

содержания подготовки кадров, технологии обучения, привлечь к этому работодателей, в-третьих, к созданию нового поколения стандартов, основанных на профессиональных компетенциях.

### **Список литературы**

1. *Демин В.* НПО и СПО: пора ответить на вопросы / Всероссийская конференция по итогам реализации приоритетного национального проекта «Образование» в системах НПО и СПО. 2010.
2. *Романцев Г. М.* Ремесленное профессиональное образование - одно из направлений реформирования профессионального образования // Специалист. 2010. № 12. С. 8-11.
3. *Федеральной службы государственной статистики / Социально-экономическое положение России – 2011.*

**Ю. Н. Глибоцкая, Н. Н. Давыдова**  
*Школа-интернат № 89, г. Новоуральск,*  
*УрО РАО, г. Екатеринбург*

## **КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ КАК НРАВСТВЕННАЯ ОСНОВА КОНСОЛИДАЦИИ ПЕДАГОГИЧЕСКОГО КОЛЛЕКТИВА<sup>1</sup>**

Феномен корпоративных отношений в российском образовании стал изучаться сравнительно недавно. Однако традиция рассмотрения образовательных учреждений (ОУ) в качестве социальной системы как бюрократической организации восходит еще к работам М. Вебера, Т. Веблена, Т. Парсонса. Понимание образовательного учреждения как самостоятельного социального субъекта уже состоялось, о чем свидетельствуют государственные документы и акты [6]. Политика в области образования обусловила внимание к изучению и исследованию свойств, характеристик и возможностей образовательных учреждений как корпораций особого рода. В последние десятилетия существенно изменились функции образовательного учреждения. Ныне основу составляют коммуникационные, управляющие, организационные, технологические, функциональные системы [9]. При этом управляющей системе ОУ отводится главенствующая роль, поскольку она оценивает возможности, вырабатывает корпоративную стратегию, ставит общую цель для всех подсистем, осуществляет контроль достижений. Среди основных объектов осмысления корпоративной культуры ОУ можно выделить два:

Работа выполнена при финансовой поддержке гранта РГНФ № 11–06–00771а.

1) статус образовательного учреждения как типичной корпорации со всеми ее соответствующими признаками;

2) статус образовательного учреждения как специфической корпорации, целеполагание в которой не может ограничиваться исключительно экономическими соображениями.

Образовательное учреждение современного типа, осваивающее новые образцы корпоративной культуры, стоит перед необходимостью разработки двух планов (или траекторий) своей стратегии: внешнего и внутреннего.

*Внешний* - экономический успех, рентабельность, презентабельность, количественные показатели успешности; *внутренний* - поддержание и развитие культурного образца деятельности, основанного на гуманистических ценностях педагогики. Введение понятий корпоративной деятельности и корпоративной культуры в современный педагогический тезаурус является оправданным, поскольку под культурой в широком смысле сегодня понимается целенаправленная деятельность людей по созданию новых значительных приращений в области социальных отношений, в экономике, искусстве, производстве, в создании новых технологий. В специфическом педагогическом понимании «культура выступает как содержательная составляющая, источник способов деятельности, эмоционально-волевого и ценностного отношения человека к окружающим людям, труду, общению» [12].

В настоящее время при выявлении сущности корпоративной культуры ОУ целесообразно опираться на следующий ряд ее определений:

- 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 [3];

- 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 [11];

- это явления духовной и материальной жизни коллектива, доминирующие в нем моральные нормы и ценности, принятый кодекс поведения и укоренившиеся ритуалы, достижение установленных стандартов качества работы;

- это система взаимодействующих материальных и духовных ценностей, проявлений, присущих организации, отражающих ее индивидуальность, восприятие себя и окружающей среды, сложное, многослойное, динамичное явление, включающее и материальное, и духовное в поведении организации по отношению к субъектам внешней среды и к собственным сотрудникам [5];

- это свод формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, персональных и групповых интересов, особенностей поведения, ценностей [8];

- это комплекс разделяемых всеми членами организации ценностей, представлений, понятий и убеждений, а также поведенческих норм и артефактов, которые создает организация по мере преодоления препятствий внутреннего и внешнего характера на пути к успеху и процветанию. Она становится атрибутом современной корпорации, обретает функциональную направленность, которая предопределяет совпадение ценностей организации и работника, качественное улучшение их совместной жизнедеятельности [10].

