

НАУЧНАЯ СТАТЬЯ

DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-40-52

УДК 316.72; 316.334:37

Особенности восприятия организационной культуры университета студентами с различными уровнями идентификации

Валерия Олеговна Помялова¹, Наталья Владимировна Волкова²

¹ студентка 3-го курса образовательной программы «Социология и социальная информатика», Школа социальных наук и востоковедения, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург, РФ)
ORCID: 0000-0003-0248-0733
vopomyalova@edu.hse.ru

² кандидат психологических наук, доцент Департамента менеджмента, Санкт-Петербургская школа экономики и менеджмента, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Санкт-Петербург, РФ)
ORCID: 0000-0002-9045-4393; Web of Science ResearcherID: P-5991-2019
nv.volkova@hse.ru

Аннотация. Высшее образование в современных реалиях как траектория для построения академической карьеры претерпевает определенные трудности. В частности, наблюдается тенденция сокращения молодых научных специалистов, что становится негативным фактором, влияющим на образовательную среду в целом. Данная проблема может возникать по ряду причин: от изменений в сфере законодательства об образовании до специфики деятельности образовательных учреждений. Ряд исследований, как зарубежных, так и отечественных, сходятся в том, что отношение сотрудников к организации — фактор их лояльности, поэтому целью статьи является рассмотрение аспекта взаимосвязи организационной культуры, установившейся в стенах университета, и отношения студентов к нему как к потенциально привлекательному месту работы. Целью исследования, изложенного в данной статье, выступает измерение организационной культуры и ее взаимосвязи с идентификацией с университетом на примере НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге. В статье рассматривается специфика восприятия организационной культуры студентами университета. В ходе исследования было проанализировано 118 человек с использованием двух методик по оценке организационной культуры и четырем типам идентификации. В результате полученные данные и построенные профили организационной культуры продемонстрировали значимые различия между восприятием текущей организационной культуры и ожиданиями студентов, что в результате позволило более детально рассмотреть организационную культуру в среде университета и выявить ряд особенностей. Так, преобладание в университетской среде рыночных отношений, подразумевающих конкуренцию и ориентацию на достижение лучшего результата, в то время как ожидалась дружественная атмосфера с акцентом на значимости и ценности человека, присущая клановой культуре, вероятно, оказывает влияние на последующие решения о карьере в этой сфере.

Ключевые слова: организационная культура, идентификация, академическая карьера, научно-исследовательские университеты, инновационные университеты, аспирантура, восприятие культуры.

Цитирование: Помялова В. О. Особенности восприятия организационной культуры университета студентами с различными уровнями идентификации / В. О. Помялова, Н. В. Волкова // Siberian Socium. 2019. Том 3. № 3 (9). С. 40-52.
DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-40-52

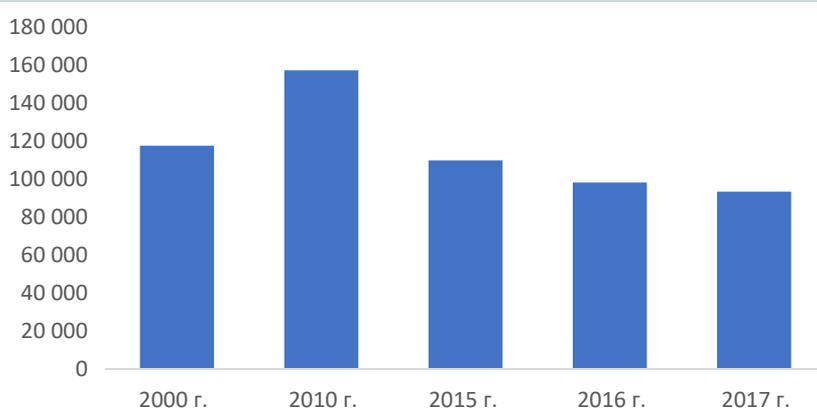
ВВЕДЕНИЕ

Молодые научные кадры — важная составляющая успешного функционирования университета и его дальнейшего развития. Тем не менее воспроизводство научных кадров сталкивается с определенными трудностями: статистика Росстата [9] демонстрирует значительное снижение числа посту-

пающих и завершающих аспирантуру (рис. 1, 2) вместе со снижением количества организаций, ведущих подготовку (рис. 3). Данная проблема ставит новые вызовы для понимания причин упадка занятости в научной деятельности, но при этом предоставляет возможность инновационным университетам, ориентированным на активную на-

Рис. 1. Численность аспирантов РФ в период с 2000 по 2017 г.

Fig. 1. Number of postgraduate students of the Russian Federation, 2000-2017



Источник: составлено по данным Росстата [9].
Source: compiled according to Rosstat [9].

Рис. 2. Цифры приема и выпуска аспирантов в период с 2000 по 2017 г.

Fig. 2. Admission and graduation rates for postgraduate students in 2000-2017



Источник: составлено по данным Росстата [9].
Source: compiled according to Rosstat [9].

