

Ганаева Е.А.

Оренбургский государственный педагогический университет,
г. Оренбург, Россия

Email: elganaeva@mail.ru

Линькова А.В.

Уполномоченный по правам ребенка в Оренбургской области
г. Оренбург, Россия

Email: linkova-2@mail.ru

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ РОДИТЕЛЬСКОЙ ОБЩЕСТВЕННОСТИ И ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПО ВОПРОСАМ ФОРМИРОВАНИЯ СЕМЕЙНЫХ ЦЕННОСТЕЙ

Аннотация: в статье рассматривается проблема особенности проектирования стратегии взаимодействия родительской общественности и образовательной организации по вопросам формирования семейных ценностей. На основе анализа феномена «стратегии» дана характеристика реализации генеральной стратегии образовательной организации по типу (реалистичность, направленность на развитие внутреннего потенциала организации, характер поведения на рынке (классическая, наступательная); содержание (стратегия развития как набор планов и задач образовательной организации в сфере взаимодействия родительской общественности и образовательной организации, выполнение которых обеспечит достижение долгосрочных целей).

Ключевые слова: стратегия; стратегия взаимодействия образовательной организации с родительской общественностью; формирование семейных ценностей.

Кризис семейного воспитания диктует обновления стратегии взаимодействия с родителями как на государственном, конвенциональном уровне, так и в непосредственной образовательной практике. В результате экономических реформ в России семья оказалась в нетипичной образовательной ситуации. Усилилась тенденция самоустранения родителей от решения вопросов воспитания и личностного развития ребенка. Во многих семьях ослаблены межличностные связи между родителями и детьми, и, как следствие, авторитетом становится внешнее, далеко не всегда позитивно направленное окружение, что приводит к утрате влияния семьи на ребенка [3].

Материальные и психологические трудности, переживаемые российской семьей, привели к возникновению совершенно новых проблем воспитательного характера. Современный ритм жизни, увеличение уровня конфликтности семейных отношений, повышенная занятость родителей наряду с низким уровнем их родительской компетенции существенно искажают характер детско-родительских отношений. Это проявляется в формализации контактов родителей с ребенком, исчезновении совместных форм деятельности и досуга, в дефиците заинтересованного и внимательного отношения друг к другу, что часто приводит к формированию у ребенка неадекватной самооценки, неуверенности в своих

силах, появлению негативных форм самоутверждения, а в крайних случаях выражается в педагогической запущенности ребенка, задержке психического развития, асоциальных проявлениях в поведении [5].

Под действием многочисленных стрессогенных факторов семья зачастую не справляется со своей социализирующей функцией, не гарантирует ребенку защищенности, а члены семьи подчас наносят вред его физическому и психическому здоровью. Многие дети в семье живут в условиях социально-психологической депривации, испытывают дефицит эмоциональной поддержки со стороны родителей, социально и педагогически запущены [2].

Понятие «стратегия» многомерно и широко интерпретируется различными исследователями в области менеджмента, социологии, педагогики, философии:

– А. Чандлер, понятие «стратегия» определяет как набор правил для принятия решений, отмечает, что именно ими организация руководствуется в своей деятельности [2];

– Р. Акофф определяет стратегию как принятие решений, определяющих желаемое будущее состояние [1].

– в педагогическом энциклопедическом словаре стратегия трактуется как определенный план, состоящий из сознательно сформированного набора операций и способствующий решению некоторой проблемы [7];

– И.П. Николаевой считает, что стратегия напрямую связана с реализацией товаров на рынке, определяется как «меры компании по устойчивому продвижению своих товаров на рынок, включая определение целей, анализ, планирование, маркетинговых мероприятий, мониторинг» [9];

– в энциклопедическом словаре маркетолога стратегия определяется также с точки зрения психологии и отмечается, что она представляет собой некую бессознательную программу действия; коллективную модель адаптивного поведения вида [5];

– Е.А. Ганаева определяет специфику маркетинговой стратегии как генерального направления деятельности организации, направленное на поиск целевых рынков и предложением соответствующих услуг для них. [25];

– Д.В. Бочков выделяет существенный признак стратегии как средства воздействия фирмы на потребителя [3];

Таким образом, стратегия предполагает:

1) разработку товаров, услуг, удовлетворяющих потребности потребителей;

2) позиционирование товаров и услуг для целевых сегментов;

3) разработку эффективного комплекса маркетинга.

