2)	Осознание себя и своего места в вузе	Коммуникационная система и язык общения	Внешний вид, представление личности в вузе	Привычки и традиции в области питания	Осознание времени, отношение к нему и его использование	Взаимоотношения между людьми	Ценности и нормы	Вера, расположение	Процесс развития и обучения студентов	Трудовая этика и мотивирование
1	2	1	5,9	9,3	8,2	5,7	9,5	8,6	8,4	7,4	9	7,2
2	2	2	4,9	6,4	6,5	3	7,3	7,3	5,1	6,2	7,5	7
3	2	1	5,2	5,7	6	6	8,3	8	6,6	7,6	9,5	7,7
4	2	1	3,4	5,7	4,8	5,7	5,3	5	1,6	4,5	6,5	5,8
5	2	1	5,4	7,9	6,8	2,7	10	8,2	5,6	6,3	8,8	7,2
6	2	1	6,9	9,3	5,5	3,3	7,8	8,8	8,1	6,9	8,5	8,7
7	2	1	7,2	6,4	5,7	3,7	6,5	7,1	6,4	6,2	8,7	5,7
8	2	1	6,6	6,4	4	8,3	8	7,1	5	7,1	9,3	8
9	2	1	5,5	7,1	4,3	2,3	4,3	6,4	3,9	6,9	6,5	3,3
10	2	1	5,6	5,7	4,6	7,3	5,3	7,4	6	5,5	7	5,3
11	2	1	5,6	7,1	4,6	7,3	5,3	7,4	6	5,5	6,2	5,3
12	2	2	1,6	6,4	8	2,7	2,8	4,5	4,9	4,1	3,5	4
13	2	1	5,8	7,9	4	5	7,5	6,1	8	6,7	6,5	5
14	2	1	5,2	8,6	4	5	7,8	5,7	7,9	6,4	6,2	4,8
15	2	1	5,1	8,6	4	6	6,8	7,3	7,9	7	7,3	6
16	2	1	5,4	8,6	4,2	5,3	7,8	5,7	8	6,5	6,8	5,3
17	2	1	4,4	7,9	5	8	5	6,5	5,9	6	6,7	5,7
18	2	1	7,4	7,1	7,2	9,7	9,3	8,4	7,4	7,5	8,8	5
19	2	1	5,4	7,1	6,7	6,7	7	3,6	4,4	4	3,7	2
20	2	1	7,1	8,6	7,8	6	5,5	7,9	8,3	7,5	8,3	7,2
21	2	1	5,9	7,1	5,5	2	4,5	7,1	5,3	5,5	7	5,8
22	2	1	4	7,1	6,2	5,7	8,3	6,9	5,4	5,5	7	3,5
23	2	1	7,4	7,1	5,8	5	7	8,6	2,9	8,5	9,7	7,5
24	2	1	5,1	5	5,3	4,7	4	5,1	6	6,1	4	4,5
25	2	1	8	6,4	7,7	5,7	6,3	8,7	8,4	7,8	8,8	7,3
26	2	1	5,2	5	6,8	2,7	1,8	7,9	5,7	6,4	4,3	4
27	2	1	6,6	9,3	7,3	6,3	7,5	9,3	7,4	7,9	8,8	7,2
28	2	1	6,6	7,1	6	3,3	5	5,7	6,9	6,5	6,7	6,3
29	2	1	6	6,4	7,7	9,8	6,6	6,6	6,6	6,6	8,2	6,8
30	3	1	4,7	3,6	4,8	2,3	4	4,9	2,7	4,6	5,7	3,5
31	3	1	6,3	8,5	8	5,7	7	7,8	3,4	5,6	4,8	4,3
32	3	1	6,8	4,3	5,5	6,3	6	5,2	4,4	5,3	6,8	3,3
33	3	2	4,5	4,3	5,8	1,3	5,3	5,3	4,4	5,9	5	2,7
34	3	1	2,7	4,3	4,5	6,3	9	6,5	2	6	5,5	2,5

35	3	1	3,5	5,7	7,7	3,3	5,8	6,7	2,7	4,3	3	3,5
36	3	1	5,9	7,9	5,5	3,7	2	5,7	7,4	5,4	4,8	4,3
37	3	1	4,4	5	5,5	3,7	7,5	4,9	2,3	4,5	6,2	5,3
38	3	1	5,4	7,1	5,5	6,7	3,5	6,5	7,1	8,4	8,2	8,8
39	3	2	4,2	4,3	4,7	1,7	6,5	5,9	4,7	4,6	7	3,5
40	3	1	7	7,9	7,7	5	7,8	7,6	6,4	6,6	7,2	8
41	3	2	3,9	6,4	5,2	4,7	4,5	7,1	3	5,8	8,5	8,2
42	3	1	5,5	6,4	7,2	8	6,5	7,6	5,4	6,2	8	6
43	3	1	7,4	3,6	7,2	5,7	5,8	6,7	5,2	6,5	7,2	5,5
44	3	1	7,5	4,3	7,5	6,3	3,5	6,1	7,7	6,5	8	3,7
45	3	1	5,4	5	5,8	2,7	1,3	6,3	2,7	4,6	4	5,3
46	3	1	6,6	6,4	6,3	8,3	10	8,3	7,1	6,6	6	5,5
47	3	1	7,5	3,6	7,2	8,3	9,5	8	6,9	6,9	7,8	8,3
48	3	2	4,4	5,7	4,2	5,7	2,5	4,9	5,1	3,5	2,2	2,2
49	3	1	7,5	10	7,5	5,7	9,8	8,7	5	8,5	8	9,5
50	3	1	6	7,8	7,3	2,3	8,5	7,5	3,7	6,2	6,3	4,3
51	4	1	3,4	2,9	3	3,7	3,3	6,7	0,9	5,5	6,5	4,5
52	4	1	5,5	6,4	7,5	4,3	9	8	6,4	5,7	6,5	4,3
53	4	2	6,3	3,6	6,2	4,7	7,3	6,3	4,1	7	6,2	7,5
54	4	2	1,2	2,1	1,7	3,3	5,8	2,3	1,6	1,5	2,5	2,7
55	4	1	6,6	10	5,7	4,7	7	7,7	9,4	7,9	8,2	7,5
56	4	1	4,5	5	5,5	6,7	5,5	5,6	4,6	5,9	8,5	6,5
57	4	1	6,9	7,1	5,5	3,3	7	6,5	7,1	6,3	8	8,3
58	4	1	3,8	5	5,8	5,7	6,8	6,3	4,3	6	4,7	4,7
59	4	2	4,3	2,9	5,5	3,7	3,5	5,7	6,7	5	5	7,3
60	4	1	6,6	7,9	7,3	7	7,5	7,5	8	8	8,3	8,8
61	4	1	2,9	6,4	5,8	1,3	5,5	5,1	3,9	4,2	5,2	1,3
62	4	1	7,2	4,3	6,7	8	8,5	6,6	6,1	6,4	7,2	5,8
63	4	1	4,3	6,4	3,8	3,7	6	6,1	6,4	4,6	3,5	5,8
64	4	1	6,5	7,9	5,2	5	8,3	6,6	6,9	5,2	5,2	4,3
65	4	1	2,8	5	4,7	4,3	2	6,5	5,7	5,5	7,3	7,3
66	4	1	6,6	6,4	4,7	2,3	6,5	6,8	3	4,1	6,3	6
67	4	2	4,5	5	5	6,3	7,3	6,8	5,7	5,6	6,3	4,3
68	4	1	3,7	1,4	3,3	6,3	1	4,9	3,6	5,2	5,2	3,2
69	4	2	4,2	3,6	4,2	3,7	5	6,3	4,1	5	6,7	5,2
70	4	2	7,5	7,9	6,8	6	6,3	7,7	5,7	7	5,2	7,2
71	4	1	4,8	7,1	5	6,7	8,3	7,6	3,1	5	4,7	6,7
72	4	1	3,9	8,5	4,7	7	7,8	5,3	1,4	4,5	5	1,7
73	4	1	3,4	2,9	3,3	2,3	2,8	6,7	3,6	5,6	4,8	4,3
74	4	1	7,5	5,7	4,5	4,3	3,5	5,9	5	6,8	6,2	7,7
75	4	1	6,2	7,1	4,8	1,3	7,3	6,3	31	6,3	5	6
76	4	1	7,5	7,2	6,3	4,7	4,3	7,6	8,3	6,9	7,5	7,2
77	4	1	3,1	4,3	7,3	3	3	6,5	7,7	5,8	5,2	4,5
78	4	1	6,9	9,3	7	4,3	2,8	8,1	6,3	6,2	4,7	3,3
79	4	1	2,3	3,6	2,7	3,7	3	5	1,3	3,1	4,8	3,2
80	4	1	6,6	5	5,8	5,3	8,3	6,7	6,3	7	7,3	6
81	4	1	3,8	2,9	5	3,7	2,3	2,9	1,3	2,4	2	3
82	4	1	5	2,9	4,8	5	4,5	6,2	6,1	4,5	7,2	6,2
83	4	1	3	5	3,3	4	5,3	6	2,7	4,6	4,7	2,5
84	4	1	4,9	5	5,5	6	6	6,7	3	4,5	6,2	5,8
85	4	1	5,7	3,6	7,5	5,3	4,5	7,2	8,6	7,2	5,3	5,5
86	2	1	7,3	8,6	5,8	6,3	10	8,5	5,6	7,8	9,8	5,8