учно-исследовательскую деятельность, создать принципиально новый подход, способный привлечь молодых ученых и стать лидерами в этой сфере.

Однако вопрос о том, что же играет ключевую роль в решении, продолжать обучение в аспирантуре или нет, остается открытым, поскольку наряду с внешними структурными факторами могут быть выделены и внутренние, связанные с мотивацией студентов к академической и исследовательской деятельности. Следует также учитывать роль самого научно-исследовательского центра с совокупностью тех ресурсов и преимуществ, которыми он обладает.

Целью данного исследования стало измерение организационной культуры и ее взаимосвязи с идентификацией с университетом на примере НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге.

Гипотезы исследования:

1. Существуют различия в представлениях об организации с ее демонстрируемой культурой и той, что ожидают студенты.
2. Существуют различия в уровне идентификации с университетом между студентами, обучающимися в различных школах.

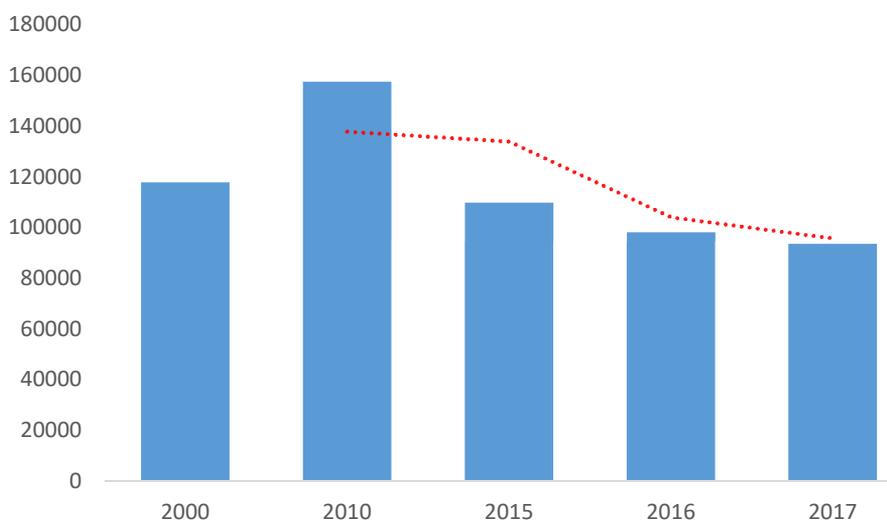
Расхождения между ожиданиями студентов и действительностью могут влиять на приверженность университету, формируя отказ от продолжения обучения в данном научно-образовательном учреждении, а также вовлечение и стремление продолжать заниматься научно-исследовательской деятельностью.

ПРОБЛЕМА ВОСПРОИЗВОДСТВА НАУЧНЫХ КАДРОВ В РОССИЙСКИХ РЕАЛИЯХ

Ситуация, связанная с воспроизводством научных кадров в современной России, сопровождается рядом проблем на государственном уровне, а именно сокращением количества бюджетных мест, а также концентрацией подготовки кадров в федеральных и исследовательских университетах [2]. Тем не менее вопрос привлечения молодых ученых и популяризации академической карьеры является другой стороной проблемы сокращения кадров. Понимание мотиваций и факторов, которыми руководствуются аспиранты и будущие научные кадры, более полное представление данной ситуации позволит перейти к

Рис. 3. Численность организаций, осуществляющих подготовку аспирантов, в период с 2000 по 2017 г.

Fig. 3. Number of organizations involved in the training of graduate students in 2000-2017



Источник: составлено по данным Росстата [9].
Source: compiled according to Rosstat [9].



детальному и выверенному построению стратегического плана, повышая конкурентоспособность университета, обеспечивая таким образом его успешное будущее [7].

Кейс ННГУ, в котором было проведено исследование факторов ориентации на академическую карьеру и изменения предпочтений за период обучения в аспирантуре [7], позволил сделать ряд важных заключений. Во-первых, особенности рынка труда и специфика интеллектуального труда обуславливают необходимость заниматься не только академической деятельностью, но и быть вовлеченным в такие сферы, как бизнес, муниципальная сфера, государственный сектор, то есть изначальные представления о характере академической карьеры меняются, вынуждая формировать иные стратегии поведения. Во-вторых, молодые аспиранты сталкиваются с проблемой устойчивой партнерской деятельности с представителями других научно-образовательных центров, поскольку связи и возможность кооперации пока не реализуются в должной мере. Более того, существует потребность формировать особые компетенции для академических кадров, которые требуют создания специальных образовательных программ, позволяя выстраивать академический образовательный трек. Однако большим преимуществом за последнее время стала возможность для молодых ученых принимать участие в финансируемых исследовательских проектах, расширяя возможности для налаживания связей, а также формирования достаточно устойчивой мотивации для исследовательской деятельности.

