

Ціннісні орієнтації як чинник корпоративності педкадрів

Умовно кажучи ,будь-яка організація є корпорацією. Якщо дослівно перекладати з латинської «corporation», то вона означає спілку, об'єднання, товариство, громаду підґрунтям функціонування яких є групові, цехові (професійні) інтереси. В Німеччині свого часу студенти мали назву корпорантів, що підкреслювало їх належність до закладу, де навчають професії.

Відмітною ознакою організації є корпоративна культура, як сукупність прийнятих в ній норм і правил поведінки по відношенню до клієнтів, партнерів, а також культура міжособистісних стосунків в середині підприємства .Це утілення «духу компанії», коли всі співробітники від топ-менеджерів до керівників невеличких підрозділів чітко усвідомлюють завдання компанії та докладають зусиль для їх виконання. «Корпоративна культура організації, – вважає доктор філософських наук С.Фролов – є субкультурою, що поділяється членами однієї достатньо однорідної групи (за професійними або статусними ознаками). При цьому виникає почуття ідентичності по відношенню до представників даної культури, спільність ідей, поглядів і вірувань, відповідаючи поняттю «корпоративний дух » (1, с.376).

Корпоративна культура включає у себе:

- наявність у персоналу підприємства розуміння корпоративної ідеології;
- символіку корпоративної ідеології (логотип, гімн, тощо);
- поведінку організації та її персоналу, що відповідає корпоративній ідеології.

В ідеології організації закладено корпоративізм, який виявляється в її соціальних взаємодіях з оточуючим середовищем, у стилі управління. В освітянських організаціях, пише академік РАН А.Осипов, розповсюдженою причиною корпоративізму є соціальна нерівність споживачів освітянських послуг і недостатній соціальний статус їх виробників (значної частини науково-педагогічного персоналу освітянських установ) (2, с.466).

Корпоративність в освіті – це згуртованість педкадрів для виконання основного призначення соціального інституту освіти, для реалізацій цілей та завдань освітніх організацій, для посилення суспільної значущості педагогічного «цеху», для всебічної самореалізації окремо кожного викладача.

На шляху до згуртованості лежать деякі перешкоди. Одною з них є індивідуальна автономність педагога. Вона має низку проявів. По-перше, це спосіб мислення, сила наукових переконань і впевненості, наявність визначеного творчого професійно-спрямованого потенціалу та інструментарію його реалізації. По-друге, власний позитивний й негативний досвід фахової діяльності, або його повна відсутність. По-третє, свій шлях первинної (родинної) соціалізації, що позначається в деяких поглядах і діях. По-четверте, наслідки вторинної та третинної соціалізації (особливо вплив корпоративної культури попередніх закладів освіти, вихованцем яких є педагог).

Все свідчить про те, що науково-педагогічний персонал будь якого навчального закладу складається з суб`єктів, які є носіями індивідуальних «рідних плям», маючи свою неповторну систему можливостей, бажань, уподобань, пріоритетів. І це різноманіття повинно стати єдністю – соціальною спільнотою корпорації – серцем, легенями, повітрям, розумом, генератором науково-педагогічних ідей, навчально-виховного процесу, сила яких створює престиж, конкурентоспроможність закладу освіти.

Корпоративність передбачає соціальну ідентифікацію педкадрів за модулем «я – вони – ми», що веде до створення соціально-групового мислення, соціально-групових дій. Звісно, базовими засадами групових виявлень є єдність соціальних потреб та інтересів.

Як індивідуальні, так і соціально-групові, або корпоративні потреби та інтереси відбиваються у свідомості людини як зовсім конкретні, матеріалізовані речі і як ідеалізовані побажання, що не мають буття. Останні іменуються цінностями.

Погляди на суспільні цінності мають тривалу еволюцію, починаючи з часів Платона до сьогодення. Поняття цінності вперше з'являється у І.Канта. У другій

половині XIX ст. з'явилась дисципліна аксіологія, як наука про природу цінностей. Більш-менш розвинений погляд на цінність пропонував Рудольф Лотце, який ввів у науковий обіг поняття «об'єктивної значимості логічних і математичних істин», і в такий спосіб визначив цінність як значимість, що виконує функцію орієнтира, регулятора індивідуальних та групових дій.

