

№1(168)
січень
2019

ЩОМІСЯЧНИЙ
НАУКОВО - ПЕДАГОГІЧНИЙ ЖУРНАЛ

ISSN 2308-4634 (Print)
ISSN 2617-0825 (Online)

МОЛОДЬ і РИНОК



Тетяна Гарбуза Тьютор як суб'єкт освітнього процесу в системі дистанційного навчання.....	71
Любов Скалич Розвиток творчої особистості майбутнього педагога за творами Василя Сухомлинського (до 100-річчя від дня народження).....	75
Людмила Машкіна Формування фахової компетентності майбутніх вихователів дітей дошкільного віку в освітньому процесі закладів вищої освіти.....	80
Лариса Карпова Дослідницька компетентність вчителя нової української школи.....	85
Akhmet Yildyrym An analysis of the practice of smart advice in terms of gender perspective.....	90
Іраїда Галелюк, Ольга Гарбич-Мошора Інтерактивні методи навчання на заняттях зарубіжної літератури.....	95
Стефанія Пінчак Творча діяльність Корифея бандурного мистецтва Гната Хоткевича.....	99
Оксана Скварок Лексичні деривативні експресії як засіб суб'єктивізації мовлення І. Франка.....	105
Неля Сірант Проблеми естетичного виховання дітей в історичній ретроспективі.....	111
Олена Ільїна Гендерне виховання в концепції нової української школи.....	117
Оксана Дуржинська Формування здоров'язберігаючого простору в навчально-виховному процесі.....	121
Тетяна Георгадзе Функціонування сім'ї в умовах української соціальної політики.....	125
Олена Іванова Поняття "професійна позиція" у науковому дискурсі.....	130
Зоряна Височан Компетентнісний підхід формування культури українського діалогічного мовлення майбутніх правознавців... ..	136
Катерина Бровко Діагностика стану сформованості корпоративної культури студентів університету.....	140
Ся Гаоян Специфіка видів мистецтва як орієнтир для поліхудожньої підготовки майбутнього вчителя музики....	146
Лариса Корольова Сучасні аспекти підготовки вчителя іноземної мови у Румунії в загальноєвропейському вимірі.....	152

ДІАГНОСТИКА СТАНУ СФОРМОВАНOSTІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

comprehensive school]. Moscow: Education, p. 208. [in Russian].

2. Kremen, V. H. (2012). *Synerhetyka v osviti: kontekst liudynotsentryzmu: monohrafiia* [Synergetics in education: the context of human-centeredness]. Kyiv: Pedagogical Thought, p. 368. [in Ukrainian].

3. Sysoieva, S. O. & Sokolova, I. V. (2010). *Problemy neperervnoi profesiinoi osvity: tezaurus naukovoho doslidzhennia* [Problems of Continuing

Professional Education: Thesaurus of Scientific Research]. Kyiv: Vyd. Dim "EKMO", p. 362. [in Ukrainian].

4. Skalkyn, V. L. (1989). *Obucheniye dialogicheskoi rechi* [Teaching Dialogue Speech]. Kyiv: Soviet school, p. 158. [in Russian].

5. Yavorska, H. (2016). *Bazovi kompetentnosti maybutnikh pravoznavtsiv* [Basic competences of future lawyers]. *Scientific notes of the International Humanitarian University*. Odesa: Phoenix, vol. 25, pp. 220–226. [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 26.12.2018

УДК 378.4 – 057.875:316.73

DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2019.158767>

Катерина Бровко, аспірант
Київського університету імені Бориса Грінченка

ДІАГНОСТИКА СТАНУ СФОРМОВАНOSTІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

У статті висвітлюються питання діагностики стану сформованості корпоративної культури студентів університету. Наведено особливості діагностики стану сформованості корпоративної культури студентів університету. Розкрито сутність поняття "корпоративна культура особистості". Окреслено компонентну структуру корпоративної культури особистості. Визначено критерії, показники та рівні сформованості корпоративної культури студентів університету. Описано результати проведення діагностики.

Ключові слова: діагностика; корпоративна культура; університет; студенти.

Рис. 4. Літ. 5.