Интерес для нашего исследования представляет определение стратегии О.С. Баталова как комплекса долгосрочных решений, направленных на достижение долгосрочных целей и принятых на основе результатов анализа внешней и внутренней системы предприятия» [8]. Из определения данного автора следует, что стратегия является основным долгосрочным планом деятельности предприятия, направленным на выбор целевых сегментов потребителей. Она объединяет элементы комплекса маркетинга, основываясь на

которых предприятие осуществляет свои эффективные маркетинговые мероприятия, направленные на достижение маркетинговых целей.

Та же мысль прослеживается в исследовании Г.Д. Антонова, который рассматривает стратегию не только как общий, всесторонний план достижения целей, но и как четкий инструментальный их достижения [6].

Х. Хершген рассматривает стратегию как функцию управления предприятием и также обращает внимание на ее долгосрочные цели, которые становятся достижимы при условии определения предприятием системы взаимосвязанных долгосрочных мер по их достижению [5].

М. Портер видит стратегию как «уникальную и выгодную позицию» предприятия, которая обеспечивает его развитие и заключается в комплексе разнообразных действий, направленных на достижение целей развития [9].

Л.Г. Зайцева [6], стратегию отличает наличие нескольких принципиальных важных позиций:

- строго определенные цели и четко скоординированное управление по их достижению;
- общий результат для всех участников реализации стратегии;
- необходимость инициативных действий;
- концентрация основных усилий в необходимый период времени и в нужном месте за счет разработки и реализации корректного расписания действий;
- гибкость в действиях, обеспечивающая задействование меньшего количества гарантированных ресурсов для достижения максимального результата.

В.А. Никулина на основе анализа подходов к пониманию понятий стратегия [6] систематизирует ключевые основания понятия «стратегия» (таблица 1).

Таблица 1 - Подходы к понятию «стратегия»

Определение	Автор
Стратегия — это комбинация 5P, которая включает: <ul style="list-style-type: none"> – план (plan); – прием как тактический ход (ploy); – поведенческую модель (pattern of behaviour); – позицию по отношению к другим (position in respect to others); – перспективу (perspective). 	Генри Минцберг
Стратегия: принцип, подход, приоритеты и предпочтения, порядок, последовательность действий, политика, правила, поведение, пакет стратегических решений.	А.М. Моисеев
Стратегия — это основное направление деятельности, она должна обеспечить осуществление миссии - главной цели организации - и достижение других ее целей.	Л.Е. Басовский
Стратегия представляет собой детальный всесторонний комплексный план, предназначенный для того, чтобы обеспечить осуществление миссии организации и достижение её целей.	М.Х. Мескон, М. Альберт Ф. Хедоури

Определение	Автор
Стратегия — это рассчитанная на перспективу система мер, обеспечивающая достижение конкретных намеченных организацией целей.	И. Н. Герчикова
Стратегия — это развернутый и всесторонний план, показывающий, как корпорация добьется выполнения своей миссии и целей.	Д. Хангер
Стратегия — это долгосрочное качественно определенное направление развития организации, касающееся сферы, средств и формы ее деятельности, системы взаимоотношений внутри организации, а также позиции организации в окружающей среде, приводящее организацию к ее целям.	О.С. Виханский, А.И. Наумов

Таким образом, стратегия — это детальный всесторонний комплексный план, направленный на осуществление миссии организации, достижение долгосрочных целей и задач организации, общее направление развития организации и ее позиции в окружающей среде.

