

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

БРОВКО КАТЕРИНА АНДРІЇВНА

УДК 378.4.091.8: [316.454.52:159.923]:005.6(043.3)

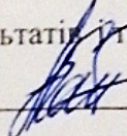
ДИСЕРТАЦІЯ
«ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ У
ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ УНІВЕРСИТЕТУ»

011 Науки про освіту (Освітні, педагогічні науки)

Галузь знань 01 Освіта (Освіта/Педагогіка)

Подається на здобуття наукового ступеня доктора філософії

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

 К. А. Бровко

Науковий керівник: **Тернопільська Валентина Іванівна**, доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри теорії та технології соціальної роботи Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова

Київ – 2020

АНОТАЦІЯ

Бровко К. А. Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю 011 Науки про освіту (Освітні, педагогічні науки), галузь знань 01 Освіта (Освіта/Педагогіка). – Київський університет імені Бориса Грінченка, Київ, 2020.

Зміст анотації

Дисертацію присвячено обґрунтуванню теоретичних і методичних засад формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Об'єкт дослідження – формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Предмет дослідження – технологія формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та експериментальній апробації технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Теоретичний аналіз наукових джерел уможливило вивчення проблеми формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, як міждисциплінарної, інтегрованої. Вивчення ступеню дослідженості проблеми у вітчизняній та зарубіжній теорії і практиці, засвідчило, що корпоративна культура розглядається з точки зору різних наукових підходів, як от: прагматичного, який трактує її як схему-образ колективних базових уявлень, що набуваються членами організації; феноменологічного – з точки зору якого вона є системою усталених цінностей та уявлень; когнітивного, який позиціонує її, як сукупність знань, вірувань і правил, які засвоєні членами організації, системного – в основі підходу покладено соціально-психологічний клімат, який панує в організації; системного та синергетичного в основі якого вона розглядається як мотивуючий фактор впливу на побудову взаємозв'язків з членами організації; ситуаційного – який концентрується на ситуаційних відмінностях між організаціями і всередині самих організацій; символічного – який розглядає організацію як систему в межах якої елементом впливу постає її символ.

Систематизовано понятійний апарат дослідження, до складу якого увійшли: культура; корпорація; корпоративна культура закладу освіти; корпоративна культура університету; корпоративна культура особистості. Зроблено висновок, що корпоративна культура є системою спільних переконань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості. Встановлено, що корпоративна культура студента університету є інтегративним особистісним утворенням, що характеризується ціннісним ставленням студентів до себе, оточуючої дійсності, корпоративних норм, цінностей, прийнятих в університеті, лідерстві, й виявляється в уміннях конструктивної взаємодії з всіма учасниками освітнього процесу, здатності до самоконтролю, самореалізації.

Здійснено аналіз особливостей формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету крізь призму структурних компонентів освітнього середовища університету: особистісного, який реалізується через залучення студентів до соціально-гуманітарної та позааудиторної діяльності; активної діяльності керівництва організації та куратора студентської академічної групи; аксіологічно-сміслового – втілено через дотримання місії, візії, цінностей, традицій університету, виконанні ритуалів, використанні корпоративної атрибутики; інформаційно-змістового – втілюється шляхом вивчення студентами циклу навчальних дисциплін, як от: «Університетські студії», який складається з трьох окремих модулів – «Я студент», «Лідерствослужіння», «Вступ до спеціальності», авторського курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів»; проходження музейної практики; залучення студентів до проектної діяльності, дотримання Кодексу корпоративної культури; організаційно-діяльнісного – втілюється через використання в навчальній діяльності студентів різноманітних традиційних та інтерактивних форм і методів, прийомів і засобів навчання; просторово-предметного – знаходить свій відбиток через користування студентами університетським бренд-буком, корпоративною поштою, загально університетським сайтом.

Визначено змістову структуру корпоративної культури студентів у

освітньому середовищі університету, яка представлена чотирма взаємопов'язаними та взаємозумовлюючими компонентами (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний, рефлексивний). Для оцінки ступеня сформованості структурних компонентів корпоративної культури студентів університету визначено відповідні критерії (знаннєвий, мотиваційний, операційно-діяльнісний, аналітико-рефлексивний), показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів (високий, середній, низький) та розкрито їх зміст.

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що: вперше теоретично обґрунтовано технологію формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету на засадах середовищного підходу, яка складається з трьох операційних блоків що містять мету, завдання, конкретизацію змісту компонентів означеної технології (концептуальний, змістовий, процесуальний); визначено етапи які дозволяють послідовно впливати на розвиток кожного з компонентів (мотиваційного-ціннісного, когнітивного, діяльнісного, рефлексивного); визначено критерії (знаннєвий, мотиваційний, операційно-діяльнісний, аналітико-рефлексивний), рівні сформованості корпоративної культури студентів (високий, середній, низький); запропоновано тлумачення поняття «корпоративна культура студента університету»; уточнено тлумачення поняття «корпоративна культура»; форми, методи, засоби формування корпоративної культури студентів університету; подальшого розвитку набули питання ролі та місця формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; положення про потенціал аудиторної та позааудиторної діяльності університету щодо формування корпоративної культури студентів.

Практичне значення результатів дослідження полягає у розробленні методичного забезпечення та апробації технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; розробці та впровадженні в освітній процес університету авторського курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів».

Результати констатувального етапу експерименту засвідчили недостатній рівень сформованості у студентів корпоративної культури, який пов'язаний із прогалинами у знаннях студентів щодо сутнісних характеристик та значення корпоративної культури для особистості студента, а також недостатнім рівнем сформованості деяких аспектів емоційного інтелекту.

Доведено необхідність обґрунтування, розробки та експериментальної перевірки технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, яка уможливило розвиток кожного з компонентів корпоративної культури студентів університету, змістове та процесуальне наповнення кожного етапу (орієнтувально-мотиваційний, операційно-пізнавальний та контрольно-оціночний), врахування принципів, наукових підходів, організаційно-педагогічних умов на її реалізацію. Змістовим ядром технології формування корпоративної культури студентів університету є розроблений авторський курс «Особливості формування корпоративної культури студентів».

Основними завданнями орієнтувально-мотиваційного етапу була адаптація студентів до освітнього середовища університету; формування у них мотивів і цінностей корпоративної культури, певна переорієнтація оволодіння знаннями з корпоративної культури з метою використання їх в процесі майбутньої професійної діяльності. На операційно-пізнавальному етапі розробленої технології впроваджувалися визначений зміст, форми, серед яких провідною є авторський курс «Особливості формування корпоративної культури студентів»), методи спрямовані на оволодіння студентами знаннями, уміннями та навичками щодо корпоративної культури. Мета контрольно-оціночного етапу полягала в удосконаленні та набутті досвіду використання корпоративних знань, умінь і навичок; оцінці, самооцінці та самокоригуванні. На означеному етапі було здійснено оцінювання рівня засвоєння студентами знань про корпоративну культуру особистості; мотивація студентів до систематичної активної роботи протягом навчання в університеті; аналіз успішності і вплив викладача на процес самостійної роботи студентів; аналіз впливу курсу «Особливості формування

корпоративної культури студентів» на ефективність оволодіння студентами університету знаннями, уміннями, навичками корпоративної культури.

Обґрунтовано організаційно–педагогічні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, а саме: формування в студентській групі соціо-культурного середовища, що активізує засвоєння студентами умінь і навичок корпоративної культури; педагогічна підтримка студентів у моральному самовизначенні, вияві корпоративної культури; конструювання корпоративного спрямування змісту навчання студентів; розвиток самоврядування для організації суб'єкт-суб'єктної корпоративної взаємодії студентів.

Перевірка достовірності відмінностей результатів дослідження контрольної та експериментальної груп щодо впровадження розробленої технології, здійснено з використанням χ^2 – критерію Пірсона. Результати перевірки засвідчили позитивну динаміку у формуванні корпоративної культури студентів в експериментальних групах порівняно з контрольними, що засвідчило ефективність розробленої технології і можливість її застосування в освітньому процесі закладів вищої освіти.

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що проблема формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету ще не знайшла свого розкриття в контексті завдань науково-педагогічного дослідження, а отже є широким полем для подальшого наукового пошуку та конструктивної дискусії. Серед інших аспектів дослідження потребує подільшої розробки теоретичне обґрунтування програми формування корпоративної культури студентів; розробка механізмів взаємодії закладів вищої освіти з іншими освітніми закладами, організаціями у процесі формування корпоративної культури студентів.

Ключові слова: культура, корпоративна культура, корпоративна культура особистості, корпоративна культура закладу вищої освіти, корпоративна культура університету, корпоративна культура студентів, заклад вищої освіти, університет, освітнє середовище, позааудиторна діяльність, організація, студенти, технологія.

Список публікацій здобувача

Наукові праці в яких опубліковані основні наукові результати дисертації:

1. Бровко К. А. Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*, 2016. № 6 (303). С. 132–138.
2. Бровко К. А., Чернуха, Н. М. Акмеологічний підхід виховання толерантності в міжособистісних відносинах суб'єктів освітнього процесу вищої школи. Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти. (Монографія). К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. С. 201–219.
3. Бровко, К. А. Моделювання процесу формування корпоративної культури студентів вищих навчальних закладів. *Науковий журнал «Педагогічний процес: теорія і практика»*, 2017. № 2 (57). С. 125–129.
4. Бровко К. А. Особливості функціонування корпоративної культури вищого навчального закладу. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*, 2017. № 4 (147). С. 186–190.
5. Бровко К. А. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Наукове електронне видання «Освітологічний дискурс»*, 2017. № 3–4 (18–19). URL: <http://od.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/475>
6. 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. С. 176–178.
7. Бровко К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Науково-практ журн. «Інженерні та освітні технології»*, 2017. № 3(19). С. 90–96.
8. Бровко К. А., Сопова Д. О., Дурдас А. П. Е–середовище як складова корпоративної культури в університетах Французької Республіки. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*, 2018. № 2 (157). С. 133–137.
9. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів. *«World Science»*. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2018. Vol.5, March, 3(31). С. 16–20.

- 10.Бровко К. А. Діагностика стану сформованості корпоративної культури студентів університету. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*, 2019. № 2(169). С. 140–146.
- 11.Brovko K. A. Technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. *«Intellectual Archive»: Toronto: Shiny Word.Corp. (Canada). (January/February)*, 2019. Vol. 8. No. 1. С. 99–107.
- 12.Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Збірник наукових праць «Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах»*, 2020. № 69. Т. 2. С. 42–46. DOI 10.32840/1992-5786.2020.69-2.7.
- 13.Бровко Е. А. Сформированность рефлексивного компонента корпоративной культуры студентов университета: эмпирический аспект исследования. *Научный журнал «Norwegian Journal of development of the International Science»*. Norway, 2020. No. 40. С. 38–42.
- 14.Brovko K. A., Zagorodnya A.A., Shaheid Anad Ali, Ternopilska V. I., Chernukha N.M. Diagnostics and features of forming corporate culture of students in university educational environment. *Utopia y Praxis Latinoamericana. (ISSN 1316-5216-Venezuela.-Scopus)*, 2020. Vol. 25 (5), 95–105. DOI: 10.5281/zenodo.3984210.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

- 15.Бровко К. А. Особливості формування толерантності студентів університетів. *Класичний університет у контексті викликів епохи: матеріали українсько-польської міжнародної наукової конференції, Київ (Україна), 22–23 вересня 2016 р.* Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2016. С. 345–346.
- 16.Бровко К. А. Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості. *Трансформація національної системи вищої освіти України в умовах зовнішніх викликів: всеукраїнська науково-практична конференція, Луганськ (Україна), 20–21 жовтня 2016 р.* Старобільськ: ЛНУ ім. Тараса Шевченка.
- 17.Бровко К. А. Суб'єкт – суб'єктні відносини у процесі виховання толерантності в сучасному освітньому середовищі. *Акмеологія: наука XXI століття: V Міжнародна науково-практична конференція, Київ (Україна), 28 жовтня 2016 р.* Київ: Київський ун-т ім. Б. Грінченка.

- 18.Бровко К. А. Позааудиторна діяльність університету як регулятор соціального розвитку студентської молоді. *Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства*: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, Київ (Україна), 11–12 листопада 2016 р. Київ: КУ ім. Тараса Шевченка, 2016. С. 16–17.
- 19.Бровко К. А. Компетентнісний підхід у формуванні корпоративної культури студентів. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, Київ (Україна), 23 березня 2017 р. Київ: НАУ, 2017. С. 35–36.
- 20.Бровко К. А. Роль лідера у формуванні корпоративної культури університету. *Трансформації в українській освіті і наукових дослідженнях: світовий контекст*: збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції, Умань (Україна), 25–26 травня 2017 р. Умань: Уманський держ. пед. ун-т ім. П. Тичини, 2017. С. 51–53.
- 21.Бровко К. А. Організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасні технології розвитку професійної майстерності майбутніх учителів*: збірник матеріалів I міжнародної Інтернет – конференції, 26 жовтня 2017 р. Умань: Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини, 2017. С. 52–57.
- 22.Бровко К. А. Формування корпоративної культури особистості: психологічні аспекти. *Topical issues of contemporary science*: міжнародна наук.-практ. конференція, Valencia (Venezuela), May 26, 2017 year.
- 23.Бровко К. А. Основні трансформаційні зрушення вищої освіти України. *Освітологія – 2017*: наукова конференція, Київ (Україна), 18 травня 2017 р. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка.
- 24.Бровко К. А. Досвід формування корпоративної культури в університетах Європи. *Роль наукової молоді в розвитку національної освіти й науки*: круглий стіл, Київ (Україна), 18 травня 2017 р. Київ: Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В.О. Сухомлинського.
- 25.Бровко, К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасна вища освіта: реалії*,

проблеми, перспективи: II Міжнародна наук.-практ. конференція, Кременчук (Україна), 12–13 жовтня 2017 р. Кременчук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.

26. Бровко К. А. Корпоративна культура сучасного університету. *Наука і вища освіта*: збірник матеріалів XXVI Міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених, Запоріжжя (Україна), 15 листопада 2017 р. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2017. С. 210.

27. Бровко К. А. Акмеологічні аспекти формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасні стратегії педагогічної освіти в контексті розбудови суспільства сталого розвитку та концепції нової української школи*: міжнародна науково-практична конференція, Київ (Україна), 2–3 листопада 2017 р. Київ: Київський ун-т імені Бориса Грінченка.

28. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів. *The goals of the World Science 2018: V International Scientific and Practical Conference*, Dubai (UAE).

29. Бровко К. А. Філософські аспекти формування корпоративної культури особистості. *Становлення і розвиток педагогіки*: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон (Україна), 16–17 лютого 2018 р. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2018. С. 132–134.

30. Бровко К. А. Формування корпоративної культури на засадах компетентнісного підходу. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції, Київ (Україна), 20 березня 2018 р. Київ: Національний авіаційний університет, 2018. С. 32–33.

31. Бровко К. А. Створення виховного середовища у студентській групі як ефективна умова формування корпоративної культури студентської молоді. *Диференціація у шкільній освіті: історичний досвід і сучасні технології*: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції, Київ (Україна), 16 травня 2018 р. Київ: Інститут педагогіки НАПН України, 2018. С. 108–113.

32. Бровко К. А. Роль емоційного інтелекту в формуванні корпоративної культури студентів. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*: збірник матеріалів IV-а Міжнародної науково-практичної конференції, Ужгород (Україна), 15 червня 2018 р. Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2018. С. 108-110.
33. Бровко К. А. Формування лідерських якостей майбутніх фахівців дошкільної освіти. *Ціннісні засади реалізації ідей Нової української школи*: всеукраїнська науково-практична конференція, 12 березня 2019 року. Біла Церква, Інститут проблем виховання НАПН України.
34. Бровко К. А. Роль спецкурсів у формуванні корпоративної культури студентів. *Освіта XXI століття: теорія, практика, перспективи*: I Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція, Київ (Україна), 18 квітня. 2019. Київ: Національна академія педагогічних наук України, 2019. С. 134–136.
35. Бровко К. А. Особливості формування корпоративної культури студентів університету в умовах Євроінтеграції. *Інновації у професійній підготовці педагога в умовах євроінтеграції освітнього процесу: погляд науковців і практиків*: всеукраїнська науково-практична конференція, Київ (Україна), 15 травня 2019 р. Київ. Київський університет імені Бориса Грінченка.
36. Бровко Е. А. Внеаудиторная деятельность как составляющая системы формирования корпоративной культуры студентов университета. VI *Международная научно-практическая конференция «Perspectives of world science and education»*, Секция 13. Педагогические науки, Осака (Япония), 26-28 февраля, 2020. С. 375–381.
37. Бровко К. А. Світовий досвід формування корпоративної культури студентів та можливості його адаптації в освітній процес ЗВО України. *Всеукраїнський науковий онлайн-форум «Якість професійної підготовки сучасного педагога: український та європейський виміри»*, 27 травня 2020 р. Київський університет імені Бориса Грінченка. м. Київ.

38. Бровко К. А. Корпоративний компонент викладача університету: *матеріали XVIII Міжнародної науковопрактичної конференції «MODERN SCIENCE, PRACTICE, SOCIETY»*, 25–26 травня 2020 р. Бостон, США, 2020. С. 238–241.

ANNOTATION

Brovko K. A. Formation of students' corporate culture in university educational environment. – Qualifying scientific work on the rights of the manuscript.

Thesis for the Degree of Doctor of Philosophy in Specialty 011 – Science of education (Educational Pedagogical Sciences), field of knowledge 01 Education (Education /Pedagogy). – Borys Grinchenko Kyiv University, Kyiv, 2020.

Annotation content

The dissertation is devoted to substantiation of theoretical and methodical bases of formation of corporate culture of students in the educational environment of university. The object of research – the formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. The subject of research is the technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. The purpose of the study is to theoretically substantiate and experimentally test the technology of forming the corporate culture of students in the educational environment of the university.

