

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Валиуллина Айгуль Равилевна

магистрант

Закирова Венера Гильмхановна

д.пед.н., профессор

Каюмова Лейсан Рафисовна

к.пед.н., доцент

Казанский (Приволжский) федеральный университет

Аннотация: Молодым учителям начальных классов порой бывает сложно психологически и морально в связи с особенностями работы с детьми младшего школьного возраста, большей требовательностью со стороны администрации образовательного учреждения, а также в силу разных обстоятельств в коллективе (отсутствие преемственности, недопонимание молодого состава педагогического коллектива и пр.). Все эти обстоятельства могут напрямую влиять на климат в коллективе, на желание и стремление развиваться на рабочем месте, активность педагогов. Корпоративная культура позволяет решать эти проблемы. Актуальность статьи аргументирована тем, что корпоративная культура является одним из самых эффективных средств привлечения и мотивации сотрудников. В статье приведен анализ русской и зарубежной литературы по определению понятия «корпоративная культура», уточнение понятия в образовательной среде.

Ключевые слова: корпоративная культура, обучение, учителя начальных классов, командообразование.

THE ESSENCE OF CORPORATE CULTURE IN AN EDUCATIONAL ORGANIZATION

Valiullina Aygul Ravilevna

Zakirova Venera Gilmkhanovna

Kayumova Leysan Rafisovna

Abstract: For young primary school teachers due to the peculiarities of working with primary school children, greater demands from the administration of an educational institution, as well as due to various circumstances in the team (lack of continuity, misunderstanding of the young staff of the teaching staff, etc.). All these circumstances can directly influence the climate in the team, the desire and desire to develop in the workplace, the activity of teachers. Corporate culture allows us to solve these problems. The relevance of the article is reasoned by the fact that corporate culture is one of the most effective means of attracting and motivating employees. The article provides an analysis of Russian and foreign literature on the definition of the concept of "corporate culture", clarification of the concept in the educational environment.

Key words: corporate culture, training, primary school teachers, team building

В России в настоящее время понятие «корпоративная культура» не особо распространено. При этом, когда встает вопрос о поиске нового сотрудника на свободные вакансии, помимо обязательных профессиональных навыков, перечисляемых руководителем, он перечисляет и требования к их психологическим и поведенческим качествам, что говорит о важном значении корпоративной культуры в организации как для нее самой, так и для руководителя или менеджера по управлению кадрами. Поэтому, отсутствие корпоративной культуры в большинстве недавно созданных организаций является настоящей проблемой, так как в следствие организация теряет убытка, как материальные, так и кадровые. Организации подменяют содержание формой, или вообще не делают акцент на формировании корпоративной культуры [1, с. 51].

Тема корпоративной культуры представляет все больший интерес для исследования не только из-за ее особого, междисциплинарного положения, но и из-за ее большого практического и экономического значения для жизни компаний, фирм и других организаций. Авторами традиционно используется два термина: «организационная» и «корпоративная» культура. Сам термин «организационная культура», «корпоративная культура» относится к классу таких терминов, для которых не существует единого четкого объяснения. Практически каждый исследователь в этой области предлагает свое оригинальное определение организационной культуры. Одни авторы воспринимают эти два понятия как синонимы, одним содержанием. Другие работы предлагают разделять эти понятие как разные с характерной

особенностью каждого. Третьи же, раскрывают понятия как взаимовытекающие друг от друга как часть целого [2].

При определении содержания и сущности корпоративной культуры образовательного учреждения ученые предлагают опираться на несколько определений:

- паттерн коллективных базовых представлений, обретаемых организацией при разрешении проблем адаптации к изменениям внешней среды и внутренней интеграции, эффективность которого оказывается достаточной для того, чтобы считать его ценным и передавать новым членам группы в качестве правильной системы восприятия и рассмотрения названных проблем [3, с.17];

- Клейвер рассматривает корпоративную культуру с точки зрения ценностей – это набор смыслов, символов и традиций, являющихся общими для всех членов организации. Автор делает акцент на внутренних и внешних трудностях и проблемах организации;

- 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 [4, с. 51];

- свод формальных и неформальных правил и норм деятельности, обычаев и традиций, персональных и групповых интересов, особенностей поведения, ценностей [5, с. 36];

- осознанные и неосознанные представления сотрудников о способах деятельности, набор привычек, писанных и неписанных норм поведения, запретов, ценностей, ожиданий [6, с. 98].

Анализ определений дает возможность утверждать, что большинство исследователей понимает корпоративную культуру как систему разделяемых всеми членами организации ценностей, представлений, понятий и убеждений, а также поведенческих норм и явлений, которые создает организация по мере прохождения кризисов внутреннего и внешнего характера на пути к успеху и жизнедеятельности.

Также в зависимости от сферы деятельности организации, зависит и сущность корпоративной культуры. Определение М. Кубра: «Корпоративная культура – это специфическая, характерная для данной организации система связей, взаимодействий и отношений, осуществляющихся в рамках конкретной

предпринимательской деятельности, способа постановки и ведения дела» [7, с. 8]. Некоторые лидеры рассматривают корпоративную культуру как стратегический инструмент для отделов и отдельных лиц для достижения общих целей, повышения лояльности и облегчения общения.