Визначення цінності як соціологічної категорії спостерігається в багатьох науковців. До речі, це питання розглядає М.Вебер у концепції «розуміюча соціологія», Т.Парсонс у структурно-функціональній парадигмі. Ф.Знанецький і У.А.Томас характеризували її з точки зору позитивізму як правило поведінки, за якими соціальна група «зберігає, регулює і розповсюджує відповідні типи дії серед її членів» (3, с. 133).

Соціальними цінностями, вважає соціолог Ю.Волков, визначається вибір лінії поведінки. Вони є уявленням, які прийняті даною соціальною групою. «Вони більш різноманітні, ніж індивідуальні цінності, і визначаються етнічною психологією, особливостями способу життя, релігії, економіки і культури, якщо мова йде про народ, та специфікацію роду занять і соціальним статусом групи, якщо мова йде про більш дрібні групи. Тому вона класифікація, на суспільні стратифікується, політичні, етнічні, релігійні» (4, с. 45-46).

У широкому сенсі «цінності» - суспільно-значущі абстрактні поняття про те, що таке добро і зло, правильно-неправильно, належне-неналежне і т. ін. В узькому сенсі – це соціальні поняття, що репрезентують значимості, які задовольняють інтереси конкретних суспільних класів, соціальних груп. Кожен з суб'єктів соціальних інтересів і потреб робить ставку на загальнолюдську та іманентну йому систему цінностей. Наприклад, особистість орієнтується на «свободу», «рівність», «справедливість», держава – на «сумісність», «соборність», «об'єктивність», суспільство – на «людяність», «нормативність», «відповідальність». Цінності безпосередньо пов'язані з суспільними і соціальними ідеалами. «Найважливіша функція соціальних цінностей – грати роль критеріїв вибору альтернативних способів дій» (5, с.476).

«Вартовими» цінностей є норми, як система вимог, розпоряджень, правил поведінки, соціальних очікувань. В соціально-нормативну структуру включаються цілі, мотиви, спрямованість і оцінка дій, санкції (заохочування за конформізм, тобто за виконання соціальних норм і за згоду з ними, або покарання за девіантність). В історії людства відома перша суспільна норма – заборона на проміскуїтет, тобто на кровозмішування. (6, с.569).

Спрямованість дій членів корпорації на її цінності є обов'язковою нормою будь-якої особистості, ідентифікованої із корпорацією та її окремими соціальними структурами.

Спрямованість являє собою:

- сукупність сталих мотивів, як основи орієнтації суб'єкта в соціальному середовищі;
- сукупність оцінок ситуацій з боку суб'єкта.

Спрямованість виявляється у поведінці, вірі, знаннях, має форму стереотипів, ідеалів, суджень, проектів, світогляду. (7, с.49).

Спрямованість не є гарантією активних дій суб'єкта відповідно до ціннісних орієнтацій. Це очікування. Звідси впливає актуалізація ціннісних орієнтацій.

Ціннісні орієнтації – найважливіші елементи внутрішньої структури особистості або соціальної групи, що відмежовують значиме, суттєве від вторинного в системі імперативів, регуляторів, орієнтирів соціальних дій. Вони існують як на рівні свідомості, так і на рівні підсвідомості, визначаючи спрямованість вольових зусиль, інтелектуальної енергії, уваги. Ступінь розвитку ціннісних орієнтацій – ознака зрілості особистості, вагомості інтеграції між членами соціальної групи. Суперечливість у ціннісних орієнтаціях дезорганізує функціонування корпорації, породжує непослідовність у поведінці та поглядах корпорантів. Нерозвиненість ціннісних орієнтацій – ознака соціального інфантилізму, панування зовнішнього середовища над інтересами особистості, соціальної групи або корпорації у цілому.