Theoretical analysis of scientific sources made it possible to study the problem of forming the corporate culture of students in the educational environment of the university, as an interdisciplinary, integrated. The study of the degree of research of the problem in domestic and foreign theory and practice, showed that corporate culture is considered in terms of different scientific approaches, such as: pragmatic, which interprets it as a scheme-image of collective basic ideas acquired by members of the organization; phenomenological – from the point of view of which it is a system of established values and ideas; cognitive, which positions it as a set of knowledge, beliefs and rules that are mastered by members of the organization, system – the approach is based on the socio-psychological climate that prevails in the organization; systemic and synergetic, based on which it is considered as a motivating factor to build relationships with members of the

organization; situational – which focuses on situational differences between organizations and within organizations; symbolic – which considers the organization as a system within which the element of influence is its symbol.

The conceptual apparatus of the research is systematized, which includes: culture; corporation; corporate culture of the educational institution; corporate culture of the university; corporate culture of personality. It is concluded that corporate culture is a system of common beliefs, values, which serves as a direction to support corporate behavior of the individual. It is established that the corporate culture of a university student is an integrative personal formation, characterized by students' values to themselves, the surrounding reality, corporate norms, values adopted at the university, leadership, and manifested in the ability to interact constructively with all participants in the educational process, self-realization.

The analysis of the peculiarities of the formation of corporate culture of students in the educational environment of the university through the prism of the structural components of the educational environment of the university: personal, which is realized through the involvement of students in social and humanitarian and extracurricular activities; active activity of the organization's management and curator of the student academic group; axiological and semantic – embodied through the observance of the mission, vision, values, traditions of the university, performance of rituals, use of corporate attributes; information and content – is embodied by students studying a series of disciplines, such as: «University Studies», which consists of three separate modules – «I am a student», «Leadership», «Introduction to the specialty», author's course «Features of corporate culture of students»; passing museum practice; involvement of students in project activities, compliance with the Code of Corporate Culture; organizational and activity – is embodied through the use in educational activities of students of various traditional and interactive forms and methods, techniques and teaching aids; spatial-subject – finds its imprint through the use of students university book, corporate mail, university website in general.

The content structure of corporate culture of students in the educational environment of the university is determined, which is represented by four interrelated and

interdependent components (motivational-value, cognitive, activity, reflexive). To assess the degree of formation of structural components of corporate culture of university students, the relevant criteria (knowledge, motivation, operations, self-analysis), indicators, levels of formation of corporate culture of students (high, medium, low) and their content are revealed.

The results of the observational stage of the experiment showed an insufficient level of formation of corporate culture in students, which is associated with gaps in students' knowledge of the essential characteristics and importance of corporate culture for the student's personality, as well as insufficient formation of some aspects of emotional intelligence.

The results of the observational stage of the experiment showed an insufficient level of formation of corporate culture in students, which is associated with gaps in students' knowledge of the essential characteristics and importance of corporate culture for the student's personality, as well as insufficient formation of some aspects of emotional intelligence.

The necessity of substantiation, development and experimental verification of technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of university which enables system development of each of components of corporate culture of students of university, semantic and procedural filling of each stage (orientation-motivational, operational-cognitive and control-evaluation) is proved. taking into account the principles, scientific approaches, organizational and pedagogical conditions for its implementation. The semantic core of the technology of formation of corporate culture of university students is the developed author's course «Peculiarities of formation of corporate culture of students».

The main tasks of the orientation and motivational stage were the adaptation of students to the educational environment of the university; formation of motives and values of corporate culture in them, a certain reorientation of mastering knowledge of corporate culture in order to use them in the process of future professional activity. At the operational and cognitive stage of the developed technology, a certain content was introduced, forms, among which the author's course «Peculiarities of formation of

corporate culture of students» is leading, methods aimed at mastering students' knowledge, skills and abilities in corporate culture. The purpose of the control and evaluation phase was to improve and gain experience in using corporate knowledge, skills and abilities; assessment, self-assessment and self-adjustment. At this stage, an assessment was made of the level of students' acquisition of knowledge about the corporate culture of the individual; motivation of students to systematic active work during university studies; analysis of success and the influence of the teacher on the process of independent work of students; analysis of the impact of the course «Features of the formation of corporate culture of the individual» on the effectiveness of mastering by university students of knowledge, skills, abilities of corporate culture.

The organizational and pedagogical conditions of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university are substantiated, namely: formation in the student group of the educational environment which activates mastering by students of abilities and skills of corporate culture; pedagogical support of students in moral self-determination, manifestation of corporate culture; content of classes with optional courses; development of self-government for the organization of subject-subject interaction of students, their understanding of social and subjective necessity and importance of observing corporate culture in their own behavior on the basis of partnership and mutual understanding.

The validity of the differences between the results of the study of the control and experimental groups on the implementation of the developed technology was performed using χ^2 – Pearson's test. The results of the test showed a positive trend in the formation of corporate culture of students in experimental groups compared to the control, which testified to the effectiveness of the developed technology and the possibility of its application in the educational process of higher education institutions.

The study suggests that the problem of forming a corporate culture of students in the educational environment of the university has not yet been disclosed in the context of the tasks of scientific and pedagogical research, and therefore is a wide field for further research and constructive discussion. Among other aspects of the study requires further development of the theoretical basis of the program of formation of corporate culture of

students; development of mechanisms of interaction of higher education institutions with other educational institutions, organizations in the process of forming corporate culture of students.

Key words: culture, corporate culture, personality's corporate culture, corporate culture of higher education institution, corporate culture of the university, students' corporate culture, higher educational institutions, university, educational environment, extracurricular activities, organization, students, technology.

List of published works on the third directory

Scientific papers, in which the main scientific results of the dissertation are published

1. Brovko K. A. Sutnisni kharakterystyky fenomenu korporatyvna kultura osobystosti (The essential characteristics of the phenomenon of corporate culture of personality). Visnyk LNU imeni Tarasa Shevchenka, 2016. № 6 (303). S. 132–138.
2. Brovko K. A., Chernukha, N. M. Akmeolohichniy pidkhid vykhovannia tolerantnosti v mizhosobystisnykh vidnosynakh subiektiv osvithnoho protsesu vyshchoi shkoly (Acmeological approach to education of tolerance in interpersonal relations of subjects of educational process of higher school). Suchasni akmeolohichni doslidzhennia: teoretyko-metodolohichni ta prykladni aspekty. (Monohrafiia). K.: Kyiv. un-t im. B. Hrinchenka, 2016. S. 201–219.
3. Brovko, K. A. Modeliuvannia protsesu formuvannia korporativnoi kultury studentiv vyshchych navchalnykh zakladiv (Modeling the process of forming the corporate culture of students of higher educational institutions). Naukovyi zhurnal «Pedahohichniy protses: teoriia i praktyka», 2017. № 2 (57). S. 125–129.
4. Brovko K. A. Osoblyvosti funktsionuvannia korporativnoi kultury vyshchoho navchalnoho zakladu (Features of functioning of corporate culture of higher educational institution). Naukovo-ped. zhurn. «Molod i rynek», 2017. № 4 (147). S. 186–190.
5. Brovko K. A. Fenomen korporativnoi kultury osobystosti v konteksti osvitolohichnykh znan (The phenomenon of corporate culture of personality in the context of educational

- knowledge). Naukove elektronne vydannia «Osvitolohichniy diskurs», 2017. № 3–4 (18–19). URL: <http://od.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/475>
6. 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. S. 176–178.
 7. Brovko K. A. Osvitnie seredovyshche universytetu yak chynnyk formuvannia korporativnoi kultury studentskoi molodi (The educational environment of the university as a factor in the formation of corporate culture of student youth). Naukovo-prakt zhurn. «Inzheneri ta osviti tekhnolohii», 2017. № 3(19). S. 90–96.
 8. Brovko K. A., Sopova D. O., Durdas A. P. E-seredovyshche yak skladova korporativnoi kultury v universytetakh Frantsuzkoi Respubliky (E-environment as a component of corporate culture in the universities of the French Republic). Naukovo-ped. zhurn. «Molod i rynok», 2018. № 2 (157). S. 133–137.
 9. Brovko K. A. Vplyv kuratora akademichnoi hrupy na formuvannia korporativnoi kultury studentiv (The influence of the curator of the academic group on the formation of corporate culture of students). «World Science». Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2018. Vol.5, March, 3(31). S. 16–20.
 10. Brovko K. A. Diahnostyka stanu sformovanosti korporativnoi kultury studentiv universytetu (Diagnosis of the state of formation of corporate culture of university students). Naukovo-ped. zhurn. «Molod i rynok», 2019. № 2(169). S. 140–146.
 11. Brovko K. A Technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. «Intellectual Archive»: Toronto: Shiny Word.Corp. (Canada). (January/February), 2019. Vol. 8. No. 1. S. 99–107.
 12. Brovko K. A. Zmistovi kharakterystyky korporativnoi kultury studentiv universytetu (The characteristics of the corporate culture of university students). Zbirnyk naukovykh prats «Pedahohika formuvannia tvorchoi osobystosti u vyshchii i zahalnoosvitnii shkolakh», 2020. № 69. T. 2. S. 42–46. DOI 10.32840/1992-5786.2020.69-2.7.
 13. Brovko E. A. Sformirovannost refleksivnogo komponenta korporativnoy kulturyi studentov universiteta: empiricheskiy aspekt issledovaniya (Formation of the reflective component of the corporate culture of university students: an empirical aspect of the

study). Nauchnyi zhurnal «Norwegian Journal of development of the International Science». Norway, 2020. No. 40. S. 38–42.

14. Brovko K. A., Zagorodnya A. A., Shaheid Anad Ali, Ternopilska V. I., Chernukha N. M. Diagnostics and features of forming corporate culture of students in university educational environment. *Utopia y Praxis Latinoamericana*. (ISSN 1316-5216-Venezuela.-Scopus), 2020. Vol. 25 (5), 95–105. DOI: 10.5281/zenodo.3984210.

Scientific works certifying the testing of materials of the dissertation

15. Brovko K. A. Osoblyvosti formuvannia tolerantnosti studentiv universytetiv (Features of the formation of tolerance of university students). *Klasychnyi universytet u konteksti vyklykiv epokhy: materialy ukrainsko-polskoi mizhnarodnoi naukovoï konferentsii*, Kyiv (Ukraine), 22–23 veresnia 2016 r. Kyiv: KNU im. Tarasa Shevchenka, 2016. С. 345–346.
16. Brovko K. A. Sutnisni kharakterystyky fenomenu korporatyvna kultura osobystosti (The essential characteristics of the phenomenon of the corporate culture of personality.). *Transformatsiia natsionalnoi systemy vyshchoi osvity Ukrainy v umovakh zovnishnikh vyklykiv: vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia*, Luhansk (Ukraine), 20–21 zhovtnia 2016 r. Starobilsk: LNU im. Tarasa Shevchenka.
17. Brovko K. A. Sub`iekt – sub`iektni vidnosyny u protsesi vykhovannia tolerantnosti v suchasnomu osvitnomu seredovyshchi (Subject - subject relations in the process of education of tolerance in the modern educational environment). *Akmeolohiia: nauka XXI stolittia: V Mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia*, Kyiv (Ukraine), 28 zhovtnia 2016 r. Kyiv: Kyivskiy un-t im. B. Hrinchenka.
18. Brovko K. A. Pozaaudytorna diialnist universytetu yak rehuliator sotsialnoho rozvytku studentskoi molodi (Extracurricular activities of the university as a regulator of social development of student youth). *Sotsializatsiia i resotsializatsiia osobystosti v umovakh suchasnogo suspilstva: materialy V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii*, Kyiv (Ukraine), 11–12 lystopada 2016 r. Kyiv: KU im. Tarasa Shevchenka, 2016. S. 16–17.
19. Brovko K. A. Kompetentnisnyi pidkhid u formuvanni korporatyvnoi kultury studentiv (Competence approach in the formation of corporate culture of students). *Aktualni*

problemy vyshchoi profesiinoi osvity: zbirnyk materialiv V Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv (Ukraine), 23 bereznia 2017 r. Kyiv: NAU, 2017. S. 35–36.

20. Brovko K. A. Rol lidera u formuvanni korporativnoi kultury universytetu (The role of a leader in formation the corporate culture of the university). Transformatsii v ukrainskii osviti i naukovykh doslidzhenniakh: svitovyi kontekst: zbirnyk materialiv Mizhnarodnoi naukovo konferentsii, Uman (Ukraine), 25–26 travnia 2017 r. Uman: Umanskyi derzh. ped. un-t im. P. Tychyny, 2017. S. 51–53.

21. Brovko K. A. Orhanizatsiino-pedahohichni umovy formuvannia korporativnoi kultury studentskoi molodi (Organizational and pedagogical conditions of the formation of corporate culture of student youth). Suchasni tekhnolohii rozvytku profesiinoi maisternosti maibutnikh uchyteliv: zbirnyk materialiv I mizhnarodnoi Internet – konferentsii, 26 zhovtnia 2017 r. Uman: Umanskyi derzhavnyi ped. un-t imeni Pavla Tychyny, 2017. S. 52–57.

22. Brovko K. A. Formuvannia korporativnoi kultury osobystosti: psykholohichni aspekty (Formation of corporate culture of personality: psychological aspects). Topical issues of contemporary science: mizhnarodna nauk.-prakt. konferentsiia, Valencia (Venezuela), May 26, 2017 year.

23. Brovko K. A. Osnovni transformatsiini zrushennia vyshchoi osvity Ukrainy (The main transformational shifts in higher education of Ukraine). Osvitohiia – 2017: naukova konferentsiia, Kyiv (Ukraine), 18 travnia 2017 r. Kyiv: Kyivskyi universytet imeni Borysa Hrinchenka.

24. Brovko K. A. Dosvid formuvannia korporativnoi kultury v universytetakh Yevropy (Experience in forming corporate culture in European universities). Rol naukovo molodi v rozvytku natsionalnoi osvity y nauky: kruhlyi stil, Kyiv (Ukraine), 18 travnia 2017 r. Kyiv: Derzhavna naukovo-pedahohichna biblioteka Ukrainy imeni V.O. Sukhomlynskoho.

25. Brovko, K. A. Osvitnie seredovyshche universytetu yak chynnyk formuvannia korporativnoi kultury studentskoi molodi (The educational environment of the university as a factor of the formation of corporate culture of student youth). Suchasna

- vyshcha osvita: realii, problemy, perspektyvy: II Mizhnarodna nauk.-prakt. konferentsiia, Kremenchuk (Ukraine), 12–13 zhovtnia 2017 r. Kremenchuk, Kremenchutskyi natsionalnyi universytet imeni Mykhaila Ostrohradskoho.
26. Brovko K. A. Korporatyvna kultura suchasnoho universytetu (Corporate culture of a modern university). Nauka i vyshcha osvita: zbirnyk materialiv XXVI Mizhnarodnoi naukovoï konferentsii studentiv i molodykh uchenykh, Zaporizhzhia (Ukraine), 15 lystopada 2017 r. Zaporizhzhia: Kласychnyi pryvatnyi universytet, 2017. S. 210.
27. Brovko K. A. Akmeologichni aspekty formuvannia korporatyvnoi kultury studentskoi molodi (Acmeological aspects of the formation of corporate culture of student youth). Suchasni stratehii pedahohichnoi osvity v konteksti rozbudovy suspilstva staloho rozvytku ta kontseptsii novoi ukrainskoi shkoly: mizhnarodna naukovo-praktychna konferentsiia, Kyiv (Ukraine), 2–3 lystopada 2017 r. Kyiv: Kyivskyi un-t imeni Borysa Hrinchenka.
28. Brovko K. A. Vplyv kuratora akademichnoi hrupy na formuvannia korporatyvnoi kultury studentiv (The influence of the curator of the academic group on the formation of corporate culture of students). The goals of the World Science 2018: V International Scientific and Practical Conference, Dubai (UAE).
29. Brovko K. A. Filosofski aspekty formuvannia korporatyvnoi kultury osobystosti (Philosophical aspects of the formation of corporate culture of personality). Stanovlennia i rozvytok pedahohiky: zbirnyk materialiv II Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kherson (Ukraine), 16–17 liutoho 2018 r. Kherson: Vydavnychiy dim «Helvetyka», 2018. S. 132–134.
30. Brovko K. A. Formuvannia korporatyvnoi kultury na zasadakh kompetentnisnoho pidkhodu (Formation of corporate culture according to the competence approach). Aktualni problemy vyshchoi profesiinoi osvity: zbirnyk materialiv VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Kyiv (Ukraine), 20 bereznia 2018 r. Kyiv: Natsionalnyi aviatsiinyi universytet, 2018. S. 32–33.
31. Brovko K. A. Stvorennia vykhovnoho seredovyshcha u studentskii hrupi yak efektyvna umova formuvannia korporatyvnoi kultury studentskoi molodi (Creating an educational environment in the student group as an effective condition for the formation of corporate

- culture of student youth). Dyferentsiatsiia u shkilnii osviti: istorychnyi dosvid i suchasni tekhnolohii: zbirnyk materialiv Vseukrainskoi naukovo-praktychnoi Internet – konferentsii, Kyiv (Ukraine), 16 travnia 2018 r. Kyiv: Instytut pedahohiky NAPN Ukrainy, 2018. S. 108–113.
32. Brovko K. A. Rol emotsiinoho intelektu v formuvanni korporatyvnoi kultury studentiv (The role of emotional intelligence in the formation of corporate culture of students). Rozvytok suchasnoi osvity i nauky: rezultaty, problemy, perspektyvy: zbirnyk materialiv IV–a Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, Uzhhorod (Ukraine), 15 chervnia 2018 r. Uzhhorod: DVNZ «Uzhhorodskyi natsionalnyi universytet», 2018. S. 108–110.
33. Brovko K. A. Formuvannia liderskykh yakosti maibutnikh fakhivtsiv doshkilnoi osvity (Formation of leadership qualities of future specialists of preschool education). Tsinnisni zasady realizatsii idei Novoi ukrainskoi shkoly: vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia, 12 bereznia 2019 roku. Bila Tserkva, Instytut problem vykhovannia NAPN Ukrainy.
34. Brovko K. A. Rol spetskursiv u formuvanni korporatyvnoi kultury studentiv (The role of special courses in the formation of corporate culture of students). Osvita KhKhI stolittia: teoriia, praktyka, perspektyvy: I Mizhnarodna naukovo-praktychna Internet-konferentsiia, Kyiv (Ukraine), 18 kvitnia. 2019. Kyiv: Natsionalna akademiia pedahohichnykh nauk Ukrainy, 2019. S. 134–136.
35. Brovko K. A. Osoblyvosti formuvannia korporatyvnoi kultury studentiv universytetu v umovakh Yevrointehratsii (Features of formation of corporate culture of university students in the conditions of European integration). Innovatsii u profesiinii pidhotovtsi pedahoha v umovakh yevrointehratsii osvitnoho protsesu: pohliad naukovtsiv i praktykiv: vseukrainska naukovo-praktychna konferentsiia, Kyiv (Ukraine), 15 travnia 2019 r. Kyiv. Kyivskyi universytet imeni Borysa Hrinchenka.
36. Brovko E. A. Vneauditornaya deyatelnost kak sostavlyayuschaya sistemyi formirovaniya korporativnoy kulturyi studentov universiteta (Extracurricular activities as a component of the system of forming corporate culture of university students). VI Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Perspectives of world

science and education», Sektsiya 13. Pedagogicheskie nauki, Osaka (Yaponiya), 26-28 febralya, 2020. S. 375–381.