Kateryna Brovko, Postgraduate Student,
Kyiv Borys Hrinchenko University

DIAGNOSTICS OF STATE OF FORMATION OF CORPORATE CULTURE OF UNIVERSITY STUDENTS

The study deals with the question of the diagnosis of the formation of the corporate culture of university students. Diagnosis allows investigating the level of knowledge of students about the nature and content of the individual aspects of corporate culture and determining the attitude of students to the corporate culture of the university. Specifics of the diagnosis of the formation of the corporate culture of university students are outlined. The essence of the concepts "corporate culture of personality" is determined. The component structure of the corporate culture of the personality is outlined. Among the structural components of the corporate culture of personality are used: worldview, corporate values, style of behavior, the rules that the members of the organization adhere to. Criteria, indicators and levels of formation of the corporate culture of university students are defined. Among the indicators are singled out: understanding of the essence of corporate culture, the mechanisms of its manifestation; possession for knowledge about the corporate culture of personality; understanding of the role of corporate culture and awareness of the need to identify it in student life; knowledges of formal and informal rules and norms of activity, patterns of behavior, traditions, rituals, corporate identity, logo, flag, corporate color, branded clothes, missions, visions accepted at the university and awareness of the appropriateness of their observance; adherence to the ethics of corporate behavior; value attitude to cultural norms, rules, models of behavior; accepted in the educational environment of the university. The results of diagnostics of the formation of the corporate culture of university students are described.

Keywords: diagnostic; corporate culture; the university; students.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку країни, вища школа повинна забезпечити підготовку висококваліфікованих, конкурентоспроможних фахівців, що володіють високою сформованістю моральних уявлень, цінностей, ідеологічних

настанов, норм та правил поведінки, світогляду, інтелекту, культури, а також здатні забезпечувати сталий розвиток цивілізації, самостійно і творчо мислити, швидко знаходити ефективні та нестандартні шляхи вирішення проблем. Одним із найважливіших елементів, що забезпечує якість

ДІАГНОСТИКА СТАНУ СФОРМОВАНOSTІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

професійної підготовки висококваліфікованих фахівців є корпоративна культура особистості, адже саме вона впливає на формування означених якостей індивіда.

Питання формування корпоративної культури особистості у своїх працях досліджували: А. Беляев, О. Віханський, О. Габдулхакова, К. Гнезділова, М. Дмитренко, О. Жильцов, В. Зоріна, Г. Кондратенко, В. Кубко, С. Ковалевський, Л. Кошева, Є. Кузьмін, Б. Ломов, Н. Морзе, Т. Немченко, В. Огнев'юк, Л. Орбан-Лембрик, О. Романовський, О. Чижилова, Т. Чернишова, Н. Яблонскене та ін.

Мета статті полягає у визначенні рівня сформованості корпоративної культури студентів університету.

Виклад основного матеріалу. Корпоративну культуру ми розглядаємо як систему спільних переконань, вірувань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості [3, 176]. Вона виступає соціальним механізмом, який покликаний орієнтувати індивіда до вирішення спільних завдань організації, мобілізації ініціативи й забезпечення ефективності взаємодії всіх членів означеного колективу [1, 17].

Як зазначають В. Fralinger та V. Olson корпоративна культура – це домінуючий внутрішній об'єднуючий фактор, який регламентує цінності університету [4, 86].

В контексті педагогічних знань, корпоративна культура особистості розглядається як сукупність цінностей, які підтримуються суб'єктом певної організації та орієнтують її на досягнення спільної мети та цілей [2, 91].

До структурних компонентів корпоративної культури особистості можна віднести: світогляд, корпоративні цінності, стиль поведінки, норми, що сповідають члени організації. Цілком логічним у цьому контексті бачиться розгляд корпоративної культури з позиції сформованості в індивіда лідерських якостей (моральність, ініціативність, вимогливість, відповідальність у виконанні студентами своїх обов'язків, уміння уникати й згладжувати конфлікти, організаторсько-комунікативні здібності, уміння працювати в команді та ін.) та емоційно-вольової регуляції (емоційна стабільність, сила волі, енергійність, оптимізм, упевненість у собі, працездатність, харизматичність та ін) [5].