Однако помимо факторов, влияющих на выбор академической карьеры, необходимо выявить условия, необходимые для получения успешного молодого исследователя или преподавателя высшей школы на выходе. Подобная попытка была предпринята исследователями [1], которые выделили несколько значимых критериев, отличающих наиболее успешные центры подготовки: наличие научно-исследовательских лабораторий, большая база научных ресурсов и доступ к ним, возможность финансирования исследовательских проектов.

Таким образом, уменьшение числа аспирантов является результатом не только внешних условий, которые создают сложности с получением докторской или кандидатской степени, оно также связано со снижением мотивации к академической деятельности как к профессии. Именно этим и диктуется необходимость научно-образовательных центров пересмотреть существующее положение дел и сформировать модель воспроизводства научных кадров с учетом полученных фактов и вызовов XXI в.

ФАКТОРЫ УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ УНИВЕРСИТЕТОВ

Современные университеты сегодня переживают серьезные трансформации в связи с глобальной тенденцией ориентированности на инновации [8]. Передовые вузы выполняют переход от классической академической модели к организации нового типа, соединяя приоритетную образовательную функцию с исследовательской, стремясь объединить нужды общества и бизнеса. Тесное взаимодействие с компаниями и сотрудничество высших школ требует поиска путей эффективной и слаженной совместной работы. Такая кооперация невозможна без наличия международных связей, которые позволяют передавать, культивировать и приумножать научное знание и опыт. Выход на международный уровень неизбежно требует от организации изменения привычного порядка ведения дел. Поэтому сегодня успешный университет стремится создавать и внедрять организационные инновации, которые могут быть определены как «новые методы организации производственных и сервисных процессов» [8]. В перспективе будущего развития конкурентоспособных университетов важное место уделяется стратегическому плану организации, ее позиционированию себя на рынке, а также созданию таких сервисов, которые будут привлекать инвестиции и вызывать интерес у абитуриентов. Анализ кейса Санкт-Петербургского кампуса НИУ ВШЭ продемонстрировал, что рост в виде позиции в международных рейтингах, качестве приема студентов и успешная аккредитация образо-

вательной деятельности — это результат планового подхода и стратегии роста, которые сочетаются с пониманием ситуации на рынке интеллектуальных услуг [3].

Таким образом, высшая школа сегодня — это организации, которые устремляют научную деятельность на благо обществу, активно сотрудничают с бизнесом, создавая новые решения, действуют в коллаборации с другими научно-исследовательскими центрами и университетами, как на федеральном, так и на международном уровнях.

РОЛЬ ОРГАНИЗАЦИИ В ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЙ

Молодые научные кадры принимают решение о продолжении научной деятельности, исходя из ряда факторов. Безусловно, одним из них становится сама организация, в которой они планируют продолжать работу. Первое, на что могут обратить внимание будущие преподаватели и сотрудники лабораторий, — их альма-матер, ведь именно эта среда для них является знакомой и понятной. Здесь возникает одна из первостепенных задач научно-исследовательских университетов — обеспечить интерес аспирантов. В этой ситуации логично начать с выяснения причин, по которым студенты не желают продолжать заниматься исследовательской деятельностью, а также выяснить, что именно позволяет организации повысить степень собственной привлекательности в качестве работодателя.

Одним из аспектов, которые могут внести ясность в формирование образа организации, является ее престиж, который складывается из ряда составляющих: организационная культура («совокупность основных убеждений, сформированных самостоятельно, усвоенных или разработанных определенной группой по мере того, как она учится разрешать проблемы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции, — которые оказались достаточно эффективными, чтобы считаться ценными, а потому передаваться новым членам в качестве правильного образа восприятия, мышления и отношения к конкретным проблемам» [13]), заработная плата, финанси-

вание проектов, научная база, доступ к научно-образовательным ресурсам, социальная поддержка, возможность обеспечить рост и развитие молодого специалиста. При рассмотрении университета как работодателя стоит совместить научно-образовательные аспекты с особенностями менеджмента и управления в организации.

Поскольку привлекательность организации зачастую связана с эффективностью и перспективами ее деятельности, четким планированием и стремлением идти в будущее, то инновации, реализуемые научно-исследовательским центром, могут служить необходимым конкурентным преимуществом. Примером инновационного подхода в академической и научно-образовательной среде может являться гибкая методология (agile-методология), появившаяся в качестве манифеста среди разработчиков программного ПО, предлагая абсолютно новое видение решения задач и организации процесса работы. Одним из важных подходов методологии является признание ценности человека, на первое место ставятся командная работа и поддержание взаимоотношений. Данный подход предлагает достигать гибкости за счет наличия постоянной связи внутри команды, повышая таким образом качество готового продукта, ведь процесс его развития более не линейная последовательность действий, а сложная структура, позволяющая совершать шаг назад или вперед с целью постоянного совершенствования.