37. Brovko K. A. Svitovyi dosvid formuvannia korporatyvnoi kultury studentiv ta mozhlyvosti yoho adaptatsii v osvittii protses ZVO Ukrainy (World experience of the formation of corporate culture of students and the possibility of its adaptation to the educational process of higher education institutions of Ukraine). Vseukrainskyi naukovyi onlain-forum «Iakist profesiinoi pidhotovky suchasnoho pedahoha: ukrainskyi ta yevropeyskyi vymiry», 27 travnia 2020 r. Kyivskyi universytet imeni Borysa Hrinchenka. m. Kyiv.

38. Brovko K. A. Korporatyvnyi komponent vykladacha universytetu (Corporate component of the university lecturer): materialy KhVIII Mizhnarodnoi naukovopraktychnoi konferentsii «MODERN SCIENCE, PRACTICE, SOCIETY», 25-26 travnia 2020 r. Boston, SShA, 2020. S. 238–241.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	24
РОЗДІЛ 1. Теоретичні засади формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.....	35
1.1. Проблема формування корпоративної культури особистості у вітчизняній і зарубіжній теорії та практиці.....	35
1.2. Освітнє середовище закладу вищої освіти як чинник формування корпоративної культури студентів	70
1.3. Змістові компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів.....	101
Висновки до першого розділу.....	120
РОЗДІЛ 2. Організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентів університету.....	126
2.1. Стан сформованості корпоративної культури студентів університету.....	126
2.2. Обґрунтування технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.....	159
2.3. Обґрунтування організаційно-педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.....	188
Висновки до другого розділу.....	205
РОЗДІЛ 3. Експериментальна перевірка ефективності технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.....	209
3.1. Організація і методичне забезпечення проведення експерименту.....	209
3.2. Аналіз результатів експериментального дослідження.....	223
Висновки до третього розділу.....	239
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	242
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	246
ДОДАТКИ.....	282

ВСТУП

Актуальність дослідження. Проблема формування корпоративної культури особистості завжди викликала значний інтерес серед дослідників різних галузей наукового знання. Сучасні умови розвитку українського суспільства акцентують увагу на взаємозв'язку та взаємозумовленості моралі та моральності не лише в соціумі, але й у сфері освітніх послуг, оскільки завдання системи вищої освіти не повинно обмежуватися лише засвоєнням професійних знань, умінь. Реалізація основних засад корпоративної культури у освітньому середовищі закладу вищої освіти, на внутрішньому рівні утворює систему моральних цінностей не лише організації загалом, але й моральності кожної окремої особистості. Важливою складовою процесу професійно-особистісного становлення студента є освітнє середовище закладу вищої освіти, в якому він виступає суб'єктом власного професійного зростання. Одним із таких факторів виступає корпоративна культура університету, як цілісна система унікальних ідентифікуючих ознак, в основі якої закладено певні цінності, що визначають філософію його діяльності, візію, місію, традиції, норми і стилі, способи службових та міжособистісних взаємин, поведінку студентів та співробітників, що відображає рівень досконалості, добропорядності та привабливості університетського бренду в сучасному соціокультурному та науково-освітньому просторі.

У цьому контексті надзвичайно важливим є розуміння закладу освіти, як такої соціокультурної системи, функції якої не обмежуються лише підготовкою людини до професійної діяльності, яка є інструментом трансляції культури, де виробляються і поширюються соціокультурні, корпоративні цінності, формується досвід партнерської взаємодії, підвищується духовний та інтелектуальний потенціал суспільства.

Все це, безперечно, активізує проблему формування у студентської молоді корпоративної культури.

Проблему культури як особливого суспільного феномену, що виявляється в активній позиції особистості та дозволяє їй не лише дотримуватися прийнятих в певному середовищі норм і цінностей, адаптуватися до них, але й виробляти нові

цінності, що відповідають зміненим умовам, досліджували І. Агієнко, Р. Бенедикт (англ. R. Benedict), Ф. Вольтер (франц. F. Voltaire), Г. Гегель (нім. F. Hegel), Й. Герде (нім. J. Herder), П. Гуревич, С. Гончаренко, Н. Злобіна, І. Зязюн, І. Кант (нім. I. Kant), Л. Каган, К. Клакхольн (англ. C. Kluckhohn), Р. Лінтон (англ. R. Linton), Е. Маркарян, Д. Мацумото (англ. D. Matsumoto), А. Могильний, Т. Ойзерман (англ. T. Oiserman), Ж-Ж. Руссо (франц. J. Rousseau), М. Попович, П. Сорокін, А. Садохін, Л. Сохань, Е. Тейлор (англ. E. Tylor), А. Уледова, Л. Хоружа, К. Янг (нім. C. Jung) та ін.

Проблема формування професійних та особистісних якостей майбутнього фахівця була предметом наукових досліджень І. Беха, С. Вітвіцької, В. Желанової, І. Зязюна, В. Кременя, С. Мартиненко, Н. Морзе, В. Огнев'юка, С. Паламар, В. Тернопільської, С. Сисоевої, О. Сухомлинської, Л. Хоружої та ін.

Особливості формування корпоративної культури розкрили у своїх наукових працях вітчизняні та зарубіжні науковці, І. Агієнко, Ю. Балашова, А. Воронкова, О. Войцехівський, В. Діуліна, В. Зоріна, В. Кубко, Е. Капітонов, Г. Кондратенко, Г. Монастирський, Т. Соломанідіна, М. Опольська, В. Співак, Г. Хаєт, Г. Хофстед (англ. G. Hofstede) та ін.

Корпоративну культуру освітнього середовища закладу вищої освіти розглядали науковці К. Гнезділова, А. Денисова, В. Єфімов, О. Жильцов, Т. Койчева, Г. Кондратенко, В. Кубко, Н. Морзе, М. Митрофанова, В. Огнев'юк, В. Олсон (англ. V. Olson), Ю. Похолков, О. Романовський, Є. Хриков, Б. Фралінгер (англ. B. Fralinger), В. Шаполова та ін.

Корпоративну культуру освітнього середовища студентської групи розглядали О. Габдулхакова, О. Жильцов, Н. Ібрагімова, Н. Морзе, В. Огнев'юк, О. Чижикова, М. Щербакова та ін. За вченими, корпоративна культура особистості включає такі складові: уявлення про місію (призначення) організації, її роль у суспільстві, основні цілі та завдання діяльності; ціннісні установки; моделі поведінки співробітників; стиль управління організацією; систему комунікації; норми ділового спілкування; прийняті в організації традиції і звичаї; символіку організації.

Різноманітні аспекти формування корпоративної культури студентів досліджували психологи, а саме: особливості корпоративної культури закладів освіти (Л. Карамушка, К. Гнезділова, В. Кубко, В. Парсяк, І. Сняданко), особливості корпоративної культури закладу вищої освіти як важливої складової іміджу сучасного університету (К. Гнезділова, В. Кубко), корпоративна культура, як інструмент управління організацією (О. Андросова, І. Ігнат'єва, С. Лазарев, І. Немцева), корпоративна культура, як чинник, що впливає на професійне становлення студента (Л. Барановська, Н. Наконечна, Є. Скляр), підходи до формування та розвитку корпоративної культури (І. Андрєєва, О. Бетіна, Т. Діл (англ. T. Deal), А. Кеннеді (англ. A. Kennedy), К. Камерон (англ. C. Cameron), Р. Куїнн (англ. R. Quinn), Л. Орбан-Лембрик, Л. Петько) та ін.

Дослідженню корпоративної культури як складової професійної діяльності менеджера присвячені роботи (М. Альберта (англ. M. Albert), О. Віханського, Г. Демідової, Л. Карамушки, М. Мескона (англ. M. Mescon), М. Опольської, О. Тарасової, В. Шаполової та ін.).

Науковці акцентують увагу на корпоративній культурі як потужному стратегічному інструменті, що орієнтує всіх учасників освітнього процесу на спільну ціль, мотивує їх до прояву ініціатив, забезпечує лояльність і полегшує процес міжособистісного спілкування.

Специфіку освітнього середовища закладу вищої освіти відображено у працях А. Беляєва, М. Братко, Д. Бінецької, Д. Волківської, С. Паламар, В. Петровського, Л. Петько, С. Сисоєвої, та ін.

Виховний потенціал позааудиторної діяльності студентів у вищій школі досліджено Р. Абдуловим, С. Вітвицькою, Л. Кондрашовою, В. Лаппо, Л. Петриченко, В. Семиченко, В. Тернопільською та ін.

Теоретичний аналіз проблеми формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, дозволяє виокремити низку суперечностей:

- між об'єктивною потребою суспільства у формуванні корпоративної культури студентів університету й недостатніми можливостями сучасної системи освіти;

– між вимогами сучасного суспільства до прояву особистістю корпоративної культури й відсутністю у студентів знань і умінь міжособистісної взаємодії;

– між соціально значущістю формування корпоративної культури студентів для гармонізації взаємовідносин суб'єктів освітнього процесу й недостатньою розробленістю цієї проблеми в науково-теоретичному й методичному аспектах.

Отже, актуальність порушеної проблеми, її теоретична та практична значущість, недостатня теоретична розробленість у науковій літературі, а також нагальна необхідність у подоланні означених суперечностей зумовили вибір теми дисертаційного дослідження: **«Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету».**

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертаційне дослідження здійснено відповідно до наукової теми кафедри теорії та історії педагогіки «Зміст і технології забезпечення якості неперервної педагогічної освіти в умовах євроінтеграції» (номер державної реєстрації 0116U003295).

Тема дисертації затверджена Вченою радою Київського університету імені Бориса Грінченка (протокол № 11 від 24 листопада 2016 року) та узгоджена Міжвідомчою радою з координації наукових досліджень у галузі педагогіки і психології НАПН України (протокол № 1 від 31 січня 2017 року).

Об'єкт дослідження – формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Предмет дослідження – технологія формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та експериментальній апробації технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Відповідно до мети дослідження виокремлено такі **завдання**:

1. Проаналізувати ступінь дослідженості проблеми у вітчизняній та зарубіжній теорії і практиці.

2. Здійснити аналіз особливостей формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.
3. З'ясувати сутність, змістові компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів університету.
4. Розробити та експериментально перевірити ефективність технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Методологічна основа дослідження визначена на таких рівнях: філософському, загальнонауковому, конкретнауковому та технологічному. На *філософському рівні* – положення теорії пізнання; філософські ідеї щодо розвитку особистості, єдності теорії і практики, людину як суб'єкт діяльності, активність суб'єкта в пізнавальній діяльності; базові дослідження з філософії, педагогіки, психології особистості, її активну роль в оволодінні знаннями, уміннями і навичками; положення філософії про витoki культури, основні засади акмеології та аксіології, систему цінностей та ціннісних орієнтацій людини; слугують базові дослідження з філософії, педагогіки, психології особистості, її активну роль в оволодінні знаннями, уміннями і навичками; безперервності освіти, особистісно-орієнтованого підходу до особистості студента. На *рівні загальнонаукової методології* – парадигми розвитку вищої освіти в умовах світових тенденцій глобалізації, інтеграції, інформатизації, сучасної концепції демократизації та гуманізації освіти, особистісно-орієнтованої освіти. На *рівні конкретнаукової методології* – теоретичні положення про змістові характеристики процесу формування корпоративної студентів університету; гуманістичного, культурологічного, акмеологічного, компетентнісного, аксіологічного, діяльнісного, середовищного, технологічного підходів до формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, системного підходу та основних елементів системного аналізу; систему методів формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. На *технологічному рівні* – організаційно-педагогічні умови та

технологія формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Методи дослідження. Для перевірки висунутої гіпотези та вирішення поставлених завдань було використано такий комплекс сучасних **загальнонаукових методів:** *теоретичні:* аналіз, порівняння, узагальнення, класифікація, систематизація різних поглядів на досліджувану проблему з метою характеристики понятійно-категоріального апарату дослідження та наукового обґрунтування педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, системно-структурний та системно – функціональний аналіз при розробці технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; *прогностичні:* теоретичне моделювання послідовності логіки і змісту етапів реалізації моделі технології формування корпоративної культури студентів університету; *праксиметричні:* відвідування відкритих занять, флеш-мобів, зустрічей з цікавими людьми, днів відкритих дверей в різних університетах, аналіз педагогічного досвіду та використання його оптимальних форм при обґрунтуванні технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; *емпіричні:* анкетування студентів, опитування, бесіди, інтерв'ювання, узагальнення педагогічного досвіду, тестування з метою діагностики сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету та аналізу результативності дослідно-експериментальної роботи; *експериментальні:* педагогічний експеримент (констатувальний і формувальний) для перевірки ефективності технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; *обсерваційні:* спостереження, самоспостереження, самоаналіз, ранжування, тестування, методи експертної оцінки та узагальнення незалежних характеристик; *статистичні:* математично-статистична обробка результатів дослідження – для аналізу одержаних даних, встановлення кількісних та якісних показників результатів дослідження, комп'ютерна обробка даних експерименту.

Теоретичну основу дослідження становлять положення і висновки теорій та концепцій щодо: загальних закономірностей розвитку особистості під впливом середовища і виховання (М. Братко, І. Бех, Л. Виготський, О. Леонтьєв, Л. Новікова, С. Рубінштейн та інші); середовищного підходу у вищій освіті (А. Артюхіна, А. Баль, М. Братко, В. Желанова, Ю. Мануйлов, Г. Селевко, В. Ясвін та ін.), психолого-педагогічні теорії особистості та її розвитку у процесі діяльності (Б. Ананьєв, Л. Виготський, Г. Костюк, С. Рубінштейн та інші); самодетермінації, самоактуалізації особистості як активного суб'єкта поведінки, творця власного життя (О. Леонтьєв, А. Маслоу, В. Петровський, К. Роджерс та інші); становлення загальної культури особистості (В. Давидова, Л. Каган та ін.); основи теорії комунікації (К. Апель (англ. K. Apel), Ю. Габермас (нім. J. Habermas), О. Гойхман, Т. Надіїна, К. Черрі та інші); особистісного зростання людини у процесі комунікативної взаємодії (І. Андреева, Л. Виготський, О. Леонтьєв, А. Мудрик, С. Рубінштейн, В. Тернопільська та інші); ідеї особистісно-орієнтованого підходу у вихованні (Ш. Амонашвілі, Г. Балл, І. Бех, О. Дубасенюк, О. Газман, І. Зимня, А. Маслоу (англ. A. Maslow), О. Савченко, С. Сисоєва, А. Хуторський, І. Якиманська); технологічного підходу в освіті (А. Алексюк, Б. Блум, В. Беспалько, М. Кларін, В. Лозова, М. Левківський, А. Макаренко, В. Монахов, Г. Селевко, І. Підласий); ідеї гуманістичного виховання (Г. Балл, І. Бех, І. Кант (нім. I. Kant), А. Макаренко, А. Маслоу (англ. A. Maslow), Г. Олпорт (англ. G. Olport), П. Підласий, Ж. Руссо (франц. J. Rousseau), К. Роджерс (англ. K. Rogers), В. Сухомлинський, К. Ушинський, К. Ясперс (нім. K. Jaspers); складових корпоративної культури (О. Андомін, О. Романовський, Ю. Романовська, Е. Шейн та ін.). Виховний потенціал позааудиторної діяльності студентів у вищій школі досліджено Р. Абдуловим, С. Вітвицькою, Л. Кондрашовою, Л. Петриченко, В. Семиченко, В. Тернопільською.

Експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальну роботу здійснено на базі Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка, Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук

ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональної академії управління персоналом», Тернопільського національного економічного університету, Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії. У експерименті взяло участь 294 студенти та 50 викладачів.

Наукова новизна і теоретичне значення одержаних результатів полягає в тому, що:

вперше теоретично обґрунтовано технологію формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету на засадах середовищного підходу, яка складається з трьох операційних блоків що містять мету, завдання, конкретизацію змісту компонентів означеної технології (концептуальний, змістовий, процесуальний); визначено етапи які дозволяють послідовно впливати на розвиток кожного з компонентів (мотиваційного-ціннісного, когнітивного, діяльнісного, рефлексивного); визначено критерії (знаннєвий, мотиваційний, операційно-діяльнісний, аналітико-рефлексивний), рівні сформованості корпоративної культури студентів (високий, середній, низький); запропоновано визначення поняття «корпоративна культура студента університету»;

уточнено зміст поняття «корпоративна культура»; форми, методи, засоби формування корпоративної культури студентів університету;

подальшого розвитку набули питання ролі та місця формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; положення про потенціал аудиторної та позааудиторної діяльності університету щодо формування корпоративної культури студентів.

Практичне значення дослідження полягає у розробленні методичного забезпечення та апробації технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; розробці та впровадженні в освітній процес університету авторського курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів». Матеріали, теоретичні та практичні результати дослідження можуть бути використані у процесі оновлення та модернізації складових змісту формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в процесі розроблення навчальних планів,

програм, курсів, методичних рекомендацій, підручників, у системі підготовки працівників освіти.