В корпорації реалізуються кращі бажання і наміри педагога. Влучно зауважив К.Маркс, кажучи, що тільки у колективі особистість відчуває себе вільною:

колективна оцінка є лакмусовим папірцем дійсної якості і суспільної значущості продукції викладацької праці.

Робота у єдиному ціннісно-орієнтаційному полі збагачує і корпорацію і її членів за рахунок синергетичного ефекту. Це поле має єдиний магнетичний вплив: єдину місію, єдину мету, єдині завдання, тобто увесь набір організаційних цінностей, які є базовою основою внутрішнього розподілу праці між членами корпорації у відповідності до їх спеціальностей, наукових уподобань, особливих здібностей і т. інше.

Одною з цінностей, що генерує успішну діяльність корпорації є не освітянська ієрархія, що підтримує або підпорядковує міжособистісні відносини (такий прояв ієрархічної дробини іноді стримує реалізацію творчого потенціалу педперсоналу), а довіра.

Довіра як соціальна цінність корпоративної взаємодії працівників можлива при наявності низки умов:

- високої професійної компетентності керівника навчального закладу;
- такого рівня корпоративної інтеграції, за якою створюється співтовариство професіоналів, яка надає місце розвитку неформальним групам однодумців, котрі згодом трансформуються у школи майстерності і своєрідний банк педагогічного капіталу;
- чітко сформульованої і доведеної до свідомості педкадрів місії і мети навчального закладу, що найбільш згуртовує фахівців на виконання соціально значущих завдань навчання і виховання учнів (студентів);
- розвиненої комунікативної системи з наявною обов'язковістю зворотного зв'язку. Довіра у корпорації забезпечується упорядкованою системою обміну правдивої інформації. В умовах подальшої демократизації соціального інституту освіти корпоративне спілкування займає все більше часу і потребує все більших соціальних зусиль з боку керівного складу;
- удосконаленої системи гідних винагород для тих, хто гідний довіри, зокрема, матеріальною зацікавленістю – необхідної супутниці довіри.

Кожний з освітян природним чином визначається у педколективі, вписується у палітру педагогічної творчості навчального закладу, стає суб'єктом професійних і загальнолюдських відносин. Адаптуючись до традицій, норм і правил функціонування корпорації, викладач занурюється у глибини соціальних взаємодій і затверджує себе або членом внутрішньошкільної (університетської) референтної групи, або референтною особистістю, яка репрезентує якусь з соціальних груп.

На основі висновків, зроблених М. Роукичем щодо змісту і класифікації соціальних цінностей, створено декілька методик дослідження цього феномену. Одна з них, – методика оцінки ціннісних орієнтацій менеджерів корпорацій, – розроблена Джеймсом Вебером (8, с.56 – 62). Вона цілком може бути застосована при оцінюванні дієвості ціннісних орієнтацій, як керівного, так і педагогічного персоналу навчальних закладів. Д. Вебер класифікує цінності на базові та інструментальні. До перших він відносить особистісні та соціальні цінності, до других – професійні та моральні. До кожної з них надається:

- набір показників (що має актуальний характер і для освітніх організацій);
- ступені значущості кожної цінності (від одного до семи);
- коефіцієнт значущості цінності (визначається дослідником);
- вагу цінності, що дорівнюється добутку ступеня значущості і коефіцієнту значущості.

Все це представлено в таблиці 1.

№ п/п	Перелік цінностей	Ступінь значущості							Коефіцієнт	Вага
		1	2	3	4	5	6	7		

За результатами дослідження виявляються домінуючі ціннісні орієнтації, які поділяються на:

