

5. Яшенкова О.В. Основы теории мовой коммуникации/ О.В.Яшенкова. – К.: Академия, 2010. – 310 с.

**Р.С. Дружененко**

**ОСОБЕННОСТИ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ-ФИЛОЛОГОВ  
НАД ЛИНГВИСТИЧЕСКИМ АНАЛИЗОМ ЭТНОТЕКСТА:  
СЕМАНТИЧЕСКИЙ И ПРАГМАТИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ**

*В статье затронута проблема семантического и прагматического аспектов лингвистического анализа этнотекста, приведен пример характеристики национально-культурного языкового компонента в рамках семантики и прагматики высказывания.*

**Ключевые слова:** этнотекст, национально-культурный языковой компонент, семантика и прагматика высказывания.

**R. Druzenenko**

**THE FEATURES OF MAKING ANALYSIS  
OF ETHNICITY TEXT BY STUDENTS PHILOLOGISTS:  
SEMANTICAL AND PRAGMATIC ASPECTS**

The problem of the semantic and pragmatic aspects of linguistic analysis of ethnicity text was touched upon in the article, an example of the characteristics of the national- cultural component within the language semantics and pragmatics of the text was given.

**Keywords:** ethnicity text, national-cultural component of language, semantics and pragmatics of the statement.

**Рецензенти:**

Яворська С.Т. – д. пед. н., проф.,  
Дика Н.М. – канд. пед. н., доц.

*Стаття надійшла до редакції 09.12.2013*

УДК 37.091.2

**Г. П. Канафоцька, В. А. Нідзієва**

**СКЛАДОВІ ТА ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ  
ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ЦІННОСТЕЙ**

*Знання особливостей формування організаційних цінностей дозволяє забезпечити стабільність організації, її конкурентоспроможність, передбачити можливі напрямки управлінських рішень, а також можливість досягнення намічених завдань. Автори статті пропонують ознайомитися з теоретичними та практичними аспектами формування організаційних цінностей.*

**Ключові слова:** цінності, стратегія, організаційна культура, організаційні цінності.

Парадокс визначення цінностей полягає у тому, що цінності не підлягають чіткому визначенню з позицій людського раціоналізму і логіки, але лежать у площині руху до певного ідеалу. З позицій забезпечення ефективної діяльності організації цей рух лежить у площині досягнення конкретних стратегічних цілей. Спробуємо навести деякі визначення, виходячи з цих двох позицій: індивідуальних, чи особистісних та групових, чи організаційних (Канафоцька Г. П., 2013, с.77-79). Цінності – все те, що володіє потенціалом блага і тим самим дає поштовх до дії, спрямованої на здійснення цього блага. Цінності – це основні елементи світогляду людини, певний ідеал особистості, міра значущості речей, явищ, подій. Цінності – це те, на базі чого ми приймаємо рішення, і які визначають стандарти нашої поведінки. Цінності є могутнім регулятором індивідуальної і групової поведінки. Серед особистісних цінностей є унікальні, характерні тільки для даного індивіда, і цінності, що поєднують його з визначеною категорією людей. Це цінності групові, що формуються в формальних і неформальних організаціях.

Формування групових цінностей у робочому середовищі організацій і цінностей людей, які в них працюють, відбувається усвідомлено завдяки продуманій політиці менеджменту по розробці стратегічно важливих організаційних цінностей, що не суперечать особистісним і груповим цінностям з наданням відповідної підтримки їх носіям. Це відбувається в процесі розвитку організацій за