Понятие привычно используется в работе коммерческих организаций. Но постепенно наблюдается активное употребление термина и в некоммерческих и государственных организациях, в частности в образовательных учреждениях.

Что касается образовательного учреждения как самостоятельного субъекта, оно вырабатывает собственные ценности, позволяющие ему функционировать в реальном социуме. К таким ценностям, обеспечивающими его функционирование, можно отнести академические свободы, инновационную деятельность, организационную устойчивость, экономическую устойчивость [8, с. 15].

Проблема в формировании корпоративной культуры образовательного учреждения состоит в формировании единой системы ценностей и зависит от того, что каждый новый участник образовательного процесса привносит свои собственные ценности, взгляды, убеждения, иногда совсем отличающихся в сложившемся образовательном учреждении. Еще одна трудность состоит в том, что не все корпоративные ценности осознаются и принимаются участниками образовательного процесса и действительно становятся его личными. Считается, что практическое включение сотрудника в активную деятельность организации, которая направлена на организацию и реализацию данной ценности является более важным и обязательным, чем простое формирование положительного отношения к этой ценности.

Понятие «культура» включает в себя более тысячи определений слова, но все они схожи в одном: это явление формируется человеком. Культура формируется в любых группах, состоящих из людей, их объединяют общие цели, верования, ежедневная работа, потребности и ценности – существует культура наций, организаций, бизнес-компаний, спортивных клубов, школ, семей, религиозных сообществ, профессий и социальных групп. Люди адаптируются к каждой новой группе и закрепляют нормы допустимого в нем поведения.

Согласно работе Т.О. Скворцовой «О корпоративной идентичности», корпоративная идентичность формируется благодаря двум аспектам: за счет знаний об образовательном учреждении, то есть объективного содержания и за счет отношения к этому содержанию, того, как сотрудник относится к этому

субъективно [9, с. 54]. Также ею было отмечено, что в первых дней работы сотрудника в организации наблюдается формирование корпоративной культуры через процесс так называемой инициации, т. е. процедуры обращения (посвящения) в мир ценностей и ритуалов, традиций организации. Например, для образовательного учреждения это могут быть посвящение в гимназисты, день гимназиста, профессиональные праздники, день чести и пр., где подчеркивается единение и принадлежность к одной группе. Следующий этап – усвоение норм и ценностей учреждения.

Таким образом, корпоративную культуру можно определить как систему общих мнений, эталонов поведения, настроений, символов, отношений и ритуалов, обуславливающих индивидуальность организации. Корпоративная культура базируется на идеях, взглядах, ценностях, которые разделяют все члены организации. Ценности могут расходиться и зависеть от того, чьи интересы рассматриваются, в целом организации или каждого отдельного ее члена. Из этого следует, что стили поведения, общения вытекают из ценностей [10, с. 7].

Под содержанием корпоративной культуры нужно понимать не только внешние аспекты – элементы одежды, знаки отличия и цеховая атрибутика. Организационная или корпоративная культура включает в себя важные предпосылки, являющиеся общими для всех сотрудников. Такие предпосылки отражаются в ценностях, которые позиционирует данное учреждение, и передаются каждому ее члену через материальные и духовные средства.

Корпоративная культура считается сформированной, когда и администрация школы, и ее сотрудники пользуются определенным для всех комплексом ценностей. Эти ценности различаются в зависимости от того, что лежит в их основе. Это может быть и информационная кампания образовательного учреждения, и получение прибыли от платных образовательных услуг, и индивидуальные цели отдельных членов организации. Именно это и будет являться той основой, на которой формируется корпоративная культура с его отдельными компонентами, которые включают в себя стиль одежды, стереотипы поведения, общение и пр.

Таким образом, динамику развития феномена корпоративной культуры можно рассмотреть по временной шкале на рис.1:

