

Махиня Т. А. Комунікації як стратегічний ресурс закладу загальної середньої освіти // Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної конференції «Управління закладами освіти на засадах акмеологічного підходу» (16 березня 2018 р.) : в 2 ч. Ч. 2 / Житомир. держ. ун-т ім. І. Франка, Нац. акад. пед. наук України, Полтава держ. ун-т ім. В. Г. Короленк ; [відп. за вип. : Б. М. Ренькас, Т. Є. Рожнова]. – Житомир : Вид-во ФО-П Левковець, 2018. – 220 с. – С. 11-16

УДК 37.091

Т. А. Махиня
Кандидат педагогічних наук, доцент
Професор кафедри педагогіки, управління та адміністрування
Навчально-наукового інституту менеджменту та психології ДВНЗ
«Університет менеджменту освіти», м. Київ
t_st@umo.edu.ua

Комунікації як стратегічний ресурс закладу загальної середньої освіти

Анотація

В статті розглядаються комунікації закладу загальної середньої освіти як комплексне багатогранне явище, що володіє синергетичним ефектом. Представлено стратегічний, тактичний та оперативний рівні формування комунікаційної стратегії організації на основі взаємодії внутрішніх і зовнішніх комунікацій. Обумовлено необхідність перегляду стратегії закладу загальної середньої освіти у відповідність із комунікаційною стратегією Міністерства освіти і науки України.

Зростання ролі комунікацій у функціонуванні та розвитку сучасних організацій висуває на перший план проблему управління ними як всередині організації, так і між організацією і її середовищем, з метою проведення оптимально сприятливих для організації комунікаційних процесів.

Комунікація – невід’ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до дій уряду чи окремого міністерства, єдиний спосіб досягти розуміння і, як результат – отримати підтримку реформ громадянами та суспільством [5]. Ефективні комунікації на практиці є основною необхідною умовою успішного досягнення поставлених перед організацією цілей.

Разом з тим, саме комунікації є один з найбільш дискусійних процесів в галузі управління, по відношенню до якого чіткості і ясності в розумінні поки не досягнуто: еволюція поняття «комунікація» стосовно організації привела до найширшого розуміння цього явища – від засобу передачі інформації до умови функціонування організації.

У вивченні проблеми комунікацій на сучасному етапі можна виділити наступні підходи до визначення даного поняття:

- управлінський (комунікація як функція управління, як передача розпоряджень і пояснення скоєних процедур і операцій);
- системний або структурно-функціональний (комунікація як система взаємодіючих елементів, що забезпечують функціонування організації);
- культурологічний (комунікація як спосіб вираження організаційної культури);
- гуманістичний (комунікація як фактор розвитку людського потенціалу);
- семіотичний (комунікація як аналіз змісту повідомлення та його мови через поняття «символ», його об'єктивне значення «денотація» та суб'єктивне значення «конотація»);
- інформаційно-технологічний (комунікація як спосіб передачі інформації за допомогою інформаційно-комунікаційних технологій);
- маркетинговий (комунікація як процес встановлення зв'язку з споживачами і створення сприятливих умов для стабільної прибуткової діяльності на ринку);
- діяльнісний (комунікація як діяльність її суб'єктів (діяльність для себе, для іншого, спільно з іншими, проти інших тощо));
- комплексний (комунікації як комплексне багатогранне явище, що характеризується синергетичним ефектом, який є стратегічним ресурсом організації).

Останній підхід до дослідження всіх аспектів і проблем комунікації в організації відрізняється яскраво вираженим міждисциплінарним і інтеграційним характером, а також дозволяє досягти ефект синергізму.

Спроби розглянути комунікації в комплексі призвели до появи терміну «інтегровані комунікації», як сукупність всіх взаємодій будь-якого суб'єкта з цільовою аудиторією (громадськістю, групами, важливими для організації), при якій кожна з комунікацій повинна бути інтегрована з іншими і підкріплена механізмами, які сприяють досягненню максимальної ефективності [6].

Саме тому у рамках нашого дослідження під комунікаціями закладу загальної середньої освіти будемо розуміти інтегровані комунікації як комплексне багатогранне явище, що володіє синергетичним ефектом, який є стратегічним ресурсом закладу загальної середньої освіти і вимагає сучасних підходів до вивчення.