Проведенный теоретический анализ позволяет констатировать, что в современных социально-экономических условиях у любой организации есть необходимость в собственной стратегии, которая должна четко соответствовать условиям ее функционирования. Данный факт относится и к образовательным организациям в том числе.

В рамках нашего исследования будет разрабатывалась и была реализована генеральная стратегия, отражающая способы осуществления миссии и главной цели организации. По типу она будет реалистической, направленной на развитие внутреннего потенциала организации, а по характеру поведения на рынке — классической наступательной. По содержанию она будет представлять собой стратегию развития, так как нами будет формироваться набор планов и задач образовательной организации в сфере взаимодействия родительской общественности и образовательной организации, выполнение которых обеспечит достижение долгосрочных целей.

Под стратегией образовательной организации мы будем понимать общий, всесторонний план достижения целей, направленный на развитие внутреннего потенциала образовательной организации, определения ее будущего положения в зависимости от внешних условий деятельности, базирующийся на человеческом потенциале как основе организации.

При разработке того или иного плана совершается анализ следующих условий, сложившихся вокруг образовательной системы:

- возможности и тенденции развития бюджетного, а также коммерческого спроса на услуги системы образования, образовательного учреждения;
- возможности интеграции с другими системами образования, образовательными учреждениями;
- возможности образовательной вертикальной интеграции с внешними разработчиками, заказчиками, посредниками и потребителями услуг;
- состояние и перспективы системы управления и профессионального потенциала образовательного учреждения.

Разработка стратегии взаимодействия родительской общественности и Лицея № 5 по формированию семейных ценностей включала на три блока:

– блок информационно-аналитический. Данный блок основывается на сборе и анализе информации о родительской общественности и обучающихся, при использовании методов социологического исследования; на SWOT-анализе внутренней и внешней среды ОО;

– блок практический. Данный блок направлен на реализацию условий, обеспечивающих стратегию взаимодействия родительской общественности и Лицея № 5 в области формирования семейных ценностей;

– блок контроля и оценки. Данный блок направлен на проведение анализа эффективности реализации стратегии. Оценивается количественная и качественная эффективность проведенной работы (рисунок 4).



Рисунок 4 – Стратегия взаимодействия и родительской общественности

Определение ресурсного обеспечения стратегии взаимодействия родительской общественности и ОО невозможно без анализа сильных и слабых сторон внутренней среды организации, угроз и потенциальных возможностей внешней среды.

SWOT-анализ проводился в форме открытого интервью с членами администрации лицея и председателями методических объединений, а так же классных руководителей. Основным методом SWOT-анализа являлось систематическое наблюдение за состоянием системы взаимодействия родительской общественности и ОО и динамикой изменений ее результатов (таблица 13).

Таблица 13- SWOT – анализ

Strengths (Сильные стороны)	Weaknesses (Слабые стороны)
<ul style="list-style-type: none"> – высококвалифицированный коллектив педагогов, обладающий опытом и творческим потенциалом; – наличие социальных партнеров из разных сфер деятельности; 	<ul style="list-style-type: none"> – в локальных актах ОО не отражена специфика системы взаимодействия родительской общественности и ОО; – недостаточная мотивация педагогов к эффективному взаимодействию с