Ответы студентов на открытые вопросы анкеты "Восприятие корпоративной культуры вуза студентами"

Ответы студентов 2 курса

№ анкеты	1) Назовите свои главные ценности. 2) Какие, на Ваш взгляд, ценности разделяет большинство студентов вашего вуза?
1	1) Честность, добросовестность стремление развиваться, ответственность, толерантность, оптимистичность, сдержанность, готовность помогать другим 2) Стремление к саморазвитию, ответственность, добросовестность
2	1) Деньги, любовь, семья, дружба, саморазвитие 2) Саморазвитие, деньги, семья
3	1) Доброта, честность 2) Доброта, уверенность
4	1) Личная жизнь, семья, учеба, материальная удовлетворенность 2) Учеба, личная жизнь, материальная удовлетворенность
5	Любовь, взаимопонимание, уважение
6	1) Честность, объективность, спокойствие 2) Объективность
7	1) Следование своим моральным принципам
8	1) Семья, получение образования, занятие любимым делом 2) Получение образования
9	1) Семейные 2) Общественные
10	1) Семья, друзья, саморазвитие, благополучие духовное и материальное 2) Личная жизнь, учеба, карьера
11	1) Семья, саморазвитие, самореализация, материальное благополучие 2) Личная жизнь, учеба, карьера, семья
12	1) Принципы, честь, справедливость, сдержанность
18	2) Профессиональное развитие, отношение
20	1) Стремление к познанию, ответственность, интерес к учебе, упорный труд, реализация профессиональных навыков 2) Реализация профессиональных навыков
21	1) Родители, семья, здоровье, любовь, образование, саморазвитие и самовыражение, самореализация, материальное благополучие 2) Семья, любовь, взаимоотношения с близкими, общение. Многие ценят знания, образование, саморазвитие
22	1) Карьера, семья, материальная обеспеченность 2) Семья, материальная обеспеченность
23	1) Друзья, семья, фильмы 2) Друзья, семья
25	1) Знание, дружелюбие 2) Знания
26	1) Саморазвитие, успех, мораль 2) Профессиональное развитие
27	1) Семья
28	1) Семья, работа, дом
29	1) Ответственность, уважительное отношение людей друг к другу

	2) Друзья, отдых
56	1) Ответственность, пунктуальность 2) Ответственность, добросовестность
86	1) Семья, любовь, благосостояние, домашние животные 2) Семья, благосостояние

Вопрос: "Как, на Ваш взгляд, можно повысить учебно-профессиональную мотивацию студентов"

Ответы студентов:

- направленность на практику
- трудоустройство после окончания вуза
- проводить больше занятий в форме беседы, увеличить время производственных, учебных практик
- материальные выплаты, больше практики
- приобретение нового оборудования
- проводить занятия интересно, давать информацию, которая поможет в дальнейшей жизни, а не только на экзамене
- повысить стипендию
- индивидуальный подход к занятиям с группами
- инновационные способы обучения, больше взаимодействия преподавателей со студентами
- введение интересных и нужных для профессии дисциплин, убрать неважные предметы
- больше практики
- диалог студентов и преподавателей (уважение)
- показать то, чего можно достичь
- применение мультимедийных методов в обучении
- повышение стипендии, применение интересных психологических методов, приемов
- делать практические задания более интересными, включать в лекции материал, который может заинтересовать студентов

Вопрос: "Что в наибольшей мере демотивирует студентов?"

Ответы студентов:

- экзамены
- отсутствие цели в будущем по отношению к своей профессии
- неудачи, нежелание преподавателей помочь
- большое количество "бумажной" работы
- незамеченность студентов
- скептическое отношение к их навыкам
- необоснованная критика, игнорирование успехов и стараний студентов, умаление значимости достижений
- принуждение к участию в чем-либо
- количество заданий
- формальность общения и мероприятий, принуждение к ним, бумажная волокита, пренебрежение
- нетребовательность преподавателей
- наплевательское отношение преподавателей, работников вуза
- качество преподавания, неинтересная подача лекционного материала, отношение преподавателя к своей дисциплине (незаинтересованность)
- отношение преподавателей

- формализм преподавателей, пренебрежительное отношение
- плохо составленное расписание, ненужные предметы, отрицательное отношение преподавателей
- неуверенность в результате
- отсутствие поощрений и похвалы
- общеобразовательные предметы, отсутствие практики
- оповещение об "автомате" непосредственно в день экзамена
- угнетающее порицание преподавателей, отсутствие интереса
- непонимание значимости происходящего, когда заставляют что-то делать
- большой объем работы, скучные и неинтересные задания

Вопрос: "Как Вы считаете, с чем могут быть связаны сложности студентов в выполнении требований вуза?"