В целом, корпоративная культура образовательного учреждения включает в себя следующие психологические конструкты: ценности и нормы, убеждения и ожидания, мифы и верования, ритуалы и традиции, символы. Эти конструкты определяют образ мышления и действий сотрудников, преподавателей, воспитателей, учеников. Они принимаются и разделяются всей общественностью учебного заведения и передаются при вхождении в ОУ «новичков» для их адаптации к особенностям образовательного учреждения. При этом корпоративная культура формируется весь период существования ОУ под воздействием «материальных и нематериальных, явных и скрытых, осознанных и неосознанных процессов и явлений», подвергаясь постоянным изменениям. Но в идеальном случае она выполняет важную роль - объединяя всех в единую команду для эффективной реализации миссии учебного заведения. Ведь значимость корпоративной культуры состоит именно в том, что она естественным путем позволяет отбирать наиболее результативные для достижения цели внутрикорпоративные межличностные отношения, соответствующие модели поведения общности. Культивируя такие ценности, как компетентность, творческая устремленность, готовность к внешней и внутренней конкуренции (соревнованию), к работе в команде, коллективизм, гордость за свое учебное заведение, корпоративная культура повышает сплоченность внутренней общности, согласованность их поведения, наиболее соответствующего целям заведения.

Одно из основных проявлений корпоративной культуры как объединяющего начала – корпоративная идентичность. Е. Дегаев рассматривает корпоративную идентичность в учебном заведении как результат когнитивно-эмоционального процесса осознания себя представителем некоей организации, определенную степень отождествления себя с ней [1].

Он выделяет следующие компоненты корпоративной идентичности: когнитивный, аффективный (эмоционально-оценочный) и конативный. Основу когнитивного компонента составляют знания об организации: ее истории, ценностях, традициях, нормах. Для учебного заведения это – совокупность информации об истории создания и развития, произошедших значимых событиях, сложившихся и принятых внутренней общественностью ценностях, нормах, традициях и т. п. Эти знания передаются педагогам и обучающимся либо стихийно – через неформальное общение, собственные наблюдения, либо целенаправленно – через корпоративные средства массовой информации (телевидение, радио, печатные издания, интернет) и специальные корпоративные документы (миссия, кодекс). Аффективный строится на когнитивном компоненте, то есть на приобретаемых знаниях об организации и отражает отношение к ней – позитивное (гордость за свое учреждение, желание быть его частью) или негативное (отторжение учебного заведения, предпочтение других). На отношение к организации влияют такие факторы, как удовлетворенность стилем руководства, условием и содержанием деятельности, возможностями карьерного роста, отношениями в коллективе и т. п. При этом важную роль в создании положительного отношения играют корпоративные ритуалы, традиции, мероприятия, так как считается, что высокая частота неформальных контактов сближает, формирует единомысленную команду. Конативный компонент вытекает из первых двух и является результатом интернализации ценностей и норм поведения, принятых в организации, в мотивационную структуру индивида. Интериоризация происходит по вертикали – в результате воздействия системы материального и нематериального стимулирования, и по горизонтали – в процессе взаимодействия внутри общности. Высокая степень развития конативного компонента проявляется в том, что член компании строит свою деятельность, осознанно опираясь на принципы и нормы, принятые в организации.

В рамках развивающейся на базе УрО РАО «Уральское отделение» и РГППУ сети образовательных учреждений, представляющей собой сообщество функциональных партнеров, управляющих проектированием, разработкой и реализацией интеллектуальных продуктов и новых образовательных услуг с

использованием современных педагогических технологий, для выстраивания успешного взаимодействия членов сети, большой интерес представляет изучение корпоративной культуры учреждений, входящих в эту сеть. Так, в ГБС (К) ОУ ШИ № 89 проведено целостное исследование ценностных ориентиров коллектива и основных параметров организационной среды, в анкетировании приняло участие 110 человек. По результатам исследования корпоративной культуры в школе-интернате № 89 можно сделать следующие выводы:

- основными ценностями для сотрудников является материальное благополучие и получение социальных льгот, свою профессию считают важной и нужной более половины сотрудников. Большое значение для работников имеет общение друг с другом, и быть членами данного коллектива;

- система эффективного стимулирования, отсутствует, поскольку низкий заработок служит причиной неудовлетворенности работой, а так же большинство не видят связи между зарплатой и объемом и качеством выполняемой работы. Трудовую активность коллектива определяет, в основном, привычка работать и страх потерять работу;

- контроль в организации осуществляется периодический, но ненавязчивый. Оценка результатов работы сотрудники считают заниженной руководством. В большинстве случаев руководство, само проявляя необязательность последующего контроля за выполнением работы, требует от подчиненных выполнения приказаний. Большинство было отмечено, что авторитет руководителя организации усиливает ответственность подчиненных;

- стиль одежды многих сотрудников не соответствует профессии педагога и статусу образовательного учреждения.