Результати дослідження можуть бути використані під час викладання загальноосвітніх дисциплін та курсів, як от: «Університетські студії: Я-студент», «Університетські студії: Вступ до спеціальності», «Університетські студії: Лідерствослужіння». Під час проведення адаптаційних тренінгів для нових співробітників Київського університету імені Бориса Грінченка співробітниками НМЦ розвитку персоналу та лідерства, а також у системі підвищення професійної кваліфікації.

Матеріали дослідження **впроваджено** у освітній процес Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка (Акт №09-н від 27 травня 2020 р.); Навчально-наукового інституту міжнародних відносин та соціальних наук ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональної академії управління персоналом» (Протокол № 4 від 12 березня 2019 р.); Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (Довідка №521/ 01 від 20 березня 2019 р.); Тернопільського національного економічного університету (Протокол № 4 від 28 травня 2019 р.); Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії (Довідка № 426 від 11 вересня 2019 р.).

Особистий внесок здобувача у: статті «Corporate culture of personality: psychological aspects», здобувачу належить матеріал щодо визначення психологічних аспектів формування корпоративної культури особистості; праці «Diagnostics and peculiarities of students' corporate culture in university educational environment», авторський внесок полягає у підробі діагностичного інструментарію дослідження та діагностиці сформованості у студентів корпоративної культури; статті у колективній монографії «Акмеологічний підхід виховання толерантності в міжособистісних відносинах суб'єктів освітнього процесу вищої школи», дисертанту належить аналіз нормативно-правового, історичного, методологічного та технологічного аспектів виховання толерантності в міжособистісних взаєминах суб'єктів освітнього процесу вищої школи на засадах акмеологічного підходу; праці «Е-середовище як складова корпоративної культури в університетах

Французької Республіки», здобувачу належать ідеї щодо обґрунтування значущості Е-середовища, як чинника впливу на розвиток корпоративної культури університету; публікації «Research of motives for formation of corporate culture of students in the context of the paradigm of cognitive psychology», автору належить опис діагностики та аналітика одержаних результатів дослідження щодо сформованості мотивів формування корпоративної культури студентів.

Апробація результатів дослідження здійснювалась в Київському університеті імені Бориса Грінченка, його структурному підрозділі Педагогічному інституті, Навчально-науковому інституті міжнародних відносин та соціальних наук ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом», Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини, Тернопільському національному економічному університеті, Хмельницькій гуманітарно-педагогічній академії.

Основні положення, висновки і результати дослідження доповідалися на науково-практичних конференціях різного рівня, зокрема:

міжнародних – «Класичний університет у контексті викликів епохи» (м. Київ, 2016 р.), «Акмеологія: наука XXI століття» (м. Київ, 2016 р.), «Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства» (м. Київ, 2016 р.), «Актуальні проблеми вищої професійної освіти» (м. Умань, 2017 р.), «Трансформації в українській освіті і наукових дослідженнях: світовий контекст» (м. Умань, 2017 р.), «Topical issues of contemporary science» (м. Валенсія, 2017 р.), «Освітологія – 2017» (м. Київ, 2017 р.), «Сучасна вища освіта: реалії, проблеми, перспективи» (м. Кременчук, 2017 р.), «Наука і вища освіта» (м. Запоріжжя, 2017 р.), «Сучасні стратегії педагогічної освіти в контексті розбудови суспільства сталого розвитку та концепції нової української школи» (м. Київ, 2017 р.), «The goals of the World Science 2018» (м. Дубай, 2018 р.), «Становлення і розвиток педагогіки» (м. Херсон, 2018 р.), «Актуальні проблеми вищої професійної освіти» (м. Київ, 2018 р.), «Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи» (м. Ужгород, 2018 р.), «Освіта XXI століття: теорія, практика, перспективи» (м. Київ, 2019 р.), «Perspectives of world science and

education» (м. Осака, 2020 р.), «Modern science, practice, society» (м. Бостон, 2020 р.);

всеукраїнських – «Трансформація національної системи вищої освіти України в умовах зовнішніх викликів» (м. Луганськ, 2016 р.), «Диференціація у шкільній освіті: історичний досвід і сучасні технології» (м. Київ, 2018 р.), «Ціннісні засади реалізації ідей Нової української школи» (м. Біла Церква, 2019 р.), «Інновації у професійній підготовці педагога в умовах євроінтеграції освітнього процесу: погляд науковців і практиків» (м. Київ, 2019 р.); *наукових форумах* – «Якість професійної підготовки сучасного педагога: український та європейський виміри» (м. Київ, 2020 р.); *круглих столах* – «Роль наукової молоді в розвитку національної освіти й науки» (м. Київ, 2017 р.); на засіданнях кафедри теорії та історії педагогіки та кафедри дошкільної освіти Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка.

Публікації. Основні результати дослідження відображено 38 публікаціях, з них 10 одноосібні: 1 стаття в колективній монографії; 8 статей у наукових фахових виданнях України; 4 статті у зарубіжних наукових періодичних виданнях; 1 стаття в міжнародній наукометричній базі даних Scopus; 24 статті в інших журналах та збірниках міжнародних, всеукраїнських науково-практичних конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається з анотацій українською та англійською мовами, вступу, трьох розділів, висновків до кожного з розділів, загальних висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації – 370 сторінок (основна частина 221 сторінка, додатки на 88 сторінках). Список використаних джерел містить 401 найменування, зокрема, 46 – англійською та німецькою мовами, 29 електронних джерел). Робота містить 13 таблиць, 26 рисунків у основному тексті роботи.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ У ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ УНІВЕРСИТЕТУ

У розділі проаналізовано вітчизняні та зарубіжні наукові підходи до визначення корпоративної культури особистості. Схарактеризовано особливості формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Обґрунтовано змістові компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів.

1.1. Проблема формування корпоративної культури особистості у вітчизняній і зарубіжній теорії та практиці

В сучасну епоху стрімкого розвитку міжнародних зв'язків, суспільної інтеграції, глобалізації та демократизації, система вищої освіти, що забезпечує професійну підготовку майбутніх фахівців, визнана провідним чинником сучасного культурного прогресу людства. Означені фактори стають рушійною силою й змінюють статус освіти для держави й кожної окремої людини, вони формують ряд нових вимог до сучасної освіти та рівня освіченості майбутніх фахівців певної галузі. Інтегрований характер сучасної освіти передбачає вивчення кола певних проблем на міждисциплінарному й трансдисциплінарному рівнях, що стає запорукою якості отриманих результатів дослідження. Адже запорукою успішного виконання поставленої місії та завдань сучасної вищої освіти є її якість. Інтеграція української системи вищої професійної освіти в світовий простір висуває ряд нових до якості фахової підготовки фахівців. Відтак, майбутній фахівець має бути компетентним у сфері своєї професійної діяльності, висококультурним, моральним, володіти високим рівнем сформованості ціннісних орієнтацій, ідеологічних настанов, норм і правил поведінки, світогляду [57; 69]. На превеликий жаль, один з найважливіших елементів, що забезпечує якість вищої освіти досить часто залишається поза увагою, а саме корпоративна культура студентів. Адже саме вона впливає на формування цінностей та комунікативних

здатностей індивіда, сприяє розвитку його творчих здібностей.

В указі президента України «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» (2013 р.) зазначається, що «серед актуальних проблем які потребують кардинальних змін в умовах сьогодення є зниження суспільної моралі, духовності, культури поведінки студентської молоді. Відтак, стратегічний план сучасної державної політики повинен зосередитися на таких напрямках розвитку освіти, як от: реформування системи освіти, в основу якої буде покладено принцип пріоритетності людини; виховання на засадах загальнолюдських, полікультурних, громадянських цінностей, забезпечення морально-духовного, культурного розвитку особистості, формування соціально зрілої творчої особистості, громадянина України і світу, підготовка молоді до свідомого вибору сфери життєдіяльності; створення безпечного освітнього середовища» [310].

В Указі Президента України «Про Національну доктрину розвитку освіти від 17.04.2002» зазначено, що «мета державної політики щодо розвитку освіти полягає у створенні умов для розвитку особистості й творчої самореалізації кожного громадянина України, вихованні покоління людей, здатних ефективно працювати і навчатися протягом життя, оберігати й примножувати цінності національної культури та громадянського суспільства, розвивати і зміцнювати суверенну, незалежну, демократичну, соціальну та правову державу як невід'ємну складову європейської та світової спільноти» [309]. Акцентується увага на важливості виховання особистості, яка орієнтується в реаліях і перспективах соціокультурної динаміки й підготовлена до життя і праці у світі, що змінюється. Держава повинна забезпечувати: формування культури міжособистісних відносин, а також зосереджуватись на вихованні людини демократичного світогляду, яка дотримується громадянських прав і свобод, з повагою ставиться до традицій, культури; стимулювати молодь до морального, духовного та етичного виховання, адже освіта має носити гуманістичний характер.

В «Стратегії національно-патріотичного виховання» (2019 р.) наголошується на

важливості розвитку духовності й моральності у суспільстві, утвердження традиційних сімейних цінностей; впровадженні навчальних дисциплін духовно-морального спрямування як основи формування особистості [209; 311].

Відтак, у контексті заявленої проблеми дослідження постає питання про розкриття сутності такого соціокультурного та педагогічного феномену як корпоративна культура студентів, складність вивчення якого підкреслюють фахівці окремих галузей науки, прихильники різних напрямів і підходів у межах однієї проблематики.

На основі аналізу та узагальнення загальної сукупності понять, що складають категорійно-понятійне поле дослідження, як от: «культура», «корпорація», «корпоративна культура», «корпоративна культура закладу вищої освіти», «корпоративна культура університету», «корпоративна культура особистості», «корпоративна культура студентів» сформовано базову понятійну вибірку.

Відтак, було опрацьовано наукові праці та публікації з філософії, педагогіки, соціології, культурології, психології та менеджменту, аналіз яких дозволяє окреслити сутність базових понять дослідження.

Термін «культура» досить багатозначний, це обумовлено тим, що культура - досить складне, багатогранне явище, оскільки виражає усі аспекти людського буття. Саме тому її вивчає низка наук, виокремлюючи як предмет свого вивчення один із її аспектів, формулюючи при цьому своє розуміння й визначення культури [300].

Культура особистості знайшла своє відображення у філософській науці. Зокрема, проблему філософсько-методологічного підходу до визначення культури розглядали Цицерон (лат. Cicero) [189], Сократ (англ. Socrates) [289], Л. Сенека (англ. L. Seneca) [278], Р. Бенедикт (англ. R. Benedict) [357], Ф. Вольтер (франц. F. Voltaire) [83], Г. Гегель (нім. F. Hegel) [90], Й. Герде (нім. J. Herder) [91], І. Кант (нім. I. Kant) [138], Р. Лінтон (англ. R. Linton) [381], Ж. Ж. Руссо (франц. J. Rousseau) [266], П. Сорокін [291; 292], Е. Тейлор (англ. E. Tylor) [275; 296], К. Янг (нім. C. Jung) [374]. У руслі даної проблеми знаходяться також розробки відомих філософів П. Гуревича [104;105], Н. Злобіна [130], Е. Маркаряна [190], В. Межуєва

[195], Т. Ойзермана (англ. T. Oiserman) [385], А. Уледова [312] та ін., у яких досліджується сутність культури як особливого суспільного феномену.

Сам термін «культура» - походить від латинського «cultura», що в перекладі означає догляд, освіта, виховання, розвиток, обробіток [71].

Одна з найперших спроб дати визначення поняттю «культура» як ціннісної категорії належить давньоримському видатному філософу Цицерону (лат. Cicero), який трактував її як «культуру розуму». У своїй праці «Тускуланські бесіди» (Tusculanae Disputationes), він розглядав культуру як особистісну якість, що свідчить про її духовний розвиток, здатність до рефлексії, логічності та адекватності мислення. Показником сформованості культури Цицерон вважав уміння чітко висловлювати власні думки, аргументувати та відстоювати власну позицію. На його думку, історичний контекст культури полягає у розвитку свідомого громадянина, готового поставити інтереси держави над власними [189].

Як зазначає Сократ (англ. Socrates), найвищою якістю людини є те, що набувається культурою та вихованням. Серед основних чеснот, які мають бути притаманні особистості він виокремлював наступні: стриманість, освіченість, здатність до самопізнання, поміркованість, скромність [289].

Л. Сенека (англ. L. Seneca) підкреслює, що існування світу неможливе без взаємодопомоги, злагоди та співробітництва. На його думку, поняття «культура» складається з почуття гуманності, спільності, єднання, що наділяє людину найкращими чеснотами [278].

Культура виступає цілісним явищем, складовими якої є мова, мистецтво, релігія, наука, традиції та звичаї, вона має єдину мету, яка виявляється у досягненні істинної гуманності, людяності.

Слід наголосити, що значення культури можна усвідомити лише у її власному контексті та за умови цілісності усіх її складових елементів. Культура це продукт або артефакт, який ми отримуємо після плідної праці над собою та оточуючим суспільством.

В основу філософської системи Г. Гегеля (нім. F. Hegel) покладено думку, що поняття «культура» і «цивілізація» є спорідненими відповідно до аналізу логіки їх

історичного зв'язку [90]. За визначення Г. Гегеля культура і цивілізація є закономірними етапами єдиного культурно-історичного процесу, кожен з яких виконує специфічні завдання і становить підґрунтя наступного, вищого етапу розвитку.

І. Кант (нім. I. Kant) розглядав основу культури крізь призму моральності. Най його думку, культура характеризується здатністю особистості діяти на досягнення власної поставленої мети та узгоджувати її з вимогами морального обов'язку [138].

Л. Сохань наголошує на тому, що людина оточена культурою від самого народження, культура знаходить своє відображення в усіх галузях суспільно-значущої діяльності. Людина набуває рис справжньої особистості лише за умови освоєння певного життєвого проміжку [293].

Саме культура, здобуваючи форму активної людської діяльності, сприяє соціально-комунікативному розвитку людської особистості.

За Л. Каганом, «культура» перш за все має свій прояв у діяльності, вона є наскрізною характеристикою всієї соціальної системи. Основна соціальна функція культури на його погляд – людинотворча, в центрі якої постає людська особистість. Головна мета культури заключається у формуванні певного типу особистості [148, с. 94].

Культура складається із засвоєних суспільством знань, мистецтва, моральності, законів, звичаїв і звичок, які мають своє історичне підґрунтя й впливають на соціальне наслідування і традиції. З точки зору М. Попович культура – це сфера життєдіяльності людини, в основі якої покладено історично сформовані цінності. Він акцентував увагу на тому, що культура виступає середовищем в якому проходить людське життя від народження до смерті [252]. Наголосимо, що культура є штучно створеним людьми середовищем спільного існування та самореалізації, яке регулює соціальні взаємовідносини і поведінку. Вчені також розглядають культуру як загальнолюдську систему цінностей, уявлень про світ, правила та норми поведінки, що передається через покоління, а також слугує основою успішної соціалізації особистості.

Ще одним із аспектів тлумачення культури у філософській літературі є «розуміння її як певної системи важливих для людини смислових комплексів – цінностей, що виступають регулятивними принципами у взаємовідносинах між людьми та є важливими характеристиками корпоративної культури особистості» [20].

Варто зазначити, що з точки зору філософії, культура має людинотворче значення, тобто людина стає особистістю через освоєння нею світу культури, саме тому вони знаходяться у тісному взаємозв'язку, який пояснюється тим, що людина є творцем культури, але разом із тим, культура стає істинною тоді, коли входить у життя та звички особистості, проявляється у всій сукупності соціальної діяльності, практиці повсякденної поведінки [20].

У сучасному науковому пізнанні існує безліч підходів до визначення сутності поняття «культура». До найбільш відомих визначень належать:

- культура є сукупністю суспільних надбань людства;
- культура є системою матеріальних і духовних цінностей особистості;
- культура як система усталених норм та моделей поведінки.

У «Тлумачному словнику» поняття «культура» трактується як рівень вихованості й освіченості людини, а також рівень сформованості професійних компетентностей і компетенцій [288].

Філософський енциклопедичний словник трактує культуру в світлі заснованого на вихованні, утворенні, розвитку, шануванні, специфічного способу організації й розвитку людської життєдіяльності, представленого у продуктах матеріальної й духовної праці, цінностей, системі соціальних норм та моральних установок; ставленні людей до природи та один до одного [318, с. 267].

Культура водночас є індивідуальним, психологічним та соціальним конструктом. Деякою мірою культура існує в кожному з нас індивідуально як глобальний, соціальний конструкт. Індивідуальні відмінності в культурі кожної людини можна спостерігати виходячи з її поведінки, відносно того як вона сприймає та поділяє моральні установки, загальноприйняті цінності, уявлення й поведінку, що у свою чергу є складовим компонентом її культури.

Культура є соціально прогресивною, творчою діяльністю людства в усіх сферах життєдіяльності, що представляє собою процес створення цінностей, норм, знакових систем, а також засвоєння культурного надбання спрямованого на перетворення дійсності та багатство людської історії у внутрішнє багатство особистості.

У соціології культура постає як структурний компонент соціальних відносин, сукупність наукових знань, соціальних норм, практичних навичок, побутової й теоретичної свідомості, високої духовності, необхідних для розвитку людини і суспільства в цілому, а також формування особистості [37, с. 204-205].

Культура визначається через те як саме живуть члени суспільства або груп, що складають суспільство, як люди вдягаються, їхні звичаї, як вони організовують свою працю, які релігійні церемонії здійснюють. Культура складає велику частку того, що робить нас людьми [92].

Зокрема, І. Агієнко розглядає культуру як засіб творчої самореалізації кожного члена суспільства та багаж суспільних інновацій. Він зазначає, що особистість за своєю сутністю є соціокультурною, саме тому людина має постійно займатися власним саморозвитком [4, с.10].

У «Психологічному словнику» поняття «культура» має декілька визначень, як от: предметно-ціннісна форма людської діяльності, історично виражений рівень розвитку суспільства і людини, сенс буття людського буття [257, с. 82].