Ответы студентов:

- слишком сложные требования
- большая нагрузка
- повышенные требования
- недопонимание значения требований
- отсутствие интереса и времени
- трудность в понимании
- в бессмысленных требованиях, зачастую связанных только с желаниями преподавателей
- нехватка времени
- материальным положением, нежеланием что-то делать
- низкая мотивация, нехватка времени, ресурсов
- оформление работ, сложность предметов, большое количество формальностей
- отсутствие адекватного пояснения
- низкий интеллект, лень
- отсутствие свободного времени
- высокая степень формализованности и принуждения
- непринятие требований
- необходимость совмещать работу с учебой, большое количество общественных мероприятий

Вопрос: "Как еще вуз может помочь своим студентам проявить себя?"

Ответы студентов:

- развивать студенческое самоуправление
- своевременное информирование, помощь при инициативе
- проводить больше мероприятий на сплочение факультетов и институтов, а не на сравнение, кто из них лучше
- не заставлять ходить на мероприятия
- мотивировать на внеучебную деятельность, снижать требования для активистов
- организация бесплатных кружков по интересам
- больше психологической поддержки
- поддержка индивидуальности, помощь в ее выражении
- создание творческих объединений
- организация мероприятий, конференций, концертов
- тренинги
- финансирование участия в научных конференциях
- желание самих студентов

Вопрос: "Как можно улучшить расписание занятий?"

Ответы студентов:

- не ставить занятия в некомфортных аудиториях
- сделать менее загруженными начало и конец недели
- освободить один день полностью
- сделать меньше элективных курсов
- давать больше времени на подготовку к практическим и лабораторным занятиям относительно лекций (не ставить на следующий день)
- разгрузить субботу, чтобы было больше полноценных выходных
- освободить дни, когда 1-2 пары, перенеся их на иные дни недели
- освободить выходные дни
- не ставить две одинаковые пары подряд
- сочетать лекции и практические занятия, тяжело, когда только практические занятия
- не ставить первые пары, чтобы учеба начиналась позже
- лучше учиться по четыре пары в день и отдыхать в субботу, чем иметь один выходной в неделю

Вопрос: "Что может подавлять инициативу и творческий поиск студентов?"

Ответы студентов:

- беспомощность, незнание, куда обратиться и как показать себя, стеснение, неуверенность
- принуждение
- приглашать на встречи со студентами больше творческих личностей
- нежелание прислушиваться к студентам
- неудачи, страх
- усталость, перегруженность от учебы
- неправильная оценка их инициативы
- нехватка времени
- подготовка к экзаменам и повышенные требования к студентам
- формальные требования
- огромное количество заданий по непрофильным предметам
- конференции, круглые столы, организованные "для галочки"
- большой объем домашних заданий
- поощрение, заинтересованность вуза
- отношение преподавателей
- формализм, высокий уровень цензуры
- безразличие преподавателей
- страх, избегание неудач
- замечания, насмешки со стороны других студентов
- принудительное участие
- загруженность рутинной работой, отсутствие поощрений и помощи от опытных людей
- большая загруженность

Вопрос: "Нужно ли ввести единый вузовский стандарт по внешнему виду студентов и преподавателей? Какой?"

Ответы студентов:

- допустимо, но без строгих ограничений. Чтобы внешний вид соответствовал статусу заведения.
- нет каждый имеет выбор для проявления своей индивидуальности во внешнем виде
- да, деловой стиль

<ul style="list-style-type: none"> • достаточно отсутствия вызывающей одежды • подавляющее большинство - нет
<i>Вопрос: "Какие корпоративные церемонии могли бы повлиять на Вашу мотивацию?"</i>
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • игры, наподобие социальной адаптации и игр профторгов • дискуссионные форумы • форумы • награждение, интересные конференции • отсутствие церемоний, а больше мастер-классов, тренингов • только тренинги, прочие мероприятия только занимают время, которое можно было бы потратить на учебу, после посещения подобных мероприятий мотивация только снижается
<i>Иные предложения:</i>
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • больше понимания студентов со стороны преподавателей (в том числе в личном плане) • больше обратной связи от руководства

Таблица 2.2

Ответы студентов 3 курса

№ анкеты	1) Назовите свои главные ценности. 2) Какие, на Ваш взгляд, ценности разделяет большинство студентов вашего вуза?
30	1) Любовь, справедливость, воспитанность, здоровье, знания, равенство 2) Любовь, равенство
31	1) Свобода, семья, карьера 2) Семья и карьера
32	1) Коммуникабельность, чувство юмора
33	1) Ответственность, юмор, досуг, друзья, семья, будущее 2) Досуг, отношения
34	1) Отношения, чувство внутренней продуктивности, эрудиция 2) Семья и материальное благополучие
35	1) Способность преподавателя расположить к себе, доступность изложенного материала 2) Те же самые
36	1) Здоровье, семья, любовь 2) Здоровье
37	1) Самостоятельность, независимость, целеустремленность 2) Целеустремленность, самостоятельность
38	1) Взаимопонимание, образование, профессиональная квалификация 2) Профессиональная квалификация
39	1) Время, здоровье
40	1) Семья, успешная самореализация в профессиональной деятельности 2) Успех, разные личные и социальные ценности
45	1) Семья, друзья, саморазвитие 2) Друзья, веселье
46	1) Саморазвитие, здоровье (свое и всех членов семьи), карьера

	2) Карьера
47	1) Семья, материальное благополучие, интересная работа, друзья 2) Друзья, семья, материальное благополучие, интересная работа
48	1) Само понятие ценности слишком абстрактно, не стоит говорить и о самих ценностях, потому я ценю стремление к всеобщему пониманию 2) Справедливость, взаимопонимание, сотрудничество
49	1) Целеустремленность, упорство, доброта, отзывчивость 2) Отзывчивость, дружелюбность
50	1) Образование, саморазвитие 2) Семья

Вопрос: "Как, на Ваш взгляд, можно повысить учебно-профессиональную мотивацию студентов?"

Ответы студентов:

- не повторять одни и те же предметы каждый год
- не добавлять предметы не по специальности, больше практики, заинтересованность преподавателей, более информативные и структурированные лекции (поменьше "воды")
- поменьше ненужных мероприятий, которые отвлекают от учебы, улучшить оснащение кабинетов
- преподавателям рассказывать личный опыт
- удобная библиотека, где можно делать уроки, и библиотекари не мешают громкими разговорами
- повышение мотивации преподавателей, а студенты уже сами захотят освоить нужные техники
- увеличение профессионально-ориентированных дисциплин, уменьшение ненужных дисциплин
- делать занятия в виде игры, вовлекать в процесс с помощью юмора, неординарные лекции
- повысить стипендию
- не делать из занятий рутину, показывать как можно больше личных примеров
- больше практики
- смена обычных занятий на более интересные с добавлением практики
- изменить систему взаимоотношений между преподавателями и студентами
- больше историй о личном профессиональном опыте, плюсах профессии
- поощрять
- нужно четко определять цель предмета (как он поможет в будущей работе)
- ввести больше реальной практики
- назначение второй стипендии за успехи

Вопрос: "Что в наибольшей мере демотивирует студентов?"