З метою визначення рівня сформованості корпоративної культури студентів університету було проведено експериментальне дослідження на базі Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка (студенти

спеціальностей “Початкова освіта”, “Дошкільна освіта”). Для досягнення цієї мети студентам було запропоновано 2 авторські анкети, які містили закриті, відкриті, а також ситуативні запитання у яких студенти самостійно давали оцінку своїм особистісним якостям. Також анкети складались з ряду запитань, у яких були представлені варіанти відповідей. Анкети містили в собі питання, що давали змогу оцінити стан сформованості корпоративної культури студентів університету за наступними критеріями: когнітивний, емоційно-ціннісний, діяльнісний, рефлексивний.

Констатувальний етап експерименту передбачав розв'язання таких завдань:

1) дослідити рівень знань студентів про сутність і змістові аспекти корпоративної культури особистості;

2) визначити ставлення студентів до корпоративної культури університету.

Для визначення рівня сформованості корпоративної культури студентів університету нами були визначені наступні показники:

1) розуміння сутності корпоративної культури, механізмів її прояву;

2) володіння системою знань про корпоративну культуру особистості;

3) розуміння ролі корпоративної культури та усвідомлення необхідності її виявлення у студентському житті;

4) знання формальних й неформальних правил і норм діяльності, моделей поведінки, традицій, обрядів, фірмового стилю, логотипу, прапору, корпоративного кольору, фірмового одягу, місії, візії прийнятих в університеті та усвідомлення доцільності їх дотримання;

5) дотримання етики корпоративної поведінки;

6) ціннісне ставлення до культурних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в освітньому середовищі університету.

Для визначення рівня сформованості знань про сутність і змістові аспекти корпоративної культури й корпоративної культури особистості, зокрема, механізмів її прояву, розуміння ролі корпоративної культури та усвідомлення необхідності її виявлення у студентському житті, знання формальних й неформальних правил і норм діяльності, моделей поведінки, традицій, обрядів, фірмового стилю, логотипу, прапору, корпоративного кольору, фірмового одягу, місії, візії прийнятих в університеті та усвідомлення доцільності їх дотримання; дотримання етики корпоративної поведінки, студентам було запропоновано відповісти на запитання авторської анкети “Корпоративна культура”. За результатами дослідження, слід зазначити, що у студентів не

має чітко сформованого розуміння базових понять, які є складовими корпоративної культури. Так, 66,6% опитуваних відповіли, що "корпоративна культура" – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен студент, працівник, 11,3% студентів вважають, що корпоративна культура – це засіб розвитку організації, ще 8 % визначають її, як форму організації культурного життя людей у корпоративній сфері, 6,6 % трактують її, як модель поведінки, яка притаманна для певної організації, 4% під корпоративною культурою розуміють систему ідентифікуючих ознак, цінностей та переконань, що відображає рівень досконалості, добропорядності, інші 3,3% розглядають її, як засіб управління людьми.

Щодо знань і вмінь, які включає в себе корпоративна культура, то більшість респондентів, а саме 46,7% відповіли, що до її складу входять саморозвиток, колективісткість, толерантність, взаємопідтримка, взаємодопомога, взаємоповага, 33,3 % сюди відносять – знання символіки, традицій, історії, цінностей, гімну університету, рефлексію, 13,3 % вважають, що корпоративна культура включає у себе ціннісне ставлення до суб'єктів освітнього процесу та університету в цілому, 6,7 % – лідерство, служіння.

Саморозвиток, колективісткість, толерантність, взаємопідтримка, взаємодопомога, взаємоповага, визначення 54,0% респондентів як основи умінь корпоративної культури. 36,0% опитуваних відповіли, що вони знають символіку, традиції, історію, цінності, гімн університету. 7,3% – ціннісне ставлення до суб'єктів освітнього процесу та університету в цілому, 2,7 % надають перевагу лідерству, служінню. Серед перерахованих знань та умінь 61,3% респондентів використовують саморозвиток, колективісткість, толерантність, 34 % респондентів використовують у своїй поведінці знання символіки, традицій, історії, цінностей, гімну університету, 3,3 % віддають перевагу ціннісному ставленню до університету, інші 1,3 % вважають за потрібне використовувати у своїй поведінці лідерство.