Внедрение подобной методологии может служить примером качественно нового понимания значимости молодого ученого. В этом плане вовлеченность в исследовательскую деятельность будет поддерживаться как на уровне финансовой составляющей и интереса молодого сотрудника, так и опосредовано — фактом признания организацией значимости самого ученого не только в качестве ресурса, но и как личности с ее потребностями и особенностями. Так возможно становление нового формата обучения и поддержания представителей высшей школы [6]. Определенно можно сказать, что agile-методология позволяет выстраивать совершенно иную, отличную от традиционной для академической среды организационную культуру. Степень бюрократиза-



ция должна быть во многом снижена, тогда как ориентированность на сохранение и признание важности человеческого взаимодействия и на создание качественного и инновационного продукта несомненно сформируют иную среду. Тем не менее подобное стремление может встретить серьезное препятствие в виде невозможности отойти от государственного финансирования, которое требует соблюдения жесткого плана и строгой отчетности. Именно по этой причине аспирантура сегодня попадает в ситуацию неопределенности. С одной стороны, возникает потребность менять прежние подходы и характер подготовки, но вместе с тем структурная особенность и организация требуют действовать по устоявшимся схемам. Таким образом, активное взаимодействие с бизнесом может значительно изменить данную ситуацию к лучшему [5], позволяя преодолеть разрыв между тем, чего требует современность, и тем, что устоялось на протяжении длительного времени.

Целостный образ организации, которая может предоставить необходимые возможности и ресурсы молодым ученым, можно рассматривать с точки зрения фактора удержания сотрудника в штате конкретного университета, а также его мотивации реализовывать научно-исследовательские проекты.

Программа исследования

Исходя из вышеупомянутого ранее, следует заключить, что решение о продолжении обучения, стремление развиваться в исследовательской среде зависит как от внешних факторов, так и от внутренней мотивации студентов. Организационная среда, в которой находится человек, может внести свой вклад в решение уйти или остаться. Разрыв между ожиданиями и действительностью может стать причиной ухода из университета. Соответственно, в рамках данной работы поднимается вопрос о том, что расхождение между существующей и желаемой организационной культурой университета может являться фактором принятия решения о продолжении обучения и построения академической карьеры студентами.

Кейс Санкт-Петербургского филиала Высшей школы экономики демонстрирует, что развитие университета во многом обеспечивается грамотным позиционированием научно-образовательного центра на рынке, предлагая широкие международные возможности. На начальных этапах маркетинговая стратегия действительно ведет к положительной динамике основных показателей роста числа абитуриентов и студентов очной формы обучения, укреплению позиции в международных рейтингах и увеличению числа партнеров. Однако данные преимущества не обязательно работают в долгосрочной перспективе, становясь факторами удержания для сотрудников.

Студенты, приняв решение о поступлении в университет, на личном опыте проходят через знакомство и выстраивание определенных отношений с организацией. Научение и включенность в демонстрируемую университетом культуру может вносить вклад в характер этих отношений. Г. Крайнер и Б. Эшворт [12] определили четыре типа идентификации, которые индивид может продемонстрировать по отношению к организации: нейтральная, дезидентификация, амбивалентная и непосредственно идентификация. Представленная классификация позволяет определить характер взаимоотношений «индивид — организация» вне зависимости от роли индивида в ней.

Особенности организации оказывают влияние на ее выбор потенциальными кандидатами. И если заработная плата — это гигиенический «фильтр» для отбора места работы, то организационная культура может стать как ключевым преимуществом, так и отталкивающим фактором при принятии решения о дальнейшем сотрудничестве. Поэтому опыт получения бакалаврского или магистерского образования в конкретном вузе укладывается в определенный тип взаимоотношения студента с университетом, что может стать фактором принятия решения о сохранении или разрыве этой связи. Исследование взаимосвязи идентификации и организационной культуры на примере студентов НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге поднимает проблему соотношения представлений о существующей

организационной культуре и о тех предпочтениях, которые у них складываются. А сама приверженность организации, которая проявляется в стремлении вносить вклад в ее деятельность и способствовать развитию, во многом может быть определена организационной культурой. В данной работе мы предполагаем, что различия в представлениях об организационной культуре, которую хотели бы видеть студенты, и той, которая реально сложилась в вузе, могут повлиять не только на приверженность организации, но и решение о продолжении сохранения взаимоотношений с ней.

Характеристика выборки исследования

В ходе исследования было получено 118 ответов из 150 отправленных запросов. Распространение опроса происходило через популярную социальную сеть «ВКонтакте», а анкета была сконструирована с использованием сервиса «Google-формы».

В выборку включены представители всех пяти школ, входящих в организационную структуру НИУ ВШЭ Санкт-Петербурга, процентное соотношение которых представлено в таблице 1.

Специфика проведения онлайн-опросов не позволяет добиться высокой степени заполняемости анкеты [11], поэтому будем считать полученный процент студентов достаточным для составления профиля организационной культуры. Характеристики выборки по курсу обучения и полу представлены в таблице 2.