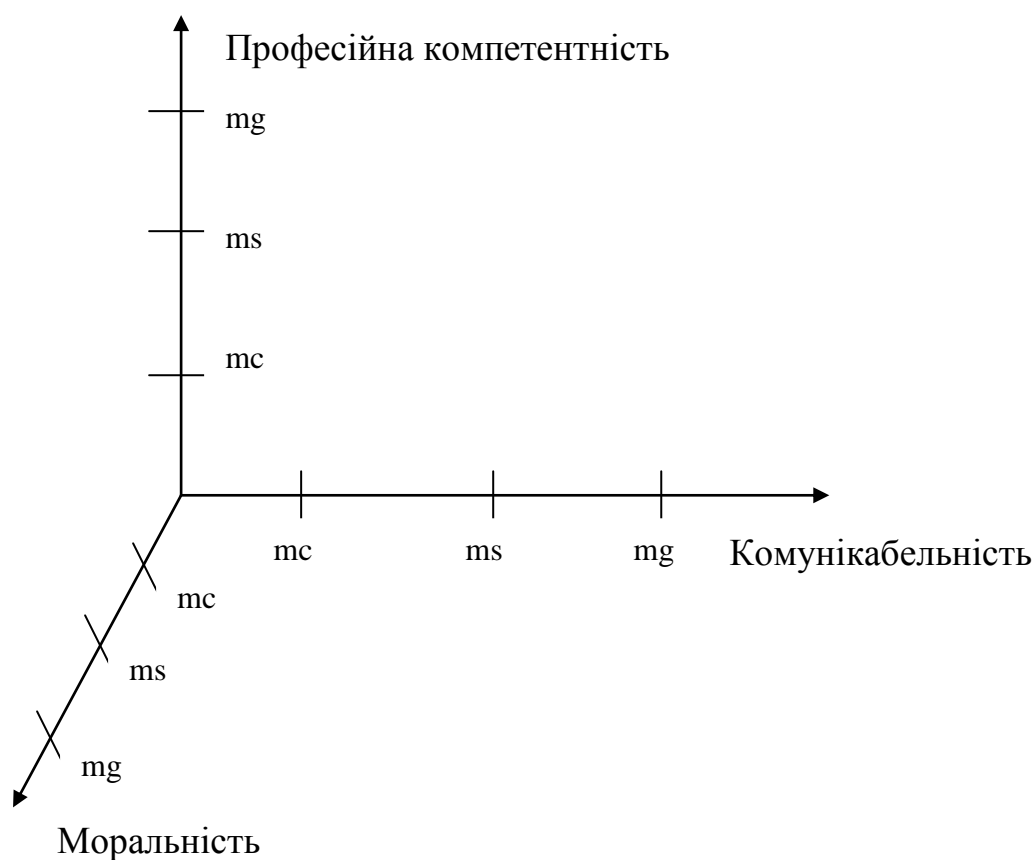
- особистісно-професійні;
- соціально-професійні;

- особистісно-моральні;
- соціально-моральні.

Загалом класифікація цінностей за Д.Вебером виглядає таким чином:

Основні класи цінностей	Підкласи цінностей	Ціннісні орієнтації
Базові цінності	Особистісні цінності	– особистісно-професійні;
	Соціальні цінності	– соціально-професійні;
Інструментальні цінності	Професійні цінності	– особистісно-моральні;
	Моральні цінності	– соціально-моральні.

Якщо використовувати декартівську систему координат, то потрібно включити до неї принаймні три складові ціннісних орієнтацій, за якими надається оцінка педагогу.



Існуючі критерії дозволяють аналізувати їх за трьома показниками:

A – професійна компетентність;

B – моральність;

C- комунікабельність.

І трьома рівнями позитивного проявлення: високий (megas-mg), середній (mesos-ms), низький (micros-mc).

Якщо якийсь з показників має нульовий рівень, то це означає непридатність фахівця до виконання функцій педагога.

Нині професійну компетентність, моральність і комунікабельність викладача слід розглядати з позицій нових норм і правил, що актуалізують цінносні орієнтації.

По-перше, панування в Україні ринкових відносин додало в порядок денний таку ціннісну орієнтацію як конкурентоспроможність, фактичну готовність педагогічних кадрів до переборення кризисних ситуацій в суспільстві, зокрема в освіті, з найменшими збитками. Пріоритет ринкових відносин викликав індивідуалізм як надійну підставу для власної професійної самореалізації і, таким чином, послабив колективістський синергетизм. Ставка на індивідуалізм при ефективному корпоративному менеджменті має перспективу посилити реалізацію творчого потенціалу педперсоналу.