Стосовно частоти виявлення корпоративної культури у взаєминах в ровесниками, 56,0% опитуваних відповіли, що досить часто виявляють корпоративну культуру у взаєминах в ровесниками, адже підтримка корпоративної культури сприяє налагодженню позитивних міжособистісних взаємин, 31,3% відповіли, що виявляють корпоративну культуру по відношенню до ровесників тільки у деяких ситуаціях, адже іноді люди цього не заслуговують, вони наголосили на тому, що потрібно відноситись до людей, так,

як вони до тебе, 10,0% зазначили, що завжди виявляють корпоративну культуру у взаєминах в ровесниками, тому, що вони навчаються разом і тому мають поважати один одного, інші 2,7% не виявляють корпоративну культуру у взаєминах в ровесниками, тому, що не вбачають в цьому жодного сенсу. Відносно виявлення корпоративної культури по відношенню до викладачів, 46,7% опитуваних відмітили, що виявляють корпоративну культуру в деяких ситуаціях, адже на їх думку це перш за все залежить від самих викладачів, 23,3% наголосили на тому, що виявляють корпоративну культуру досить часто, на їх думку це сприяє дійти взаєморозуміння, останні 30% завжди виявляють корпоративну культуру у взаєминах з викладачами через повагу до їх професіоналізму.

Для 46,0% опитуваних знання про корпоративну культуру необхідні, щоб завоювати позитивне ставлення серед оточуючих, авторитет серед значимих людей, 28,6% – уникнути неприємних ситуацій, 17,3% – формувати корпоративну культуру університету, 3,3% – не створювати незручностей іншим, не псувати їм настроїв, 2,7% – виділитися із загальної маси, 2,0% – задовольнити потребу в спілкуванні, взаємодії.

Щодо важливості формування корпоративної культури студента університету, 73,3% опитуваних зазначили, що це потрібно для підтримки згуртованості та командного духу, 14,6% – акцентували вагу на тому, що корпоративна культура дозволяє покращити рівень організованості освітньої та позааудиторної діяльності студентів університету, 10,0% зазначили, що це необхідно для успішної адаптації студента до особливостей життя університету, 2,0% – за для формування та підтримки суб'єктами освітнього процесу ряду власних цінностей.

З приводу системи цінностей яку сповідують студенти/викладачі в університеті, 73,3% відповіли, що це знання символіки університету, його гімну, традицій, цінностей, дотримання стандартів корпоративного одягу, 18,6% – взаємодопомога, комунікабельність, 4,7% – рівноправність, демократія, останні 3,3 % наголосили на важливості такої цінності як чесність.

Щодо поглядів студентів на те чи викладачі відтворюють ту систему цінностей, яка сформована в університеті, 56,6% відповіли – скоріше так, 30,0% – так, 13,3 % вагаються відповісти (див. рис. 1.).

Останнє запитання анкети було націлене на визначення поглядів студентів на те чи студенти відтворюють ту систему цінностей, яка

ДІАГНОСТИКА СТАНУ СФОРМОВАНOSTI КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

