

Журавлева Наталья Николаевна

*Кандидат педагогических наук, доцент кафедры управления образованием,
Новосибирский государственный педагогический университет,
г. Новосибирск, E-mail 2nzhur@mail.ru*

Петрушкевич Марина Александровна

*Магистрант кафедры управления образованием,
Новосибирский государственный педагогический университет,
г. Новосибирск, E-mail marry-jane7@mail.ru*

ШКОЛЬНЫЙ МЕДИАХОЛДИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ФОРМА УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМ ПРОСТРАНСТВОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

В статье рассматривается проблема управления информационным пространством в современной образовательной организации. Раскрыта сущность понятий «информационное пространство», «холдинг», показаны особенности простой и сложной структуры медиахолдинга, выделены принципы рационального взаимоотношения в рамках холдинговой структуры: принцип единства правил игры; принцип соответствия стратегии холдинга; принцип исключения дублирования; принцип взаимовыгодного сотрудничества и другие. В работе описана открытая система медиахолдинга, состоящая из взаимосвязанных частей, активно взаимодействующих с внешней окружающей средой, и, как любая инновация, готовая к изменениям.

Ключевые слова: информационное пространство, медиахолдинг, дивизиональная структура медиахолдинга.

Zhuravleva Natal'ja Nikolaevna

Candidate of pedagogical science, Assistant Professor of the Department of management of education, Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk

Petrushkevich Marina Aleksandrovna

*Student, Department of management of education,
Novosibirsk State Pedagogical University, Novosibirsk*

A SCHOOL MEDIA HOLDING AS AN INNOVATIVE FORM OF INFORMATION MANAGEMENT IN AN EDUCATION SETTING

The article deals with the problem of managing information space in a modern education setting. The essence of the concepts of “information space” and “holding” are clarified. The authors identify the characteristic features of simple and complex structures of media holdings, highlighted the principles of rational relationships within the holding structure: the principle of unity of rules of the game; the principle of matching the holding’s strategy; the principle of avoiding duplication; the principle of mutually beneficial cooperation, etc. The article describes the open system of the media holding.

Keywords: information space, media-holding, divisional structure of the media holding.

Управление в организации начинается с управления информацией, чем выше уровень организационной структуры, тем меньше вероятность преград при осуществлении коммуникаций [6]. В этой связи преграды влияют на эф-

фактивное коммуникативное поведение руководителей и приводят к принятию квазиуправленческих решений.

Понятие «информационное пространство образовательной организации» рассмотрено и дополнено нами на основе исследований Ракитиной Е. А., Лысковой В. Ю. [7] и определяется как совокупность содержательных, технических, программных, телекоммуникационных, методических и управленческих средств, позволяющих оптимально использовать новые информационные технологии в сфере образования, внедрять их во все виды и формы образовательной деятельности.

Информация, как правило, не персонафицирована, беспорядочна, поэтому руководители и все участники образовательного процесса должны развивать умение качественно и количественно оценивать свои информационные потребности, правильно реагировать [1–2; 4], а реакция, в свою очередь, порождает изменения [3]. Организации необходимо регламентировать информационные потребности уровней управления. Важно создать жизнеспособную систему и автоматизировать процессы фильтрации информационных потоков [10].

Одной из инновационных форм и инструментов формирования образовательного пространства в образовательной организации являются медиахолдинги, которые на одной платформе эффективно объединяют ресурсный потенциал организации и являются одним из механизмов управления информацией. Рассмотрим явление и понятие холдинга с ретроспективной точки зрения.

Появление холдингов как таковых в России связывают с периодом кризисных 90-х годов прошлого столетия. Бизнес структуры в это время активно искали пути повышения не только своей эффективности, но и сохранения позиций путем ухода от традиционных форм хозяйствования.

Попытка определить понятие холдинга нашла свое отражение в следующих документах:

1) проект федерального закона № 99049555-2 «О холдингах», который так и остался на уровне проекта.

2) временное положение о холдинговых компаниях, создаваемых при преобразовании государственных предприятий в акционерные общества, утвержденное указом президента РФ от 16.11.92 №1392.