Ответы студентов:

- скучные лекции
- много теории и мало практики
- рутина
- скука, безразличие, двуличие преподавателей, формализованность и без того бесполезных занятий
- большая загруженность, ненужные дисциплины
- незаинтересованность преподавателя в обучении студентов
- корпоративные церемонии

<ul style="list-style-type: none"> • ограничения во времени • игнорирование стараний • индивидуально-личностные особенности • попустительское отношение преподавателей, нерациональные оценки • нет структуры и понимания, для чего учатся • низкий уровень профессионализма преподавателей • пренебрежительное отношение преподавателей к своему предмету • преподаватели • огромный теоретический пласт, монотонность, пассивность преподавателей, сложность
<p><i>Вопрос: "Как Вы считаете, с чем могут быть связаны сложности студентов в выполнении требований вуза?"</i></p>
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • неосознанность студентов, несуразность требований • низкий уровень мотивации, лень • физическая, психологическая готовность • с требованиями преподавателей и проблемы с собственной мотивацией • в плохой их формулировке • никто не слушает студентов • нехватка времени • нет определенной цели, лень • с чрезмерной сложностью или непонятностью требований • деньги, время • не видят смысла, лень, нет интереса, завышенные требования
<p><i>Вопрос: "Как еще вуз может помочь своим студентам проявить себя?"</i></p>
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • финансирование поездок на всероссийские форумы • больше практикоориентированных заданий • больше практики • с большим энтузиазмом относиться к идеям студентов • создание новых кружков • практика, дискуссионные лекции и практические • больше практики • сформировать в преподавателях чуткость к тем студентам, которые только хотят проявить себя, без осуждения, что они не уверены в себе или недостаточно "взрослые"
<p><i>Вопрос: "Как можно улучшить расписание занятий?"</i></p>
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • не ставить практическое занятие сразу же после первой лекции по этому предмету • освободить субботу, сначала ставить лекции, а потом практические занятия, а не наоборот • взять несколько дисциплин на семестр и углубленно их изучать • не делать 2 одинаковых пары подряд • давать зимние каникулы после сессии • начало пар с 10:15 • равномерно распределять нагрузку • сделать перерывы по 15 минут • ввести обучение во вторую смену • максимум три пары в день

<i>Вопрос: "Что может подавлять инициативу и творческий поиск студентов?"</i>	
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • загруженность бессмыслицей, отсутствие видения подобных перспектив • плохое взаимодействие с некоторыми преподавателями, высокий уровень тревожности, замкнутость • принуждение (обязательность и насильственность) • неодобрение со стороны преподавателей и руководителей факультета • критика • желание самого студента • непопулярность творческих коллективов, загруженность учебой, отсутствие тех кружков, которыми хотелось бы заниматься • преподаватели, условия • чрезмерная нагрузка и нехватка времени на творческий поиск • нет одобрения со стороны руководства 	
<i>Вопрос: "Какие корпоративные церемонии могли бы повлиять на Вашу мотивацию?"</i>	
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • привлечение зарубежных психологов • никакие, они абсолютно не нужны • принудительные - отрицательно • практикоориентированные мероприятия по интересной теме • Иные предложения: • поменьше мероприятий, которые должны были остаться в школе, проверки на профпригодность, дистанционное обучение по непрофильным предметам • кушать на парах, но всё в пределах разумного • пересмотреть план занятий • экономить время студентов, убрать бесполезный длинный перерыв 	
<i>Вопрос: "Нужно ли ввести единый вузовский стандарт по внешнему виду студентов и преподавателей? Какой?"</i>	
<p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • достаточно придерживаться делового стиля • уделять внимание сплочению коллектива • всем стоит научиться слушать и говорить • больше практикоориентированных примеров на людях 	

Таблица 2.3

Ответы студентов 4 курса

№ анкеты	1) Назовите свои главные ценности. 2) Какие, на Ваш взгляд, ценности разделяет большинство студентов вашего вуза?
51	1) (Ответственность, целеустремленность, самостоятельность) - качества, ценности: семья, благополучие близких, честность, открытость
52	1) Семья, друзья, профессионализм 2) Связанные с личностным развитием
53	1) Родители 2) Их нет, не созрели
54	1) Профессиональная реализация, личностное развитие, гибкость и критическое мышление

	2) Профессиональная реализация
55	1) Семья, личностное и профессиональное развитие
57	1) Семья, карьера, свобода выбора, культура, эстетические, мировоззренческие, духовные 2) Карьера, политические, духовные
58	1) Морально-этические, профессиональные, личностные 2) Личностные
59	1) Семья, карьера 2) Профессиональное и личностное развитие
61	1) Семья, любовь, целеустремленность, ответственность, доброжелательность, саморазвитие 2) Саморазвитие
62	1) Семья, дружба, хобби, карьера, саморазвитие, здоровье 2) Семья, слава, любовь, дружба
63	1) Личностное развитие, семья, друзья, материальное благополучие 2) Те же
64	1) Саморазвитие, самореализация 2) -
65	1) Мир, взаимодействие на равных, сотрудничество 2) Поскорее уйти домой
66	1) Уверенность, верность 2) -
67	1) Ответственность, честность, открытость, общительность 2) Ответственность, честность, открытость
68	1) Семья, здоровье, друзья, деньги, саморазвитие 2) Семья, здоровье, деньги
69	1) Знания, деньги, любовь, семья, здоровье, друзья, увлеченность, пунктуальность, манера речи 2) Знания, любовь, семья, друзья
70	1) Личностный рост, любовь, образование, карьера, друзья, здоровье, семья 2) Образование, личностный рост, карьера, друзья
71	1) Здоровье, близкие, друзья 2) Учеба, материальные ценности
73	1) Честность, справедливость, семья, помощь, работа 2) Открытость, семейные ценности, карьера, помощь
75	1) Моральные, нравственные, дружба, семейные ценности, любовь 2) Дружба, любовь
76	1) Семья, здоровье, профессиональная деятельность, свобода
77	1) Доброта, пунктуальность, коммуникабельность 2) -
78	1) Самореализация, семья свобода, творческий потенциал Материальное благополучие
79	1) Семья, деньги, карьера 2) Деньги
80	1) Поддержка, доброта, отзывчивость, ответственность 2) Благородство, взаимопомощь, поддержка, альтруизм, компетентность преподавателей
81	1) Семья, здоровье, честность, профессионализм, удовлетворенность, материальная обеспеченность, решительность 2) Деньги, друзья, семья, удовлетворенность
82	1) Семья, саморазвитие, друзья, интересная работа, высокая зарплата,

	получение знаний в вузе 2) Семья, друзья, высокая зарплата
83	1) Семья, свобода, любовь, любимая работа 2) -
84	1) Самораскрытие, духовный рост, семья, карьерный рост, открытость, любовь, ответственность 2) То же
85	1) Дружба, семья 2) Деньги, престиж

Вопрос: "Как, на Ваш взгляд, можно повысить учебно-профессиональную мотивацию студентов?"