По-друге, сфера освітніх послуг – специфічний ринок, де найважливішими аспектами є відносини між замовниками послуг (учнями, батьками учнів, майбутніми роботодавцями) і виконавцями послуг (навчальними закладами). Ринкові відносини потребують орієнтації на таку соціальну цінність як соціальне партнерство. Його вимоги накладають на викладача конкретні обов'язки:

— володіти бездоганними професійними знаннями, досвідом та етикетом;

— негайно реагувати на вимоги замовника;

— вміти пристосовуватися до настрою учня заради досягнення мети навчання;

— психолого-педагогічними засобами адаптувати учня та його опікунів – спонсорів до корпоративного духу навчального закладу.

Д.Карнегі стверджує, що ефективність професійної діяльності на 85% залежить від уміння спілкуватися, і лише на 15% – від фахових знань. Важливими атрибутами культури спілкування є ввічливість, тактовність, наявність точності та обов'язковості, культура мислення. Вони найкращим чином сприяють партнерським відносинам, як основі взаєморозуміння.

Сьогоднішній стан партнерства, як доводять соціологічні дослідження, скоріше незадовільний. У реальному спілкуванні з учнями, резюмує кандидат психологічних наук Н.Антонова, – вчителі частіше реагують на складні ситуації типом поведінки, яка дуже близька до «суперництва». Учителі рідко аргументують свої судження, часто-густо покладають на учнів відповідальність за конфліктні ситуації на уроках. Молодим вчителям у спілкуванні з учнями більш притаманні відчуження – репресивний тип. (9, с.31-32).

По-третє, в системі ціннісних орієнтацій педагогічних кадрів займає статусна сумісність, за якою суб'єкт освітянської діяльності має перспективу досягнення самодостатності у таких основних сферах соціальних інтересів і потреб як професійна, економічна і соціально-політична.

Професійний статус (ПС) свідчить про те, що викладач докладает максимум зусиль до удосконалення професійної майстерності, підтримує педагогічну компетентність на рівні, що відповідає перманентному стану змін, коливанням на ринку освітянських послуг, а менеджмент сприяє цьому. Ознаками базових соціально-професійних цінностей насамперед є:

— визнання (яке усвідомлюється педагогом як суттєве, а існування як необхідне);

— сприйняття, засвоєння особистістю або соціальної групою (яке підтримується позитивним, емоційним переживанням і є регулюючим початком діяльності).

Тільки визнана і сприйнята (інтерналізована) цінність має виконати функцію орієнтира поведінки, – вважають Н.Хасанова та І.Завадська. (10, с.14).

Економічний статус (ЕС) виконує другорядну функцію, функцію підтримки такої якості професійного статусу, яка відповідає потребам суспільства. Дієвість

даного статусу максимально залежить від своєчасного виконання достатніх матеріально-фінансових гарантій держави, роботодавця і власної заповзятливості.

Соціально-політичний статус (СПС) характеризує стан громадської активності викладача. Його ініціативи в створенні і результативному функціонуванні шкільного (університетського) самоврядування, в удосконаленні роботи самодіяльних творчих гуртків, секцій педагогів та учнів (студентів). Його участь у розробці доленосних проєктів в розвитку країни, міста, села, зокрема освітніх реформ, удосконаленні систем прав, свободи і обов'язків молоді і дорослих, які навчаються і прагнуть навчатися.

Ціннісна орієнтація на статусну сумісність педагогічних кадрів передбачає, щоб усі статуси разом відповідали одному і тому ж рівню, але не нижче, ніж задовільному. Статусна сумісність стимулює ефективний навчально-виховний процес. Статусна несумісність провокує патологічні явища у педагогічному середовищі навчального закладу.