Сформировалось две точки зрения на содержание определения понятия «холдинг». Проект федерального закона (пункт 1, статья 2) дает следующую характеристику: «Холдинг – объединение хозяйственных обществ, не являющееся юридическим лицом, в котором одно хозяйственное общество (холдинговая компания) имеет правовые основания определять решения, принимаемые другими хозяйственными обществами (иными участниками холдинга)». Другими словами, холдинг – это совокупность юридических лиц, связанных между собой определенными отношениями. Однако данный документ, по мнению самих разработчиков, имел ряд недостатков, в частности, отсутствие механизмов создания холдинга, реализации представленных в нем положений, а также слишком обший, отсылочный характер.

Второй нормативный акт дает следующую трактовку: «Холдинговой компанией признается предприятие независимо от его организационно-правовой формы, в состав актива которого входят контрольные пакеты акций других предприятий. Контрольные пакеты акций дают основание холдинговой компании влиять на вынесение решений этих компаний». Таким образом, холдинг – это компания-держатель контрольного пакета акций с функцией контроля над принятием решений.

Если рассматривать понятие «холдинг» с точки зрения его этимологии (от англ. *to hold* – держать), то происхождение

ние слова помогает раскрыть сущность второй трактовки. В 1989 г. великобританское законодательство дает определение холдингу, основываясь на факте дочерности одной компании по отношению к другой. Одна компания (А) является дочерней компанией другой компании (Б), являющейся по отношению к ней холдингом, если выполнено хотя бы одно из нижеследующих четырех условий:

а) компания (Б) владеет большинством голосующих акций в компании (А);

б) компания (Б) является одним из членов компании (А) и имеет право назначать (увольнять) какое-либо большинство членов совета директоров компании (А);

в) компания (Б) является одним из членов компании (А) и контролирует самостоятельно или совместно с другими акционерами.

Принимая во внимание вышеизложенное, можно резюмировать, что холдинг как структура представляет собой головной орган и зависимые, дочерние подструктуры (дивизионы) с правом управления и вынесения контрольных решений в рамках установленных отношений.

Функциональная особенность холдинга состоит в том что, несмотря на централизацию власти, дочерние подструктуры на оперативном уровне самостоятельно осуществляют функции управления и определения целевых ориентиров. Другими словами, дочерние подструктуры имеют самостоятельность в принятии решений оперативного уровня, наделены полномочиями, но не имеют достаточной власти для влияния на глобальную стратегию организации. При этом в зависимости от сложности построения дочерних структур, а именно отсутствия или наличия у них своих зависимых подструктур, определяется и тип холдинга. Так, холдинги могут быть простыми и сложными.

Основная задача холдинга – консолидация ресурсной базы за счет про-

ведения согласованной политики стандартизации и типизации большинства рутинных процедур. Что касается функциональных особенностей построения холдинга, то в теории экономического менеджмента принято выделять три основных вида:

1) построение по принципу разделения производственных функций (маркетинг, PR и реклама, бухгалтерия и т. д);

2) построение по принципу юридической самостоятельности каждой функциональной единицы холдинга, деятельность которых осуществляется независимо друг от друга, на основе полного и функционального замкнутого цикла;

3) построение смешанной модели из юридически обособленных сообществ, но при этом выполняются отдельные согласованные функции.

Однако, переходя в плоскость образовательных отношений, важно заметить, что по мере развития процесса конвергенции СМИ, ускорения темпа жизни, роста информационных ресурсов и новых форм представления информационного контента увеличивается и доля организаций, работающих в форме крупных производственно-хозяйственных или производственно-интеллектуальных объединений. Так, в образовательной организации сегодня активно развивается процесс информатизации и оснащения ИКТ для активного использования их как инструмента повышения качества учебно-воспитательной и управленческой деятельности. В данном случае очень важным элементом является содержание управления. Содержание управления мы рассматриваем и как способ управления, на который «накладываются» методы его освоения, формы организации управления и все образовательно-управленческие аспекты. В этом смысле медиахолдинг является альтернативой традиционным средствам управления в образовательной организации.

Управление школьным медиахолдингом строится на основе дивизиональной структуры (см. рис. 1).