Strengths (Сильные стороны)	Weaknesses (Слабые стороны)
<ul style="list-style-type: none"> – использование педагогами интернет-ресурсов для обогащения профессионального опыта, сетевого взаимодействия; – наличие постоянно обновляемого сайта образовательной организации; – благоприятный психологический климат в коллективе, развитая организационная культура 	<ul style="list-style-type: none"> родителями по вопросам семейных ценностей; – консервативный стиль общения некоторой части педагогов с родителями обучающихся; – отсутствие гибкости, профессиональной мобильности у некоторой части педагогов отвечать на потребности общества, запросы родительской общественности;
Opportunities (Благоприятные возможности)	Threats (Угрозы, риски)
<ul style="list-style-type: none"> – использование возможностей учреждения здравоохранения и культуры муниципалитета; – внедрение в воспитательную систему деятельности лица технологий социального проектирования (в том числе с привлечением родителей); – создание системы повышения уровня педагогического и психологического просвещения родителей, привлечение родителей к участию в мероприятиях. 	<ul style="list-style-type: none"> – недостаточное использование информационных ресурсов для взаимодействия с родительской общественностью по вопросам формирования семейных ценностей; – низкая активность части родителей, недостаточная информированность родительской общественности об изменениях, происходящих в сфере образования, неготовность некоторых родителей выполнять те обязанности и пользоваться теми правами, которые им предоставляет государство.

Проведя SWOT-анализ, определив ключевые позиции, можно сделать следующий вывод: у образовательной организации существует возможность развития системы взаимодействия с родительской общественностью по вопросам формирования семейных ценностей, развития самой организации, путем использования своего кадрового потенциала и дополнительных ресурсов (учреждений муниципалитета). Необходимо уделять внимание родительской общественности, так как именно родители являются главными социальными партнерами. Отношения с родителями должны выстраиваться на взаимовыгодных условиях, значит необходимо развивать механизм взаимодействия с родителями, разработать такую программу, которая будет выступать гарантом продолжительных партнерских отношений.

Для реализации первого условия, обеспечивающего стратегию взаимодействия родительской общественности и образовательной организации по вопросам формирования семейных ценностей, было необходимо измерить сформированность готовности родителей к взаимодействию. Кроме того, было проведено исследование готовности педагогов к взаимодействию по вопросам формирования семейных ценностей. Результаты, представленные в таблице SWOT-анализа, позволили сделать вывод о недостаточной готовности к взаимодействию у части педагогов.

Для оценки уровня готовности педагогов в области взаимодействия с родителями по вопросам формирования семейных ценностей была разработана

анкета (в которой производилось самооценивание), позволившая оценить такие компоненты готовности как мотивационный (совокупность мотивов к организации взаимодействия); когнитивный (совокупность знаний, необходимых для реализации стратегии взаимодействия); деятельностный (совокупность умений и навыков для практического решения задач семейного воспитания).

Были определены следующие уровни готовности педагогов в области взаимодействия с родителями по вопросам формирования семейных ценностей: низкий, средний, высокий.

Рассмотрим показатели, критерии и уровни готовности педагогов в области взаимодействия с родителями по вопросам формирования семейных ценностей (таблица 3).

Проведенное исследование показало, что в наибольшей степени (40% и более) педагоги понимают необходимость взаимодействия с родительской общественностью, его риски. Но при этом в наименьшей степени (20% и менее) педагоги готовы активно использовать Internet-технологии в процессе взаимодействия с родителями, включиться в реализацию стратегии, принять участие в реализации программы взаимодействия по вопросам формирования семейных ценностей.

Таблица 3 - Критериальная основа готовности педагогов в области взаимодействия с родителями по вопросам формирования семейных ценностей

Высокий уровень	Средний уровень	Низкий уровень
Мотивационный критерий		
Показатели: сформированность мотивации в осуществлении взаимодействия с родительской общественностью, понимание значимости и наличие интереса к организации взаимодействия с родительской общественностью по вопросам формирования семейных ценностей, стремление к овладению эффективными способами организации взаимодействия с родительской общественностью		
Высокий уровень мотивации к реализации взаимодействия с родительской общественностью, понимание его значимости	Средний уровень мотивации к реализации взаимодействия с родительской общественностью, недостаточное понимание его значимости	Низкий уровень мотивации к реализации взаимодействия с родительской общественностью, отсутствие понимания его значимости
Когнитивный критерий		
Показатели: осознанность знаний о специфике взаимодействия с родительской общественностью, о технологиях, методах, приемах и формах его организации		
Знания, осознанные по всем показателям	Знания недостаточно осознанные по всем показателям	Знания поверхностные или отсутствие знаний
Практический критерий		
Показатели: осмысленность умения осуществлять взаимодействие с родительской общественностью, разрабатывать программы взаимодействия с родительской общественностью по вопросам формирования семейных ценностей		

