

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ СОВРЕМЕННЫХ УНИВЕРСИТЕТОВ КИТАЯ

Тянь Чэнхуа (Tian Chenghua)

Мозырский государственный педагогический университет имени И.П.Шамякина

Abstract: the paper focuses on the concept and structure of organizational culture to explore traditions and the dynamics of universities in China. Organizational culture contributes significantly to effective management practices in all types of establishments, being a key factor that influences instructional and organizational innovations. As a multidimensional concept, this type of culture can be represented in six cultural components: environment, mission, leadership, information, strategy and socialization. The suggested model should suffice to explore different types of university organizational culture, giving the basis for minor or major educational management changes.

Организационная культура определяется как многоаспектное понятие, включающее такие компоненты, которые обеспечивают создание уникальной социальной и психологической среды организации. Во главу угла ставятся ценностные ориентиры и способы взаимодействия, основанные на общих взглядах, убеждениях, обычаях и правилах. Однако среди исследователей нет единого мнения, какие компоненты следует использовать в качестве ключевых при описании организационной культуры учреждения образования.

М. Тайе (M. Teye), С. Гоюань (S. Guoyuan), А. Мутанна (A. Muthanna) и др. выделяют 6 элементов культуры, которые ассоциируются с эффективным управлением организацией (учреждением): *среда, миссия, лидерство, информация, стратегия и социализация*. Данные компоненты мы предлагаем использовать для измерения, описания и критической оценки организационной культуры китайских, а также других университетов.

Среда (Environment). Современные университеты Китая активно улучшают среду кампусов, обеспечивают сменяемость состава преподавателей и студентов, совершенствуют методы обучения и методы оценки. «Кодекс» поведения преподавателей и студентов предъявляет строгие требования к их интеллектуально-нравственным качествам, вербальному и невербальному поведению, что в целом способствует развитию университетской культуры.

Миссия (Mission). С появлением в Китае университетов современного типа их миссия сводилась к продвижению европейского и североамериканского опыта обучения. В них практически не транслировались национально-культурный опыт и традиции. Сегодня на повестке дня сохранение культурной самобытности Китая в условиях глобализации и мультикультурализма, что требует разработки культурно маркированных моделей образования.

Лидерство (Leadership). В Китае функция управления университетами возложена на правительство, что ограничивает проявление академической свободы. Требуют уточнения вопросы, кого можно квалифицировать как академического лидера на институциональном уровне и в чем конкретно должно заключаться их лидерство (функции лидера).

Информация (Information). Данный компонент предполагает наличие широкого спектра информационных и информационно-образовательных ресурсов и открытость доступа ним. В условиях цифровизации образования необходимо перенести акцент на личностно ориентированные формы взаимодействия между участниками образовательного процесса.

Стратегия (Strategy). Стратегия необходима как векторная модель организации деятельности преподавателей и студентов и управления этой деятельностью. Организация и развитие инфраструктуры университетского городка окажет содействие в межличностном сотрудничестве преподавателей, студентов, преподавателей и студентов.

Социализация (Socialization). Необходима вторичная социализация китайских студентов для обеспечения их полноценного участия в глобальном академическом дискурсе: в рамках академического обмена, международного сотрудничества в области научных исследований и т.д. Сохраняя культурную самобытность, студенты непременно должны овладеть конвенциональными предписаниями, принятыми мировым научным сообществом, прежде всего – англоязычной научной традицией.