В свою очередь, дивизиональная структура основывается на организаци-

онной концепции медиахолдинга и на ключевых принципах модели Маккинси 7С, где информационные технологии проявляются в синергетическом эффекте ресурсной базы (см. рис. 2).

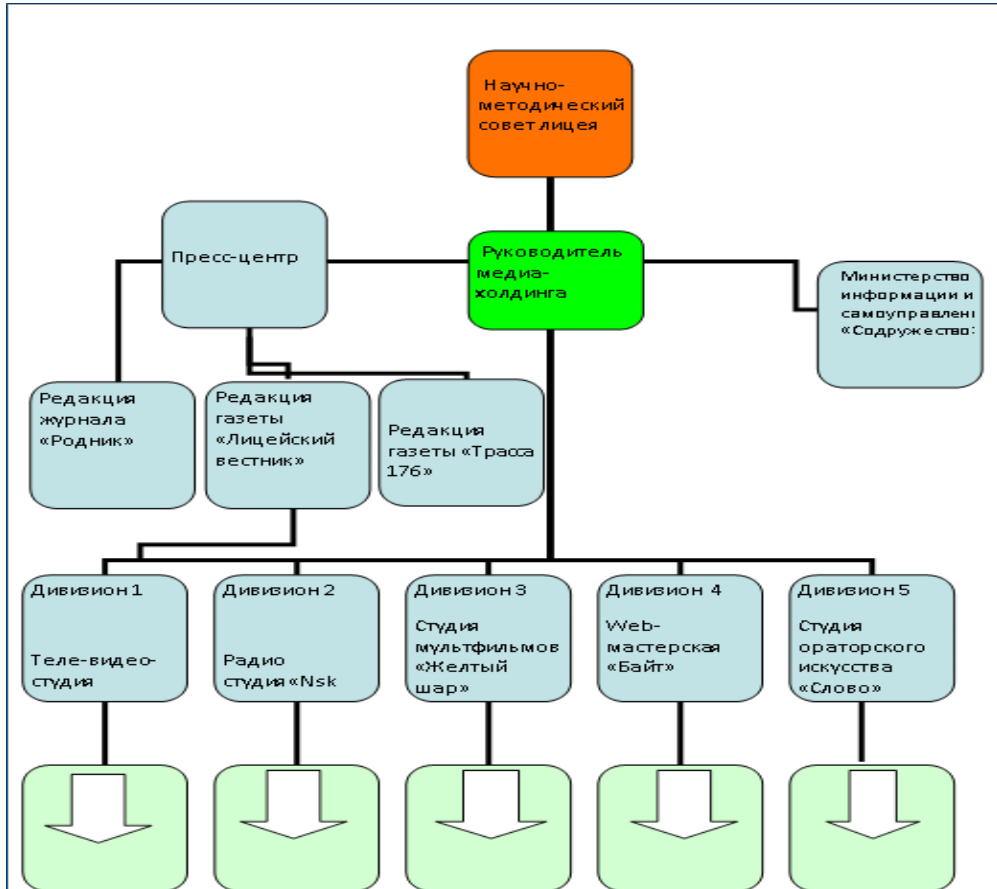


Рис. 1. Организационная структура школьного медиа-холдинга (ШМХ)

Идеологическое руководство осуществляется научно-методическим советом лицея. Он стоит во главе иерархической структуры холдинга. Координацию деятельности структурных подразделений выполняет координационный совет холдинга (во главе с руководителем холдинга) в который входят педагоги – руководители дивизионов, специалисты медиасферы и представители министер-

ства информации и печати как системообразующего элемента в структуре школьного управления. В структурном представлении дивизионы холдинга стоят на нижнем уровне иерархии. Особенность структуры дивизионального типа в том, что ключевой является «средняя линия», которая управляет холдингом в иерархии между стратегической вершиной и рабочим ядром.