В выборке оказались в основном студенты 2-го и 3-го курсов, что является дополнительным преимуществом для оценки культуры в силу «жизненного цикла» студентов в университете, поскольку студенты 1-го курса еще не столь активно включены в культуру, а студенты 4-го курса уже менее вовлечены в студенческую деятельность.

Методики исследования

Исследование проводилось путем онлайн-опроса студентов, обучающихся по программам бакалавриата в НИУ ВШЭ Санкт-Петербурга. Анкета состояла из четырех разделов.

Первый раздел — определение типа идентификации [12], в котором необходимо было оценить 24 суждения по 7-балльной шкале от «абсолютно не согласен» до «абсолютно согласен».

Таблица 1. Распределение студентов по школам

Table 1. Distribution of students by school

Наименование Школы	Общее количество (студенты 2 и 3 курса)	Количество в выборке	Процент
Школа экономики и менеджмента	326	37	11,4%
Школа социальных наук и востоковедения	246	35	14,0%
Юридический факультет	297	28	9,5%
Школа гуманитарных наук и искусств	313	11	4,0%
Школа физико-математических и компьютерных наук	24	6	25,0%

Таблица 2. Распределение выборки по курсу обучения и полу

Table 2. Sampling distribution by training courses and gender

Характеристика	Количество студентов	Процент
1 курс	17	14,3%
2 курс	51	43,0%
3 курс	48	41,0%
4 курс	2	1,7%
Мужчины	42	35,0%
Женщины	76	65,0%

Каждый из описанных типов идентификации представляет определенное состояние индивида в отношениях с организацией, измерения отражены следующими характеристиками:

- *нейтральная идентификация* — состояние индивида, при котором он демонстрирует нейтральную позицию по отношению к организации и ее аспектам, не соотнося себя с ее проявлениями и деятельностью, но и не отрицая их;
- *дезидентификация* — состояние отчуждения и отрицания организации и ее аспектов, часто связанное с негативным восприятием данных;
- *идентификация* — состояние, при котором индивид испытывает положительные чувства и эмоции по отношению к деятельности и аспектам организации, демонстрируя ассоциацию себя с ними;
- *амбивалентная идентификация* — характер взаимоотношений, при котором индивид одновременно принимает часть аспектов, испытывая к ним как позитивные чувства и эмоции, так и негативные соответственно.

Второй раздел — организационная культура университета на данный момент, в котором было представлено 4 типа суждений. Каждое из них соответствует шести составляющим организации, таким как важнейшие характеристики университета (отличительные черты организации и деятельности сотрудников/студентов), стиль лидерства в университете, организация образовательного процесса студентов и стиль руководства, связующие сущности университета (что объединяет деятельность сотрудников/студентов), стратегические цели, критерии успеха (чем именно определяется успех). Суждению респондент присваивал значение от 1 до 100 по каждому из четырех типов организационной культуры: Бюрократия, Адхократия, Рынок и Клан, которые в своей совокупности формируют культурный профиль организации [4]. Каждый тип культуры предполагает свой набор ценностей и ориентаций:

- *бюрократический тип* предполагает строго регламентированный и упорядоченный тип ведения дел при ориентации на сохранение

стабильности ценности следованию системы иерархичности во взаимоотношениях;

- *адхократический тип* — ориентация на инновационную и креативную деятельность, где подчеркнута значимость идти на риск в создании принципиально нового;
- *рыночный тип* — предполагает конкурентную среду, при которой индивид нацелен на достижение наилучшего результата;
- *клановый тип* — ключевая особенность данного типа заключается в том, что члены организации испытывают взаимное доверие по отношению друг к другу и разделяют как интересы, так и ценности.

Третий раздел включал измерение предпочитаемой студентами организационной культуры.

В ходе анализа собранных данных были проанализированы следующие переменные:

- восприятие текущей и ожидаемой организационной культуры по четырем типам (клановая, рыночная, адхократическая и бюрократическая культуры);
- уровень идентификации по четырем составляющим (дезидентификация, нейтральная, амбивалентная и сильная идентификация);
- демографические характеристики (пол, возраст, курс обучения) (таблица 2).

Для проверки гипотез и выявления возможных закономерностей были использованы статистические тесты программы R-Studio: непараметрический критерий Краскела — Уоллиса и тест ANOVA (анализ межгрупповой дисперсии) для проверки сравнения средних значений для идентификаций по группам (принадлежность определенной школе, см. таблицу 1); t-критерий Стьюдента для повторных измерений парных выборок использовался для сравнения восприятия организационной культуры.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Организационная культура университета

На первом этапе была проведена статистическая обработка данных по типам организационной