Ответы студентов:

- заниматься со студентами во время пар полезными вещами, чтобы им самим хотелось в свое свободное время быть в университете
- погружать в ситуацию реальной практики
- обеспечить хорошую базу практики
- "автоматы", поощрения, обеспечение стажировкой, рабочими местами успешных студентов, справедливость
- через переориентацию некоторых преподавателей с формальных способов оценивания студентов на более осмысленные
- практикоориентированность
- предоставить право выбора
- предоставить дополнительную информацию, которую сложно самому найти
- объяснять смысл заданий
- повышение стипендии
- интересные проекты и поощрения за них
- сочетание в занятиях теории и практики, проектирование ситуаций, которые нужно решить
- платить деньги за успешно выполненные задания
- практика и возможность трудоустройства после 3 курса
- заинтересованность практикой
- увлекательными занятиями
- создание ситуаций успеха для каждого студента, творческий подход к проведению занятий
- со стороны преподавателей должна быть мотивация на развитие потенциала студента (лично-ориентированный подход)
- включать в учебный процесс больше практикоориентированных курсов на базе других организаций (школы, сады, организации)
- больше практической деятельности, практикоориентированных занятий

Вопрос: "Что в наибольшей мере демотивирует студентов?"

Ответы студентов:

- ненужные предметы
- большой объем домашних заданий
- трудности в трудоустройстве низкая оплата труда, отсутствие практики
- когда некоторым студентам ставят оценки просто так, когда преподаватели не сдерживают свое слово (про автоматы и не только), когда все нечестно и "куплено"
- бесполезность заданий
- эмоциональная лабильность преподавателя с отсутствием четкой позиции

восприятия и оценки студентов

- санкции и занесение в "черный список" по поводу и без (например, не пошел на концерт=выговор)
- негативное отношение преподавателя, когда заставляют что-либо делать вне учебного времени без права выбора
- школьные установки
- строгий преподаватель, трудность поиска ответов на практические занятия, непонятность подаваемой информации
- негативные высказывания от преподавателей, отсутствие выбора, критика и осуждение
- сплошная теория и курсовые
- пары в субботу, отсутствие "автоматов", принудительные концерты
- оценивание по личным предпочтениям преподавателя, формализм выполняемых заданий
- большой объем домашних заданий
- несерьезное отношение к работе студента
- формализм
- скучные лекции
- постоянная ситуация неуспеха
- наплевательское отношение, а именно: "таких, как вы, полно; не ты, так другой".
- большая учебная нагрузка, переписывание книг
- принуждение к посещению мероприятий, невозможность после вуза работать по специальности, уровень подготовки специалистов в вузе, отношение к домашним заданиям (большой объем, нет толку)
- монотонность на занятиях
- заучивание большого объема ненужной информации

Вопрос: "Как Вы считаете, с чем могут быть связаны сложности студентов в выполнении требований вуза?"

Ответы студентов:

- в собственной безответственности и отсутствии мотивации
- нежелание учиться, протест
- уровень преподавания низкий, а требования высокие, несправедливость, большая загруженность, неинтересные и непонятные задания
- отсутствие ответственности, безразличие, ограничения во многом ставятся
- в непонятной формулировке требований, нет учета индивидуальных случаев
- слишком жесткие требования
- недостаток времени, сил и мотивации
- мало знаний
- личная незрелость
- неосознанность
- лень, скука, отсутствие желания, жизненные обстоятельства, склад ума
- лень, необразованность, трудное семейное положение
- бюрократия
- с личностными особенностями студентов
- формальность требований, не имеющих смысла для студента
- нехватка времени, отсутствие мотивации
- большой объем работы
- неравномерное распределение пар в расписании занятий
- преподаватели дают мало, а просят много

- непонимание требований
- устаревшие взгляды, нет определенных, четких, структурированных критериев оценивания
- несуразность требований
- с нецелесообразностью
- завышенные требования, низкая мотивация, трудность в поиске информации

Вопрос: "Как еще вуз может помочь своим студентам проявить себя?"

Ответы студентов:

- помогать в трудоустройстве
- работа за границей
- помочь поверить в себя
- стажировка, реальная, а не формальная практика, обеспечение рабочими местами, поощрение за продуктивную деятельность
- индивидуальный подход разные форумы
- больше практики
- давать реальную практику для познания себя, своей будущей работы
- создание эффективной системы оповещения студентов о тех возможностях, которые может предоставить вуз (мы многое не знаем)
- помогать с местами практики и работы в дальнейшем
- софинансировать посещение образовательных курсов
- не принуждать к проявлению себя
- поощрение в виде повышенной стипендии
- меньше бюрократии
- постоянное информирование студентов о кружках, конкурсах, помогать в адаптации
- выделять гранты, отправлять в различные поездки по миру
- интересоваться идеями студентов на этот счет
- финансово поощрять
- организация различного рода мероприятий
- поддержка студентов
- предоставить место для отработки практических навыков
- приобщение к внеуниверситетским мероприятиям, конкурсам, ориентированным на профессиональную деятельность студента
- нормальное отношение к студентам
- добровольность посещения мероприятий, уровень подготовки, практикоориентированные мероприятия, практика по специальности, которая полезна в будущем, а не бумаги перебирать

Вопрос: "Как можно улучшить расписание занятий?"

Ответы студентов:

- не ставить по 3-4 одинаковых пары подряд
- сделать по 4 пары 4 раза в неделю, чтобы по середине недели был еще один выходной
- не ставить по 2-3 пары практических, лабораторных работ подряд
- освободить субботу
- ставить меньше "окон"
- поставить по 3-4 пары в день и сделать выходными пятницу, субботу, воскресенье
- чередовать пары с разными преподавателями в один день
- ставить по три пары в день, не ставить только одну
- начинать со второй пары, не более трех пар в день

<ul style="list-style-type: none"> • начинать со второй пары, а не с первой
<p><i>Вопрос: "Что может подавлять инициативу и творческий поиск студентов?"</i></p> <p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • не нравится коллектив и руководство, несправедливость • ненужные задания, написание конспектов по книгам • отношение студентов и преподавателей • формализм на всех уровнях, сильная перегруженность студентов (каждый преподаватель думает, что его предмет - единственный) • неумение преподавателей, студенческих сообществ поддержать в трудный момент • большая загруженность учебой • незаинтересованность преподавателей • когда загоняют в жесткие рамки, не давая права на выбор и личное мнение • отсутствие перспектив в стране • интернет • жесткие рамки, критика • бюрократия и узкий взгляд преподавателей • неуверенность в себе • отсутствие интереса у преподавателей • излишняя бюрократия и критика • жесткий регламент преподавателей • ненужные мероприятия • незаинтересованность, загруженность, нехватка времени • отсутствие мотивации • делать по шаблону, если подход студента отличается, это пресекается • страх неудачи • жестко регламентированные требования преподавателей, а также трудность в выполнении этих требований
<p><i>Вопрос: "Какие корпоративные церемонии могли бы повлиять на Вашу мотивацию?"</i></p> <p>Ответы студентов:</p> <ul style="list-style-type: none"> • что-то в каждой профессиональной области • побольше внеучебных мероприятий • они не нужны вовсе • традиционные сборы студентов, выпускников • общение со студентами как с равными в определенной степени • больше мастер-классов и открытых занятий • сплочение групп студентов, конкурсы на небольшую аудиторию • отмена церемоний • творческие мероприятия с возможностью удачно проявить себя • дело не в количестве, а в качестве мероприятий • неформальное общение всем коллективом (студенты, преподаватели, руководители)
<p><i>Вопрос: "Нужно ли ввести единый вузовский стандарт по внешнему виду студентов и преподавателей? Какой?"</i></p> <p>Ответы студентов: не нужно или официально-деловой; нет, нам этого хватило в школе (это покушение на свободу человека); большинство - нет</p>
<p><i>Иные предложения:</i></p> <p>Ответы студентов: они не будут учтены; давать больше знаний; делать упор на системную подачу знаний в сотрудничестве с другими преподавателями курса.</p>