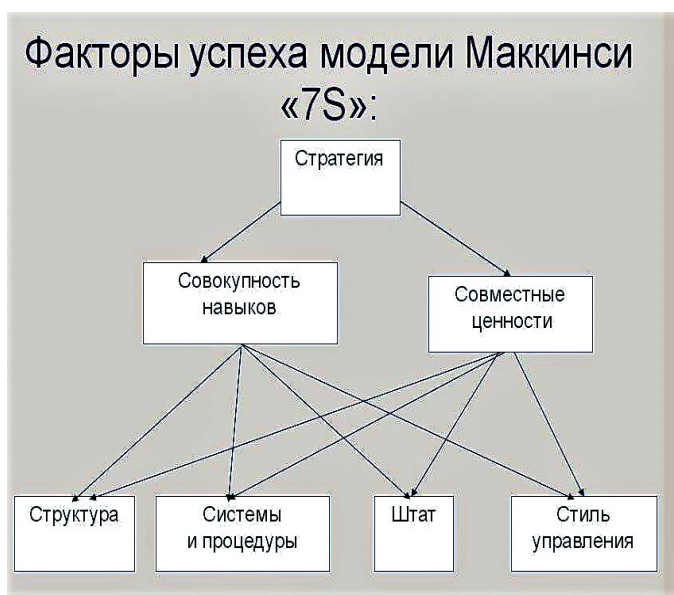


Рис. 2. Синергетический эффект ресурсной базы проекта на основе модели Маккинси 7С

Дивизионам также предоставляется определенная самостоятельность, выполняются некоторые функции управления и соответствующие полномочия. Они отвечают за решение проблем информационного неравенства, что напрямую связано с личностно-социальным аспектом участников образовательных отношений, их социальной адаптацией в быстро изменяющейся информационной среде. Дивизиональная структура позволяет ликвидировать методический хаос в управлении, подобрать наиболее технологичные системные подходы, средства достижения тактических и стратегических целей, разработать и внедрить единую систему управления, оптимизировать систему управления, избавив ее от балластных, низкопродуктивных элементов, исключить дублирующие процессы.

Принято считать, что данная структура стала активно внедряться в 1960–1970 гг. за счет увеличения размеров организаций и диверсификации их деятельности. Однако подобная структура организации хорошо прижилась и в масштабах относительно небольших предприятий,

ускоряя реакцию организации на вызовы внешней среды.

В масштабах школы медиахолдинг представляет собой открытую систему, состоящую из взаимосвязанных частей, активно взаимодействующих с внешней окружающей средой, готовую к изменениям, а потому достаточно долговечную. Поэтому ввиду своей открытости нельзя рассматривать структуру медиахолдинга вне зависимости от единой корпоративной информационной системы. Ведь изначально в любой среде существует определенный набор источников информации. И с целью повышения эффективности работы важно определить типы источников информации внутри образовательного пространства.

Наиболее прозрачная классификация в качестве критерия использует тип данных: устные, эмпирические, прогнозные, статистические и т. д. Также нужно принимать во внимание организационные особенности медиахолдинга: и как формы функционирования ресурсных элементов организации и как организации в организации.

Организация – это механизм. Как в механизме, так и в организации существует внутреннее трение. Поэтому при минимальном трении получается лучший результат. Отсюда вытекают принципы рационального взаимоотношения в рамках холдинговой структуры организации [8, с. 209–215; 11, с. 16]:

- принцип единства правил игры;
- принцип соответствия стратегии холдинга;
- принцип исключения дублирования;
- принцип взаимовыгодного сотрудничества;
- принцип контроля за соблюдением установленных сроков по результатам деятельности;
- принцип ответственности за нарушение сроков по отчетности;
- принцип разделения стратегического и оперативного планирования;
- принцип умеренной самостоятельности дивизионов холдинга.

Последний принцип ввиду отсутствия множественных звеньев иерархии приводит к повышению уровня личной инициативы и ответственности участников, беспрепятственному прохождению восходящих потоков информации, налаживанию системы горизонтальных коммуникаций. При этом за счет первых трех принципов исключается мультицентричность принятия решений и наличия очаговых субкультур внутри дивизионов. Гибкость дивизионов при изменении внешних условий и сохранение эффекта масштаба – важное условие в структурной организации медиахолдинга. Поэтому данное условие наиболее эффективно осуществляется за счет управленческих решений головного органа холдинга, отвечающего за согласованность действий его дивизионов, обеспечивая тем самым создание эффекта масштаба.