Применимость вышеперечисленных умений самостоятельно	Применимость умений по образцу	Несформированность умений
--	--------------------------------	---------------------------

Данные, полученные в процессе самооценки педагогами их готовности в области организации взаимодействия с родительской общественностью, представлены на рисунке 5.



Рисунок 5 – Уровни сформированности готовности педагогов к взаимодействию с родительской общественностью по вопросам формирования семейных ценностей

Работа с педагогами осуществлялась по следующим направлениям:

1. Информационное:

- информационное сопровождение реализации взаимодействия с родителями по вопросам формирования семейных ценностей (просветительская и информационная работа);
- формирование банка педагогической информации (нормативно-правовой, программной, методической);
- ознакомление педагогических и руководящих работников образовательных учреждений с опытом реализации взаимодействия в Российской Федерации;
- разработка и публикация сборников методических материалов по семейному воспитанию, в том числе их размещение на сайтах и в блогах педагогов.

2. Организационно-методическое:

- сопровождение педагогов для реализации взаимодействия с родителями по вопросам формирования семейных ценностей, в том числе семей с обучающимися с ограниченными возможностями здоровья;
- изучение запросов, методическое сопровождение и оказание практической помощи молодым специалистам, педагогическим и руководящим работникам в период подготовки к реализации взаимодействия с родителями по вопросам семейного воспитания;

– оказание помощи в разработке системы информирования родителей по вопросам семейного воспитания.

3. Консультационное:

– помощь молодым специалистам;
– консультирование по вопросам организации психолого-педагогического сопровождения родителей.

4. Контрольно-аналитическое:

– изучение и анализ состояния и результатов методической работы по вопросам взаимодействия с родителями, определение направлений ее совершенствования;

– выявление профессиональных дефицитов педагогов в реализации взаимодействия с родителями;

– сбор и обработка информации о результатах реализации стратегии взаимодействия с родительской общественностью по вопросам формирования семейных ценностей;

– ведение аналитической деятельности по итогам посещенных мероприятий;

– формирование электронного банка данных успешных практик и опыта реализации взаимодействия с родителями для последующей диссеминации.

На основании данного рисунка можно утверждать, что к моменту контрольного этапа эксперимента 49% партнеров, которые готовы к взаимодействию с образовательным учреждением, в процессе формирования семейных ценностей в Лицее № 5 составляет практически половину всех опрошенных родителей. Самая малая группа – это «равнодушные» родители, которых всего 16%. Показатели недовольных родителей и тех, которые не вошли в кластер, также невысоки – 20 и 18% соответственно. Данные показатели свидетельствуют о том, что опрошенная группа родителей готова взаимодействовать с образовательной организацией в вопросе формирования семейных ценностей в своем большинстве и является перспективной в дальнейшем привлечении к вопросу семейного воспитания.

Представим данные для наглядного определения эффективности проведенной работы (рисунок 7).

Полученные эмпирические данные свидетельствуют об эффективности реализации стратегии взаимодействия родительской общественности и образовательной организации по вопросам формирования семейных ценностей, так как показатели группы родителей «Партнеры» к моменту контрольного исследования существенно улучшились, практически в полтора раза с 18% до 49%. Это доказывает, что половина родителей – надежные партнеры Лицея № 5 в процессе формирования семейных ценностей у обучающихся.

Кроме того, на контрольном этапе реализации стратегии мы провели измерения уровня сформированности готовности педагога к взаимодействию по вопросам формирования семейных ценностей.

В эссе, которые писали педагоги, ими отмечалась важность семейного воспитания, описывались механизмы формирования семейных ценностей, анализировалось состояние ценностных ориентаций обучающихся.