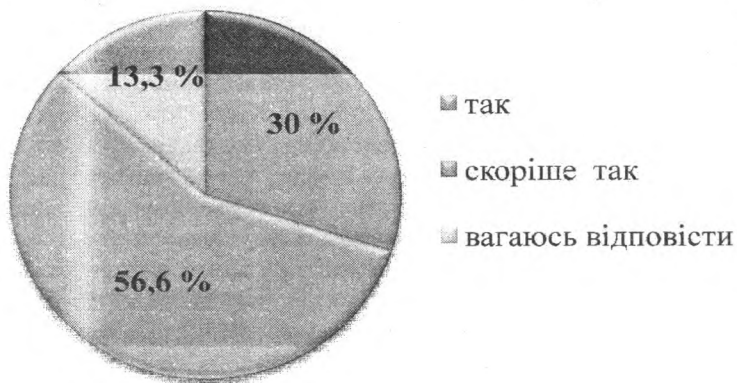


Рис. 1. Відтворення системи цінностей університету викладачами

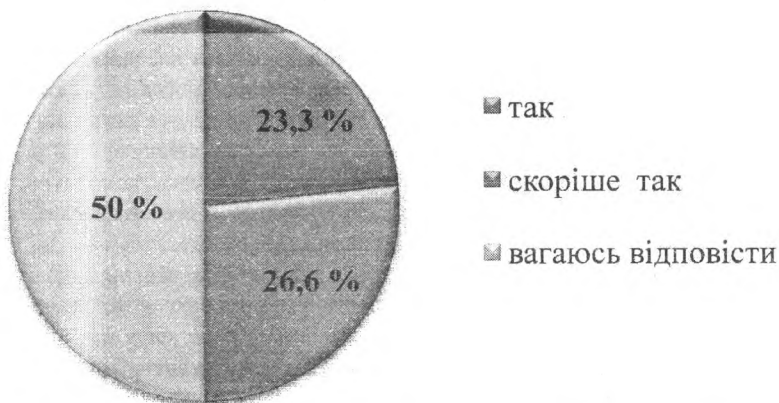


Рис. 2. Відтворення системи цінностей університету студентами

сформована в університеті. Відтак, 50,0% у своїх відповідях зазначили, що вони вагаються відповісти на поставлене запитання, 26,6% – скоріше так, 23,3% – так (див. рис. 2.).

Таким чином, можна стверджувати, що студенти мають недостатній рівень сформованості знань щодо корпоративної культури й корпоративної культури особистості, зокрема, її сутності, змістових аспектів, механізмів прояву та інших її аспектів, а саме тому підлягають подальшому їх формуванню.

Для визначення рівня сформованості ціннісного ставлення до культурних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в освітньому середовищі університету було використано авторську анкету "Ставлення до корпоративної культури". Відтак, щодо уявлення про єдність факультету (див. рис. 1.3.), 53,3% опитуваних відповіли, що факультет, на якому вони навчаються, є єдиним та цілісним союзом викладачів та студентів, які

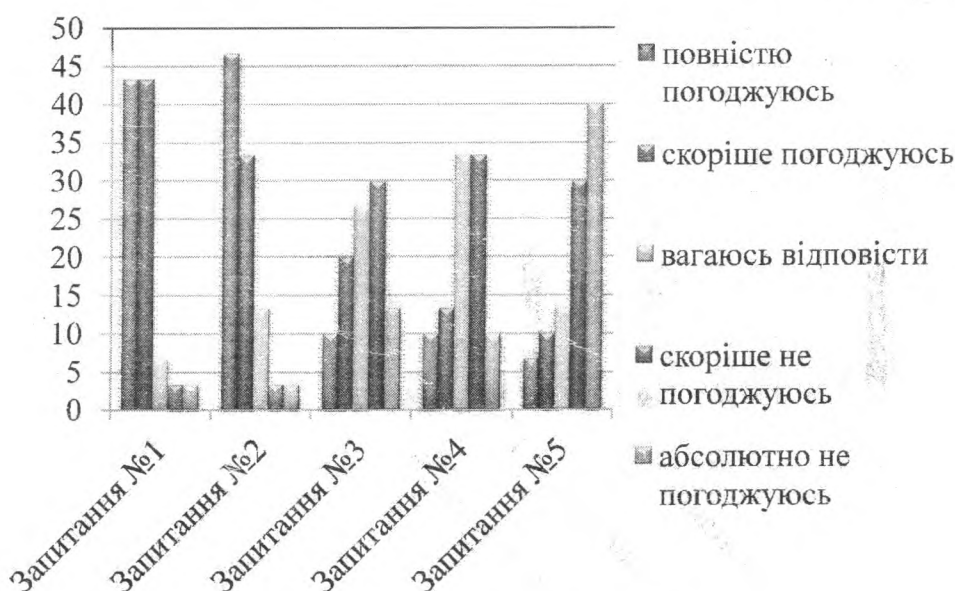


Рис. 3. Моє уявлення про єдність факультету

ДІАГНОСТИКА СТАНУ СФОРМОВАНOSTI КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

тісно співпрацюють між собою, 36,0 % – скоріше погоджуються, 6,6 % – вагаються відповісти, 2,6 % – скоріше не погоджуються, 1,3 % – абсолютно не погоджуються.

Відносно питання “Мені здається, що насправді об’єднані викладачі й та частина студентів, які дійсно ставлять за мету одержати професію і гарні знання”, 49,3% студентів повністю погодилися із твердженням, 30,6 % – скоріше погоджуються, 13,3% – вагаються відповісти, 4,6% – скоріше не погоджуються, 2% – абсолютно не погоджуються.

Із твердженням, що факультет складають два різних об’єднання: викладачі та студенти, 30,0% – скоріше не погоджуються, 26,6% – вагаються відповісти, 20,0% – скоріше так, 13,3% – абсолютно не погоджуються, 10,0% – повністю погоджуються.