© Канафоцька Г. П., Нідзієва В. А., 2013

допомогою поступової кристалізації загальних цінностей на основі досвіду взаємодії працівників і майже непомітної зміни цінностей як наслідку змін взаємовідносин, мотивації та життєвих перспектив кожного в даній організації. При цьому організаційні та індивідуальні цінності повинні бути взаємодоповнюваними і несуперечливими, в іншому разі організації будуть неефективними, а їх цілі – недосяжними.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У результаті досліджень, що проводилися в рамках експерименту на базі гімназії №117 імені Лесі Українки Печерського району міста Києва на тему «Формування організаційної культури педагогічного колективу гімназії» згідно з наказом МОН від 20 червня 2011 року № 598, був проведений аналіз науково-теоретичного підґрунтя формування організаційної культури. Було проаналізовано понад двадцять різних підходів, серед яких найбільш поширеним виявився аксіологічний або ціннісний. Даний підхід розглядався в роботах Е.Шейна, Ф.Харріса, Р.Моргана, Ф.Лютенса, Д.Ньстрома, К.Девіса, Д.Єлдрідж, А.Кромбі, Нікітіна В.А., Злобіна Н.С., Самойлової І.Г., Хандурової Е.Н., Шекшні С.В., Стеклової О.Є., Тихомирової О.Г., Румянцевої З.П., Калініної Л.М., Дяченко Т.О., Канафоцької Г.П. Дані дослідження забезпечили плідне підґрунтя для розуміння значення організаційних цінностей для організацій, але ніяким чином не розглядалися як основа практичного забезпечення ефективності навчальних закладів в контексті саме управлінської діяльності.

**Мета статті** – продемонструвати роль і значення формування організаційних цінностей у процесі досягнення стратегічних цілей організації.

**Виклад основного матеріалу.** Організаційні цінності – це загальні переконання з приводу того, як і за допомогою чого належить діяти членам колективу, щоб досягти мети діяльності організації, дотримуючись суспільних норм моралі та етики діяльності (Канафоцька Г.П., 2010, с.25). Організаційні цінності іноді називають «корпоративною ДНК», оскільки цінності визначають відмінні риси певної організації порівняно з іншими, її особливий стиль внутрішньої життєдіяльності й виявляються у пізнаваному іміджі організації та її вираженій компетенції. Виражена компетентність – це: те, що дає змогу залучати і зберігати своїх клієнтів; те, що організація краще робить від своїх конкурентів; конкурентна перевага організації (Канафоцька Г.П., 2011, с.27). Професіоналізм менеджменту саме і полягає у спроможності здійснювати управління спільно

випрацьованими організаційними цінностями. Коли керівник при прийнятті управлінських рішень керується лише своїми особистими цінностями, ігноруючи при цьому цінності членів колективу і не поєднуючи їх із загальноорганізаційними цінностями діяльності структури, відбувається блокування процесів відкриття внутрішньої мотивації членів колективу, а з ними – і процесів творення чогось нового, що може забезпечити майбутню конкурентоздатність і ріст ефективності діяльності конкретної організації. Організаційні цінності формуються в контексті розвитку загальної організаційної культури.

Організаційна культура – це (Канафоцька Г.П., 2011, с.9): сукупність матеріальних, духовних, соціальних цінностей, створених та таких, що створюються співробітниками організації, в процесі трудової діяльності та відображають неповторність, індивідуальність цієї організації; поняття колективне, тобто являє собою дещо спільне для групи людей, які пов'язані певною соціальною організацією; механізм, що формує ціннісний, світоглядний та поведінковий стан членів угруповання, що обмежує сприйняття явищ з одного боку, з іншого, полегшує їх осмислення; сукупність випрацьованих у процесі діяльності конкретної соціальної організації загальних цінностей, правил, норм поведінки персоналу та традицій, що сприяє інтеграції всіх категорій працівників і має безпосередній вплив на процес забезпечення стратегії даної організації. Організаційна культура формує зміст діяльності організації, який визначається проголошеними цінностями.

Формування організаційної культури забезпечується шляхом планової управлінської діяльності у загальному процесі забезпечення стратегічних цілей структури. Інструментами, за допомогою яких забезпечується процес управління в організації, у тому числі організаційної культури, є: ієрархія, культура, ринок (Канафоцька Г.П., 2011, с.16-17). За допомогою використання цих інструментів процес управління скеровується на забезпечення виконання місії та досягнення мети діяльності організації. Мета в управлінні як ідеальний образ бажаного, можливого і необхідного стану об'єкта, відносно якого вона формулюється, входить до складу основних внутрішніх змінних організації. Окрім мети, до складу внутрішніх змінних входять структура, задачі, технології, люди. Саме люди завжди були і будуть основним найціннішим фактором забезпечення ефективної діяльності будь-якої організації, що формує її імідж в оточуючому середовищі та успіх у перспективі. Організації,