Сучасні психологічні дослідження трактують культуру особистості як сукупність соціальних норм і цінностей, якими індивід керується в процесі практичної діяльності, реалізуюючи свої потреби й інтереси у взаємодії з оточенням [223; 224, с.78].

Відтак, у психології культуру визначають як якісно визначену систему цінностей особистості, уявлень і моделей поведінки, що розділяються групою людей та передаються через покоління, а також рівень регуляції поведінки самої людини завдяки цій системі.

З точки зору культурології поняття «культура» розглядається як сукупність позагенетичних засобів, моделей поведінки, що слугують для зв'язку людської

спільноти з оточенням. Найсуттєвішими вважаються культурні явища, що сприяють адаптації людини до оточення [164, с. 7].

Д. Мацумото (англ. D. Matsumoto) [193, с. 31] вважає, що культура є динамічним набором офіційно та неофіційно сформованих правил, норм й моделей поведінки, які проголошені тією чи іншою групою людей та передаються із покоління в покоління з метою забезпечення свого культурного розвитку.

О. Погорілий [248] з точки зору культурології трактує поняття «культура» як прагнення особистості до позитивних міжособистісних відносин у соціумі, здатність до співчуття, критичної самооцінки, самопізнання, поваги до себе та інших, що забезпечує особистості адекватну адаптацію й самореалізацію в оточуючому середовищі.

Як зазначає Т. Парсонс (англ. T. Parson) культура має три аспекти, а саме: вона є спадком або соціальною традицією і передається крізь призму століть; культурі навчаються, з нею не народжуються; вона є загальноприйнятною [236; 237, с. 737].

Вчені-культурологи А. Кребер (англ. A. Kroeber) та К. Клакхольн (англ. C. Kluckhohn) [378], проаналізувавши понад сто основних визначень культури у науковій літературі, згрупували їх у такий спосіб:

1. Визначення на основі концепції основоположника культурної антропології Е. Тайлора (англ. E. Tylor) [296]. Її зміст полягає в тому, що культура є сумою усіх видів діяльності, звичаїв; скарбницею культурного надбання людства, що містить у собі книги, картини, карти тощо; культура як навичка соціальної адаптації до умов зовнішнього середовища: мова, звичаї, система етикету, етика, релігія, які склалися протягом багатьох століть.

2. Історичні визначення – наголошують на ролі традицій та соціальної спадщини людства, які знайшли своє відображення у сучасності й дісталися від попередніх етапів розвитку суспільства. Історичні тлумачення виокремлюють також генетичні означення як доказ того, що культура є результатом історичного розвитку суспільства, яка охоплює усе, що було створено людьми й передається

крізь покоління: знаряддя, символи, загальна діяльність, погляди, вірування, духовні цінності тощо.

3. З точки зору нормативного трактування – культура є системою загальноприйнятих правил та норм поведінки, способом життя особистості, обумовленого соціальним оточенням.

4. Ціннісні тлумачення розглядають культуру як систему матеріальних, духовних та соціальних цінностей груп людей, їх звичаї, моделі поведінки.

5. Психологічні визначення ґрунтуються на вирішенні особистістю певного кола проблем психологічного характеру, тобто культура є особливим способом пристосування людей до оточуючої дійсності й складається з наслідків такого пристосування.

6. З огляду теорії навчання культура виконує роль компонента соціального досвіду людини, яка набуває його впродовж життя.

7. В межах структурних визначень, культура є системою пов'язаних між собою ознак: матеріальні й нематеріальні культурні ознаки (базуються навколо основних потреб, утворюючи соціальні інститути, що є ядром (моделлю) культури).

8. На основі аналізу ідеологічних підходів – культуру слід розуміти як потік ідей, що переходять від особистості до особистості за допомогою слів або наслідувань.

9. В основі символічних визначень культура постає як організація різних феноменів (матеріальних предметів, дій, ідей, почуттів), що полягає у використанні символів або залежності від них.

На думку К. Клакхольна (англ. С. Kluckhohn) [378], без цінностей функціонування організації не буде спрямованим на досягнення спільних цілей, отримання особистістю потрібних їй емоційних взаємин, що у свою чергу призводить до унеможливлення стабільного відчуття необхідної міри порядку.

Учена Л. Хоружа зазначає, що культура – «це те, завдяки чому люди стають соціально адаптованими, активними, професійно придатними» [322].

Сучасний дослідник культури С. Гончаренко вбачає у культурі сукупність

матеріальних і духовних надбань суспільства, які відображають її рівень розвитку. Культура – це сфера духовного життя суспільства, що охоплює насамперед систему виховання, освіти, духовної творчості [97, с. 182].

Згідно поглядів І. Зязюна культура є суспільним феноменом, в основі якого лежить «загальний ціннісно-регулятивний момент» [132, с. 120; 133].

У контексті нашого дослідження ще одним провідним є поняття «корпорація», під яким науковці Л. Довгань, В. Пастухова та Л. Савчук, розуміють певну організовану групу людей, які об'єднані загальним інтересом, професійною належністю, спільною діяльністю та правилами поведінки [115].

З позицій Р. Саблук, корпорація являє собою спільність людей, побудовану на принципах взаємозв'язку і взаємовідповідальності членів об'єднання, викликаних до життя загальним інтересом і зумовлених правом, традиціями, глибиною психології, культурою і моральністю [267].

З точки зору О. Брадул, корпорацією є організація, які здійснює будь-яку соціально-корисну діяльність та характеризується значною концентрацією управлінських функцій на вищому рівні ієрархічної структури [44].

У відповідності до Господарського кодексу України (2019 р.), корпорацією визнається «об'єднання, що створене на основі складання виробничих, наукових та комерційних інтересів підприємств, що об'єдналися, із делегуванням ними окремих повноважень централізованого регулювання діяльності кожного із учасників органам управління корпорації» [100].

Виходячи із сказаного, можна зробити висновок, що корпорація – це певне організаційне об'єднання наділене правом діяти як окрема юридична особа, яке було створено на основі спільних інтересів, з метою делегування керівними повноваженнями щодо регулювання діяльності суб'єктів організації.

Слід зазначити, що уся людська діяльність здійснюється в сформованому суспільством культурному середовищі. Кожний її вид характеризує певні особливості, які створюють внутрішнє культурне середовище діяльності.

У теорії сучасного наукового знання виокремилися різні підходи до розуміння феномену «корпоративна культура», через що наявні різноманітні й позбавлені

єдності контексти у визначенні його сутності.

Корпоративний дух існував ще в середньовіччі в тогочасних цехах та гільдіях, в межах діяльності яких існував, так званий, ряд писаних й неписаних правил поведінки, при порушенні яких члени співтовариства приводилися до виключення.

Поява концепції корпоративної культури в теорії управління припадає на початок 80-х років минулого століття. Підґрунтя теорії корпоративної культури було закладено у 1973 році К. Гіртцем (англ. С. Geertz) в книзі «The Interpretation of Cultures» [366], а початком появи терміну «корпоративна культура» стали наукові доробки Е. Мейо (англ. А. Mayo) «Школа людських відносин» [383] та А. Файоля (франц. А. Fayol) «Класична (адміністративна) школа управління» [316]. При дослідженні діяльності організації, вони описували у своїх роботах цінності, норми, правила поведінки, властивості певної організації не акцентуючи при цьому уваги на корпоративній культурі як на окремому терміні, проте згадки про «корпоративний дух» були сформовані А. Файолем ще на початку ХХ ст.

Науковець О. Андросова [14, с. 230], стверджує, що термін «корпоративна культура» виник у США, коли дослідники почали вивчати параметри діяльності американських корпорацій, які забезпечували їх успішність і конкурентоспроможність.

Всупереч цьому Н. Мирончук [198] дотримується іншої думки, наголошуючи на тому, що термін «корпоративна культура» виник в ХІХ столітті у військовій термінології й був використаний німецьким фельдмаршалом та військовим теоретиком Х. Мольтеке (нім. Н. Moltke) [205] і застосований до офіцерського середовища, яке потребувало запровадження певних норм і правил для урегулювання можливих конфліктів.

На думку В. Шаполової, дослідження присвячені питанню корпоративної культури в Україні починають з'являтися лише у 1992 р., у свої роботах його починають описувати фахівці у сфері менеджменту, педагогіки, соціології, психології, культурології тощо [338].

На основі аналізу наукової літератури з проблеми дослідження, можна

виділити основні підходи до визначення змісту категорії корпоративна культура, а саме: прагматичний (або раціонально-прагматичний), феноменологічний, когнітивний, систематичний, синергетичний). Відтак, на думку ряду науковців (І. Андреевої [13], О. Бетіної [33], С. Кошелевої [12], Т. Діла (англ. T. Deal), А. Кеннеді (англ. A. Kennedy) [364], К. Камерона (англ. C. Cameron), Р. Куїнна (англ. R. Quinn) [137; 363], О. Колобової [153], Т. Пітерса (англ. T. Peters) [389], О. Тихомирової [211; 306;], Е. Шейна (англ. E. Schein) [344] та ін.) в основі прагматичного підходу закладено орієнтацію на управління культурою, тобто, корпоративна культура розглядається як інструмент управління. Варто зазначити, що даний підхід полягає в узгодженні цінностей всередині організації, що підвищує її комфортність для суб'єктів організації та призводить до зростання ефективності організації (І. Андреева [11; 13], О. Бетіна [33], К. Камерон (англ. C. Cameron) [363], В. Козлов [150; 317]).

Дослідники К. Камерон (англ. C. Cameron) та Р. Куїнн (англ. R. Quinn) [363], виокремлюють також декілька типів корпоративної культури, як от: кланова культура, культура адхократії, ієрархічна та ринкова культура. Відтак, організація де панує кланова культура відрізняється дружелюбною атмосферою заснованою на співпраці, командному дусі та взаємопідтримці. Культура адхокартії має мінливий характер та короткострокові спільні цілі, при досягненні яких організація втрачає командний дух. Організація з ієрархічною культурою заснована на багаторівневій структурі організації діяльності та контролі над нею. Лідери тут виступають в ролі координаторів, а середовище носить формальний характер, з жорсткими інституціональними процедурами для керівництва. Дослідниця М. Вітлі (англ. M. Wheatley) наголошує на думці, що лідерство ґрунтується на організованій координації та моніторингу, при цьому культуру характеризує ефективність і передбачуваність [400]. Що стосується ринкової культури, то вона будується на динаміці конкуренції і досягненні спільних конкретних результатів.

На основі прагматичного підходу сутність поняття «корпоративна культура» Е. Шейном (англ. E. Schein) розглядається в якості схеми-образа колективних базових уявлень, що набуваються членами організації при розв'язанні проблем

адаптації до змін зовнішнього середовища і внутрішньої інтеграції, ефективність якого виявляється достатньою для того, щоб вважати його цінним й передавати іншим в якості правильної системи сприйняття і розгляду названих проблем [344, с. 31-32].

У контексті (раціонально-прагматичного) підходу цей феномен слід розглядати як сукупність базових уявлень, які засвоює кожен учасник організації в процесі його адаптації до нового культурного середовища. Особливу роль представники цього напрямку відводять цінностям організації, як основному структурному елементу корпоративної культури й системі унікальних ритуалів, легенд, церемоній, правил, норм поведінки, створених і встановлених керівництвом організації [345].

Н. Могутнова відзначає, що в межах феноменологічного підходу, корпоративну культуру слід інтерпретувати як систему цінностей і уявлень, що задає організація своїм учасникам [203].

В основу когнітивного підходу на думку О. Колобової покладено положення про те, що корпоративну культуру варто розглядати як сукупність знань, правил, які засвоєні членами організації у процесі їхнього входження у внутрішнє середовище установи [153].

Сутність систематичного підходу полягає у соціально-психологічному кліматі як одного з основних чинників впливу на формування корпоративної культури. Означений підхід наголошує на важливості об'єктивних властивостей організації (структури, стилю керівництва, місії та ін.) та стані психологічного середовища, комплексів суб'єктивних вражень і суджень, що закріплюються у свідомості особистості.

Символічний підхід аналізує «корпоративну культуру» як систему, внутрішнє середовище якої характеризується соціальною невизначеністю. Важливим елементом впливу постає символ організації, який сприймається усіма її членами як орієнтир для упорядкування міжособистісних взаємин [155].

Заслужовує на увагу запропонований О. Тихомировою [306] аналіз корпоративної культури з огляду системного й синергетичного підходів. Згідно

якого для ефективної діяльності корпоративної культури в межах організації необхідно сформувати стійкі зв'язки і взаємини між її суб'єктами, які у свою чергу стануть мотивуючим фактором впливу на бажання працювати у команді, бути і залишатися членом організації, поважати її загальні цілі та місію.

Науковці М. Мескон (англ. M. Mescon), М. Альберт (англ. M. Albert) і Ф. Хедоурі (англ. F. Hedoury) [197] стверджують, що ситуаційний підхід концентрується на ситуаційних відмінностях між організаціями і всередині самих організацій, прагнучи визначити значимі змінні ситуації та їх вплив на ефективність діяльності організації.

Дослідник Д. Кауфман (англ. J. Kaufman) [375] силу корпоративної культури вбачає у її цінностях (інструментальних та символічних), процесах та цілях, які сповідують та яких дотримуються всі учасники певної організації.

У психології корпоративна культура розглядається як система базових цінностей організації, в основі якої покладено загальні норми поведінки, діловий стиль, ритуали, символи та міфи. Саме ці складові елементи корпоративної культури стають мобілізуючим та мотивуючим фактором єднання всіх учасників освітнього процесу. Корпоративна культура явище досить складне, яке включає в себе матеріальне і духовне, діяльність та поведінку людей в організації та ставлення самої організації до зовнішнього та внутрішнього середовища [298, с. 29]

В. Межуєв у своїх наукових доробках значну увагу приділяв корпоративній культурі як соціально-активній позиції людини, що дозволяє їй не лише дотримуватися прийнятих у даному товаристві норм і цінностей, адаптуватися до них, але й виходити за межі цієї системи, вступати з нею в конфліктні стосунки, виробляти нові норми й цінності, що відповідають зміненим умовам і обставинам [195, с.128].

У своїй праці «Корпоративне управління» І. Ігнат'єва та О. Гарафонова пропонують п'ять основних підходів до визначення поняття «корпоративна культура»: функціональний, психологічний, описовий, історико-генетичний, нормативний. Функціональний підхід трактує корпоративну культуру з точки зору

її функцій в організації. Психологічний підхід визначає корпоративну культуру як особливості адаптації особистості до організаційного середовища. Описовий – включає у себе всі складові елементи корпоративної. Історико-генетичний інтерпретує її як процес соціального та культурного наслідування, традицію. З точки зору нормативного підходу корпоративна культура є орієнтованими набором правил, норм і зразків поведінки [136].

Науковці С. Виханський [78], Л. Петько [390; 388; 391], В. Тернопільська [2303], Н. Чернуха [332] акцентують увагу на корпоративній культурі як сукупності найважливіших положень, стандартів, які сприймаються членом окремої організації та знаходять своє відображення у ціннісних орієнтаціях особистості та її поведінці.

На думку Т. Вікарта (англ. Т. Wickart), корпоративна культура сприяє згуртованості та створює сприятливу робочу атмосферу в середині колективу; сприяти взаємній корисності; підвищує почуття відповідальності; заохочує суб'єктів організації до більшої самовідданості [401].

Слід зазначити, що корпоративна культура характеризується насамперед, своєрідним сприйняттям подій, образів, моделлю поведінки. Саме тому кожна окрема організація має власну культуру і підпорядковується своїм внутрішнім законам та розпорядкам, що складаються у єдину цілісну систему.

В. Огнев'юк, Б. Жильцов та Н. Морзе акцентують увагу на корпоративній культурі як потужному стратегічному інструменті, що сприяє орієнтуванню всіх підрозділів організації й окремих осіб на спільні цілі, мотивацію ініціативи співробітників, забезпеченню лояльності й полегшенню спілкування [254, с. 50].

Зокрема, на думку В. Співака, корпоративна культура є системою матеріальних і духовних цінностей, які притаманні певній організації, й відображають її індивідуальний стиль [294, с. 78].

В. Погребняк розглядає корпоративну культуру як «особливу сферу організаційної реальності, яка складається з комплексів спеціалізованих і певним чином впорядкованих матеріальних і віртуальних ресурсів і результатів праці працівників, що включають систему міжособистісних стосунків, об'єднує

сукупності взаємозв'язаних організаційних явищ і процесів, в надрах яких завдяки цілеспрямованим діям персоналу відбувається перетворення вищеназваних ресурсів і часткових результатів в кінцеві продукти діяльності системи в цілому» [249]. Варто зазначити, що корпоративна культура виступає інтегральною характеристикою організації через систему її цінностей, правил та норм поведінки, а також способів оцінки результатів діяльності організації. Науковці також розглядають корпоративну культуру як колективне програмування думок, які притаманні тільки певній організації.

Певної уваги в аспекті даної проблеми, заслуговують погляди К. Гнезділової, яка наголошує на тому, що корпоративна культура є сукупністю переконань, цінностей засвоєних способів вирішення реальних проблем, які сформувалися за час існування організації та відображаються в різних матеріальних формах її поведінці членів організації [95]. Корпоративна культура передає внутрішній клімат організації, а також відображає притаманні їй звичаї.

Зокрема, на думку Г. Хофстеда (англ. G. Hofstede), корпоративна культура є колективним програмуванням думок, які притаманні тільки певній організації [370, с. 15]. Слід наголосити, що корпоративна культура є сукупністю переконань, цінностей засвоєних способів вирішення реальних проблем, які сформувалися за час існування організації та відображаються в різних матеріальних формах її поведінці її членів. Корпоративна культура передає внутрішній клімат організації, а також відображає притаманні їй звичаї.

Як зазначає С. Ковалевський, корпоративну культуру на сьогодні слід розглядати як основу для корпоративного управління з розвиненою системою мотивації персоналу на єдину спільну ціль [376, с. 43].

На думку Е. Шейна (англ. E. Schein), корпоративна культура виступає комплексом колективних базових правил, встановлених певною групою людей у міру того, як вони вчилися вирішувати проблеми, вони пов'язані з адаптацією до зовнішнього середовища й внутрішньою інтеграцією [344, с. 212]. Корпоративна культура охоплює велику частину явищ духовного і матеріального життя організації, серед яких: моральність, духовні цінності, кодекс поведінки, усталені

ритуали, корпоративний імідж.

