

## К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ СРЕДСТВАМИ МАСС-МЕДИА

Тихонова Т. Н.

*ОГБОУ СПО «Иркутский региональный колледж педагогического образования», 664 074, г. Иркутск, 5-я Железнодорожная, 53, e-mail: [irkpo@irkpo.ru](mailto:irkpo@irkpo.ru)*

В статье рассматривается проблема формирования организационной культуры образовательного учреждения, определяется актуальность поиска эффективных средств формирования организационной культуры образовательного учреждения. Проблемы поиска концептуальных позиций и связанных с ними инструментария и методик целенаправленного формирования организационной культуры образовательного учреждения приобретает особую актуальность в условиях модернизации образования, когда сформированная организационная культура обеспечивает эффективное функционирование образовательного учреждения и его субъектов в меняющемся социуме. Анализ педагогической и общенаучной литературы, выявление специфики практического разрешения рассматриваемой проблемы позволили нам обозначить основные направления формирования организационной культуры образовательного учреждения. В качестве актуального инструмента выработки ценностных ориентиров, определенной модели поведения, особого стиля взаимоотношений мы видим масс-медиа образовательного учреждения и рассматриваем масс-медиа как средство формирования организационной культуры образовательного учреждения, как особое медийное пространство, в котором дети вместе с взрослыми создают реальные информационные продукты, вступают в процесс коммуникации, а не являются пассивными потребителями информации. В статье обосновывается педагогический потенциал масс-медиа как средства формирования организационной культуры образовательного учреждения.

Ключевые слова: организационная культура, стратегия, социальные связи, стиль взаимоотношений, педагогический потенциал масс-медиа.

## ABOUT CONFORMATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE OF EDUCATIONAL INSTITUTE BY MASS-MEDIA

Tikhonova T. N.

*Irkutsk Regional College Teacher Education, 664047, Irkutsk city, Sheleznodoroshnaia streey 53  
e-mail: [irkpo@irkpo.ru](mailto:irkpo@irkpo.ru)*

In this article are discussed problem of conformation of organizational culture of educational institute, are defined actuality of searching effective ways of conformation of organizational culture of educational institute. The problem of searching conceptual positions and connected with them tools and methods of task-oriented conformation of organizational culture of educational institute are gained the special actuality in condition of modernization of education in time when formed organizational culture provides effective function of educational institute and it subjects in changing society. The analyzing of pedagogic and scientific literature and educing of specifics of practice determination of that problem let us to denote the basic directions of conformation of organizational culture of educational institute. Mass-media of educational institute we choose as the tool of formulation reference points of specific model. By our opinion mass-media is method of conformation of organizational culture of educational institute and also the special media space where children with adults can organize real info-product and join the process of communication, but they are not only passive consumers of information. In the article the pedagogical potential of mass-media as method of conformation of organizational culture of educational institute is explained.

Key words: organizational culture, strategy, social connections, style of relationship, pedagogical potential of mass-media.

Формирование организационной культуры в образовательных учреждениях актуально в условиях современной модернизации российского образования. Организационная культура образовательного учреждения (ОК ОУ) является одной из важнейших составляющих успешности образовательного учреждения и эффективным

инструментом, позволяющим мобилизовать субъекты ОУ на достижение общих целей, стимулировать инициативу, обеспечить взаимопонимание, общие коммуникации, нормы межличностных отношений, широкие социальные связи.

Организационная культура представляет собой сложное интегральное образование, включающее общие цели образовательного учреждения, действующие в нем ценности и нормы, обычаи и традиции, общепринятый стиль взаимоотношений учащихся с педагогами и друг с другом, внешний дизайн и т.д. Данный феномен определяется как образ жизни, мышления, действия и существования субъектов организации, в основе которого лежат единство целей и система разделенных ценностей [В. Карлоф, 1991; Р. Л. Кричевский, 1993; С. В. Щербина, 1999 и др.].