Возрос интерес к изучению данной тематики, активизировались запросы к методической службе образовательной организации по организации дискуссий, круглых столов, педагогических гостиных по вопросам формирования семейных ценностей.

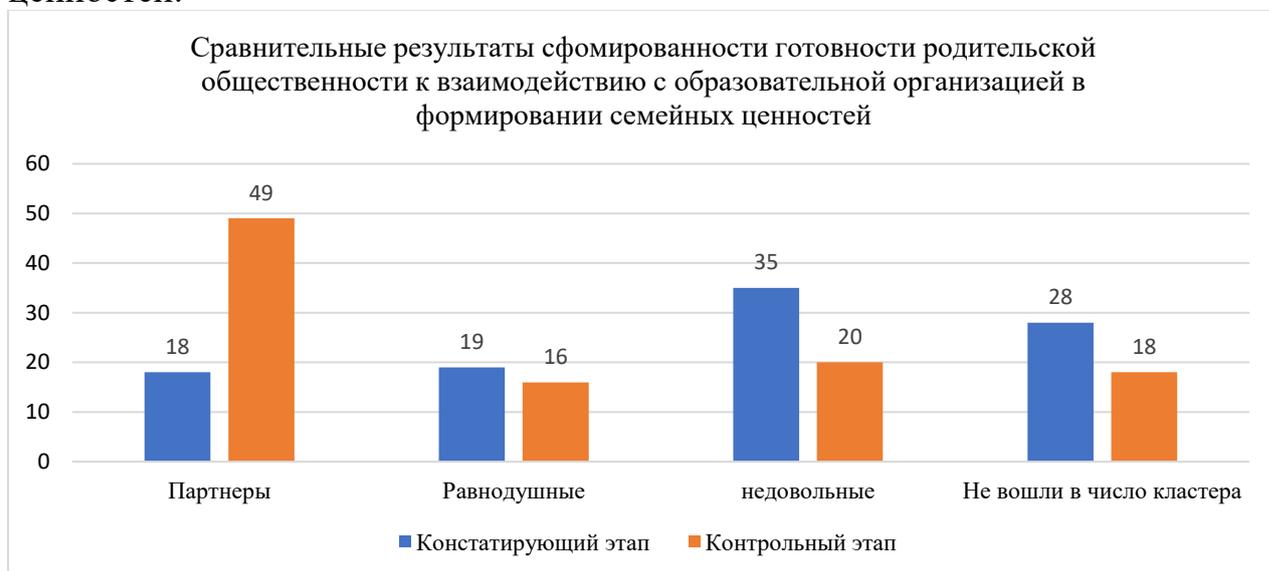


Рисунок 7 - Сравнительные результаты сформированности готовности родительской общественности к взаимодействию с образовательной организацией в формировании семейных ценностей

В этой связи, была актуализирована система наставничества в парах педагогов по критерию успешности осуществления воспитательной деятельности.

При использовании метода наблюдения и беседы администрация образовательной организации зафиксировала повышение уровня сформированности мотивационной, когнитивной и деятельностной готовности педагога к взаимодействию по вопросам формирования семейных ценностей: высокий уровень возрос с 30% до 35%, средний – с 49% до 60%, низкий понизился с 21% до 5% (см. рисунок 8).

