

3. Психологический словарь / под ред. А.В.Петровского, М.Г. Ярошевского. Москва, 1990.
4. Педагогический энциклопедический словарь / Гл. ред. Б.М. Бим-Бад. Москва, 2003.
5. Персикова Т.Н. Межкультурная коммуникация и корпоративная культура. Москва, 2006.

И.В. Волгина
УГМА, г. Екатеринбург

КОРПОРАТИВНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Новое пробуждение самосознания российского общества, вылившееся в сложные процессы его целостного обновления, хотя еще и не давшие ожидаемых результатов, привело к рождению, утверждению в реальной жизненной практике таких феноменов как «корпорация», «корпоративная культура», «корпоративность» организации. В связи с этим возникла потребность заложить основы теоретико-педагогического исследования феномена «корпоративности образовательного учреждения». В качестве фактора личностного саморазвития субъектов педагогического процесса, мы хотели бы сосредоточить свое внимание на проблеме влияния корпоративного духа образовательного учреждения на личностное саморазвитие субъектов образовательного учреждения.

С понятием «корпорация», лежащим в основе названия исследуемого феномена, связаны и позитивные, и негативные смыслы. Так в теории коллектива понятием «корпорация» обозначается «... группа достаточно высокого уровня сплоченности, в которой её члены объединены общностью целей, ориентируются на единые ценности, качественно осуществляют групповое взаимодействие...» [3] То есть, эта группа обладает рядом важнейших характеристик зрелого коллектива – и это основное. Но она является антиподом коллектива в главном – в направленности, поскольку в ней групповые, «корпоративные» интересы являются превалирующими по отношению к интересам социального целого.

Понятие «корпоративность», таким образом, традиционно несет в себе следующие коннотаты: оно обозначает некое сплоченное сообщество с узкосоциальной корпоративной (групповой) направленностью; это сообщество представляет собой оппозицию социальному целому по своим интересам; оно сосредоточено на своем выживании и потому использует любые средства для этого, вступая в конфликт с обществом. В таком узком смысле указанный термин не может быть принят сегодня, потому что оп-

ределяемое им явление противостоит российскому менталитету, опирающемуся на общинный дух, стихийный коллективизм.

И как бы мы ни хотели отмежеваться от феномена корпоративности, реальность требует его осмысления. Необходимо наполнение понятия «корпоративности» новым углубленным содержанием. И сегодня рождаются его новые денотаты. Это обусловлено социальной практикой – тем, что появляются новые типы социальных сообществ, организаций, прежде всего профессиональных, которые, чтобы выжить, а затем и далее развиваться, должны уметь сознательно, целенаправленно автономизироваться, добиться высокого качества внутренней жизни, постоянно его подтверждать результатами деятельности, заявить себя в социальной среде, даже чем-то составлять ей содержательную оппозицию, тем самым обогащая свой ресурс.

Корпорации находятся на границе противоречия между государственным и частным групповым способами удовлетворения потребностей общества, осуществления, как сейчас принято говорить, актуальных услуг. Именно это и делает корпоративный способ объединения людей наиболее продуктивным в современных условиях развития общества.

Все сказанное выше касается и образования. Возникающие сегодня частные школы, детские сады, психолого-педагогические центры - это реалии современного российского социума. Чтобы выстоять и развиваться, им важно социально утвердиться.

Такие корпоративные образовательные учреждения, чтобы самоосуществиться, должны создать содружество своих членов, помочь им понять общий интерес и достойный уважения смысл их деятельности. Становление этих образовательных учреждений является, по сути, рождением и развитием группового, корпоративного самосознания их участников. Происходит самоидентификация образовательного учреждения как корпорации – с одной стороны, автономной социальной целостности, решающей «собственные задачи», в чем-то даже противостоящей обществу в защите своих интересов; а с другой – совокупного социального субъекта, ассоциативного члена общества, способствующего его развитию (поскольку данные групповые интересы тоже чаще всего важны для общества, но до определенного времени не осознаются им или не включаются в число приоритетных). Если образовательное учреждение успешно вовне и благотворно внутренне – создает благоприятную атмосферу для своих работников и воспитанников, осуществляет качественное образование, повышает в

глазах ценность принадлежности к этому учреждению, то в нем возникают многогранные деловые и межличностные связи, скрепляющие его внутренне и усиливающие продуктивность деятельности и социальный имидж.