Т. Соломанідіна підкреслює, що корпоративна культура визначається через єдність філософії, ідеології, цінностей, підходів до вирішення проблем та поведінки членів організації, дозволяючи їй рухатися до успіху [290, с. 46].

За базове визначення поняття «корпоративна культура» нами взято висловлювання В. Огнев'юка, який розглядає її як потужний стратегічний інструменті, що сприяє орієнтуванню всіх підрозділів організації й окремих осіб на спільні цілі, мотивацію ініціативи співробітників, забезпеченню лояльності й полегшенню спілкування [254, с. 50].

Відтак у структурі корпоративної культури можна виділити такі структурні елементи: система матеріальних і духовних цінностей, передбачень, очікувань, норм і стилю поведінки, які підтримуються більшістю студентів, а також визначає спосіб їхніх дій і міжособистісної взаємодії у професійній та повсякденній діяльності [52, с.127; 66; 67].

Як зазначають К. Ушаков та С. Селектор [314] до символів корпоративної культури слід віднести наступні: вербальні (історії, міфи про організацію, її керівників і засновників; промови керівників), поведінкові (церемонії, святкування, типові моделі конфліктів, інтеграції й оновлення, тренінгові програми, моделі поведінки, правила), матеріальні (корпоративні логотипи, плакати, доповіді, кодекси організації з етичними нормами та ін.)

На думку В. Шевченко, корпоративна культура – «це система цінностей, переконань, уявлень, очікувань, символів, а також дійових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів і т. д., які склалися в організації або її підрозділах та які приймаються більшістю співробітників» [342, с. 515].

Зміст корпоративної культури науковець розглядає таким чином: члени організації розділяють певні цінності й установки, завдяки яким вони сприймають прояви конкретної корпоративної культури через комунікаційні канали й інтерпретуючи їх, кожен по-своєму стає її носієм (Рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Змістові характеристики корпоративної культури

Джерело: власна розробка

Поняття «корпоративна культура» пов'язане з формуванням світоглядної постіндустріальної парадигми, згідно якої культура розглядається як чинник, що визначає поточні соціально-економічні трансформації, які здійснюються в культурі й через культуру. У культурологічному підході корпоративна культура трактується як нова (посторганізаційна) форма культури, яка з'являється в якості стратегічного напрямку сучасних партнерських соціально-трудових відносин, корпоративної (консолідуючої) поведінки ключових соціальних сил капіталу, праці і держави [1].

Заслужовують на увагу також погляди науковців О. Андоміна [10], Л. Асадчих [19], В. Єфімова, А. Лаптевої [120], Н. Могутиної [203], І. Немцевої [212], В. Співака [294], О. Тихомирової [306] та ін. щодо функцій корпоративної культури. Аналіз їхніх наукових поглядів уможливилює виокремлення функцій

корпоративної культури, як от: *виховна* – полягає у вихованні членів організації в дусі відданості; *інтегрувальна або компенсаторна* – формує в індивіда відчуття належності до організації, гордість за неї, забезпечує відчуття єдності; *регулювальна або нормативно-регулювальна* – контролює встановлені норми і правила поведінки членів організації, їх взаємини між собою, з представниками інших організацій та суспільством загалом; *орієнтувальна (або ціле покладання)* – виявляється у спрямуванні суб'єктів організації на досягнення спільних поставлених цілей та завдань; *мотиваційна*, полягає у створенні стимулів для орієнтації суб'єктів організації на досягнення спільної мети; *пізнавальна та інформаційна* – забезпечують процес формування системи знань організації; *ігрова та символічна* – сприяють формуванню системи внутрішніх комунікацій в організації; *адаптаційна* – полегшує процес соціалізації в середині організації через установлені норми і правила поведінки, традиції, участь у спільних заходах; *функція формування іміджу організації*, яка полягає у створенні певного образу організації в соціальному оточенні.

Науковець Г. Хаєт виділяє інші функції корпоративної культури а саме: *креативна* яка полягає у створенні й збереженні духовних цінностей); *оцінювально-нормативна* виявляється у порівнянні реальної моделі поведінки індивіда з існуючими в організації нормами поведінки, визначаючи при цьому його позитивні та негативні сторони; *регламентувальна і регулювальна* виражається у на основі попередньої оцінки й аналізу корпоративних норм, включення їх до внутрішніх нормативних положень, ведуть моніторинг дотримання норм працівниками); *пізнавальна* (здобуття духовного і соціального досвіду шляхом пізнання нових відчуттів та участі в громадській роботі, а також отримання працівниками нових знань в процесі організації нових форм навчання); *змістова* (участь культури у визначенні людиною і соціумом сенсу життя, сенсу свого існування, тобто особистої і соціальної місії); *комунікаційна* (міжособистісна взаємодія членів організації та їх порозуміння через підтримку цінностей, норм, правил поведінки та елементів культури прийнятих суспільством); *функція*

суспільної пам'яті (набуття та збагачення досвіду людських взаємин в організації й людстві загалом) [161].

На думку О. Горбатько серед чинників корпоративної культури важливу роль відіграє міжособистісна комунікація, яка впливає на стиль поведінки та спілкування суб'єктів освітнього процесу. До функцій корпоративної культури відносяться наступні: внутрішньої інтеграції: здійснює внутрішню інтеграцію членів колективу, яка спрямована на гармонійну взаємодію; зовнішньої адаптації: допомагає колективу адаптуватися до умов середовища в якому вони перебувають [98].

Слід зазначити, що корпоративна культура є чинником соціально-економічного розвитку організації, саме тому важливо спиратися на фундаментальні соціологічні закони, які дозволяють обґрунтувати процеси, що стосуються розвитку та виховання особистості в суспільстві.

1. *Закон пірамідальної ієрархії*. Соціальна ієрархія є невід'ємною частиною суспільства, яке розшаровується. В ньому з'являється соціальна нерівність, що призводить до експлуатації особистості. Саме тому, суспільна піраміда повинна мати правильну форму, а усі її прошарки нести певне соціальне навантаження.

2. *Закон взаємодії соціальних організмів* полягає в тому, що між соціальними організаціями постійно відбувається взаємодія, що виражається у боротьбі-суперництві, або взаємопідтримці та взаємодопомозі.

3. *Закон експлуатації*. Використання продуктів праці інших людей у власних цілях.

4. *Закон ідеологічного супроводу соціальних процесів*. Провідну роль грає ідеологія, яка виконує безліч соціальних функцій (організаційну, регулятивну, об'єднувальну та ін.). Вона є інструментом формування суспільної відомості.

5. *Закон єдності розвитку основних сфер людської діяльності* (в нашому випадку це – освіта та інтелектуальний розвиток, духовність). Прискорення розвитку однієї зі сфер людської діяльності веде до розвитку інших, і навпаки, деградація в одній призводить до пригнічення інших [255; 347].

У відповідності до авторського визначення корпоративну культуру на нашу

думку варто трактувати як систему спільних переконань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості [361, с. 177].

Таким чином, корпоративна культура сьогодні розглядають як одне із ключових у концепціях інноваційного розвитку і стратегічного менеджменту організацій. Увага до цього феномена зумовлена тим, що в умовах сучасного надскладного і високотехнологічного виробництва корпоративізм (об'єднання, союз) характеризує найбільш продуктивну форму соціальної взаємодії певної групи людей, забезпечує формування партнерських і продуктивних відносин, необхідних для ефективної співпраці і взаємодії у досягненні необхідних цілей, прийняття продуктивних рішень і налагодження контролю за їх виконанням.

До чинників, що також впливають на організацію корпоративного навчання слід віднести ті, що фактично пов'язані із самими учасниками освітнього процесу, як от: керівництво як замовник і контролер якості навчання, персонал як об'єкт і предмет навчання, викладацький склад як виконавець замовленої послуги [59].

Т. Койчева виділяє наступні характерні риси корпоративного характеру в університеті: сприятливий моральний клімат; високий рівень етичних відносин; вмотивованість учителів на досягнення найкращого результату; високий рівень відповідальності у виконанні загальних цілей організації [377].

Як зазначають Б. Фралінгер (англ. B. Fralinger) та В. Олсон (англ. V. Olson) корпоративна культура університету – це домінуючий внутрішній об'єднуючий фактор, який регламентує його цінності [365].

Значної уваги в аспекті даної проблеми, заслуговують погляди В. Огнев'юка, який наголошує на тому, що «корпоративна культура університету є цілісною системою унікальних ідентифікуючих ознак, в основу яких покладено цінності, які визначають філософію його діяльності, ідею (візію) та місію, формують традиції, норми і стилі, способи службових та міжособистісних взаємин, поведінку студентів і співробітників, що відображає рівень досконалості, добропорядності та привабливості університетського бренду в сучасному соціокультурному та науково-освітньому просторі» [220].

Важливою функцією корпоративної культури університету є зміцнення

соціального партнерства професорсько-викладацького складу та студентів, об'єднання і спрямування інтелектуального й духовного потенціалу людського капіталу на ефективну реалізацію місії, візії закладу вищої освіти щодо виробництва нових знань, умінь, навичок, підвищення відповідальності за якість надання освітніх послуг та культурно-просвітницької роботи [50; 66].

В. Шаполова відзначає, що корпоративна культура університету має таку функціональну спрямованість, як от:

- 1) формування корпоративних цінностей спрямоване на створення й підтримку у студентів почуття причетності до спільної діяльності, що надає їй сенсу. Ядром корпоративної культури є цінності, на основі яких виробляються норми і форми поведінки в освітній установі, а результатом – стабільність, стійкість на певний термін її функціонування. Саме від них залежить згуртованість учасників освітнього процесу, формування єдності поглядів та дій на забезпечення досягнення спільних цілей університету;
- 2) формування позитивного іміджу організації виявляється в тому, що організація сприймається певним чином як зовнішнім, так і внутрішнім середовищем. Результатом реалізації цієї функції стає якісне покращення діяльності організації завдяки створенню її філософії, в якій відображається роль освітньої установи в умовах сучасності та орієнтації на майбутнє, а також зв'язок з національними ідеями, стратегічна мета і завдання [338; 339].

Сучасна дослідниця Н. Яблонскене, формування корпоративної культури в університеті, досліджує за трьома рівнями: перший рівень – загальні цінності та переконання, які формують всі інші рівні, що поділяються всіма учасниками освітнього процесу; основні цілі та завдання закладу вищої освіти, його місія та стратегія; другий рівень – норми, що регулюють роботу закладу вищої освіти та поведінку її членів; третій – видимі фактори, наслідки попередніх рівнів, за допомогою яких корпоративна культура транслюється та передається [351].

Корпоративна культура закладу вищої освіти на думку К. Гнезділової слід визначати як сукупність цінностей, норм, традицій, які поділяються між всіма суб'єктами освітнього, на основі яких регулюються їхні взаємовідносини [95].

З точки зору Н. Ібрагімової, корпоративна культура університету є сукупністю норм, цінностей, ідеалів, установок, єдиною тактикою поведінки, які панують в закладі вищої освіти [134, с. 60]. Вона також виділяє декілька типів корпоративної культури закладу вищої освіти, серед яких: нижчий (характеризується ліберально-демократичним стилем міжособистісної взаємодії студентів та професорсько-викладацького складу в освітньому середовищі закладу вищої освіти в якому культурні мають стихійний, неорганізований, характер, тобто перед студентами не постає завдання розвитку та передачі культурних цінностей. Студентів ознайомлюють лише із внутрішньою символікою закладу вищої освіти); проміжний (відзначається демократичним стилем побудови міжособистісних відносин. Даний тип корпоративної культури налаштовує студентів на активне залучення студентів до вивчення внутрішньої атрибутики закладу вищої освіти, його міфів, легенд, норм, правил через спеціально організовану виховну та освітню діяльність) та найвищий (побудований на авторитарно-демократичному стилі спілкування суб'єктів освітнього процесу, де демократичний стиль сприяє розкриттю та розвитку особистості та суб'єктності студентів, а авторитарний стиль спілкування має на меті збереження та підтримку ієрархії взаємодії. Ознайомлення студентів як суб'єктів освітнього процесу закладу вищої освіти спрямоване на зовнішній рівень, який орієнтує студентів на передачу ними норм, правил та цінностей конкретного закладу вищої освіти та репрезентація цієї корпоративної культури перед суб'єктами інших корпоративних культур).

Як зазначає О. Романовський, корпоративна культура закладу вищої освіти – це сукупність взаємодіючих чинників і складових, що охоплює досвід минулих часів і сучасності, його структурні характеристики, сукупність наукових та особистісних поглядів його керівників, співробітників та студентів, еталонів поведінки, образних символів, взаємовідносин і способів організації внутрішньої діяльності [263].

Важливою є думка Г. Кондратенко яка розглядає корпоративну культуру закладу вищої освіти, як систему, що поєднує в собі національну, професійну, студентську культуру, а також цінності, традиції, інтереси та впливає на

професійно-особистісне зростання студентської молоді, адже формує моральність, толерантне ставлення до інших, навички командної роботи [155].

Сучасний науковець О. Романовський виділяє декілька типів корпоративної культури закладу вищої освіти, а саме: культура влади, рольова культура, культура завдань, культура особистості. Зокрема, «культура влади» характеризується тим, що визначальною постаттю в закладі вищої освіти є лідер, тобто керівник організації, який володіє організаторськими здібностями, а також має беззаперечний авторитет не тільки в своєму колективі, але й в суспільстві загалом. Заклади вищої освіти з корпоративною культурою першого типу, як правило, мають жорстку ієрархічну структуру, що значною мірою позитивно впливає на швидкість прийняття колективних рішень й організацію їх виконання. У закладі вищої освіти даного типу визначальним фактором професійного становлення суб'єктів освітнього процесу є особистісні якості. «Рольова культура» характеризується чітким функціональним розподілом ролей відповідно до спеціалізації кожного співробітника. Підґрунтям функціонування даного типу організації є система правил, процедур, стандартів діяльності. Важливим елементом функціонування організації даного типу, на відміну від першого є те, що основним джерелом влади є не особисті якості всіх суб'єктів освітнього процесу, а усталена система правил, норм поведінки. Особливість функціонування «культури завдань» полягає в тому, що даний вид культури зорієнтований в першу чергу, на вирішення завдань та реалізацію проектів вищих навчальних закладів. Організація з типом «культура особистості» спрямована на те, щоб кожна особистість мала змогу досягати власних поставлених цілей [262].

Слід зазначити, що корпоративна культура закладу вищої освіти виконує ряд важливих функцій: нормативно-регулюючу, за допомогою якої регулюється поведінка окремих структурних підрозділів закладу вищої освіти та його суб'єктів; мотивуючу, і відповідно є потужним стимулом для ефективної злагодженої роботи організації; стабілізаційну – корпоративна культура є об'єднуючим сегментом окремих структурних підрозділів організації, що сприяє налагодженню їх взаємодії; охоронну – корпоративна культура є своєрідним захисним бар'єром від

зовнішніх негативних впливів середовища; замінюючи – організація у своїй діяльності керується лише мінімальним набором формальних правил; адаптивну – пристосування суб'єктів освітнього процесу до внутрішніх умов організації та зовнішнього середовища; інноваційну – вкладення інвестиційного капіталу в нововведення та розвиток організації [185].

В основі корпоративної культури закладу вищої освіти покладено такі цінності, як [59, с. 187]: компетентність, професіоналізм, творча спрямованість, командний дух, які є засобом досягнення поставлених стратегічних завдань та відрізняють його від інших організацій. Ядром корпоративної культури вишу слід вважати усталену систему духовних й матеріальних цінностей, традицій, норм, способів поведінки, яку відображають у своїй професійній діяльності всі суб'єкти освітнього процесу.

Унікальною ознакою корпоративної культури закладу вищої освіти є його неповторність, що в свою чергу може визначати його індивідуальний стиль більше ніж освітня, виробнича, наукова, виховна діяльність того чи іншого закладу вищої освіти. Важливими складовими елементами корпоративної культури закладу вищої освіти є: морально-етичні норми та цінності, легенди, традиції, символіка, імідж, стиль керівництва та лідерства, діловий етикет, командний дух, дружній психологічний клімат, колективізм, фірмовий стиль організації, емблеми, логотипи, фірмова атрибутика, системи комунікацій і відкритого інформаційного простору тощо.

Специфічними характеристиками корпоративної культури закладу вищої освіти є його цілі та місія як освітньої установи. Під місією закладу вищої освіти розуміють сукупність уявлень про основоположні цінності, цілі й простір розвитку освітньої установи, про те, що він несе, виробляє зовні, навіщо він потрібен суспільству, державі, людям. У цьому контексті місія є смислоутворювальним ядром університетської ідеї [149].

Сформульовані й офіційно задекларовані місія та візія дозволяють: менеджеру і ключовому персоналу закладу освіти домовитися про напрями й пріоритети розвитку освітньої установи; спільнотам, владі й бізнесу дізнатися про те, яке місце

прагне зайняти заклад вищої освіти в освітньому, науковому, культурному просторі регіону; професорсько-викладацькому складу, співробітникам і студентам закладу вищої освіти отримати корпоративні ціннісні орієнтири, напрями діяльності.

Варто зазначити, що не менш важливу роль займають корпоративні ритуали – сукупність дій та заходів, які спрямовані на демонстрацію цінностей організації. З огляду на це, корпоративні ритуали можна розділити на ритуали заохочення, ритуали осуду та ритуали об'єднання. Ритуали заохочення покликані показати схвалення закладом освіти певних досягнень або стилю поведінки його суб'єктів такими засобами, як університетські нагороди (дипломи, сертифікати, грамоти, нагороди, подяки, іменні стипендії для студентів тощо). Ритуали осуду несуть інформацію щодо несхвалення дій певної особи, яка порушила норми прийнятої в закладі освіти корпоративної культури (звільнення, пониження на посаді, догани, штрафи тощо). Ритуали об'єднання допомагають усім співробітникам усвідомити свою спільність із закладом вищої освіти (конференції, тренінги, семінари, вебінари, ворк шопи, конференції, спільні поїздки, соціальні проекти тощо) [166].