які це розуміють, свідомо працюють над чітким визначенням уявлень про засадничі цінності та принципи організаційної культури своєї структури (Канафоцька Г.П., 2012, с.82-83). Стабільно успішні організації мають сукупність чітко визначених уявлень про засадничі цінності та принципи, якими треба покеровуватися при досягненні стратегічних завдань. Організаційні цінності, які приймаються більшістю членів колективу, відносяться до елементів організаційної культури. Організаційні цінності самі по собі не спрацюють без інших елементів організаційної культури, таких як: норми поведінки та процедури, що підтримують відтворення домінуючих цінностей організації, та засобів, за допомогою яких передаються цінності та норми іншим працівникам. Необхідною умовою виникнення, формування та впровадження цінностей організаційної культури є безпосереднє спілкування членів колективу між собою та поширення відповідної інформації за умови дотримання конкретних принципів. Принципи наведемо за Тихомировою О.Г. (Тихомирова О.Г., 2008): спільності, доступності, чіткості та однозначності, поваги до індивідуальної особистої та національної культури, обґрунтованості, апріорності, досяжності основних цілей та цінностей. Розкриємо поняття двох останніх, які безпосередньо стосуються організаційних цінностей та їх значення у досягненні цілей організації. Принцип апріорності передбачає формування положень організаційної культури, у тому числі цілей і цінностей таким чином, щоб це не потребувало і не вимагало додаткових доведень. Принцип досяжності основних цілей та цінностей передбачає існування реальної можливості забезпечити досягнення цілей та відповідати цінностям організаційної культури.

Теоретичне підґрунтя дозволило практично забезпечити процес формування організаційної культури гімназії №117 імені Лесі Українки, в якій входили: визначення мети і стратегічних завдань; розробка, формування та розвиток організаційних підсистем; формування організаційних цінностей; впровадження інновацій та забезпечення сприйняття працівниками змін задля потреби подальшого ефективного розвитку відповідно обраній стратегії.

Теоретичне обґрунтування та практичне впровадження переконливо засвідчило, що базовим компонентом організаційної культури гімназії є організаційні цінності, які визначають організаційну поведінку всього педагогічного колективу та безпосередньо впливають на результати навчально-виховного процесу в ній.

Метою діяльності гімназії №117 імені Лесі Українки визначено: «Дати освіту, яка сприятиме становленню компетентного, високодуховного випускника». Для реалізації визначеної мети необхідно вирішити дві основні задачі, тісно пов'язані між собою: формування компетентного випускника й формування його духовності. У вирішенні обох задач провідна роль належить педагогічному колективу, його професійній компетентності, ціннісним установкам та рівню сформованості організаційної культури в цілому. Для реалізації мети діяльності гімназії й завдань, що з неї випливають, були визначені такі стратегічні напрямки: організаційний розвиток, інноваційний розвиток та розвиток особистості вчителів. Стратегічні напрямки діяльності гімназії розроблялися адміністрацією, опираючись на організаційні цінності педагогічного колективу, відпрацьовані в процесі спільної трудової діяльності. Провідна роль в реалізації заявлених стратегій належить керівнику навчального закладу – його директору, який в процесі діяльності виконує свою місію по відношенню до педагогічного колективу – формування організаційної культури в цілому та її базового компонента – організаційних цінностей.

Процес формування організаційних цінностей розпочинається під час встановлення відповідності обраній стратегії, заявлених навчальним закладом цінностей реальному стану існування, цінностей адміністрації та цінностей колективу педагогічних працівників. Організаційні цінності педагогічного колективу або його окремих груп можна визначити шляхом проведення опитування, де із переліку заявлених необхідно вибрати найбільш значущі цінності, що підтримує особисто кожний. Якщо результати такого опитування, проведеного в гімназії №117 імені Лесі Українки, розмістити у порядку спадання у сумі відповідей усіх учасників опитування, то їх перелік по значущості цінностей продемонструє цікаву картину, з аналізу якої можна зробити відповідні висновки про готовність колективу до впровадження змін у практику власної діяльності та у спільний процес досягнення стратегії гімназії. По значущості цінності, які члени колективу вважають організаційними, та цінності особистісні майже співпадають, і розмістилися у наступному порядку: виконання своїх обов'язків на високому рівні компетентності, професіоналізм, вміння працювати в команді, вміння поважати інших і самого себе, дотримання етики, інноваційність, прагнення до саморозвитку, духовність, толерантність, віра в успіх, вміння відповідати за свої вчинки та брати на себе відповідальність,

здатність приймати рішення, відданість колективу, довіра до людей. Але такі цінності, як здатність пристосовуватись до змін, відкритість для інформації про актуальні проблеми, адаптивність, самостійність, гнучкість, ініціативність та здатність до ризику, лідерство отримали найменшу кількість голосів учасників опитування.