Для дальнейшей консолидации педагогического коллектива методом экспертных оценок был сформирован план мероприятий, направленных на развитие корпоративной культуры ГБС (К) ОУ ШИ № 89. Его реализация, по нашему мнению, должна привести к следующим результатам:

- прозрачность в понимании всеми сотрудниками школы корпоративных ценностей, принципов, целей и стратегий;

- высокий уровень сплочённости и согласованности действий сотрудников школы;

- повышение эффективности корпоративных коммуникаций;

- повышение управляемости отдельных подразделений и школы в целом;

- повышение мотивации, осознанной лояльности и результативности работы сотрудников школы;
- укрепление имиджа школы и повышение ее конкурентоспособности;
- улучшение ключевых показателей профессиональной деятельности каждого сотрудника школы.

План развития корпоративной культуры ГБС (К) ОУ ШИ № 89

Этап	Мероприятие	Результат
1 этап	Разработка, согласование и утверждение на общем собрании коллектива «Положения о корпоративной культуре»	Миссия, задачи и стратегические цели сформулированы и прописаны, возможность сотрудникам разобраться в основных составляющих процесса, разграничит сферы полномочий и ответственности
2 этап	Разработка логотипа	Логотип будет идентифицировать школу-интернат
3 этап	Формирование стиля в одежде	Объединение коллектива и укрепление имиджа школы-интерната
4 этап	Делегирование полномочий неформальным лидерам	Пример повысит психологическую готовность коллектива к изменениям в культуре организации
5 этап	Мотивация	Проявление работниками делового и творческого подхода, повышение уровня доверия между работниками и руководством, самодисциплина
6 этап	Корпоративные коммуникации	Получатель информации о происходящем информирован о проблемах достоверно и своевременно
7 этап	Технология подбора и адаптации персонала	Новые сотрудники должны быть лояльны к складывающейся культуре организации
8 этап	Обучение руководителей	Гибкость и готовность к глубоким структурным изменениям и совершенствованию корпоративной культуры
9 этап	Оценка и контроль	Единая социальная общность, высокий уровень сплочённости и согласованности действий сотрудников, высокое качество образовательного процесса

## Список литературы

1. *Дегаев Е.* Имидж вуза и корпоративная идентичность // Высшее образование в России. 2008. № 11. С. 89-93.
2. *Кверк Б.* Создавая связи. Внутрикorporативные коммуникации в бизнес-стратегии / пер. с англ. М. П. Булавиной, С. Г. Жильцова; под общ. ред. А. Л. Разумовской. М.: Вершина, 2006.
3. *Кричевский Р. Л.* Если вы руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе. М., 1993.
4. *Лысов О. Е.* Методы прикладных исследований в менеджменте: учеб. пособие / О. Е. Лысов. СПб: ГУАП, 2006. С.164
5. *Михельсон-Ткач В. Л.* Процесс согласования ценностей: проблема и оценка // Менеджмент в России и за рубежом. 2002. N 1
6. Официальные документы образования. Информационный бюллетень. 2005. N 8.
7. *Пичугина Л. А.* Интерпретация понятия "корпоративная культура" в современной российской науке / Л. А. Пичугина // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2008. № 4. С. 209
8. *Пригожий А. И.* Организационная культура и ее преобразование // Общественные науки и современность. 2003. N 5.
9. *Прокопенко С.* Вуз: маркетинговая философия // Высшее образование в России. 2005. N2 10.
10. *Реут Д. В.* Корпоративный университет как ключевой момент консультирования корпоративности // Корпоративная культура: Материалы встречи ODN 30 октября 2001 года. Москва - <http://odn.ru/>
11. *Спивак В. А.* Корпоративная культура. Санкт-Петербург, 2001.
12. *Степин В. С.* Культура // Новейший философский словарь. Минск, 2003.

**В. В. Иванюк**

***Профессиональный лицей № 6, п. Пеледуй***

### **НРАВСТВЕННОЕ ВОСПИТАНИЕ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ СРЕДСТВАМИ КЛУБА «БРИГАНТАНА»**

В наше время перед любым педагогом встаёт ряд проблем, касающихся процесса воспитания. Причина этого лежит в смене ценностей общества. Нравственные изменения, с которым встретилось наше общество в результате политических перемен, оказывают негативное воздействие, прежде всего, на детей, подростков и молодёжь. Подрастающее поколение не обладает сформированной культурой и поэтому как губка впитывает не только положительные, но и отрицательные стороны жизни. В связи с этим проблемы духовно- нравствен-