Проблемою нашого дослідження є формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, тому вважаємо за доцільне в цьому контексті запропонувати для розгляду також поняття «корпоративна культура особистості» та «корпоративна культура студентів».

З точки зору філософії корпоративну культуру особистості слід розглядати як професійну самореалізацію людини, здатність до самовиховання, саморозвитку, самоконтролю, самодисципліни, навички саморегуляції й соціальної адаптації, які спонукають до формування почуття власної відповідальності, дотримання норм та правил етикету і культури міжособистісного спілкування [114].

У психології корпоративна культура особистості трактується як система цінностей, правил та норм поведінки, яка включає в себе матеріальну і духовну діяльність, ставлення до організації [224].

Окреслюючи психологічні аспекти формування корпоративної культури особистості варто зазначити, що цей феномен є складною системою з

наступними компонентами: ціннісно-нормативний (основні цінності, норми та правила); організаційний (формальна та неформальна організаційна структура, структура лідерства); комунікаційний (структура формалізованих і неформалізованих потоків, якість комунікацій); соціально-психологічні відносини (соціометрія, система ролей, конфліктність); знаково-символьний (міфи та легенди, корпоративні перекази); зовнішня ідентифікація (імідж, рекламні атрибути) [350]. Важливо, що саме ціннісно-нормативний компонент корпоративної культури відіграє ключову роль, тому, що основні принципи організації задають певний напрям для функціонування суб'єкта, а також визначають його норми та цінності.

З точки зору менеджменту корпоративна культура особистості трактується як система матеріальних і духовних цінностей, проявів, що знаходяться у спільній взаємодії, які властиві людині та відображають індивідуальність її світосприйняття [78, с. 38]. Відтак, корпоративна культура особистості постає як продукт людської діяльності, який нагромаджує її життєвий досвід за для передачі соціально значущої інформації. Вона передбачає вироблення лінії поведінки, яка визначатиме траєкторію діяльності суб'єкта організації у внутрішньому середовищі.

Дослідник менеджменту С. Ковалевський, до функцій корпоративної культури особистості відносить наступні: накопичення та продукування найкращих елементів корпоративної культури організації; оцінювально-нормативна функція (порівняльний аналіз власної поведінки, групи, організації з існуючими та загальноприйнятими нормами й надає можливість констатувати наявність позитивних чи негативних дій); пізнавальна (здійснюється на момент адаптації суб'єкта у внутрішнє середовище організації й сприяє його включенню у колективну діяльність); перетворювальна (трансформація корпоративних цінностей організації в особистісні); комунікативна (забезпечення взаєморозуміння та взаємодії з усіма суб'єктами організації через підтримку усталених в організації цінностей, норм поведінки та інших елементів культури) [376].

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 [97, с. 91].

З огляду на це, у структурі корпоративної культури особистості можна виділити такі структурні елементи: світогляд, корпоративні цінності, стиль поведінки, норми, що сповідують члени організації, система матеріальних і духовних цінностей, передбачень, очікувань, норм і стилю поведінки, які підтримуються більшістю суб'єктів організації, а також визначає спосіб їхніх дій і міжособистісної взаємодії у професійній та повсякденній діяльності. 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.) [178].

Важливою особливістю корпоративної культури є те, що вона спрямовує поведінку особистості на виконання статутних завдань та підтримку певного рівня взаємовідносин між членами організації. Знання основ корпоративної культури надає можливість особистості інтерпретувати події, які відбуваються в межах організації, визначаючи найбільш значуще.

Як зазначає Ю. Балашова, корпоративна культура особистості є складною інтегративною якістю, яка визначає усвідомлення корпоративної ідеології, організації, прийняття корпоративних інтересів та стандартів поведінки, самоідентифікуючи себе з носієм корпоративних цінностей окремої організації [25].

На думку А. Беляєва корпоративна культура особистості є системою матеріальних, духовних цінностей, сукупністю установок, морально-етичних норм і правил поведінки, які прийняті й підтримуються членами організації [31].

Корпоративну культуру особистості у відповідності до авторського

визначення розглядаємо як важливий механізм, який впливає на вмотивованість, моральність, модель поведінки, самоідентифікацію особистістю себе, як члена певної організації. Вона виступає об'єднуючим елементом працівників у організації як для вирішення спільної мети та завдань, так і для досягнення власних цілей та орієнтирів. Чим вищий рівень корпоративної культури особистості, тим ефективніше вона продукується у зміст та характер спілкування з іншими суб'єктами організації та формування культурних норм поведінки [66].

Вона виступає соціальним механізмом, який покликаний орієнтувати індивіда до вирішення спільних завдань організації, мобілізації ініціативи й забезпечення ефективності взаємодії всіх членів означеного колективу.

Загалом більшість науковців наголошує на корпоративній культурі особистості як на важливому механізмі, який впливає на вмотивованість, моральність, модель поведінки, самоідентифікацію особистістю себе, як члена певної організації. Досягнення ефективності сформованості корпоративної культури особистості, подолання її відірваності від стандартів якості сучасної європейської освіти залежить від усвідомлення окремою організацією того, що вона набуває такого доленосного значення для суспільства, що потребує досліджень з позицій сучасної методології міждисциплінарності.

Важливими для нашого дослідження є підходи в соціології, адже вони спонукають педагога до використання певної характерної сукупності взаємопов'язаних ідей, понять і способів соціально-педагогічного впливу на особистість.

З урахуванням гуманістичної парадигми виховання, в якій особистість розглядається як суб'єкт розвитку і виховання, Л. Хоружа виділяє такі підходи, як от: гуманістичний, аксіологічний, акмеологічний, культурологічний, особистісно-орієнтований, системний, середовищний, компетентнісний, технологічний [328, с. 24].

В межах гуманістичного підходу (Г. Балл [26], І. Бех [34], І. Кант (нім. I. Kant) [138], А. Макаренко [184], А. Маслоу (англ. A. Maslow) [192], Г. Оллпорт (англ. G. Olport) [386], П. Підласий [247], Ж. Руссо (франц. J. Rousseau)

[266], В. Сухомлинський [295], К. Ушинський [315], К. Ясперс (нім. K. Jaspers) [372; 373] та ін.) виховання особистості ґрунтується на філософському розумінні місця та значення людини у світі, тобто розгляду людини як найбільшої соціальної, духовної та природної цінності. Гуманістичне виховання полягає у визнанні залежності людини від суспільства в якому вона живе, від індивідуальної та колективної свідомості. В нашому дослідженні гуманістичний підхід використано з метою визначення механізмів розвитку особистості студентів університету, формуванні у студентів гуманного ставлення до себе та інших, створенні умов самореалізації, самоактуалізації та самоствердження, підборі технологій навчання і виховання, зорієнтованих на самовиховання та саморозвиток.

Прихильники аксіологічного підходу (І. Бех [34], М. Євтух [226], І. Зязюн [132], В. Кремень [119], О. Кравченко [23], В. Сластьонін [284; 286], О. Савченко [268], Н. Ткачова [307], Л. Харченко [23] та ін.) звертають увагу на ролі загальнолюдських цінностей, що визначаються поняттями «людина», «знання», «культура» тощо, де людські дії осмислюються у співвідношенні з цінностями, якими визначаються норми та цілі поведінки людини. Аксіологічний підхід в нашому дослідженні дозволяє розглядати освітнє середовище університету як осередок в якому відбувається особистісне самовизначення студентів, що відіграє важливу роль у становленні ціннісних орієнтирів студентської молоді.

Дослідники акмеологічного підходу (К. Абульханова [2], С. Вітвицька [79], А. Деркач [6], О. Дубасенюк [116], І. Зязюн [132], Н. Кузьміна [167], В. Огнев'юк [220], С. Пальчевський [232], Л. Хоружа [321; 327]) наголошують на вияві особистістю ініціативи, цілепокладання, планування, активної включеності у діяльність, прагненні до самовиховання, саморозвитку, саморегуляції, самоконтролю, самокорекції, самореалізації тощо. Відтак, у відповідності до акмеологічного підходу, розглядаємо проблему формування корпоративної культури особистості як цінність і умову оптимізації процесу особистісного розвитку студентів.

У своїх наукових працях А. Дістерверг (нім. A. Diesterweg) [112], В. Гриньова [102], І. Ісаєв [135], Л. Каган [148], Л. Хомич [194] та ін., визначають особистість

як творця культурних цінностей через освоєння нею культури. Культура розглядається також як природне середовище виховання і розвитку особистості, вона виступає метою і засобом, а також результатом освітнього процесу. Культуротворча функція навчання і виховання знаходить вияв у створенні культури цінностей, головною з яких є особистість. Таким чином, культурологічний підхід у дослідженні формування корпоративної культури студентів університету використано в контексті загальнофілософського розуміння культури, розглянутої на рівні буденної й теоретичної свідомості з метою розуміння феномена культури як стрижневого в поясненні сутності людини, її самосвідомості та життєдіяльності, духовності, моральності тощо. Такий підхід дозволяє розглядати феномен корпоративної культури особистості на тлі соціальних, культурних та освітніх ситуацій з урахуванням ставлення особистості до корпоративної культури й культури загалом, її свідомості, ставленні до інших та самого себе.

У відповідності до особистісно-орієнтованого підходу, науковці – Ш. Амонашвілі [8], Г. Балл [26], І. Бех [], О. Дубасенюк [255], О. Газман [86], І. Зимняя [274], А. Маслоу (англ. A. Maslow) [192], О. Савченко [268], С. Сисоева [282], А. Хуторський [330], І. Якиманська [353] та ін., розглядають особистість крізь призму урахуванням її індивідуальних особливостей та якостей. У такий спосіб, в контексті дослідження формування корпоративної культури студентів, означений підхід зорієнтований на розвиток і саморозвиток студента, формування індивідуалістичної картини сприйняття світу, створення умов для саморозвитку, самовдосконалення та його самовираження як суб'єкта пізнавальної діяльності. Адже застосування особистісно-орієнтованого підходу сприяє розвитку суб'єкт-суб'єктних відносин між студентами та викладачами університету.

Зокрема, послідовники системного підходу (М. Альберт (англ. M. Albert) [197], І. Блауберг [41], М. Мескон (англ. A. Mescon) [197], В. Лекторський, В. Садовський [175], О. Тихомирова [211], А. Хол (англ. A. Hall) [368], Е. Юдін [41] та ін.) розглядають виховання як цілеспрямований процес й акцентує увагу на взаємодії виховної системи із зовнішнім середовищем; орієнтує дослідження на розкриття

цілісності об'єкта – процес формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; виявленню механізмів і зв'язків, які забезпечують цілісність зведення результатів дослідження у єдину теоретичну картину; уможливило розгляд освітнього середовища як багатосуб'єктне та багатопредметне системне утворення, що має можливість цілеспрямовано впливати на професійно-особистісний розвиток студентської молоді, забезпечуючи його готовність до подальшої професійної діяльності або продовження навчання, а також успішну життєву самореалізацію.

На думку, багатьох науковців (А. Артюхіна [17], А. Баль [27], М. Братко [47; 48; 49], В. Желанова [122], Ю. Мануйлов [188], Г. Селевко [272], В. Ясвін [355] та ін.), середовищний підхід пов'язаний зі створенням середовища життєдіяльності особистості, оптимальних умов для її розвитку, формування цінностей. Отже, дозволяє обґрунтувати цілісну систему формування корпоративної культури студентів університету в єдності структурних компонентів та функціональних зв'язків, передбачає формування корпоративної культури студентів за посередництвом спеціально організованого освітнього середовища університету.

Дослідники діяльнісного підходу (Б. Ананьєв [9], І. Бех [34], Л. Виготський [85], В. Давидов [108], Дж. Дьюї (франц. J. Dewey) [117], О. Леонтьєв [176], С. Рубінштейн [265] та ін.) вказують на здатність особистості до саморозвитку, формування уміння орієнтуватися в безперервному потоці інформації, обирати стратегію для досягнення визначених цілей. На їх думку діяльнісний підхід передбачає орієнтацію освітнього процесу на особистість студента з метою урахування його індивідуальних особливостей, персоналізації взаємодії викладачів та студентів, активне включення особистісного досвіду (почуттів, емоцій, переживань, дій та вчинків). Діяльнісний підхід в нашому дослідженні було використано з метою аналізу форм, методів та засобів формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету з метою залучення студентів до активних видів діяльності, та як наслідок формування системи цінностей та соціальних установок під час міжособистісного спілкування.

Компетентнісний підхід тлумачить формування у студентів компетентності як

загальної здатності, що ґрунтується на знаннях, досвіді, цінностях, здібностях отриманих в процесі навчання. Реалізація цього підходу на думку В. Бондаренка [43], Ю. Балашової [25], П. Гуревич [105], І. Зимньої [274], О. Малихіна [186], О. Савченко [268], А. Хуторського [330], Л. Хоружої [325; 326] та ін., передбачає розкриття потенціальних здібностей студентів, формування духовного світу особистості, утвердження загальнолюдських цінностей з метою їх життєвої та професійної самореалізації. Так, в контексті проблематики дослідження, компетентнісний підхід дозволяє обґрунтувати суттєві риси освітнього середовища університету, що сприяють розширенню варіативної складової вибору освітніх ресурсів спрямованих на ефективне формування корпоративної культури особистості.

З позицій технологічного підходу, який науковці А. Алексюк [7], Б. Блум (англ. В. Bloom) [358], В. Беспалько [32], М. Кларін [145; 146], В. Лозова [180], М. Левківський [174], А. Макаренко [184], В. Монахов [207], Г. Селевко [272], І. Підласий [247] та ін. трактують як застосовану на практиці систему виховної діяльності, що має певну послідовність, враховує об'єктивні дидактичні закономірності, й за умови дотримання конкретних умов забезпечує відповідність результату поставленим цілям. Окреслений підхід у дослідженні використано з метою обґрунтування організаційно-педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, а також розробці технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

На думку Л. Хоружої, усі структурні елементи системи виховання пов'язані між собою і забезпечують реалізацію у суспільстві таких його основних функцій:

- культурологічної, що полягає у формуванні особистісної культури;
- соціалізаційної, яка полягає у координації та управлінні за допомогою виховання процесом засвоєння особистістю соціальних норм;
- адаптаційної, яка навчає ефективним моделям засвоєння особистістю нових життєвих цінностей;

- ціннісно-утворювальної, яка дає змогу закріпити суспільні цінності у свідомості особистості;
- нормативної, яка полягає у закріпленні в поведінці особистості соціальних норм;
- соціального контролю, що пов'язана із формуванням у особистості системи групових реакцій на поведінку індивіда у вигляді заохочень та покарань;
- інтегративної, яка полягає в узгодженні інтересів у процесі міжособистісної взаємодії [328, с. 25].

Сутність феномену корпоративної культури студентської спільноти О. Чижикова визначає як субкультуру корпоративної культури, що має такі структурні елементи: система матеріальних і духовних цінностей, передбачень, очікувань, норм і стилю поведінки, які підтримуються більшістю студентів, а також визначає спосіб їхніх дій і міжособистісної взаємодії у професійній та повсякденній діяльності [335].

Н. Ібрагімова, корпоративну культуру студентів розглядає як соціальну ідентичність індивіда, що впливає із сприйняття себе в якості активного члена освітнього процесу та поділяння ним цінностей, установок, норм, правил закладу вищої освіти та активної участі в його житті [134, с. 62].

М. Щербакова відстоює позицію, що корпоративна культура студентів включає в себе різноманітні елементи, як от: ідеали, норми, цінності, традиції, звичаї, що формують унікальний спосіб соціальної поведінки студентів. На її думку, наявність корпоративної символіки та традицій, що поділяються студентами, сприяють розповсюдженню корпоративної культури її носіями поза межами закладу вищої освіти [348, с. 153].

Корпоративну культуру студентів університету розглядаємо як інтегративне особистісне утворення, що характеризується ціннісним ставленням студентів до себе, оточуючої дійсності, корпоративних норм, цінностей, прийнятих в університеті, лідерстві та виявляється в уміннях конструктивної взаємодії з всіма учасниками освітнього процесу, здатності до самоконтролю, самореалізації. Вона є системою спільних переконань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо

підтримки корпоративної поведінки студента [55].

Таким чином, аналіз наукової літератури з проблеми дослідження дає підстави стверджувати, що важливою й специфічною характеристикою корпоративної культури є цілі та місія закладу вищої освіти, які регламентують його загальні морально-етичні цінності, що в свою чергу впливає на формування індивідуального стилю, іміджу та інших атрибутів корпоративної культури закладу вищої освіти. Відповідно, здійснений огляд наукової літератури дозволяє констатувати, що корпоративна культура особистості розглядається вченими як особлива сфера організаційної реальності, яка складається з комплексів спеціалізованих і певним чином впорядкованих матеріальних і віртуальних ресурсів і результатів праці працівників, що включають систему міжособистісних стосунків, об'єднує сукупності взаємозв'язаних організаційних явищ і процесів, в надрах яких завдяки цілеспрямованим діям персоналу відбувається перетворення вищеназваних ресурсів і часткових результатів в кінцеві продукти діяльності системи в цілому. Узагальнюючи думки вчених про дефініцію «корпоративна культура студентів», робимо висновок, що більшість науковців під корпоративною культурою студентів розуміють молодіжне об'єднання, що має систему матеріальних і духовних цінностей, передбачень, очікувань, норм і стилю поведінки, які підтримуються більшістю студентів, а також визначають спосіб їхніх дій і міжособистісної взаємодії у професійній та повсякденній діяльності. Виходячи з авторського визначення поняття, ми під корпоративною культурою студентів розуміємо інтегративне особистісне утворення, що характеризується ціннісним ставленням студентів до себе, оточуючої дійсності, корпоративних норм, цінностей, прийнятих в університеті, лідерстві та виявляється в уміннях конструктивної взаємодії з всіма учасниками освітнього процесу, здатності до самоконтролю, самореалізації.

