Кузьмичева Н. В.

АДАПТАЦИЯ, СОЦИАЛИЗАЦИЯ И АККУЛЬТУРАЦИЯ: СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2009/4-2/26.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2009. № 4 (23): в 2-х ч. Ч. II. С. 84-86. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2009/4-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

АДАПТАЦИЯ, СОЦИАЛИЗАЦИЯ И АККУЛЬТУРАЦИЯ: СООТНОШЕНИЕ ПОНЯТИЙ

Кузьмичева Н. В.
Волгоградский филиал Академии труда и социальных отношений

Одной из проблем работы с персоналом в организации при привлечении человеческих ресурсов является трудовая адаптация.

В современной экономической литературе существует ряд определений адаптации. Рассмотрим некоторые из них.

По мнению Белоусова Р. А. и Селезнева А. З., адаптация – это приспособление человека к условиям труда, к людям, к моральным нормативам и ценностям коллектива, к его традициям и общественному мнению [Белоусов: 254].

В. И. Шкатулла определяет адаптацию как процесс познания нитей власти, идеологии, принятой в организации, как процесс обучения, осознания ориентиров организации или ее подразделений [Шкатулла: 83].

А. Я. Кибанов под адаптацией понимает взаимное приспособление работника и организации, основывающееся на постепенной врабатываемости сотрудника в новых профессиональных, социальных и организационно-экономических условиях труда [Кибанов: 271].

С точки зрения В. И. Гончарова, трудовая адаптация представляет собой взаимное приспособление работника в организации, основывающееся на постепенном включении работника в процесс работы в новых для него профессиональных, психофизиологических, социально-психологических, организационно-административных, экономических, санитарно-гигиенических и бытовых условиях труда и отдыха [Гончаров: 161].

Из вышеприведенных определений вытекает, что основная цель адаптации заключается в том, чтобы привести в соответствие личные знания, опыт и ценности работника с ценностями и традициями организации, обучить его взаимоотношениям в конкретной фирме.

Любая фирма состоит из людей. Следовательно, в организации проходит социализация нового сотрудника – имеется в виду усвоение им определенной системы знаний, норм и ценностей, позволяющих ему стать полноправным членом данной организации [Дятлов: 258]. Он постепенно воспринимает артефакты, которые видит и слышит, подсознательно осваивает ценности, которые стали источником этих артефактов и, в конце концов, его сознание трансформируется так, что эти ценности становятся неотъемлемой частью его «Я», вживаются, становятся базовыми положениями (см. Рис. 1).

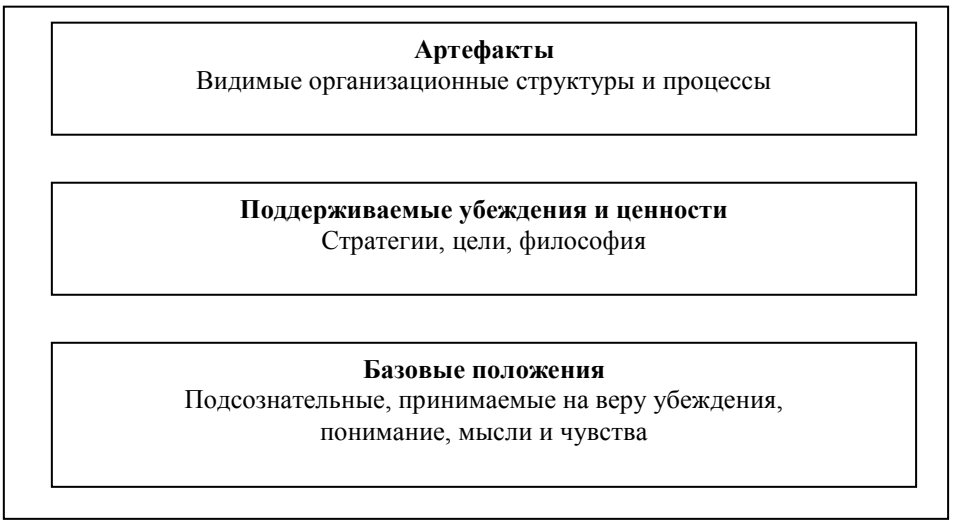

Рис. 1. Трехуровневая модель культуры организации Э. Шейна

Адаптационный процесс называется аккультурацией, если речь идет об усвоении человеком новых культурных ценностей, о приобщении к климату организации и рабочему окружению [Шаталова: 118].

Задача остальных работников – обучить новичка тому, что от него ждут, что считается правильным, как следует себя вести в той или иной рабочей ситуации.

Исследователи аккультурации давно признали, что этот процесс в значительной степени реализуется через взаимодействие между новичками и «агентами» (членами организации, носителями корпоративной культуры).

По мере того как новичок постепенно превращается в «своего», он проходит через множество разнообразных межличностных процессов, которые затрагивают многие задачи аккультурации: от овладения навыками конкретной производственной деятельности через создание ролевых отношений в группе до действительного вживания в организацию и приобщения к ее культуре.