Прежде всего, работникам образовательного учреждения приходится определить, пережить и лично, каждому – как свою собственную – принять общую цель деятельности, увидеть социальное предназначение учреждения – для общества в целом и для каждого включенного в него человека, то есть принять *миссию*. Именно в этом случае можно говорить о *корпоративности* образовательного учреждения.

Таким образом, *корпоративность образовательного учреждения* может быть определена как выражение общей готовности сообщества в целом, включая обучающихся и обучающихся, к качественному решению социальных задач – образования людей, повышения уровня их личностной и социальной зрелости – в единстве с целенаправленным удовлетворением потребностей его работников как социальной группы. Основу этой готовности составляет такое состояние группового самосознания и индивидуальных потребностей внутри корпорации, когда людьми осознаны смыслы и цели совместной деятельности, осмыслена и лично принята миссия учреждения, то есть сложилась максимальная внутренняя мотивация на продуктивную самоотдачу в деятельности; когда в учреждении царит атмосфера творчества, энергии, инициативы и ответственности; когда участники его жизнедеятельности готовы сознательно отстаивать свои индивидуальные и групповые интересы в социуме, создавать и поддерживать фирменный имидж; при этом динамично сопрягая групповые интересы с интересами социального целого. Именно в таком состоянии образовательное учреждение наиболее жизнеспособно и продуктивно в современных условиях социального экспериментирования.

Кроме того образовательное учреждение, как форма использования возможностей современного социума для развития и адекватного самоутверждения корпорации и её членов в целях решения актуальных социальных задач, получает перспективу выживания и развития даже при непредвиденных внешних и внутренних коллизиях, поскольку основано на творчестве и поощрении креативности людей, а «...развитие креатосферы человека есть основа социального и духовного прогресса, движения к новому, свободному социуму...» [1].

Таким образом, смыслообразующим ядром понятия «корпоративность образовательного учреждения» выступает потребность создания

взаимноподдерживающих отношений и уважения достоинства каждого человека, определяющая качество педагогического труда, и качество его продукта – выпускника учреждения. Эта потребность может членами общества постепенно осознаваться как общая цель организации, как идея, одухотворяющая их деятельность. Идея помогает людям, при созданных руководством приемлемых условиях труда на своем конкретном участке деятельности чувствовать себя в решении профессиональных задач не простыми исполнителями, а общностью компетентных и ответственных единомышленников. Постепенно вырабатывая общую систему ценностей, субъекты корпорации на этой основе пересматривают свое отношение к обучающимся и коллегам, к средствам своей деятельности, к своему профессиональному мастерству, в результате приходя к пониманию необходимости личностно-профессионального «самовоспроизводства».

Образовательные учреждения как трудовые коллективы, чтобы оставаться жизнеспособными, вынуждены постоянно возвращаться к осмыслению своей социальной роли и её реализации в деятельности, возможностей совершенствования собственной жизнедеятельности в интересах работников, обучающихся и общества. Только следствием этого может стать углубление корпоративного духа учреждения.

Рассмотрев вопросы сущности феномена «корпоративности образовательного учреждения», мы принимаем его определение как особого, важного фактора развития общества и личности, подчеркиваем динамичность данного феномена, риски его стихийного образовывания. Мы указываем на него как на мало используемый до сих пор – ресурс развития социума и человека, утверждаем возможность и необходимость специальной психолого-педагогической поддержки его становления. И это рассматриваем как предмет дальнейшего исследования.

Список литературы

1. Бузглин А.В. Социальная философия постсоветского марксизма в России: ответы на вызовы XXI века: тезисы к формированию научной школы / А.В.Бузглин, А.И.Колганов//Вопросы философии. – 2005. -№9. - С.3-25.
2. Панарина Е. Ищите миссию/ Е.Панарина//Поиск. – 2003.-№41(751).
3. Штро В.А. Референтные отношения в группе как фактор организационных изменений / В.А.Штро, А.А.Меланьина // Вопросы психологии. – 2005. - № 3. – С. 70-83.