Синергетичний ефект від застосування комплексного підходу до комунікацій закладу загальної середньої освіти забезпечує:

- формування комунікаційної стратегії закладу загальної середньої освіти на основі принципу «єдність через різноманітність»,

що забезпечує багатофункціональність і різноспрямованість комунікаційних впливів;

- кореляцію між елементами комунікаційної системи в результаті комунікаційної взаємодії, об'єднаною єдиним комунікативним простором і комунікаційної політикою закладу загальної середньої освіти;

- узгодженість всіх комунікаційних взаємодій зі стратегічними цільовими установками;

- спільне використання комунікаційних ресурсів і технологій, що веде до економії витрат, а також виключає дублювання при передачі інформації;

- формування єдиного комунікативного простору закладу загальної середньої освіти, що створює переваги узгодженості дій, появи нових ідей, підтримки необхідної різноманітності в результаті постійного обміну інформацією;

- формування комунікативної культури та формування позитивного іміджу закладу освіти через активну комунікаційну взаємодію в організації.

Комплексний підхід до використання всіх комунікаційних ресурсів закладу загальної середньої освіти передбачає наявність єдиної комунікаційної стратегії як комплексного впливу організації на внутрішнє та зовнішнє середовище з метою створення сприятливої взаємодії з цільовою аудиторією. Таким чином, кожне з комунікаційних завдань, що вирішуються на внутрішньоорганізаційному рівні, співвідносяться з діяльністю закладу загальної середньої освіти в зовнішньому середовищі. Саме тому досить умовним можна вважати поділ цілей комунікаційної стратегії на зовнішні і внутрішні. На малюнку представлено рівні формування комунікаційної стратегії закладу загальної середньої освіти.

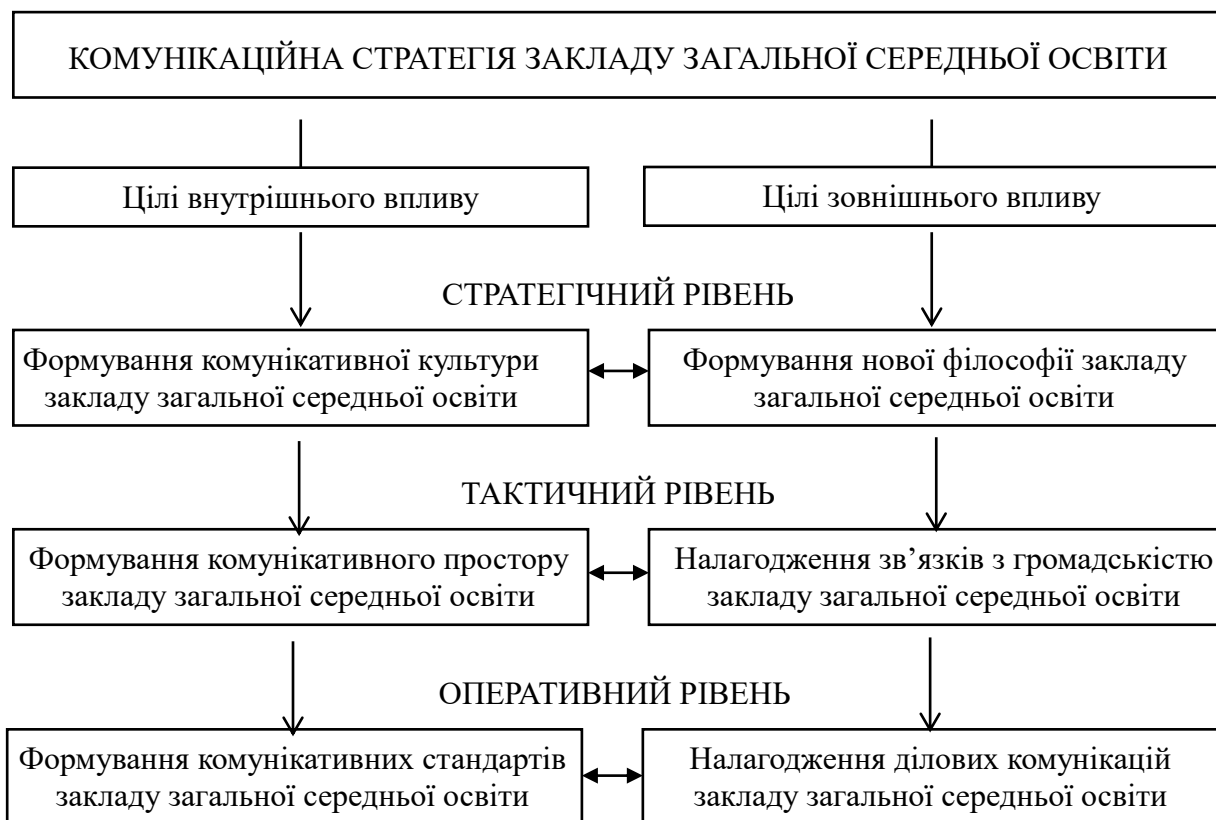


Рис. Рівні формування комунікаційної стратегії закладу загальної середньої освіти