«Агентами» аккультурации для нового члена организации являются ее сотрудники (представители реле-

вантной группы или независимые эксперты), другие новички, непосредственный начальник, наставник, заказчики или клиенты и др. Рассмотрим это подробнее.

Сотрудники, равные по статусу новому члену организации, вносят большой вклад в его аккультурацию. Они ежедневно помогают ему в понимании происходящего и в решении многих проблем, дают ему представление о неформальных ролях, принятых в организации методах и подходах. При этом роль сотрудников, находящихся на одном иерархическом уровне с новичком, становится тем значимее, чем сложнее или непонятнее стоящая перед ним задача.

Наблюдая за членами релевантной группы и общаясь с ними, новичок осознает не только свое место в группе, но и нормы группы, ее ценности и отношения в ней. Следовательно, взаимоотношения с равными сотрудниками в группе облегчают аккультурацию, в частности овладение групповой культурой, включая ее нормы, ценности, отношение к работе и осознание своего места в производственных ситуациях.

Иногда вместо группы или в дополнение к ней новичок вступает в отношения с одним членом коллектива, учась у него, как понимать определенные производственные ситуации и вести себя в них, подражая своему опытному коллеге и тем самым часто вырабатывая к нему определенную эмоциональную привязанность.

При этом очень важно, насколько сотрудник со стажем работы в компании старше новичка: большая разница в возрасте может способствовать большему уважению со стороны новичка, но одновременно препятствовать возникновению ощущения сходства между ними.

Но в любом случае равный по положению сотрудник, проработавший в данной организации долгое время, вызывает у новичка больше доверия, чем его руководитель. Как показали исследования, именно ежедневное общение с равными по положению сотрудниками оказывается наиболее полезным в ориентации на новом месте в процессе аккультурации.

Общение с другими новичками. Такие агенты аккультурации также используются для помощи при вхождении в новую организацию. Обычно новичкам проще обратиться к таким, как он сам, особенно в неясных ситуациях. Но другие новички, хотя и могут оказать эмоциональную поддержку, порой тоже не способны объяснить непонятные вещи, действия или ситуации, а значит, могут дать неверную информацию. Следовательно, процесс аккультурации будет сложнее, если новичок общается в основном с себе подобными: он может не заметить важные правила или категории и ему потребуется больше времени для «вхождения» в корпоративную культуру.

Непосредственный начальник, общаясь с новичком, выступает как официальный носитель корпоративной культуры. Его должность, наделенная властью поощрять или наказывать, вызывает меньше доверия у новичка. Со временем новичок может установить со своим непосредственным руководителем другие отношения, выходящие за рамки официального распределения ролей, но это вряд ли возможно на начальном этапе аккультурации, поскольку руководитель видит и понимает корпоративную культуру не так, как подчиненный.

Начальник может служить образцом для подражания, если он как человек вызывает доверие и уважение, но это обычно происходит при отсутствии равных по положению, но более опытных сотрудников.

Следовательно, непосредственный начальник в меньшей степени, чем равный сотрудник, способствует аккультурации новичка, во-первых, потому что он в меньшей степени владеет необходимой информацией о внутренних, скрытых силах взаимодействия в организации на низшем уровне, а во-вторых, потому что подчиненные реже обращаются к нему за помощью.

Единственная сфера, в которой начальники готовы и действительно могут помочь новичкам в процессе аккультурации, - это осознание межуровневых взаимоотношений (между равнозначными отделами или между отделом и другими подразделениями, как высшего, так и низшего звена).

Отношения с наставником. В отличие от непосредственного начальника наставник не обязательно должен иметь формальные иерархические отношения с новичком. Некоторые компании создают специализированные кураторские программы, в которых назначают старших опытных работников наставниками молодых. При этом кураторами становятся добровольно, выбор наставника и подопечного осуществляется по взаимной договоренности.

Наставник дает новичку меньше необходимой информации о сиюминутных задачах, чем другие агенты аккультурации. Он скорее снабжает его общими знаниями и представлениями о прошлом и будущем компании. В этом его сильные и одновременно слабые стороны: представляя широкую, порой абстрактную картину корпоративной культуры, наставник не способен подсказать новичку, как решать каждодневные проблемы.

Следовательно, взаимоотношения с наставником, во-первых, облегчают процесс приобщения к корпоративной культуре в широком смысле слова (к ее идеологии, корпоративным ценностям, исторической перспективе организации) и, во-вторых, облегчают процесс аккультурации, в частности, в понимании новичком его роли и места в организационной культуре.

Взаимоотношения с заказчиками, клиентами и т.д. Люди, которые не являются членами организации, но взаимодействуют с ней в качестве заказчиков, клиентов, пациентов, партнеров и т.д., могут выполнять роль проводников корпоративной культуры в процессе социализации новичка. Общение с ними облегчает процесс аккультурации, в частности в усвоении норм, ценностей, стандартных процедур, в осуществлении взаимодействия через организационные границы [Кузнецов: 375–378].