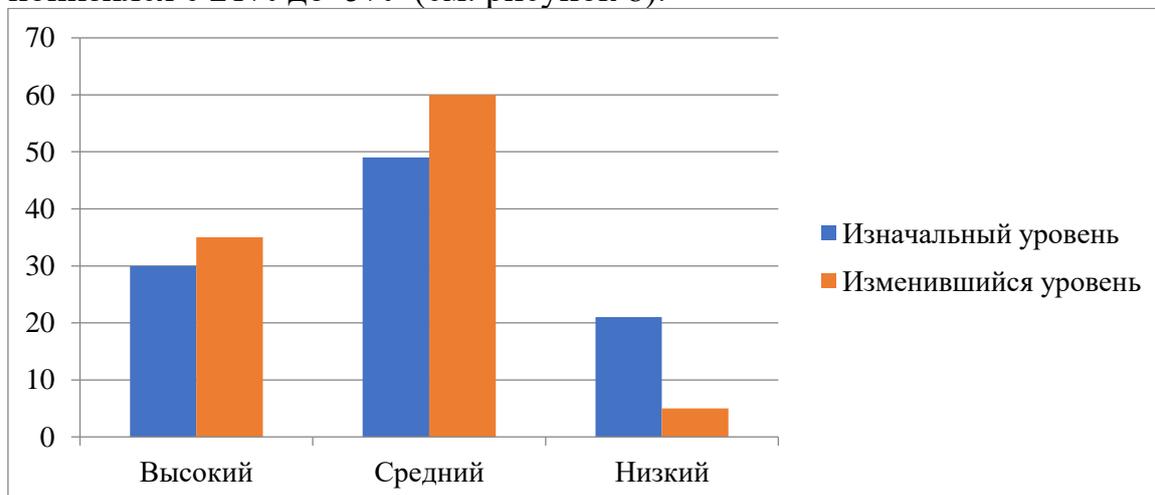


Рисунок 8 - Повышение уровня сформированности мотивационной, когнитивной и деятельностной готовности педагога к взаимодействию по вопросам формирования семейных ценностей

Данные результаты свидетельствуют об успешности предложенной программы и возможности ее применения в других образовательных учреждениях для формирования семейных ценностей у детей посредством привлечения родительской общественности к взаимодействию с образовательным учреждением.

Список литературы:

1. Блюм, М. А. Тенденция развития социального партнерства в России / М. А. Блюм. – СПб.: СПбГУП, 2017. – 342 с.
2. Бочков, Д. В. Профессиональная компетентность руководителей образовательных учреждений: диагностический инструментарий и результаты его применения по предметам экономического блока / Д. В. Бочков // Вестник Оренбургского педагогического университета: Электронный научный журнал (Online). [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://www.vestospu.ru>. Дата обращения: 10.01.2021.
3. Вагнер, И. В. Социально-экологическое проектирование как механизм реализации социального партнерства / И. В. Вагнер // Экологическое образование. – 2008. – № 4. – С.43-48.
4. Вершинин, В. Н. Современные проблемы социально-педагогического партнёрства семьи и школы / В. Н. Вершинин // Социально-педагогическое партнёрство семьи и школы. Опыт и проблемы. – Ульяновск : УИПКПРО, 2008. – С.129-135.
5. Веснин, В. Р. Стратегическое управление / В. Р. Веснин. – М. : Проспект, 2014. – 380 с.
6. Ганаева, Е. А. Разработка маркетинговой стратегии образовательной организации / Е. А. Ганаева. – М.: ФЛИНТА, 2015. – 112 с.
7. Желудков, М. А. Родительский университет как форма сотрудничества с семьей в условиях обучения учащихся / М. А. Желудков, Н. В. Додокина // Наука и образование: проблемы и перспективы развития. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции : в 5 частях. – Тамбов: ООО «Консалтинговая компания Юком», 2014. – С.48 – 49.
8. Зайцев, Л. Г. Стратегический менеджмент / Л. Г. Зайцев, М. И. Соколова. – М.: Магистр, 2013. – 528 с.
9. Заславская, О. В. Социальное партнерство семьи и школы в сфере воспитания / О. В. Заславская, О. Е. Сальникова, О. Ю. Кожурова // Научная библиотека «Киберленинка». – 2020. – № 3. – С. 25–27.
10. Изучение социального заказа. Что такое социальный заказ на образование? // Управление образовательным учреждением в вопросах и ответах. – 2019. – № 2. – С. 27–33.