По признанию В. В. Вачугова, О. С. Виханского, А. И. Наумова, М. М. Поташника, К. М. Ушакова, Э. Шейна и др. организационная культура отражает ценности, нормы, модели поведения, стиль взаимоотношений между членами организации. Рассматривая сущность ОК ОУ, К. М. Ушаков пишет, что организационная культура «характеризует поведение ее членов, способ решения возникающих перед организацией проблем и конфликтных ситуаций, отношение к внешним воздействиям, скорость и способ реагирования на изменяющиеся обстоятельства» [5, с. 5].

В научных работах, выполненных по различным проблемам образования, отражены отдельные аспекты, важные для понимания социально-педагогической сущности организационной культуры. Внимание исследователей сосредоточено на выявлении методологических и теоретических оснований развития организационной культуры (Т. А. Антопольская, 2010), механизмов ее изменения (В. А. Виноградова, 2003), обосновании педагогических условий формирования инновационной организационной культуры общеобразовательного учреждения (Л. Е. Асадчих, 2010). Достаточно глубоко, многопланово исследовано влияние ОК на эмоциональное благополучие ученика, социальную адаптацию личности (Е. С. Жерихов, 2004, И. В. Скрипичникова, 2007, А. В. Шакурова, 2005). Теоретики и практики рассматривают организационную культуру как фактор совершенствования сферы образования (Р. М. Гайнутдинов 2001, С. Н. Василевич, 2004, Л. Б. Малыхина, 2007), как условие формирования профессионального менталитета учителя (М. Б. Гедиева, 2005, А. Б. Зайцев, 2000, Е. В. Люликова, 2008 и др.).

При всей несомненной теоретической и практической значимости исследований, за пределами педагогического анализа остаются явления, связанные с проблемой поиска эффективных средств формирования организационной культуры образовательного

учреждения, обоснованием адекватных средств миссии организации, определением ресурсов и технологий.

Данная проблема приобретает особую актуальность в условиях модернизации образования, когда сформированная организационная культура обеспечивает эффективное функционирование образовательного учреждения и его субъектов в меняющемся социуме. Следовательно, направленность на формирование организационной культуры – фактор позитивного развития ОУ, что позволяет нам рассматривать ОК в качестве объекта нашего исследования.

Организационная культура создает определенную общественную репутацию, которая влияет на выживаемость образовательного учреждения во внешнем мире. Сильная культура организации притягивает к себе и помогает формированию чувства привязанности учителей и учащихся к школе, гордости за ОУ, влияет на удовлетворенность субъектов. Это подтверждают исследования Ю. Ю. Темрюкова, В. А. Самодуровой, О. Ю. Коровиной и др.

По мнению авторов, организационная культура задает некоторую систему внутренних ценностей, в процессе реализации которых формируется общее культурно-смысловое пространство организации, позволяющее ей достичь желаемого будущего. В образовательном учреждении мы можем рассматривать ОК как мощный стратегический инструмент, позволяющий ориентировать субъектов (учителей и учеников) на общие цели (качество образования), мобилизовать инициативу, обеспечить продуктивное взаимодействие как внутри ОУ, так и за его пределами.

Теоретический обзор научной литературы позволил сделать вывод о том, что достаточно большое количество исследователей размышляло о скрытом содержании организации и взаимодействии в школе. Еще П. Лесгафт, А. Макаренко, В. Сухомлинский обращали внимание на то, что специфическая атмосфера школы, ее уклад, дух, стиль отношений, отличающих один коллектив от другого, не в меньшей степени определяют качество образования, чем набор или перечень учебных предметов, образовательные области, объем изученного материала.

Анализ научных публикаций Л. Н. Аксеновской, Т. А. Антопольской, Л. Е. Асадчих, С. Н. Василевич, В. А. Виноградовой, С. М. Мыскина, Ю. Ю. Темрюкова, А. Е. Ушницкой свидетельствуют о том, что формирование ОК ОУ до сих пор рассматривалось учеными, скорее, в тактическом, нежели в стратегическом плане. За пределами исследований остаются проблемы поиска инструментария и методик целенаправленного формирования организационной культуры ОУ.