культуры. Представленный профиль университета (рис. 4) свидетельствует о различиях существующей организационной культуры и той, которую хотели бы наблюдать студенты. Важно отметить, что нынешняя культура значительно смещена в сторону рыночного типа, а предпочитаемая в наибольшей степени тяготеет к клановому типу культуры. Парный t-тест для сравнения средних при повторных измерениях показал статистически значимые различия по двум типам между предпочитаемой и существующей культурой. Так, для клановой культуры на данный момент ($M = 24,99$, $SD = 11,36$) и предпочитаемым значением этого типа культуры ($M = 36,24$, $SD = 14,12$), полученный критерий $t(117) = -8,2894$, $p < 0,05$, что означает стремление к более ярко выраженным семейным ценностям, поддержанию теплой и дружественной атмосферы с акцентом на значимости и ценности человека. Текущий показатель для рыночного типа культуры ($M = 29,28$, $SD = 10,36$) и предпочитаемого ($M = 21,51$, $SD = 9,31$), с критерием $t(117) = 7,899$, $p < 0,05$ демонстрирует то, что студенты хотели бы снизить уровень ориентированности на конкурентную борьбу и стремление к постоянному доказательству индивиду-

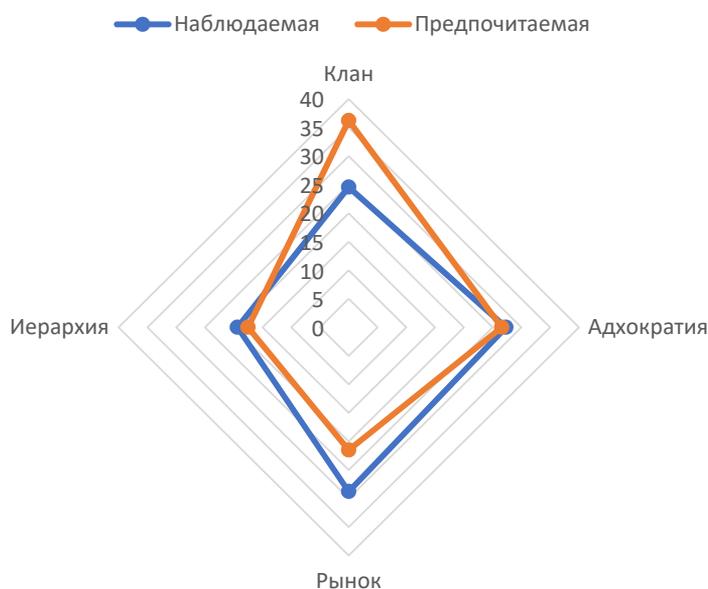
ального превосходства. Интересно, что значение адхократии как аспекта ориентированности на научно-исследовательскую и инновационную деятельность студенты оценивают одинаково, как в нынешнем, так и предпочитаемом состоянии. Не установлено статистически значимых различий и по бюрократическому типу организационной культуры. Таким образом, подтверждается наша первая гипотеза о том, что существуют различия в восприятии организационной культуры студентами университета.

Идентификация с университетом

Следующим этапом исследования стал анализ уровня идентификации студентов с университетом. Организационная структура исследуемого университета предполагает деление на пять школ, каждая из которых имеет привязку к определенной локации, то есть наблюдается как структурное, так и территориальное деление, что может влиять на восприятие [10] организационной культуры студентами различных образовательных программ. В результате сравнения средних значений для идентификации было получено, что преобладающими типами идентификации

Рис. 4. Профиль организационной культуры

Fig. 4. Profile of organizational culture



является либо нейтральная ($M = 3,56$, $SD = 1,53$), либо непосредственно идентификация ($M = 3,75$, $SD = 1,36$), которые не зависят от принадлежности к определенной школе со значением $p > 0,05$ для критерия Краскела — Уоллиса во всех случаях. Установлены статистически значимые различия средних значений для нейтральной и идентификации в сравнении с другими типами. Так, критерий Стьюдента для парного сравнения средних значений типов идентификации оказался достоверным для нейтральной идентификации в сравнении с дезидентификацией ($t(117) = 4,95$, $p < 0,05$) и амбивалентной идентификацией ($t(117) = -4,78$, $p < 0,05$), а также для случая идентификации в сравнении с амбивалентной ($t(117) = 4,84$, $p < 0,05$) и дезидентификацией ($t(117) = 4,98$, $p < 0,05$), свидетельствуя о том, что два данных типа преобладают среди студентов НИУ ВШЭ в Санкт-Петербурге. Иными словами, студенты склонны соотносить себя с университетом и его деятельностью, не испытывая негативных эмоций и чувств по отношению к организации. Таким образом, подтверждается наша вторая гипотеза о том, что существуют различия в уровне идентификации с университетом между студентами, обучающимися в различных школах.