По-четверте, сучасний викладач вищого навчального закладу трансформувався у статус науково-педагогічного працівника. Ціннісні орієнтації, що були прерогативою наукової корпорації, розповсюджуються і на нього. Він повинен зважати на імперативи, що є нормативним станом науки. Найбільш відомі ті, що сформульовані американським соціологом Р. Мертоном (11, с.397):

— універсалізм: в дослідженні і оцінці дослідження виходити не із особистих симпатій або антипатій а із загальних правил аргументованості знань;

— всеспільність: результати наукової діяльності вважаються продуктом соціальної співпраці і є загальним здобутком наукової спільноти, в якому частка індивідуальних творців суворо обмежена;

— незацікавленість: готовність науковця погодитися з будь-якими обґрунтованими аргументами, які навіть суперечать його власним переконанням;

— організований скептицизм: установка на граничну самокритичність в оцінці своїх досягнень, участь в раціональній критиці існуючого знання.

Додатковими нормами стану науки є оригінальність, емоційна нейтральність, незалежність, інтелектуальна скромність.

Наш вітчизняний погляд на корпоративні соціальні цінності практично співпадає з загальноєвропейським. У Празькому Комюніке міністрів вищої освіти Європи, у рамках Болонського процесу були визначені ціннісні орієнтації, що мають забезпечити взаємосприятливість у співпраці вищих навчальних закладів континенту. Головними серед них визнані:

- довіра;
- доречність;
- мобільність;
- сумісність;
- привабливість.

Треба звернути увагу на те, що Європейська Асоціація університетів на третьому Конгресі зробила акцент на таку генералізуючу цінність освіти як «культура якості» і визначила деякі стандарти, котрі дозволяють її підтримувати:

- автономія університету;
- сприйняття університетом загальних критеріїв якості;
- готовність до інновацій;
- довгострокове планування, науковий менеджмент;
- академічна система самооцінки;
- моніторинг внутрішньої культури.

Конгрес фактично підтвердив головні положення «Великої Хартії Університетів».

Висновки

1. Цінності належать до суспільних значимостей, що виконують роль регуляторів дій педагогічного персоналу в межах корпорації як у вузькому (навчальний заклад) так і широкому сенсі (освітянська спільність). За їх допомогою йде процес інтеграції педагогічного персоналу в єдину соціально-професійну спільність і диференціації персоналу за системою особливих відмінностей, що характеризують неповторний «корпоративний дух» кожного навчального закладу, кожної освітянської установи.

2. Соціальні цінності є домінуючою основою для взаєморозуміння і прагнення задля створення і використання єдиних критеріїв ідентичності у розв'язанні проблем якості освіти. Підтримка і орієнтація на них посилює корпоративну складову у ресурсних витратах навчальних закладів і веде до найефективнішого розв'язання навчально-виховних завдань.

Література

1. Фролов С.С. Социология организаций. – М.: Гардарики, 2001.
2. Осипов А.М. Социология образования. – Ростов-на-Дону., Феникс,2006.
3. Беккер Г., Босков А. Современная социологическая теория.- М.,1961.
4. Волков Ю.Г. Социология: Лекции и задачи: Учебник. – М.: Гардарики, 2003.
5. Яковлев А.М. Социальные нормы // Социология. Основы общей теории: учебник для вузов. – М.: НОРМА, 2002.
6. Словарь иностранных слов. – М., 1954.
7. Луков Вал., Гневашева В., Захаров Н. Социальные и культурные ценностные ориентации молодежи // Alma mater. – 2008. - №2.
8. Яхонтова Е.С. Эффективные технологии управления персоналом. – СПб.: Питер, 2003.
9. Рурик Галина. Комуникативна компетентність вчителя – невід'ємна складова гуманістичного підходу до учнів // Вересень. – 2007. - №3-4.
10. Хасанова Н.И., Завадская И.Е. Развитие ключевых компетенций учащихся на основе социально-профессиональных ценностей // Профессиональное образование. Столица. - 2008-№1.
11. Современная западная философия. – М.: Политиздат,1991.

*Солодков Василь Трохимович, кандидат історичних наук, доцент, професор
Університету менеджменту освіти АПН України.*