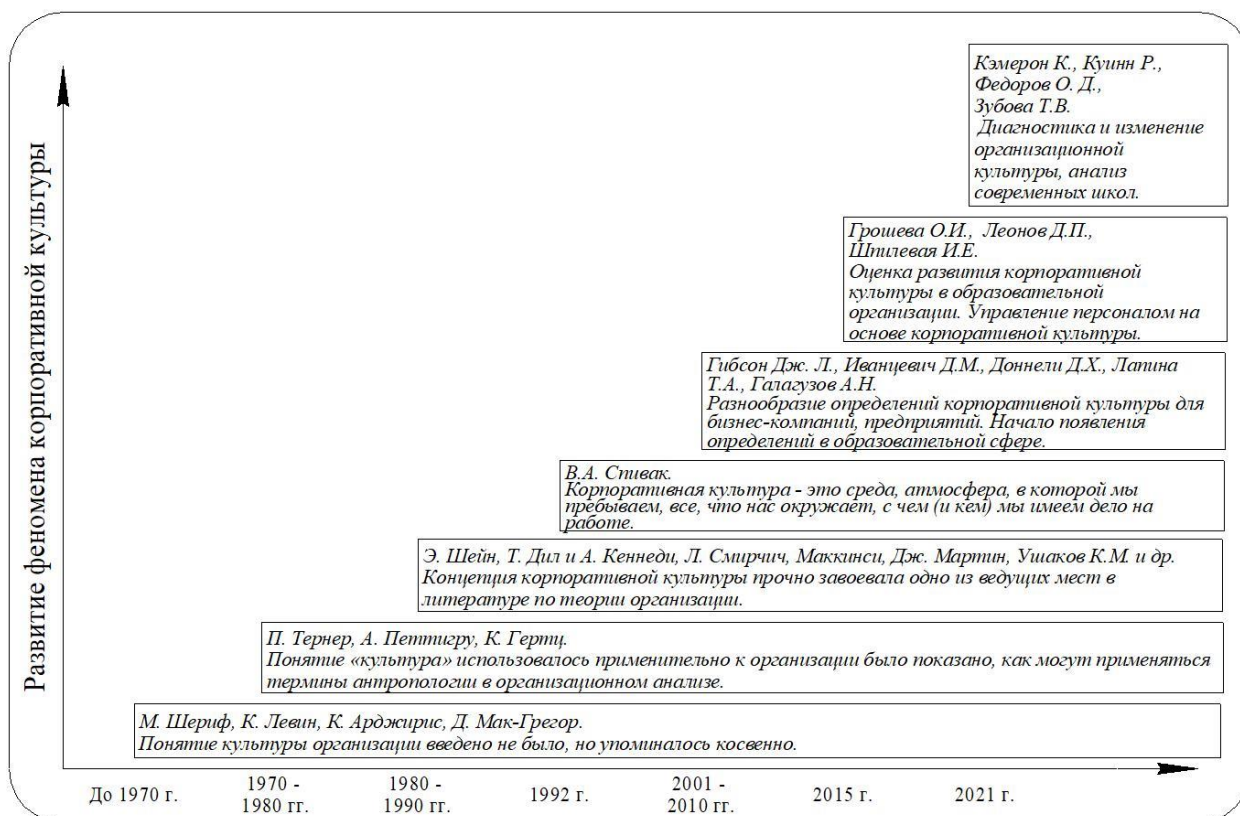


Рис.1 Динамика развития феномена корпоративной культуры

Таким образом, нами были проанализированы работы ученых по вопросам корпоративной культуры в образовательной организации, в частности среди учителей начальных классов. В результате анализа литературы, были сделаны выводы о многообразии трактовок корпоративной культуры и недостаточном раскрытии данного понятия в рамках образования. Вопросом развития организационной культуры в образовании занимались такие ученые, как Ушаков К.М., В.А. Ясвин, Сичинава А. В., Е.П. Якуба, О.Д. Федоров, Н.А. Калдузова, Т.Б. Сергеева, Н. Власова, Т.Б. Зубова, Л.М. Денякина, О.А. Сафонова, Е.В. Киприянова. Так, корпоративную культуру можно раскрыть как осознанные и неосознанные представления сотрудников о способах деятельности, набор привычек, писанных и неписанных норм поведения, запретов, ценностей, ожиданий.

Список литературы

1. Якуба Е.П. К вопросу о формировании корпоративной культуры образовательного учреждения / Е.П. Якуба, Е.В. Киприянова // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. - 2011. - №1 (6). - URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-formirovanii-korporativnoy-kultury-obrazovatel'nogo-uchrezhdeniya> (Дата обращения: 04.05.2022)

2. Федоров О.Д. Воспитательная работа в корпоративной культуре современных общеобразовательных учреждений / О.Д. Федоров, Н.А. Калдузова. - URL: <https://edpolicy.ru/vospitatelnaja-rabota-v-korporativnoj-kulture-obshheobrazovatelnyh-uchrezhdenij> (Дата обращения: 28.07.2022)

3. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. - СПб., 2008.

4. Спивак В.А. Корпоративная культура / В.А. Спивак. - СПб., 2001.

5. Пригожий А.И. Организационная культура и ее преобразование / А.И. Пригожий // *Общественные науки и современность*. - 2003. - № 5.

6. Ушаков К.М. Организационная культура: уровневая модель оценки / К.М. Ушаков // *Директор школы*. -1995. - № 3.

7. Кубр М. Управленческое консультирование. - М.: Дело и сервис, 2007. - 60 с.

8. Сергеева Т.Б. Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения/ Т.Б. Сергеева, О.И. Горбатько // *Педагогика*. - 2006. - № 10. - С. 11-21.

9. Скворцова Т. О корпоративной идентичности / Т.О. Скворцова, И.В. Стернин // *Управление компанией*. – 2007. - № 2.

10. Власова Н. Корпоративная культура / Н. Власова // *Дела, люди XXI*. – 2001. - №10. – С. 38.

© А.Р. Валиуллина, В.Г. Закирова, Л.Р. Камалова, 2022