Стосовно того, що студенти більше об’єднані між собою, ніж викладачі, 33,3% студентів відповіли, що скоріше не погоджуються з означеним твердженням, 33,3% абсолютно не погодилися, 12,0% вагаються відповісти, 12,0% відповіли, що скоріше погоджуються, інші 9,3 % повністю погодилися.

На твердження про те, що на факультеті викладачі та студенти живуть і працюють нарізно, не об’єднуючи свої зусилля, 40,0% респондентів абсолютно не погодилися, 29,3% скоріше не погоджуються, 14,0% утримались від точної відповіді, 10,0% відповіли, що скоріше погоджуються, останні 6,6 % повністю із цим згодні.

Щодо того хто більше об’єднаний між собою, викладачі або студенти, 42,6% опитуваних більше схильні до погодження із тим, що викладачі дійсно об’єднані між собою і підтримують одне одного

в межах університету в усьому, 38,0% студентів повністю погодилися із твердженням, 9,3 % вагаються відповісти, 6,6 % скоріше не погоджуються, інші 3,3 % абсолютно не згодні (див. рис.4.).

Стосовно взаємопідтримки викладачів у ставленні один до одного, 44,6 % відповіли, що скоріше погоджуються із твердженням, що викладачі підтримують одне одного, але й не критикують одне одного в межах університету, 22,0% повністю погодилися, 20,6% вагаються дати точну відповідь, 8,6% скоріше не погоджуються, 4,0% абсолютно не погоджуються.

Відносно того, що викладачі об’єднані між собою і підтримують одне одного хоча б стосовно єдності вимог до студентів, 32,0% відповіли, що повністю з цим згодні, 35,3% скоріше погоджуються, 22,0% вагаються відповісти, 8,0% абсолютно не погоджуються, 2,6% скоріше не погоджуються.

“Вважаю, що сильніше об’єднання і спільність викладачів відчувається в межах факультету, аніж університету....”, 36,6% респондентів відповіли, що скоріше погоджуються із зазначеним, 26,6% вагаються відповісти, 27,3% повністю погоджуються, 6,0% скоріше не погоджуються, 3,3 % абсолютно не погоджуються.

“На мою думку, викладачі не підтримують одне одного в межах університету, вони мало знайомі між собою. Найкращим аргументом є різні вимоги викладачів до студентів”, 50,6% опитуваних не погоджуються із тим, що викладачі не підтримують одне одного в межах університету, 27,3% скоріше не погоджуються, 22,0% вагаються відповісти.

Аналізуючи відповіді на питання можна дійти висновку, що більшість студентів переконані в

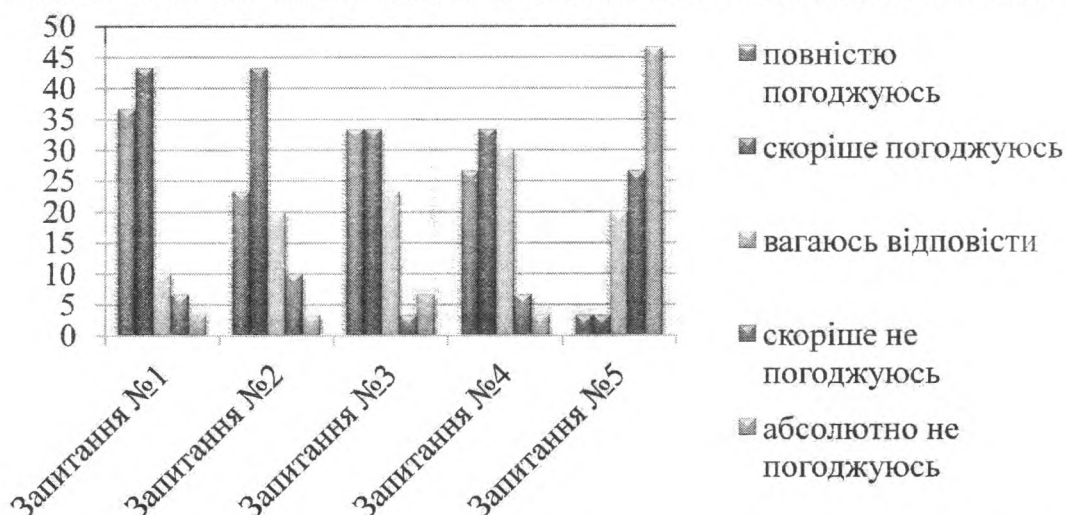


Рис. 4. Чи є викладачі представниками університету як єдиної освітньої корпорації ?