Стратегічний рівень передбачає формування комунікаційної стратегії закладу загальної середньої освіти, що представляє собою широкомасштабну і довгострокову програму досягнення цілей організації шляхом використання всіх комунікаційних ресурсів та організації комунікативного простору. Основу такої програми становить комунікативна культура – система загальних установок, критеріїв, орієнтирів, прийнятих організацією для дій і прийняття рішень в сфері комунікацій, які забезпечують досягнення її цілей, зокрема і формування нової філософії закладу загальної середньої освіти в умовах переходу на Новий Державний стандарт.

На даний час комунікаційна стратегія закладів загальної середньої освіти потребує розробки і переосмислення з урахуванням Державної політики в цій галузі та комунікаційної стратегії МОН України, на період 2017 – 2020 років, що передбачає реформування пострадянської інформаційно-роз'яснювальної роботи як односторонньої комунікації на двосторонню; зменшення формальності до врахування думок громадськості, експертів та цільових груп в процесі вироблення управлінських рішень; посилення комунікаційної роботи щодо оперативного інформування громадськості у доцільності та необхідності і як наслідок підтримки реформи загальної середньої освіти тощо.

Останнє особливо актуальне, оскільки директори та всі педагогічні працівники закладів загальної середньої освіти мають прямий вплив на успіх реалізації реформи – на своїх рівнях повинні стати учасниками процесу: виконувати розпорядження, не проводити контр-дій, створювати позитивне інфополе, вміти пояснити зміни, створювати та підтримувати релевантні ініціативи. Так, за очікуваннями ГО «Комунікації для змін», що здійснювала розробку комунікаційної стратегії на запит МОН України, створити фундамент для проактивної комунікації реформ в галузі загальної середньої освіти та мають потенціал стати агентами змін здатні лише 10% педагогічних працівників цих закладів. Відтак межах цієї стратегії комунікаційна стратегія закладу загальної середньої освіти має передбачити для агентів змін просування історій успіху про прогрес реформи в закладі та в регіональних ЗМІ – формування пулу нових спікерів для ЗМІ; створювати загальний фон неминучості реформи – показово переводити найпрогресивніших в пул агентів змін, постійний up-date про реформу в спеціалізованих ЗМІ та інших каналах; сприяти (!) навчанню та мотивувати більш консервативних педагогів до впровадження реформи – роад-шоу з презентацією реформи у регіонах, стимулювати участь педагогів у роботі заходів для професійного зростання учительства України у нових форматах, таких як масові відкриті онлайн-курси EdEra та Prometheus, різноманітні освітні проекти громадських організацій «Освіторія», «ЕдКемп Україна», та «Міжнародна просвітницька ініціатива «ВІДКРИТА ХАТА» тощо.

На тактичному рівні формується комунікативне середовище закладу загальної середньої освіти, під яким розуміють сукупність умов, що дозволяють організації та її членам реалізувати взаємодію з учасниками освітнього процесу та громадськістю з метою вчасного інформування та формування взаємовідносин. Формування комунікативної середовища забезпечує цілісність і координацію дій для швидкого адекватного реагування на динамічні зміни зовнішнього середовища.

В умовах того, що із суттю реформ у галузі загальної середньої освіти обізнаний тільки 51% батьків, з яких лише 56% їх підтримує, пояснення суті реформ батькам різними очними та дистанційними комунікаційними засобами – ключове завдання МОН. Велика роль у цьому процесі належить комунікаційній стратегії закладу загальної середньої освіти через залучення батьківської громадськості до співпраці з метою поліпшення навчально-виховного процесу у закладі, забезпечення зростання ролі освіти як соціальної цінності в системі ціннісних пріоритетів суспільства. Зокрема, вчасне і правильне інформування батьківської громадськості про проблеми дітей з особливими освітніми потребами дозволить попередити, на

жаль, часті конфліктні ситуації та створити в закладі позитивну атмосферу в шкільному середовищі та громаді загалом.