Таблица 3

Результаты эмпирического исследования мотивации обучения в вузе среди студентов 2-4 курсов (по методике Т.И. Ильиной)

№	Курс	Пол (ж. -1, м. -2)	Мотив "Приобретение знаний"	Мотив "Овладение профессией"	Мотив "Получение диплома"
1	2	1	3,6	7	5
2	2	2	7,2	6	5,5
3	2	1	9	6	7,5
4	2	1	3,6	6	7,5
5	2	1	5,4	3	2,5
6	2	1	12,6	9	1,5
7	2	1	7,8	5	4
8	2	1	10,8	7	8,5
9	2	1	2,4	5	8,5
10	2	1	7,2	3	6
11	2	1	7,2	3	6
12	2	2	9	7	7,5
13	2	1	9,6	9	1,5
14	2	1	9,6	9	1,5
15	2	1	6	3	8,5
16	2	1	9,6	3	8,5
17	2	1	5,4	6	8,5
18	2	1	9	6	8,5
19	2	1	4,8	5	7,5
20	2	1	7,8	7	6
21	2	1	6	4	5
22	2	1	9	6	5
23	2	1	8,4	1	3,5
24	2	1	3,6	6	7,5
25	2	1	10,8	4	4
26	2	1	7,8	3	1,5
27	2	1	7,2	3	8,5
28	2	1	7,2	6	8,5
29	2	1	3,6	4	6
30	3	1	12,6	6	0
31	3	1	9	6	10
32	3	1	7,8	3	6
33	3	2	6	8	4
34	3	1	2,4	1	0
35	3	1	5,4	4	7,5
36	3	1	10,8	3	10
37	3	1	3,6	4	4
38	3	1	9	7	7,5
39	3	2	6	6	3,5

40	3	1	11,4	7	6
41	3	2	3,6	0	3,5
42	3	1	4,8	4	4
43	3	1	10,2	8	7,5
44	3	1	8,4	4	2,5
45	3	1	1,2	4	8,5
46	3	1	12,6	4	10
47	3	1	11,4	7	8,5
48	3	2	7,8	8	5,5
49	3	1	9	1	7,5
50	3	1	12,6	2	8,5
51	4	1	2,4	4	7,5
52	4	1	9,6	4	4
53	4	2	3,6	3	3,5
54	4	2	12,6	10	10
55	4	1	9,6	7	2,5
56	4	1	7,2	5	8,5
57	4	1	7,2	7	5
58	4	1	7,2	5	4
59	4	2	7,2	5	1,5
60	4	1	10,8	5	8,5
61	4	1	2,4	4	7,5
62	4	1	5,4	6	5
63	4	1	7,8	5	0
64	4	1	4,2	8	4
65	4	1	9	8	7,5
66	4	1	7,2	3	4
67	4	2	7,2	6	7,5
68	4	1	9	8	4
69	4	2	7,2	3	6
70	4	2	12,6	5	8,5
71	4	1	3,6	2	3,5
72	4	1	5,4	1	7,5
73	4	1	9	9	8,5
74	4	1	3,6	7	8,5
75	4	1	3,6	4	6
76	4	1	3,6	7	8,5
77	4	1	3,6	9	8,5
78	4	1	7,8	2	3,5
79	4	1	9	5	0
80	4	1	7,2	7	6
81	4	1	5,4	0	4
82	4	1	7,2	7	3,5
83	4	1	3,6	4	4
84	4	1	7,2	5	7,5
85	4	1	7,2	7	5

86	2	1	11,4	5	6
----	---	---	------	---	---

Таблица 4

**Результаты эмпирического исследования мотивации учения студентов
(по методике Н.Ц. Бадмаевой)**

№	Курс	Пол (ж. -1, м. -2)	Коммуникативные мотивы	Мотивы избегания	Мотивы престижа	Профессиональные мотивы	Мотивы творческой самореализации	Учебно- познавательные мотивы	Социальные мотивы
1	2	1	2,3	1,6	2	3,3	2,5	2,7	2,8
2	2	2	3	2,8	3,6	3,3	3	3	4
3	2	1	2,8	2,4	4	4,3	4	5	4
4	2	1	4,3	2	2,4	4	3	4	2
5	2	1	3	2,2	2,6	3,7	3,5	4,1	3,8
6	2	1	4,5	1,8	2,8	2,3	4	4,1	4
7	2	1	3,8	2,4	4	4,2	4	4,1	4,2
8	2	1	5	3	3,8	4,7	5	4,1	4
9	2	1	3,5	2	3	4	4	4	3,8
10	2	1	3,8	1,8	3,6	5	4	5	3,8
11	2	1	3,8	1,8	3,6	5	4	5	3,8
12	2	2	4,3	1	1,6	5	5	3,6	2,8
13	2	1	4,3	3,2	3,4	4,5	4	3,9	4
14	2	1	4,3	2,4	3,2	4,7	4	3,9	3,8
15	2	1	3,5	3,6	3,8	4,7	4	4,1	4,6
16	2	1	3,5	3,8	3,8	4,7	4	4,1	4,6
17	2	1	3	1,4	2,2	4,8	3	2,7	3,6
18	2	1	4,3	3	3,8	4,7	4	4,4	3,4
19	2	1	3,3	4	4,7	2,8	1,5	2,6	3,2
20	2	1	4,8	2,6	4,4	5	5	4,6	4,4
21	2	1	4,5	3,8	4	3,7	4	4	4,6
22	2	1	4,3	2	3,6	4,2	3	3,9	4
23	2	1	4,5	4,2	3,6	3,3	4	3,6	4,4
24	2	1	3,8	0,2	1,6	5	4	3,7	3,4
25	2	1	4,5	4,2	3,6	4,2	4,5	4,3	4,2
26	2	1	4	2,2	2,8	2,7	3	3,9	3,6
27	2	1	5	3,6	4,4	4,3	4	4,4	4,4
28	2	1	4,8	3,6	3,2	5	5	4,1	5
29	2	1	4,3	1,8	4	4	4	4	3,4
30	3	1	3	1,8	1	5	5	3	4,2
31	3	1	4,5	4,4	4,4	4,5	5	3,4	3
32	3	1	3,5	1,6	3,2	4,3	4	3,6	4,2