В качестве такого средства мы видим масс-медиа образовательного учреждения и рассматриваем их как актуальный инструмент выработки ценностных ориентиров, определенной модели поведения, особого стиля взаимоотношений.

Масс-медиа образовательного учреждения – это печатные издания (газеты, журналы, альманахи), электронные (веб-страницы, телевизионные и радиопрограммы), созданные по моделям взрослых СМИ, в силу своего нахождения в образовательном пространстве решающие, в первую очередь, педагогические задачи, сохраняя свое первоначальное предназначение – информационное обеспечение жизни детского коллектива.

В нашем видении масс-медиа образовательного учреждения признаны уникальным видом творчества ребенка, духовной трудовой деятельности, где сочетаются его умения с впечатлениями от реальности, что позволяет реализовать творческий потенциал, формировать социальный опыт, открывать себя во внешнем мире и узнать, что он в нем не один.

Применительно к анализируемой проблеме мы соглашаемся с мнением И. М. Дзялошинского, который считает, что масс-медиа – это «социальный (общественный) институт, задающий ограничительные рамки для процессов создания и распространения массовой информации, а СМИ – это совокупность организаций (редакций и иных медиапредприятий), действующих в этих рамках [2, с. 3].

В психолого-педагогической литературе сложились некоторые подходы к пониманию педагогических возможностей масс-медиа (Е. Л. Вартанова, Л. Б. Доржиева, И. В. Жилавская, А. О. Катионова и др.). По мнению авторов, функционирование масс-медиа в ОУ является важным фактором формирования общественного мнения, привлекающим внимание к проблемам социума.

Задача образовательного учреждения, по нашему мнению, должна заключаться в том, чтобы в процессе создания медиапродуктов дети понимали проблемы общества, включались в процесс осмысления проблемных областей в сфере деятельности ОУ в соответствии с их образовательными интересами, повышали уровень открытости, сотрудничества, развивали систему взаимодействия и кооперации между детьми и взрослыми, способствовали продуктивному диалогу.

Защита общественных интересов, через печатные и электронные школьные издания позволяют субъектам ОУ приобрести целый ряд гражданских навыков и одновременно предметно освоить знания в сфере демократии, прав человека, конфликтологии, политологии. Они вносят свой вклад в социальные проекты образовательного учреждения, а иногда и местного сообщества. Кроме того, масс-медиа образовательного учреждения помогают моделировать истории небольших, но конкретных успехов в защите общественных

интересов, влияют на уклад школьной жизни, позволяют в простой и понятной форме привлечь учащихся, учителей, родителей, как к осмыслению общих проблем, так и к практическому участию в коллективной деятельности по решению конкретных задач.

В духовной области масс-медиа ОУ выполняют познавательную, образовательную, воспитательную, духовную роль. А. А. Журин отмечает, что информация, которую школьники получают из различных медиа-источников, в отличие от учебной, обладает рядом привлекательных свойств: она эмоционально окрашена, актуальна, доступна для понимания детей и подростков [4, с. 21].

Гражданское общество, партнерство граждан и власти оказывается возможно, указывает А. Адамский, если только у взрослых граждан есть воспитанная в детстве в школе, в семье способность к кооперации, партнерству, сотрудничеству [1, с. 2]. Масс-медиа ОУ позволяют выстраивать образовательную политику учреждения как модель гражданского общества – создавать основу общественного договора, систему связей школы и граждан на основе тщательного анализа новых образовательных потребностей и разнообразных способов их реализации.

Возросший интерес к освоению культурных традиций, к передаче ценностных ориентиров и необходимость сопряжения этого интереса с социальной составляющей образования в целом, стремление к сотрудничеству и взаимодействию, установлению партнерских связей за пределами ОУ, все это убеждает в особой важности функционирования масс-медиа, способных транслировать ценности, эффективно влиять на процесс коммуникации, развивать социальные связи и тем самым способствовать формированию организационной культуры учреждения.