ВЫВОДЫ

В результате исследования было установлено, что организационная культура данного вуза в нынешнем ее состоянии отлична от представления студентов о ней. В ходе исследования было установлено преобладание рыночных отношений, тогда как предпочтения студентов направлены на клановую составляющую (рис. 4). Данная ситуация предполагает, что эти два полярных типа культуры могут быть причиной внутреннего конфликта для студентов в отношениях с организацией. Поскольку клановая культура — это общность ценностей и интересов, то рыночная — это индивидуальное преимущество и конкурентная борьба, которая поддерживается с помощью, например, рейтингов среди обучающихся. Однако студенты склонны демонстрировать высокий уровень идентификации либо нейтральный ее тип, которые не зависят от того, к какому депар-

таменту они принадлежат, а значит, в целом чувствуют себя до определенной степени причастными к университету.

Тем не менее расхождение в представлении о том, какая организационная культура должна преобладать, и тем, какая существует, может вносить вклад в решение о продолжении отношений с организацией. Иными словами, выбор пути академической деятельности может быть поставлен под сомнение в силу данного конфликта ценностей, который существует в отношении действительной и предпочитаемой для студентов культуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, вопрос о том, почему в последнее время наблюдается снижение числа аспирантов и молодых научных кадров, может быть связан, во-первых, с процессом перехода университетов на совершенно новую модель научной и преподавательской деятельности, что значительно изменяет как характер академической деятельности, так и особенности структуры и управления в самой организации. Во-вторых, эти изменения, которые происходят в инновационных научно-исследовательских центрах, при всё возрастающей необходимости сохранять лидерство на формирующемся рынке интеллектуальных услуг могут складываться в специфическую организационную культуру, что демонстрирует кейс НИУ ВШЭ Санкт-Петербурга. Позиционирование университетом себя в качестве передовой организации на рынке с соответствующей данной идее рыночной организационной культурой (ориентированной на высокий результат) на деле не соотносится с представлениями студентов. В студенческой среде наблюдается предпочтение поддержания коллективных ценностей, дружелюбности и наставничества. Вероятно, что такой разрыв может влиять на решение о продолжении научно-исследовательской деятельности в рамках университета. Иными словами, организационная среда может оказывать влияние на формирование мотивации к академической карьере и рассмотрение университета как работодателя.

БЛАГОДАРНОСТИ

Работа выполнена при финансовой поддержке
Российского фонда фундаментальных исследо-

ваний (проект № 19-013-00560 «Методология и
социально-психологические методы исследова-
ния социального капитала организации»).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Балабанов С. С. Факторы эффективности и качества подготовки научных кадров в аспирантуре (социологический анализ) / С. С. Балабанов, Б. И. Бедный, А. А. Миронов // Университетское управление. 2007. № 5. С. 56-65.
2. Бережная Ю. Н. Аспирантура в новых реалиях / Ю. Н. Бережная, В. А. Гуртов // Университетское управление: практика и анализ. 2017. Том 21. № 3. С. 57-65. DOI: 10.15826/umpra.2017.03.037
3. Кадочников С. М. Управление изменениями в российском исследовательском университете в меняющемся контексте. Кейс петербургского кампуса НИУ ВШЭ / С. М. Кадочников, А. А. Федюнина // Университетское управление: практика и анализ. 2019. Том 23. № 1-2. С. 93-100. DOI: 10.15826/umpra.2019.01-2.007
4. Камерон К. С. Диагностика и изменение организационной культуры / К. С. Камерон, Р. Э. Куинн. 2006.
5. Клюев А. К. Университеты и бизнес: перспективы развития диффузных структур и процессов / А. К. Клюев // Университетское управление: практика и анализ. 2018. Том 22. № 6. С. 72-80. DOI: 10.15826/umpra.2018.06.059
6. Манокин М. А. Методология agile в образовательной среде / М. А. Манокин, А. Р. Ожегова, Е. А. Шенкман // Университетское управление: практика и анализ. 2018. Том 22. № 4. С. 83-96. DOI: 10.15826/umpra.2018.04.042
7. Миронос А. А. Академические профессии в спектре профессиональных предпочтений аспирантов / А. А. Миронос, Б. И. Бедный, Н. В. Рыбаков // Университетское управление: практика и анализ. 2017. Том 21. № 3. С. 74-84. DOI: 10.15826/umpra.2017.03.039
8. Пахомова Н. В. Современный университет и вызовы инноваций / Н. В. Пахомова, К. К. Рихтер // Университетское управление: практика и анализ. 2013. № 1. С. 28-42.
9. Федеральная служба государственной статистики. Наука и инновации. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science/#/ (дата обращения: 21.06.2019).
10. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета / Н. Л. Яблонскене // Университетское управление. 2006. № 2 (42). С. 7-25.
11. Benfield J. A. Internet-based data collection: promises and realities / J. A. Benfield, W. J. Szlemko // Journal of Research Practice. 2006. Vol. 2. Issue 2. Article D1. URL: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ805689.pdf>
12. Kreiner G. E. Evidence toward an expanded model of organizational identification / G. E. Kreiner, В. E. Ashforth // Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior. 2004. Vol. 25. No 1. Pp. 1-27. DOI: 10.1002/job.234
13. Shein E. H. Organizational Culture and Leadership: A dynamic view / E. H. Shein. San Fransisco, CA: Jossey-Bass Inc., 1985. Vol. 4. 437 p.