33	3	2	3	3,6	1,4	3,8	2,5	2,7	3,4
34	3	1	3,3	3,6	2,6	2,2	1,5	3,3	1,4
35	3	1	3	1,6	2,8	3,8	1	2,6	3,4
36	3	1	4	2,2	1,8	3,2	3,5	2,9	3,8
37	3	1	4,3	3,2	2,2	3,2	3,5	2,6	2,6
38	3	1	3	2,4	2	5	5	4	3,8
39	3	2	3,5	3,2	1,8	4,8	3	3,1	3,4
40	3	1	4	1,4	2,4	4,7	4	4,2	4
41	3	2	1,3	1,6	0,8	3,3	3	3,5	3,2
42	3	1	4	3,6	2,8	2,3	3	3,3	4,4
43	3	1	4	3,4	2,8	3,8	5	3,3	3,2
44	3	1	3,3	3	3,2	3,7	2	3,3	3,6
45	3	1	4	2,8	3	3,3	2,5	3,2	2,8
46	3	1	4,5	3,2	3	3,8	5	3,4	3,4
47	3	1	4,8	3,4	4,6	4,3	3	4,9	4,6
48	3	2	2,8	1,2	1,4	3,8	3,5	2,3	3,4
49	3	1	3	1,6	1,6	3,3	2	3,3	2,6
50	3	1	4,3	2,2	2,4	3,7	4	3,4	2,6
51	4	1	3,5	3	3,4	1,8	2	2,9	2,6
52	4	1	3,5	1,6	1,8	3,8	3	2,7	3,2
53	4	2	3	1,8	1,8	2,8	2,5	2,6	2,2
54	4	2	2,3	1,2	1,6	4,3	3,5	3,4	2,8
55	4	1	3,8	1	2	4,8	3,5	3,1	3
56	4	1	3,8	3	3,6	2,3	4,5	2,6	3,8
57	4	1	4	1,2	2,2	3,8	4	3,7	3,6
58	4	1	4,3	2,4	3,4	4,5	5	3,4	3,4
59	4	2	2,5	1,4	1,6	3	1,5	3	2,6
60	4	1	3,8	2,6	2,8	4,7	4,5	4,1	3,8
61	4	1	1,5	1,8	1,4	2,3	1	1,6	1,8
62	4	1	3,8	2,6	5	4,3	4	4,3	3,8
63	4	1	3,5	2,4	3,4	4,5	5	3,6	2,8
64	4	1	2,3	0	0,6	5	5	3,1	2
65	4	1	4,5	1	3,2	4,7	4	4,1	4,2
66	4	1	3,5	2,8	3,6	4,5	5	4,4	3,6
67	4	2	2,5	1,6	1,6	4	1,5	2,6	3,4
68	4	1	2,8	1,4	2,4	5	5	3,4	2,6
69	4	2	2	1,4	1,2	2,3	2	2,3	2
70	4	2	4	3,4	2,8	4,5	2,5	3,4	4
71	4	1	1,3	2,2	1,4	2,7	3	2	1,6
72	4	1	3,5	1,2	2	3,7	3	3,1	3,2
73	4	1	4,8	1,8	2,6	5	2,5	3,7	4,2
74	4	1	4	3,4	3,2	3,7	2,5	3,1	4,8
75	4	1	2,5	2,2	2,4	4,5	2,5	2,8	3,4
76	4	1	3	1,6	1,8	4,8	4,5	4	3
77	4	1	4,3	1,6	3,8	5	4,5	4	3
78	4	1	3,8	1,6	1,4	3	4,5	3,3	1,8
79	4	1	3	1,8	1	1,5	2	2,3	1,8
80	4	1	4	4	4,2	4,5	3,5	3,9	4
81	4	1	3,8	2	4,2	4	4,5	4,6	3,4
82	4	1	4,3	2	3,4	3,5	3,5	2,7	3,4

83	4	1	2,8	1,4	1	3,2	4	2,4	2
84	4	1	3,3	1,8	2,8	3,8	3	3,7	3,8
85	4	1	4,5	2,6	3,6	4,7	4	4,3	4
86	2	1	2,3	1,6	1,8	3,7	4	4	2,6

Таблица 5

Степень выраженности удовлетворенностью учебной деятельностью (в баллах)

№	Курс	Пол (ж. -1, м. -2)	Удовл-ть учебным процессом	Удовл-ть воспитательным процессом	Удовл-ть избранной профессией	Удовл-ть отношениями с однокурсниками	Удовл-ть взаим-м с препода и рук-м вуза	Удовл-ть бытом, бюджетом, досугом, здоровьем	Общая удовл-ть учебным процессом
1	2	1	2,9	2,9	3,3	3,5	2,6	2,7	3
2	2	2	3,3	2,4	2,9	3,5	2,6	2,6	2,9
3	2	1	2,9	3	3,2	2,8	3,2	1,8	2,8
4	2	1	2,3	2,1	2,5	2,5	2	2,2	2,3
5	2	1	2,5	2,6	2,4	2,5	2,6	2,9	2,6
6	2	1	3,1	3	3,2	2,9	2,9	2,6	3
7	2	1	3,1	2,8	3	2,6	2,6	2,4	2,8
8	2	1	2,9	3	3,3	2,9	2,9	2,9	3
9	2	1	2,9	2,5	3,1	2,5	2,7	1,9	2,6
10	2	1	2,4	2	3,4	2,4	2,5	1,6	2,4
11	2	1	2,5	2	3,4	2,4	2,5	1,6	2,4
12	2	2	2,9	2	3,7	3,3	2	2,3	2,7
13	2	1	2,8	2,9	2,8	2,6	2,8	2,4	2,7
14	2	1	2,9	2,8	2,9	2,6	2,8	2,4	2,8
15	2	1	2,7	2,8	2,1	2,5	2,5	2,5	2,5
16	2	1	2,6	2,8	2,1	2,5	2,5	2,5	2,5
17	2	1	2,6	2,5	2,7	2,5	2,4	2,5	2,5
18	2	1	2,7	2,5	2,6	2,4	2,5	2,5	2,5
19	2	1	2,5	2,3	3,5	2,8	1,6	3,1	2,6
20	2	1	2,9	3	2,9	3	2,6	2,3	2,8
21	2	1	2,7	3	2,8	4	2,5	2,2	2,8
22	2	1	3,1	2,5	3,1	3	2,9	3	2,9
23	2	1	2,9	2,8	3,3	2,5	2,5	3,1	2,9
24	2	1	2,6	2,8	3,4	2,4	2,8	2,2	2,7
25	2	1	2,7	3	3	2,5	2,9	2,6	2,8
26	2	1	2,7	2,6	2,4	2,5	2,5	2,2	2,5
27	2	1	3,3	3,6	3	3,1	3	2,9	3,2
28	2	1	3,1	4	3,2	2,5	3,1	2,4	3,1
29	2	1	2,9	2,6	3,6	2,9	2,5	2,2	2,8
30	3	1	4,2	2,3	3,4	2,4	2,6	2,9	2,8
31	3	1	4,5	3	2,7	3,6	2,5	2,6	3
32	3	1	2,9	3,1	2,7	2,8	2,2	2,1	2,6
33	3	2	2,5	2,4	3,3	2,9	2,5	3	2,8