Відтак, метою налагодження зв'язків з громадськістю закладу загальної середньої освіти стає планування діяльності керівництва в інтересах громадськості та підтримка установи в стані готовності до різних змін шляхом завчасного передбачення тенденцій, налагодженню взаємодії цих закладів та сім'ї підпорядкована формуванню активної педагогічної позиції батьків, озброєнню їх новими педагогічними і психологічними знаннями та вмінням виховувати власних дітей.

Зміст оперативного управління внутрішніми комунікаціями закладу загальної середньої освіти включає розробку, впровадження та актуалізацію, виходячи із завдань організації, системи корпоративних домовленостей і комунікативних стандартів, розробленої з орієнтацією на цінності закладу освіти і регламентує ділову взаємодію співробітників організації на всіх ієрархічних рівнях, як між собою, так і з зацікавленими сторонами у зовнішньому середовищі.

Ділова комунікація являє собою синтез декількох складових спілкування: міжособистісна взаємодія всіх учасників освітнього процесу, їх вплив один на одного, емпатія та взаємне розуміння один одного для досягнення бажаного соціального результату. Особливу увагу при цьому слід приділяти міжособистісним відносинам між учасниками освітнього процесу та стейкхолдерами, оскільки саме вони сприятимуть підвищенню ефективності закладу в цілому.

Комунікації завжди були складовою частиною стратегії, як державної, так і організаційної. Однак традиційно вони займали другорядне становище, і, як правило, були спрямовані на забезпечення тільки у відповідь реакції на ту чи іншу подію. З цієї точки зору комунікації виконували лише інформаційно-роз'яснювальну роботу і повинні були лише підтримувати методи і механізми прийняття рішень, рекламувати успіхи або пояснювати провали в діяльності органів державної влади або закладів освіти.

Розгляд комунікацій з точки зору єдиної комунікаційної стратегії ресурсу закладу загальної середньої освіти включає в себе весь арсенал комунікаційних методів та інструментів, спрямованих на досягнення стратегічних цілей навчального закладу, організацію громадської думки в бажаному для організації напрямі, сприяє більш успішному функціонуванню закладу освіти та покращенню його іміджу в суспільстві.

Література

1. Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс. Пер. с англ. / Ф. Котлер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007. – 656 с.

2. Матузенко Е.В. Деловые коммуникации как фактор повышения результативности бизнеса / Матузенко Е.В., Шиленко С.И., Федорова Я.О. // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 9-3. – С. 622-627
3. Махиня Т. А. Сутність та специфіка діяльності навчальних закладів у сфері зв'язків з громадськістю / Махиня Т. А. // *Електронне наукове фахове видання «Адаптивне управління: теорія і практика. Серія «Педагогіка»*. – № 3 (5). – 2017. – Режим доступу до журн. : <http://am.eor.by/index.php/gallery/124-vipusk-3-2017>
4. Морозова Н. А. Коммуникации в организации: комплексный поход / Морозова Надежда Альбертовна // *Современные технологии управления*. ISSN 2226-9339. – №9 (9). Номер статьи: 0902. Дата публикации: 2011-09-08. Режим доступа: <http://sovman.ru/article/0902/>
5. Рішення колегії Міністерства освіти і науки України «Про затвердження комунікаційної стратегії МОН 2017-2020» від 26.05.2017 № 4/1-15 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/komunikacijna-strategiya-mon-2017-2020.pdf>
6. Шарков Ф.И. Коммуникология: Энциклопедический словарь-справочник/ Ф.И. Шарков. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. – 768 с.

Махиня Т. А. Коммуникации как стратегический ресурс школы

В статье рассматриваются коммуникации школы как комплексное многогранное явление, обладающее синергетическим эффектом. Представлены стратегический, тактический и оперативный уровни формирования коммуникационной стратегии школы на основе взаимодействия внутренних и внешних коммуникаций. Обосновывается необходимость пересмотра стратегии школы в соответствии с коммуникационной стратегией Министерства образования и науки Украины.

Makhynia T. Communications as a strategic resource of the school

The paper considers the school communication as a complex multi-faceted phenomenon with a synergetic effect. The article deals strategic, tactical and operational levels of formation of the school communication strategy. It based on the interaction of internal and external communications. It is necessary to review the school strategy in accordance with the communication strategy of the Ministry of Education and Science of Ukraine.