Дане опитування дозволяє побачити, наскільки організаційні цінності керівника навчального закладу співпадають з цінностями педагогічного колективу, який він очолює, та використовувати їх в управлінні навчальним закладом в цілому. «Керівник навчального закладу повинен чітко знати, якою сьогодні повинна бути шкільна організація, її культура, управління, щоб відповідати новій освітній парадигмі» (Нідзієва В.А., 2013, с.25).

Аналіз результатів опитування засвідчує про недостатню готовність колективу гімназії до необхідних трансформацій та змін. Тому адміністрації потрібно самостійно запропонувати відповідні забезпеченню мети та стратегії організаційні цінності та віднайти управлінські механізми для їх ефективного впровадження.

Задекларовані організаційні ціннісні установки керівник може реалізовувати через конкретні рішення та дії, що підтримують існуючі та впроваджують нові традиції і забезпечують конструктивну взаємодію між членами колективу у результаті формування ефективних комунікацій між адміністрацією та колективом, що сприяє співробітництву; під час виступів перед членами педагогічного колективу та спеціальних семінарів, в пресі, перед батьківською та учнівською громадою; шляхом демонстрації конструктивної та компромісної позиції під час вирішення гострих питань або конфліктних ситуацій; демонстрацією постійної готовності до отримання нових знань у процесі власної самоосвіти та забезпечення необхідного підвищення кваліфікації членів колективу; під час щоденної практичної роботи; при прийнятті відповідних управлінських рішень та особистим прикладом практичної демонстрації способів їх впровадження. Це сприятиме створенню відповідних умов для впровадження організаційних цінностей, що впливатиме на забезпечення формування особистісних цінностей, які не вступатимуть у протиріччя з організаційними, що в кінцевому результаті є необхідною умовою забезпечення успіху організації.

Якщо задекларовані, реально існуючі та особистісні цінності в колективі співпадають або, принаймні, не суперечать один одному, то створюються необхідні умови для організації ефективної роботи педагогічного колективу, що проявляється у забезпеченні основних

функцій організаційної культури (Канафоцька Г.П., 2013, с.31): пізнавальної, що дозволяє працівнику в рамках оргкультури реалізувати прагнення до самоаналізу, бажання краще усвідомити свій світ та своє призначення у ньому, визначити своє місце та статус у конкретному колективі, пізнати себе, свої сильні та слабкі сторони тощо; ціннісно-формуючої, яка допомагає формувати в людей погляди та ставлення щодо сенсу життя, а також правильного розуміння тих цінностей, котрі пропагує той світ, що оточує людину. Особистісні цінності є похідними від цінностей соціальних груп. Вибір та освоєння цінностей людиною відбуваються через почуття її ідентичності, приналежності до тієї чи іншої малої групи; комунікаційної, при якій за допомогою пізнаних цінностей, норм ділової поведінки й етики спілкування відбувається встановлення та використання ефективних комунікаційних потоків, що забезпечують взаєморозуміння, взаємодію та єдність щодо аналізу та оцінки будь-якого виду інформації; нормативно-регулюючої, що сприяє ідентифікації співробітників з організацією, формує регулюючі норми поведінки, роблячи цю поведінку передбачуваною та керованою; мотиваційної, при якій приналежність до сильної організаційної культури вже сама по собі є потужним стимулом до зростання, прагнення діяти в інтересах і на користь свого закладу; інноваційної – зовнішньої функції, яка допомагає організації вижити в умовах конкуренції. Модель гуманітарної гімназії, розроблена у 2008-2009 роках, була представлена як реалізований проект на Міжнародній науково – практичній конференції 28-30 жовтня 2009 року (Нідзієва В.А., 2010, с.97-107), стала тим необхідним фундаментом, який дозволив педагогічному колективу рухатись до намічених цілей шляхом реального гуманізму та забезпечувати вищезазначені функції під час навчально-виховного процесу в гімназії.