Дивизионы используют преимущества, основанные на скорости принятия решений и гибкости при реализации информационного контента. Оперативность принятия решений возрастает за

счет снижения количества и повышения качества процессов, вследствие сокращения времени на их проработку, ответственности участников за их принятие, более четкого распределения полномочий. При этом активно участвует как непосредственное, так и дальнейшее окружение проекта. Также, согласно правилам эффективного менеджмента, периодически проводится инвентаризация времени участниками проекта [9].

Если же процесс достаточно масштабный, то для лучшей управляемости можно разбить его на подпроцессы, которыми значительно легче управлять, и назначить ответственных за эти подпроцессы. В этом отношении стандарт ИСО не устанавливает каких-либо требований к детализации процессов или их описанию. Главное требование стандарта – процессы должны находиться в управляемых условиях. Поэтому детализировать процессы нужно так, что обеспечить эти управляемые условия. При этом нельзя забывать, что процесс управления как процесс выработки управляющих воздействий является информационным процессом, поэтому в системе управления структурно его можно представить как некую совокупность операций по сбору, передаче, обработке, хранению и передаче информации. В этой цепочке очень важны ресурсы: идеи, технологии, перспективный персонал, новые возможности во внешней среде, принципы управления и организационные структуры, обеспечивающие скорость и качество процесса [5]. Различные участники, входящие в состав медиахолдинга, находятся на разных стадиях организационного менеджмента.

Под управлением холдингом подразумевается создание уже готовых, запрограммированных, промежуточных решений, процедур, правил, выполнение которых может гарантировать успех. Опыт реализации школьного медиахолдинга свидетельствует в пользу процесс-

ного подхода на основе международного стандарта ISO 21500:2012 технологии управления портфелем проектов как дополнительного механизма повышения эффективности управления ресурсами проекта, мотивационных технологий, позволяющих предотвратить отчуждение владельцев процесса и информационного продукта от конечного получателя.

Таким образом, можно сделать вывод:

школьный медиахолдинг дивизионального типа, являясь инновационной формой и инструментом управления информационным пространством образовательной организации, эффективно объединяет ее ресурсный потенциал и обеспечивает согласованность действий его дивизионов, обеспечивая тем самым реализацию эффекта масштаба.

Список литературы

1. *Авдеева Е. А.* Медиавоспитание как ответ на вызовы нашего времени // *Философия образования.* – 2015. – № 2 (59). – С. 85–92.
2. *Веряев А. А.* Семиотика интерфейса системы «человек-компьютер» и образовательный процесс // *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета.* – 2015. – № 6 (28). – С. 68–77.
3. *ДеКарло Д.* Экстремальное управление проектами = Extreme Project Management / пер. с англ. М. С. Финогенова, Е. И. Смыковской. – М.: Компания р.м.Office, 2005. – 588 с.
4. *Колычев Г. С., Симбирцева Н. А.* На пути к медиаграмотной личности: от теории к практике // *Педагогическое образование в России.* – 2016. № 6. – С. 110–115.
5. *Кочеткова А. И.* Введение в организационное поведение и организационное моделирование: учеб. пособие. – М.: Дело, 2003. – 944 с.
6. *Латуха О. А.* Ключевые факторы успеха развития организации в современных условиях // *Вестник Новосибирского государственного педагогического университета.* – 2016. – № 3. – С. 131–139.
7. *Ракитина Е. А., Лыскова В. Ю.* Информационные поля в учебной деятельности // *Информатика и образование.* – 1999. – № 5. – С. 19–25.
8. *Румянцева З. П.* Общее управление организацией. Теория и практика: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2007. – 303 с.
9. *Сладкевич В. П., Чернявский А. Д.* Современный менеджмент (в схемах): опорный конспект лекций. – 3-е изд., стереотип. – Киев: МАУП, 2003. – 152 с.
10. *Травин В. В., Дятлов В. А.* Менеджмент персонала предприятия: учеб. практ. пособие. – 5-е изд. – М.: Дело, 2003. – 272 с.
11. *Управление проектом.* Основы проектного управления: учебник / под ред. проф. М. Л. Разу. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: КНОРУС, 2010. – 760 с.