Таким образом, адаптация самое широкое понятие из анализируемых, поскольку включает процессы и социализации, и аккультурации. Социализация связана с определением своего места среди окружающих людей нового работника. Что же касается аккультурации, то это процесс приспособления к новым ценностям организации. А в целом данные понятия очень тесно взаимосвязаны.

Список литературы

Гончаров, В. И. Менеджмент / В. И. Гончаров. – Минск: «Мисанта», 2003.
Дятлов, А. Н. Общий менеджмент: концепции и комментарии / А. Н. Дятлов, М. В. Плотников, И. А. Мутовин. – М.: Альпина бизнес букс, 2007.
Корпоративная культура: Учебное пособие / Автор-сост. И. Н. Кузнецов. – Мн.: Книжный дом; Мисанта, 2006.
Организационная культура: Учебник / Под ред. Н. И. Шаталовой. – М.: Экзамен, 2006.
Основы научного управления социально-экономическими процессами / Под общ. ред. Р. А. Белоусова, А. З. Селезнева. – М.: Мысль, 1988.
Управление персоналом организации / Под ред. А. Я. Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 1999.
Шкатулла, В. И. Настольная книга менеджера по кадрам / В. И. Шкатулла. – М.: Издательство НОРМА (Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М), 2000.

МОТИВОФОРМИРУЮЩИЕ ФАКТОРЫ ИЗУЧЕНИЯ РУССКОГО ЯЗЫКА КИТАЙСКИМИ УЧАЩИМИСЯ И СПОСОБЫ ИХ КОРРЕКТИРОВКИ В РОССИЙСКОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ СРЕДЕ

Куличенко Г. Е.
Волгоградский государственный педагогический университет

Установление и расширение каналов межкультурного диалога, включающего экономические, научные, культурные, профессиональные, личностные аспекты являются мотивоформирующими факторами изучения русского языка иностранными учащимися. Объективная зависимость целей обучения от внешних, социальных факторов выражается в выводимости их социального заказа. В содержание понятия «социальный заказ» включаются потребности общества, с одной стороны, и ожидания и потребности учащихся – с другой. Под ожиданиями учащихся понимаются не только их интересы, побудившие обратиться к изучению русского языка (прагматические, эмоциональные), но и ожидания, которые обусловлены имеющимся у учащихся опытом учебной деятельности, связанным с национальными педагогическими традициями, ожиданий, обращенных на личность преподавателя русского языка и его деятельность.

Мотивация является важнейшим психологическим фактором, влияющим на формирование личностно-ценностных ориентаций к познанию жизни в целом и личной. Активная познавательная деятельность невозможна без высокого уровня мотивации учения. Иностранные студенты, обучающиеся в России, имеют различный уровень мотивации. Многие из них приехали получать образование в российских вузах, зная о высоком уровне российской науки. Некоторых студентов интересуют только дипломы о высшем образовании, и для таких студентов решающим аргументом в пользу обучения в России является его стоимость. Цены в российских вузах, даже с учетом повышения стоимости обучения, более конкурентоспособны по сравнению с вузами США и Западной Европы.

В России русскому языку как будущей специальности обучается большое количество китайских студентов. В Китае вузовское преподавание русского языка делится на 2 блока – «русский язык для русистов и для нерусистов». В 1 блок входят 65 институтов и университетов, где учатся 6500 студентов, изучающих русский язык как специальность, во 2 блоке – 300 вузов и 18 000 студентов, для которых русский язык – первый иностранный язык. 5000 студентов и аспирантов изучают русский язык как 2 иностранный язык. Результаты анкетирования студентов нашего университета (вновь прибывших бакалавров 3 курса и магистрантов, закончивших бакалавриат в России) показали, что мотивы выбора ими профессии преподавателя русского языка различны. Их условно можно разделить на следующие группы: профессия педагога просто нравится – самая большая группа, далее по убыванию: профессия педагога – это популярная в Китае профессия; родители – педагоги; у педагога - 2 отпуска (имеются ввиду каникулы).

Мотивы выбора изучения русского языка как специальности следующие: быстро развивающиеся отношения с Россией; русский язык – популярный в Китае; родственники владеют русским языком; изучал в школе; нравится язык; любовь к России и языку; русский язык – трудный, нравится преодоление трудностей. На вопрос, что является приоритетным в процессе профессиональной подготовки, почти все студенты назвали знания по специальности, 1 студент, кроме этого, назвал индивидуальность учителя и собственную концепцию педагогического труда.

Нам представляется, что в мотивационной базе обучения должны быть правильно расставлены акценты. Современный процесс обучения делает ставку на систему ожиданий учащихся, таким образом позволяя сформировать их социальную компетенцию. Надо придать процессу обучения личностный смысл и создать атмосферу, в которой учащийся захочет экспериментировать с русским языком, который будет способствовать успеху в обучении и создаст максимум мотивации для работы с языком в будущем. Преподавателю,