34	3	1	1,9	1,8	2,8	2,4	1,4	2,7	2,2
35	3	1	2,3	2,6	2,2	1,9	2,5	2,4	2,3
36	3	1	2,2	2,7	2,6	2,5	2,4	2,5	2,5
37	3	1	2,5	2,5	2,3	2,5	2,4	2,4	2,4
38	3	1	3,1	2,6	3,1	2,7	2,9	3	2,9
39	3	2	2,7	2,6	3,6	2,7	2,5	2,3	2,8
40	3	1	3	3,4	3,7	2,7	3	3,2	3,2
41	3	2	2,5	2,4	2,4	2,5	2,5	2,4	2,5
42	3	1	3,1	3,1	3,2	2,4	2,6	1,8	2,7
43	3	1	2,9	2,5	2,8	2,7	2,8	2,4	2,7
44	3	1	3,2	3,1	3,2	3,2	3	3,3	3,2
45	3	1	2,7	2	2,5	2,5	2,5	2,4	2,4
46	3	1	3,3	3	2,7	3,5	3,2	3	3,1
47	3	1	3,5	2,7	3,1	3	2,8	2,5	3
48	3	2	2,9	1,8	3,9	3,2	2,2	3,3	2,9
49	3	1	2,7	2,5	2,4	3	2,7	2,7	2,7
50	3	1	3,5	2,7	2,3	2,7	2,6	2,5	2,6
51	4	1	1,9	2,2	2,5	3	2,4	1,8	2,3
52	4	1	2,5	2,3	2,7	2,7	2,5	2,7	2,6
53	4	2	2,6	1,5	2,5	2,5	1,9	2,5	2,3
54	4	2	2,5	1,6	2,9	2,9	2,2	3	2,5
55	4	1	3,3	3	3	2,9	3,4	3,5	3,2
56	4	1	2,3	3,2	2,4	2,5	2,5	2,5	2,6
57	4	1	3,3	3,3	3,1	3,5	3	2,9	3,2
58	4	1	2,4	2,5	3,1	2,7	2,2	2,2	2,5
59	4	2	3	2,9	2,9	2,6	2,6	3,2	2,9
60	4	1	3,1	3,5	3,7	3,5	3,4	2,4	3,3
61	4	1	2,3	2,5	2,4	2,3	2,2	2	2,3
62	4	1	2,9	2,6	2,6	2,5	2,5	2,5	2,6
63	4	1	2,3	2,2	2,6	2,7	2,4	2,5	2,6
64	4	1	3,1	2,6	3,5	3,7	2,4	3,4	3,1
65	4	1	3	2,9	3,1	2,5	3	2,5	2,8
66	4	1	2,9	2,4	2,9	2,5	2,4	2,8	2,7
67	4	2	2,8	2	3,5	2,7	2,5	2,9	2,7
68	4	1	3,3	2,6	3,5	3	2,5	2,7	3
69	4	2	2,7	2,2	2,7	2,3	2,6	2,7	2,5
70	4	2	3	2,9	3,2	3,2	3,2	3,6	3,2
71	4	1	2,5	2,3	2,1	2	2,5	1,9	2,2
72	4	1	2,5	2,5	3	2,5	2,5	2,5	2,6
73	4	1	3,1	2,5	3,9	3,5	2,5	2,4	3
74	4	1	2,5	2,1	2,7	2,5	2,1	2,3	2,4
75	4	1	2,5	2,5	2,8	2,5	2,5	2,5	2,6
76	4	1	3,2	3,2	3,4	3,1	3,2	3,2	3,2
77	4	1	2,7	2	3	2,9	2,6	2,2	2,6
78	4	1	2,7	2,6	2,5	3,5	3	2	2,7
79	4	1	2	1,7	2,1	2,9	1,5	2,4	2,1
80	4	1	3,1	3,1	3	3,1	3,1	2,8	3,1
81	4	1	2,4	1,7	2	2,9	1,9	2	2,2
82	4	1	2,8	2,5	3,1	2,9	2,4	2,1	2,6
83	4	1	2,2	2,2	2,4	3,3	2	2,9	2,5

84	4	1	2,6	2,6	2,2	2,5	2,6	3,4	2,7
85	4	1	2,9	3,2	3,2	2,8	2,5	2,6	2,9
86	2	1	3,4	6,8	2,7	2,9	3,4	3,9	3,8

Приложение 3

Результаты математико-статистической обработки эмпирических данных

Таблица 1

Результаты математико-статистической обработки показателей восприятия корпоративной культуры вуза и мотивации учения студентов разных курсов

Статистические критерии а,в

	Осознание себя и своего места в вузе	Коммуникационная система и язык общения	Внешний вид, представление личности в вузе	Привычки и традиции в области питания	Осознание времени, отношение к нему и его использование
Хи-квадрат ст.св.	3,868	15,799	6,446	1,967	3,291
Асимптотическая значимость	2 ,145	2 ,000	2 ,040	2 ,374	2 ,193

	Взаимоотношения между людьми	Ценности и нормы	Вера, расположение	Процесс развития и обучения студентов	Трудовая этика и мотивирование
Хи-квадрат ст.св.	5,121	7,290	8,943	12,738	2,115
Асимптотическая значимость	2 ,077	2 ,026	2 ,011	2 ,002	2 ,347

	Приобретение знаний	Овладение профессией	Получение диплома	Коммуникативные мотивы	Мотивы избегания
Хи-квадрат ст.св.	2,630	1,064	,500	6,590	8,651
Асимптотическая значимость	2 ,269	2 ,587	2 ,779	2 ,037	2 ,013

	Мотивы престижа	Профессиональн ые мотивы	Мотивы творческой самореализаци и	Учебно- познавательны е мотивы	Социальны е мотивы
Хи-квадрат	13,190	2,902	2,522	18,171	12,896
ст.св.	2	2	2	2	2
Асимптотическ ая значимость	,001	,234	,283	,000	,002

	Удовл-ть учебным процессом	Удовл-ть воспитательным процессом	Удовл-ть избранной профессией	Удовл-ть отношениями с однокурсниками
Хи-квадрат	2,589	3,517	1,551	1,131
ст.св.	2	2	2	2
Асимптотическая значимость	,274	,172	,460	,568

	Удовл-ть взаимодействием с преподавателями и рук-м вуза	Удовл-ть бытом, бюджетом, досугом, здоровьем	Общая удовл- ть учебной деятельностью
Хи-квадрат	2,763	2,208	,709
ст.св.	2	2	2
Асимптотическая значимость	,251	,332	,701