**Висновки.** Теоретичні та практичні дослідження підтвердили, що в основі ефективного забезпечення розвитку організаційної культури усіх структур лежить процес формування організаційних цінностей. Організаційні зміни повинні бути скеровані на переосмислення, формування, культивування і використання спільних організаційних цінностей, здатних забезпечувати досягнення мети та стратегічних цілей організації. Саме організаційні цінності сприятимуть інтеграції усіх підрозділів організації на основі прихильності обраній стратегії та спільно випрацюваним нормам і правилам, формуватимуть

відданість колективу та дозволятимуть забезпечувати процеси впровадження необхідних змін.

### Література

1. Канафоцька Г. П. Формування цінностей сучасної людини: фактори, інституції, складові та чинники впливу/ Г. Канафоцька // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Механізми управління розвитком організаційної культури ЗНЗ» ]. ( Київ, 4-5 квіт. 2013 р.) – К., 2013 – 200 с. – С. 77-87.
2. Канафоцька Г.П. Менеджмент творчості: навч. посіб./ Г.П. Канафоцька; Київ. Ун-т імені Б. Грінченка, Ін-т лідерства та соціальних наук. – К. : Київ. Ун-т імені Б. Грінченка, 2010. – 40 с.
3. Канафоцька Г.П. Організаційна культура навчального закладу: навч. посіб./ Г.П Канафоцька.; Київ.ун-т ім.Б.Грінченка, Ін-т лідерства та соціальних наук. – К.: Київ. Ун-т ім.Б.Грінченка, 2011.– 40 с.
4. Канафоцька Г.П. Організаційна культура у контексті формування іміджу навчального закладу./Г.П.Канафоцька// Педагогічний процес: теорія і практика. – 2012.–Випуск 5. – С.78-86, 268 с.
5. Канафоцька Г.П. Організаційна культура як складова інтеграційних процесів управління/ Г. Канафоцька // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Механізми управління розвитком організаційної культури ЗНЗ» ]. ( Київ, 4-5 квіт. 2013 р.). – К., 2013 – 200 с. – С. 30-32.
6. Нідзієва В.А. Роль організаційної культури в управлінні навчальним закладом/В. Нідзієва// Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції [«Механізми управління розвитком організаційної культури ЗНЗ». (Київ, 4-5 квітня. 2013 р.). – К., 2013. – 200с. – С.24-29.
7. Нідзієва В.А. Модель гуманітарної гімназії/ В. Нідзієва// Матеріали міжнародної науково-практичної конференції [«Моделі інноваційного розвитку школи»]. (Київ, 28-30 жовтня 2009 р.).– К., 2010 – 312 с. – С.97-107.
8. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка/ О.Г. Тихомирова. – Санкт-Петербург: ИТМО, 2008. – 148 с.

### Г. П. Канафоцкая, В. А. Нидзиева СОСТАВЛЯЮЩИЕ И ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ЦЕННОСТЕЙ

*Знание особенностей формирования организационных ценностей позволяет обеспечить стабильность организации, ее конкурентоспособность, предвидеть возможные направления управленческих решений, а также создать возможности достижения намеченных задач. Авторы статьи предлагают ознакомиться с теоретическими и практическими аспектами формирования организационных ценностей.*

**Ключевые слова:** ценности, стратегия, организационная культура, организационные ценности.

### G. Kanafotska, V. Nidziyeva THE COMPONENTS AND FACTORS OF THE DEVELOPMENT OF THE ORGANIZATIONAL VALUES

*Knowledge of features of forming of organizational values allows to provide stability of organization, its competitiveness, foresee possible directions of administrative decisions, and also possibility of achievement of the set tasks. The authors of the article suggest to familiarize with the theoretical and practical aspects of forming of organizational values.*

**Keywords:** values, strategy, organizational culture, organizational values.

### Рецензенти:

Побірченко Н. А. – д. психол. н., проф.,  
Онаць О. М. – канд. пед. н.

*Стаття надійшла до редакції 14.11.2013*