Побудительной причиной формирования ОК ОУ является не противоречие, а уровень взаимного сотрудничества и совместимости субъектов образования с требованиями учреждения. Управление формированием и развитием организационной культуры образовательного учреждения, грамотное принятие управленческих решений служит определяющим фактором эффективного учебного и воспитательного процесса, детерминирует его высокие результаты. Масс-медиа создают условия для активной систематической деятельности, способствующей формированию организационной культуры образовательного учреждения, связанной с выстраиванием стратегии, актуализирующей систему ценностей, продуктивным стилем взаимоотношений, расширением социальных связей, что позволяет в значительной мере сгладить проблему согласования индивидуальных целей с общей целью образовательного учреждения, формируя общее культурно-смысловое пространство. Уникальность культуры заключается в том, что она обеспечивает достижение

желаемого будущего образовательного учреждения путём реализации системы её внутренних ценностей.

Таким образом, мы рассматриваем масс-медиа как средство формирования ОК ОУ, как особое медийное пространство, в котором дети вместе с взрослыми создают реальные информационные продукты, активно вступают в процесс коммуникации, а не являются пассивными потребителями информации.

Изучение представлений об организационной культуре образовательного учреждения на этапе констатирующего эксперимента показало, что большинство субъектов (58,1 %) испытывают значительные затруднения в вопросах определения сущности организационной культуры, у 36,7 % обучающихся нет четкого представления о стратегии и миссии общеобразовательного учреждения. При этом 78,3 % – знают о символах, традициях, легендах организации. Среди значимых ценностей отмечают знания, уважение, доверие, общение, сотрудничество.

Все представленные анкеты, на наш взгляд, характеризуют основные параметры организационной культуры и могут дать представление о сложившейся организационной культуре в изучаемых нами образовательных учреждениях.

В констатирующий этап эксперимента нами было включено и второе предварительное анкетирование с целью выявления возможностей масс-медиа при формировании ОК ОУ. Масс-медиа в образовательном учреждении транслируют общепринятые значимые ценности – так считают 35 % опрошенных, влияют на стиль взаимоотношений – 34,9%, влияют на расширение социальных связей за пределами ОУ – 31,1 % .

Эмпирическое обобщение позволило нам предположить, что причина слабого притязания на успешность формирования ОК ОУ, вероятно, в следующем: существующая в ОУ организационная культура, скорее всего, носит частично стихийный характер, респонденты различных возрастных категорий не имеют представления о возможностях использования потенциала организационной культуры и средствах ее развития и не рассматривают сформированную организационную культуру образовательного учреждения как фактор, влияющий на становление позитивно направленной личности (субъекта ОК ОУ), ее индивидуальных представлений и отношений, обеспечивающих успешную адаптацию к внутренним и внешним условиям деятельности, что объясняется и недостаточностью социально-педагогических средств ее целенаправленного формирования.

Мы полагаем, что включение масс-медиа в процесс формирования организационной культуры образовательного учреждения может повлиять на выстраивание стратегии, актуализирующей систему ценностей, обеспечит взаимодействие между детьми и взрослыми

(субъектами ОУ) на основе открытости и диалога, расширит социальные связи за пределами образовательного учреждения.

### **Список литературы**

1. Адамский А. И. Модель сетевого взаимодействия  
<http://www.1september.ru/ru/pr/2002/04/2.htm>.
2. Дзялошинский И. Нужен ли россиянам прямой доступ к информации // Право знать. – М.: Комиссия по свободе доступа к информации, 1997. – Вып. 11.
3. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежной аудитории. – Томск: ТИИТ, 2009. – 322 с.
4. Журин А. А. Школа, подростки, средства массовой информации. Монография. – М.: Юнпресс, 2000. – 98 с.
5. Ушаков К. М. Ресурсы управления школьной организацией. – М.: Сентябрь, 2000. 144 с.

### **Рецензенты:**

Косогова Анастасия Самсоновна, д.п.н., профессор кафедры педагогики ФГБОУ ВПО «Восточно-Сибирская государственная академия образования», г. Иркутск.

Лапина Олимпиада Александровна, д.п.н., профессор кафедры педагогики ФГБОУ ВПО «Восточно-Сибирская государственная академия образования», г. Иркутск.