

**КУЛЬТУРА ПАРТНЕРСТВА СТУДЕНТОВ В  
СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ВУЗА**

*Иванова Александра Юрьевна*

*Студент (специалист)*

Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

*E-mail: alexandrialimeq@gmail.com*

Значимой тенденцией развития современного общества является постепенное увеличение представленности на всех уровнях его функционирования различных форм общественных отношений, которые возникают в результате самоорганизации и равноправного сотрудничества социальных субъектов.

Как показывает история, индивиды, социальные группы, взаимодействуя друг с другом на основе учёта взаимных интересов контрагентов, отказа от конфликта и обладая нацеленностью на обретение согласия по интересующим их вопросам, способны реализовать общие цели более эффективно [3].

Именно такой способ социального взаимодействия, выраженный в поиске, нахождении баланса интересов и ведении совместной деятельности по их удовлетворению, можно считать партнерством [2].

В настоящее время одной из задач высшей школы является подготовка компетентного, гибкого, конкурентоспособного специалиста для работы в динамично меняющихся условиях, способного самостоятельно и творчески решать профессиональные задачи. В постиндустриальном обществе прорывные технологии, как правило, создаются творческими научными коллективами. Для работы в команде специалисты должны обладать культурой партнёрства. Дело в том, что в рамках партнёрства неопределённость будущего «снимается» посредством постоянного диалога, при этом роль лидера перемещается от одного субъекта к другому ситуативно. Для партнёрства важным являются не только формально-организационные, но и субъектные характеристики, которые включают в себя осознание интересов, потребностей, мотивов, ценностные и этические установки, наличие взаимопонимания. Однако на данном этапе развития современного общества малоизученным остается вопрос овладения культурой партнёрства на формирование профессиональных компетенций будущих специалистов [4].

В связи с этим можно выделить проблему, состоящую в противоречии: с одной стороны, культура партнёрства личности имеет большое значение в формировании профессиональных компетенций специалиста, с другой стороны, недостаточно изучены особенности её формирования у студентов в образовательном пространстве вуза.

Любое партнёрство - это диалог сторон, их совместная деятельность по выявлению общих или трансформации разновекторных интересов в совпадающие и, безусловно, достижение общих целей. Это предполагает наличие у партнёров определённой степени управленческой, социальной, коммуникативной, психологической и профессиональной компетентности. Кроме того, участие в партнёрстве требует от сторон добровольного принятия на себя ответственности за ведение совместной деятельности и её результаты. Поэтому в случае, когда одним из партнёров является «молодёжь» как субъект, а предметом партнёрства - работа с молодёжью, следует говорить об обязательности наличия у такого субъекта минимально необходимой степени социальной и профессиональной зрелости [1].

В 2014 году в Ульяновском государственном техническом вузе было проведено исследование, изучавшее уровень сформированности культуры партнёрства и специфику ее

развития у студентов направления «Реклама и связи с общественностью». Одним из результатов исследования стал вывод о том, что большая часть студентов (66%) четко определяет суть партнерства в высшем учебном заведении, а также знает о специфике его распространения и функционирования. В большинстве случаев партнерство определяется как совокупность взаимодействий между всеми участниками высшей школы (36%). В частности, лишь студенты-первокурсники являются мало подверженными этому явлению, что обуславливается недавним переходом в высшее учебное заведение и продолжающимся процессом адаптации в обществе.

Немаловажным выводом является то, что положительные тенденции к партнерству просматриваются в учебной, научной и творческой деятельности, что подтверждает необходимость командной работы для профессионального становления будущих PR-специалистов. Нами выделены следующие особенности психологического микроклимата студентов направления «Реклама и связи с общественностью»: во-первых, установленное отношение доверия и взаимоуважения внутри учебных групп, позволяющее студентам испытывать положительные эмоции при участии в мероприятиях разного плана, а также доверять полученной от одногруппников информации; во-вторых, схожая ситуация прослеживается и по отношению к преподавательскому составу.

Однако, при типологической группировке студентов по результатам проведенного исследования выявлено, что респондентов, в контексте сформированности культуры партнерства относительно личного отношения к партнерству можно разделить на: **активных** (35%) - студенты, предпочитающие работать в команде и являющиеся членами студенческих организаций; **пассивных** (14%) - студенты, состоящие в студенческих организациях, но предпочитающие индивидуальную работу; **потенциальных** (43%) - студенты, не являющиеся членами каких-либо организаций, но отдающие предпочтение работе в команде; **одиночек** (8%) - студенты, отвергающие командную работу и не состоящие в студенческих организациях.

Итак, следует подчеркнуть, что особую значимость представляет изучение условий воспитания культуры партнерства студентов социогуманитарных профессий, в частности, PR-специалистов, поскольку в их первостепенные задачи входит установление и поддержание доверительных отношений как с внешней аудиторией, так и внутри организации. И в этом смысле обладание культурой партнерства является для них не только общекультурной компетенцией, но и профессиональной.

### Источники и литература

- 1) Ховрин А.Ю. Социальное партнерство как механизм трудоустройства молодых специалистов // Высшее образование в России. 2008. No. 6. С. 134 - 137
- 2) Ховрин А.Ю. Социальное партнёрство: сущность и классификация // Социально гуманитарные знания. 2009. No. 5. С. 125 – 140.
- 3) Ховрин А.Ю. Студенческое самоуправление в контексте социального партнерства// Высшее образование в России. 2010. No. 6. С. 128 – 132.
- 4) Шигабетдинова Г. М. Рефлексивное партнёрство как тип конструктивного взаимодействия // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Психология. Издательство: Новосибирский государственный университет (Новосибирск). Т. 7. 2013. No. 1 С. 79-88.

### Слова благодарности

Выражаю благодарность своему научному руководителю - доценту кафедры "Политология, социология и связи с общественностью" Шигабетдиновой Гузель Мирхайзановне, за

поддержку в проведении исследования, послужившего основой для научных тезисов и дипломной работы.