ДІАГНОСТИКА СТАНУ СФОРМОВАНOSTІ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

тому, що викладачі та студенти об'єднані між собою та тісно співпрацюють один з одним за для досягнення спільної мети. Також значна кількість опитуваних дотримується думки, що не тільки студенти та викладачі об'єднані між собою, але й викладачі між собою. Об'єднуючим фактором на їх думку виступає єдність вимог до студентів.

Проведене експериментальне дослідження дозволило визначити рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету: *високий, середній, низький*.

Високий рівень сформованості корпоративної культури студентів відзначається тоді, коли студенти мають глибокі міцні знання щодо сутності корпоративної культури, механізмів її прояву. Володіють системою знань про корпоративну культуру особистості. Розуміють роль корпоративної культури та усвідомлення необхідності її виявлення у студентському житті. Обізнані з формальними й неформальними правилами і нормами діяльності, моделі поведінки, прийняті в університеті та усвідомлює доцільність їх дотримання, проявляючи при цьому стійку активність у розширенні й поглибленні знань. Дотримуються етики корпоративної поведінки. Студентам притаманне емоційно-позитивне ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапору, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу.

Середній рівень сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету характеризується фрагментарністю знань щодо сутності корпоративної культури й корпоративної культури особистості, зокрема, механізмів її прояву. Усвідомлюють необхідність дотримання формальних й неформальних правил і норм діяльності, моделей поведінки, прийнятих в університеті, але часто не може оцінити й проаналізувати відповідно до них власну поведінку і вчинки інших людей. Поведінка часто зумовлюється ситуативно – залежно від вимог, інтересів, потреб і під впливом значущих для нього людей. У таких студентів не достатньо сформоване емоційно-позитивне ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапору, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу.

Низький рівень сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету характеризується недостатньо повними знаннями щодо сутності корпоративної культури й корпоративної культури особистості,

зокрема, механізмів її прояву. Ці знання позбавлені системності й не завжди знаходять свій прояв у поведінці студентської молоді. У них також спостерігається відсутність активності у поведінці й розширенні знань. Студенти не завжди усвідомлюють необхідності дотримання формальних й неформальних правил і норм діяльності, моделей поведінки, прийнятих в університеті й як наслідок не можуть оцінити відповідно до них власну поведінку й вчинки інших людей. Спонукальним механізмом дотримання культурних норм виступають тільки окремі люди. Культурні норми не мотивуються внутрішньою потребою. Студенту не властиве емоційно-позитивне ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапору, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу. Вони не усвідомлюють та не приймають місію та візію університету

Висновки. Результати вивчення стану сформованості корпоративної культури студентів університету виявили певні недоліки які пов'язані із недостатньою обізнаністю студентів із сутнісними характеристиками та значенням корпоративної культури для особистості студента, а також недостатнім рівнем сформованості деяких аспектів емоційного інтелекту. Також варто зазначити, що не у повній мірі використовуються такі засоби формування корпоративної культури студентів університету як суспільно-корисна, милосердна діяльність, що знаходить виявлення у піклуванні про добробут, благополуччя оточуючих людей. Адже саме у праці на користь інших у студентів формуються взаємини товарищескості, доброзичливості, усвідомлюються обов'язки щодо інших, розвиваються відносини співробітництва і взаємодопомоги.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів / К. А. Бровко // "World Science". – Warsaw: RS Global Sp. z O.O. – 2018. – Vol.5, March №3(31). – С. 16–20.
2. Зоріна В. М. Корпоративна культура та її складові / В. М. Зоріна // Педагогіка і психологія формування творчої особистості: проблеми і пошуки: зб. наук. пр. / Ін-т педагогіки і психології проф. освіти АПН України, Запоріж. облас. ін-т післядиплом. пед. освіти. – К.; Запоріжжя, 2005. – Вип. 34. – С. 91–95.
3. Brovko K. A., Ternopil'ska V. I. Corporate culture of personality: psychological aspects // Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles. – C.E.I.M., Valencia, Venezuela, 2017. – PP. 176–178.
4. Fralinger B. Organizational Culture At The University Level: A Study Using The OCAI Instrument / B. Fralinger,

СПЕЦИФІКА ВИДІВ МИСТЕЦТВА ЯК ОРІЄНТИР ДЛЯ ПОЛІХУДОЖНЬОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

V. Olson // Journal of College Teaching and Learning. – 2007. – Vol. 4. – № 11. – P. 85–97.

5. Ternopil'ska V. The role of self-government in development of leadership qualities among students / V. Ternopil'ska // Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles. – EDEX, Madrid, Espana, 2016. – p. 341–344.