RESEARCH ARTICLE

DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-40-52

UDC 316.72; 316.334:37

Features of students' perception of a university's organizational culture depending on their organizational identification

Valeria O. Pomyalova¹, Natalia V. Volkova²

¹ Undergraduate Student, School of Social Science and Area Studies,
National Research University Higher School of Economics
(Saint Petersburg, Russian Federation)
ORCID: 0000-0003-0248-0733
vopomyalova@edu.hse.ru

² Cand. Sci. (Psych.), Associate Professor, Department of Management,
Saint Petersburg School of Economics and Management,
National Research University Higher School of Economics
(Saint Petersburg, Russian Federation)
ORCID: 0000-0002-9045-4393; Web of Science ResearcherID: P-5991-2019
nv.volkova@hse.ru

Abstract. In the current reality, the higher education as the trajectory for the academic career faces particular difficulties. There is a downward trend regarding the number of young academic specialists — a negative factor for the entire educational system. The discussed problem may arise according to various reasons: changes in the law sphere or peculiarities of the educational organization activity. Both Western and Russian researchers conclude that the relations between an organization and its staff members are the key aspect of their loyalty. Thus, this article aims to examine the connection of a university organizational culture perception by the students with different types of identification demonstrated. The authors study the peculiarities of students' perception of the university organizational culture. Altogether, 118 students participated in questionnaires that measure organizational culture with Organizational Culture Assessment Instrument and four types of identification with the university. The findings show the gap between students' current and preferred perception of the university organizational culture. Consequently, the dominance of market culture that contradicts the desired "clan" culture orientation with the values of friendly and close relations environment, may influence the choice of academic career and postgraduate studies.

Keywords: organizational culture, identification, academic career, research university, innovative university, postgraduate study, culture perception.

Citation: Pomyalova V. O., Volkova N. V. 2019. "Features of students' perception of a university's organizational culture depending on their organizational identification". *Siberian Socium*, vol. 3, no 3 (9), pp. 40-52.
DOI: 10.21684/2587-8484-2019-3-3-40-52

Acknowledgements. The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research (project No 19-013-00560 "The social and psychological methods for studying the social capital of an organization").

REFERENCES

1. Balabanov S. S., Bednyi B. I., Mironov A. A. 2007. "Factors of efficiency and quality of training in Ph.D. programs (sociological analysis)". *Universitetskoe upravlenie*, no 5, pp. 56-65. [In Russian]
2. Berezhnaya Yu. N., Gurtov V. A. 2017. "Postgraduate studies in a new reality". *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, vol. 21, no 3, pp. 57-65. DOI: 10.15826/umpa.2017.03.037 [In Russian]
3. Kadochnikov S. M., Fedyunina A. A. 2019. "Change management in Russian research university in a changing context. The case study of HSE branch in St. Petersburg". *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, vol. 23, no 1-2, pp. 93-100. DOI: 10.15826/umpa.2019.01-2.007 [In Russian]
4. Cameron K. S., Queen R. E. 2006. *Diagnostics and Changes in the Organizational Culture*. [In Russian]
5. Klyuev A.K. 2018. "Universities and business: prospects of development of diffused structures and processes". *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, vol. 22, no 6, pp. 72-80. DOI: 10.15826/umpa.2018.06.059 [In Russian]
6. Manokin M. A., Ozhegova A. R., Shenkman E. A. 2018. "Agile methodology in education". *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, vol. 22, no 4, pp. 83-96. DOI: 10.15826/umpa.2018.04.042 [In Russian]
7. Mironos A. A., Bednyi B. I., Rybakov N. V. 2017. "Academic careers in the spectrum of postgraduate students' professional preferences". *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, vol. 21, no 3, pp. 74-84. DOI: 10.15826/umpa.2017.03.039 [In Russian]
8. Pakhomova N. V., Rikhter K. K. 2013. "Contemporary university and the innovation challenge". *Universitetskoe upravlenie: praktika i analiz*, vol. 83, no 1, pp. 28-42. [In Russian]
9. RF Federal service of State Statistics. Research and Innovations. Accessed 21 June 2019. http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/science/#/ [In Russian]
10. Yablonskene N. L. 2006. "Corporative culture of contemporary university". *Universitetskoe upravlenie*, no 2 (42), pp. 7-25. [In Russian]
11. Benfield J. A., Szlemko W. J. 2006. "Internet-based data collection: promises and realities". *Journal of Research Practice*, vol. 2, no 2, art. D1. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ805689.pdf>
12. Kreiner G. E., Ashforth B. E. 2004. "Evidence toward an expanded model of organizational identification". *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, vol. 25, no 1, pp. 1-27. DOI: 10.1002/job.234
13. Shein E. H. 1985. *Organizational Culture and Leadership: A Dynamic View*, vol. 4. San Fransisco, CA: Jossey—Bass Inc.