REFERENCES

1. Brovko, K. A. (2018). Vplyv kuratora akademichnoyi grupy na formuvannya korporativnoyi kultury studentiv [The influence of the academic group curator on the forming of students corporate culture]. "World Science". Warsaw: RS Global Sp. z O.O. Vol.5, March. No. 3(31), pp. 16–20. [in Ukrainian].

2. Zorina, V. M. (2005). Korporativna kultura ta yii skladovi [Corporate culture and its components].

Pedagogy and psychology of formation of a creative person: problems and searches: a collection of scientific works. Vol.34, pp. 91–95 [in Ukrainian].

3. Brovko, K. A. & Ternopil'ska, V. I. (2017). Corporate culture of personality: psychological aspects. Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles. C.E.I.M., Valencia, Venezuela, pp. 176–178. [in English].

4. Fralinger, B. & Olson, V. (2007). Organizational Culture At The University Level: A Study Using The OCAI Instrument. Journal of College Teaching and Learning. Vol. 4. No. 11, pp.85–97 [in English].

5. Ternopil'ska, V. (2016). The role of self-government in development of leadership qualities among students. Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles. EDEX Publ., Madrid, Espaca, pp. 341–344. [in English].

Стаття надійшла до редакції 21.12.2018

УДК 378.011.371

DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2019.158768>

Ся Гаоян, аспірант факультету мистецтв імені Анатолія Авдієвського
Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, м. Київ

СПЕЦИФІКА ВИДІВ МИСТЕЦТВА ЯК ОРІЄНТИР ДЛЯ ПОЛІХУДОЖНЬОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ

У статті розкрито сутність поліхудожньої підготовки майбутнього вчителя музики. Її орієнтиром постає формування фахівця з цілісною художньою свідомістю, здатного збагачувати в духовному напрямі власне життя і застосовувати досвід у роботі з майбутніми учнями та іншими людьми. З погляду цілісності проаналізовано природу художнього висловлювання засобами різних видів мистецтва. Показано особливості синтезування різних мистецтв на основі музикоцентричної інтеграції, що специфічно саме для фаху педагога-музиканта.

Ключові слова: майбутній учитель музики; поліхудожня підготовка; види мистецтва; синтез мистецтв; музикоцентрична інтеграція.

Лит. 14.

Xia Gaoyang, Postgraduate Student of Faculty of Arts named after Anatoliy Avdiyevskiy
National Mykhaylo Drahomanov Pedagogical University, Kyiv

SPECIFICS OF TYPES OF ART AS AN ORIENTING POINT FOR POLY-ARTISTIC TRAINING OF FUTURE MUSIC TEACHERS

The article deals with the essence of poly-artistic training of future music teacher in the process of professional development. The essential basis of professional training is multi-vector mastering of musical work in the complex of professional disciplines through the acquisition of knowledge, analytical and interpretive activity, performing and teaching creativity.

Poly-artistic training as a component of professional preparation is defined as a two-ways process, which include two counter vectors: the formation of student-musicians' general artistic awareness based on musical composition and the enrichment of their musical thinking by attracting means of various types of art to deepen the artistic image.

The orientating point of the artistic training is the formation of a specialist with a holistic artistic consciousness who is able to enrich one's own life in the spiritual direction, as well as to apply the experience in working with future disciples and other people. The optimal training courses are the courses of history of music and analysis of music works, which are poly-artistic. The basis of artistic knowledge is a musical work, which the student-musicians percept in the artistic and socio-cultural contexts. Musical works are grouped as musical programs of different types of program, musical-stage and purely musical, whose knowledge is emotionally enriched with the help of other arts.

The approaches to the classification of arts have been analyzed based on study of art and aesthetic and philosophical points of view. In terms of integrity, the nature of artistic expression has been analyzed by means of