1.2. Освітнє середовище закладу вищої освіти як чинник формування корпоративної культури студентів

В сучасних умовах інтеграції та глобалізації спостерігається підвищення інтересу щодо знаходження ефективних методів та способів здійснення управлінської діяльності з метою підвищення ефективності функціонування підприємств, організацій, а також вищих навчальних закладів, зокрема. Проте для досягнення успіху в управлінській діяльності університету, однієї кваліфікації та професіоналізму його суб'єктів на жаль замало. Натомість найважливішим фактором, що гарантуватиме ефективне функціонування сучасного вищого навчального закладу є його корпоративна культура, яка володіє безмежними управлінськими можливостями при умові контрольованого впливу лідерів на її формування та розвиток. Адже тільки в даному випадку може бути забезпечена концентрація суб'єктів університету на досягненні спільної мети, цілей та завдань.

Сьогодні заклади вищої освіти готують не лише майбутніх фахівців з певної професії, але й навчають їх нести відповідальність за власні слова та вчинки, а також будувати гармонійні стосунки. Нагальною стає потреба у формуванні духовної, культурної та морально освіченої особистості, як на національному, так і на загальнолюдському рівнях. Як зазначає С. Паламар, освітній процес у педагогічних інститутах та університетах має спрямовуватись на формування у студентів стійкої системи цінностей. Для цього, як мінімум, необхідно вивчати їхні ціннісні пріоритети та орієнтації. Посилення уваги до формування духовно-моральних цінностей студентів пов'язане, перш за все, з тим, що сучасне суспільство потребує такого фахівця, який свою професійну діяльність органічно пов'язує з духовністю, що проявляється в любові не тільки до своєї праці, але й у любові до людини, до природи, з толерантністю до думок інших людей, з готовністю до суб'єкт-суб'єктної взаємодії [228; 229]. Важливим аспектом у формуванні корпоративної культури студентів є освітнє середовище університету.

Серед потужних виховних факторів, що впливають на всебічний гармонійний розвиток студента, вагоме місце займає створення цілісного соціо-

культурного середовища, що стає запорукою ефективного формування корпоративної культури студентської молоді. Адже саме створення такого соціокультурного середовища в умовах закладу вищої освіти має бути зорієнтоване на узгодження виховних цілей та завдань, які закладені в основу корпоративної культури університету та є його об'єднуючою основою для усіх суб'єктів освітнього процесу.

В контексті нашого дослідження, доцільним є аналіз джерельної бази щодо розуміння сутності середовищного підходу у вищій освіті. Методологічними основами сучасних досліджень теорії середовища стали: системний підхід, який полягає у вивченні середовища як складного структурного утворення, що характеризується численними рівнями, складними зв'язками і відносинами між елементами, що дозволяє на соціально-педагогічному, педагогічно-організаційному та психолого-педагогічному рівнях забезпечувати особистісний розвиток; комунікативно-діалогічний підхід, що відображає сутність соціологічного розуміння середовища, що складається у встановленні взаємодії всіх суб'єктів, що перебувають у відкритих і рівноправних взаєминах по досягненню прогнозованих кінцевих результатів; особистісно-орієнтований підхід являє собою визначення природовідповідних особливостей кожної особистості, надання їй можливостей для більш повного розкриття власних здібностей [162].

Відтак, на думку Л. Косогорової, середовищний підхід є сукупністю дослідницьких процедур, що включають: виявлення чинників впливу, що сприяють розвитку особистості; встановлення взаємообумовлених зв'язків щодо впливу навчання й умов середовища на особистість, і як наслідок моделювання варіативних поведінкових особливостей студентів; проектування оптимального комунікативного, інформаційного, навчального, творчого та дозвілєвого середовища [162].

Л. Новікова [215] та В. Глазичев [94] є одними з найвідоміших науковців, роботи яких присвячені середовищному підходу у вищій освіти. Відтак, за концепцією Л. Новікової, середовище є оточенням на яке особистість реагує, вступає у контакт й взаємодіє [215].

Згідно до концепції В. Глазичева, середовище слід сприймати як певний «конструкт», що має свою логіку розвитку, яка включає у себе динаміку від постановки цілей, завдань проектувально-дослідницької роботи до досягнення результатів у вигляді певного реального об'єкта (проект, модель процесу або явища) [94].

У своєму науковому доробку «Середовищний підхід у вихованні» («Средовой поход в воспитании», 1977), Ю. Мануйлов розглядає середовище як простір можливостей, що опосередковує розвиток особистості, яка в ньому перебуває шляхом залучення її до різних видів діяльності [188].

Обґрунтовуючи сутність середовищного підходу у вищій освіті, науковець В. Серіков, наголошує на важливості середовищно-ситуаційних чинників чинників, що слугують джерелом нових підходів та рішень [279]. На його думку, середовищний підхід слід розглядати як природно-соціокультурний феномен, який активно взаємодіє з особистістю й виконує ряд функцій (символізування, пред'явлення соціальних норм та цінностей, стимулювання, обмеження та сприйняття, стресогенності та комфорту спілкування).

У педагогіку термін «середовище» був введений ще в епоху Просвітництва і розумівся як суспільні, матеріальні та духовні умови його існування, формування і діяльності, що оточували людину. У цьому значенні середовище розглядалося як: макросередовище, суспільно-економічна система в цілому (продуктивні сили, сукупність виробничих відносин і соціальних інститутів, свідомість, релігія і культура конкретного суспільства); мікросередовище як безпосереднє соціальне оточення людини (сім'я, колектив і групи різних рівнів).

Д. Ватсон (англ. D. Watson), трактує середовище як: процес; поле активності та семантики людини; ресурс та засіб стратифікації суспільства [399, с. 16].

На думку, М. Басова, людина є активним діячем в об'єктивному, закономірно організованому середовищі. Учений вважає, що засвоюючи досвід інших, особистість здатна до самостійного структурування власної поведінки в середовищі, захисту своїх інтересів, включення оточуючих у сферу своїх інтересів, що власне характеризує її як активного діяча у середовищі [29, с. 251–252].

Середовище є одним із загальновизнаних у педагогічній науці чинників, що впливають на розвиток особистості, специфіка середовища полягає в тому, що його вплив сприймається суб'єктом несвідомо, маючи завдяки цьому достатньо високу потужність. Саме тому відомий педагог В. Сухомлинський в одній із своїх порад учителю, пише: «Чому дитина не повинна знати, відчувати, що її виховують? Тому що справжнє виховання – це самовиховання» [295]. Тобто він наголошує на невимушеності впливу середовища на розвиток особистості.

Під середовищем також розуміють сукупність умов існування людини та суспільства, тобто все те, що оточує людину від народження до кінця життя, починаючи з сім'ї, ближнього оточення і закінчуючи виховним середовищем, у якому вона народжується і яке створює умови для її розвитку, соціалізації та формування як особистості. Виходячи з такого розуміння категорії «середовище», соціо-культурне середовище можна визначити як сукупність факторів, що реально склалася і функціонують в соціумі, результат конструктивної діяльності кураторів, менеджерів освітнього процесу зі створення умов для розвитку студентської молоді [53; 65; 273].

Аналіз наукової літератури щодо розуміння сутності середовищного підходу у вищій освіті, уможлиблює дослідження поняття «освітнє середовище», як ресурсу підготовки майбутніх фахівців в закладі вищої освіти.

У такий спосіб, В. Панов під освітнім середовищем розуміє систему педагогічних і психологічних умов і впливів, які створюють можливості як для розкриття інтересів та здібностей, які ще не проявились, так і для розвитку здібностей, які вже проявились, та особистості тих, хто навчається, у відповідності до притаманних кожному індивіду природних задатків та вимогам вікової соціалізації [233].

Ю. Кулюткін, С. Тарасов характеризують освітнє середовище як сукупність соціальних, культурних, а також спеціально організованих в освітньому закладі психолого-педагогічних умов, в результаті взаємодії яких з індивідом відбувається становлення особистості [168].

На думку, М. Братко [46; 48, с. 71-72] «освітнє середовище – це загальний,

сукупний, об'єднаний, інтегральний, цілісний чинник розвитку і становлення особистості, що відіграє значну роль у модифікації її поведінки, яка розгортається внаслідок запланованих і незапланованих впливів середовища, взаємодії особистості з його складовими».

З точки зору В. Ясвіна, освітнє середовище є системою впливів і умов формування особистості згідно з певним зразком, а також можливостей для її розвитку, що утримуються в соціальному і просторово-предметному оточенні закладу освіти [355].

На думку Ю. Мануйлова, освітнє середовище є сукупністю умов та впливів на процес формування особистості, можливостей для її всебічного розвитку, що виникають під час взаємодії індивіда з оточуючою дійсністю [188].

Науковець В. Ясвін у структурі освітнього середовища виділяє такі компоненти, як от: просторово-предметний (інфраструктура закладу, матеріально-технічна база), соціальний (характер взаємовідносин суб'єктів освітнього процесу), психодидактичний (зміст, методи навчання і виховання) [355].

Дослідниця І. Ахновська, серед компонентів освітнього середовища виділяє: особистісний (суб'єкти освітнього процесу, взаємовідносини між ними), просторово-предметний (матеріально-технічна інфраструктура, побутові умови), аксіологічний (місія, візія, цінності, традиції, церемонії, ритуали, символи, корпоративна культура закладу освіти), інформаційно-комунікаційний (освітні програми, проекти, нормативні документи), організаційно-діяльнісний (форми, методи, механізми, технології навчання, стилі взаємодії суб'єктів освітнього процесу закладу освіти), компетентнісний (інтеграція) [21].

Досліджуючи структуру освітнього середовища, О. Ярошинська, виділяє такі його компоненти: соціально-культурний, навчально-виховний та інформаційно-комунікаційний [354].

Так, можна зробити висновок, що в сучасній науково-педагогічній літературі не існує єдиної думки щодо структурних компонентів освітнього середовища. В більшості досліджень структура середовища визначається як значущі елементи, що задають контекст навчання, серед яких: реальні пізнавальні об'єкти, суб'єкти

освітнього середовища та їх психолого-соціальні характеристики, а також міжособистісні відносини.

Дотичним до освітнього середовища є поняття «освітній процес», який у Законі України «Про освіту» (2017 р.) розглядається як «система науково-методичних і педагогічних заходів, спрямованих на розвиток особистості шляхом формування та застосування її компетентностей». Слід наголосити, що згідно до Закону України «Про освіту» (2017 р.), «метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, її талантів, інтелектуальних, творчих і фізичних здібностей, формування цінностей і необхідних для успішної самореалізації компетентностей, виховання відповідальних громадян, які здатні до свідомого суспільного вибору та спрямування своєї діяльності на користь іншим людям і суспільству, збагачення на цій основі інтелектуального, економічного, творчого, культурного потенціалу Українського народу, підвищення освітнього рівня громадян задля забезпечення сталого розвитку України та її європейського вибору» [127].

У Законі України «Про вищу освіту» (2014 р.) наголошується, що побудова освітнього процесу повинна здійснюватися на засадах взаємної поваги і партнерства між учасниками освітнього процесу [126].

Отже, аналіз науково-педагогічної літератури з проблеми дослідження уможливорює трактування середовищного підходу у вищій освіті, як систему безпосереднього управління процесами виховання та розвитку особистості. Під освітнім середовищем слід розуміти сукупність взаємопов'язаних зовнішніх умов та факторів, соціальних об'єктів, що створюють можливості для цілеспрямованого формування та розвитку особистості.

Використання середовищного підходу в практиці формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету потребує конкретизації базових концепцій наукового пошуку через дослідження генезис понять «освітнє середовище закладу освіти», «освітнє середовище закладу вищої освіти», «освітнє середовище університету».

За визначенням А. Каташова, освітнє середовище закладу освіти, слід

розглядати як сукупність духовно-матеріальних умов його функціонування, що забезпечують саморозвиток вільної та активної особистості, реалізацію її творчого потенціалу [144].

Дослідниця К. Крутій вважає, що змістовні характеристики освітнього середовища закладу освіти визначаються набором критеріїв, які автор умовно поділяє на: змістові (рівень і якість культурного змісту), процесуальні (стиль спілкування, рівень активності) та результативні (розвивальний ефект) [165].

Дослідники Ю. Кулюткін, С. Тарасов під освітнім середовищем закладу освіти розуміють систему ключових факторів, що визначають формування й розвиток особистості. На їх думку, освітнє середовище закладу освіти є сукупністю соціально-психологічної, педагогічної, інформаційної, технічної та інших підсистем, матеріальних, духовних та суспільних умов, які забезпечують досягнення мети освітнього процесу [168].

Визначальними для нашого дослідження є розгляд поняття «освітнє середовище закладу вищої освіти», яке О. Ярошинська визначає як «сукупність умов, які впливають на цілеспрямовану взаємодію суб'єктів освіти й забезпечують ефективне функціонування форм, методів та засобів освітнього процесу з метою досягнення цілей його суб'єктів» [354].

Згідно з ідеями П. Сорокіна (англ. P. Sorokin) [291; 292], Р. Мертона (англ. R. Merton) [196], освітнє середовище закладу вищої освіти є відкритою соціальною системою, залученою в процеси обміну та взаємодії із зовнішнім середовищем, тобто соціумом з відповідним культурним устроєм.

Як зазначає М. Братко, «освітнє середовище закладу вищої освіти слід розглядати як полісуб'єктне, поліпредметне утворення, що цілеспрямовано і стихійно впливає на подальший професійно-особистісний розвиток майбутніх фахівців, забезпечуючи їх готовність до майбутньої професійної діяльності та/ або продовження навчання, успішного виконання соціальних ролей та самореалізації у процесі життєдіяльності» [47, с. 85].

На думку В. Новікова, структуру освітнього середовища закладу вищої освіти складають такі компоненти: ціннісно-смісловий, інформаційно-змістовий,

організаційно-діяльнісний, просторово-предметний [217].

Дослідниця Є. Васильєва серед компонентів освітнього середовища закладу вищої освіти виділяє суб'єктно-об'єктний, функціонально-цільовий, технологічний та діагностико-результативний [73].

Визначальними для нашого дослідження є розкриття сутності поняття «освітнє середовище університету».

Так, на думку М. Братко, освітнє середовище університету є результатом відповідних управлінських рішень та дій менеджерів у галузі вищої освіти, який разом із колективом розробляє його модель та концепцію, а згодом й реалізує його в освітній діяльності з урахуванням всіх необхідних адаптаційних процесів, протидіє негативним впливам зовнішнього середовища, стабілізує певні протиріч, що виникають у процесі діяльності закладу освіти [46, с. 227].

Д. Бінецька під поняттям «освітнє середовище університету» розуміє системне утворення, що являє собою штучне соціокультурне оточення суб'єкта навчання, й включає в себе зміст, форми, методи та засоби навчання, що забезпечують продуктивну дослідницьку діяльність студентів [40, с. 19].

Науковці Т. Тейпер (англ. T. Tapper) і Д. Палфреймен (англ. D. Palfreyman), вказують на особливу роль освітнього середовища університету в становленні особистості студента і його впливі на освітні результати. В полі зору науковців такі його окремі аспекти, як от: колегіальність та федеральні моделі управління; соціально-культурні й академічні зв'язки між членами університетської спільноти на рівні викладач – викладач, студент – студент, викладач – студент; професор – студент; організація академічного життя в університеті [395].

Значною відмінністю освітнього середовища університету від будь якого іншого освітнього середовища є його вплив на поведінку особистості та академічну успішність студентів. Воно є місцем де відбуваються трансформації досвіду й ідентичності студентської молоді, що у свою чергу сприяє професійно-особистісному становленню майбутнього фахівця. Освітнє середовище університету завжди націлене на особистість студента з метою створення умов за для досягнення основної стратегічної цілі – гармонізації впливів на особистість

студента.

Зазначимо, що за основу трактування поняття «освітнє середовище університету» нами взято визначення ученої М. Братко, яка розглядає його, як багатосуб'єктне та багатопредметне системне утворення, що має можливість цілеспрямовано впливати на професійно-особистісний розвиток студентської молоді, забезпечуючи його готовність до подальшої професійної діяльності або продовження навчання, а також успішну життєву самореалізацію [49, с. 15].

Воно є відкритим і відбиває соціальні та культурно-ціннісні тенденції розвитку суспільства на глобальному, державному, локальному рівнях. Саме освітнє середовище університету створює одночасно умови та засоби становлення фахівця, громадянина, цілісної особистості. В залежності від того, як воно розвивається, яким змістом насичується, зразками поведінки, еталонами соціальної взаємодії і дотриманням морально-етичних норм, які функціонують у середині певної освітньої установи.

За основу виокремлення структурних компонентів освітнього середовища університету, також беремо визначення ученої М. Братко, яка виділяє особистісну, аксіологічно-сміслову, інформаційно-змістову, організаційно-діяльнісну та просторово-предметну складові. *Особистісну складову* освітнього середовища представляють суб'єкти освітнього процесу, стосунки й взаємовідносини між ними. Сутність *аксіологічно-сміслового* компонента освітнього середовища університету виявляється в особливостях призначення закладу вищої освіти, у змісті його стратегії, в дотриманні певних традицій, виконанні відповідних ритуалів, використанні символів, у корпоративній культурі, в цінностях. До *інформаційно-змістового* компонента належать освітні програми, соціальні проекти, в яких беруть участь як науково-педагогічні працівники, так і студентки; нормативні документи, які регламентують освітню діяльність та взаємодію суб'єктів освітнього процесу. *Організаційно-діяльнісний* компонент складається з форм організації навчальної діяльності, форм і методів, прийомів і засобів навчання; з педагогічних технологій; із стилів взаємодії в системі «викладач-студент»; управлінських структур і механізмів. *Просторово-предметна* складова

є не менш важливою, ніж інші компоненти освітнього середовища університету. До неї належать матеріально-технічна база, аудиторний фонд, комп'ютерний парк, бібліотечні ресурси, дизайн та обладнання приміщень, побутові умови. На її думку, що освітнє середовище університету є детермінантою розвитку та становлення особистості під час професійної підготовки [46].

Функціями освітнього середовища університету на думку М. Братко виступають: освітньо-професійна, освітньо-соціалізаційна, освітньо-культурна, які мають безпосереднє відношення до процесу формування корпоративної культури студентів університету [49, с. 15].

Визначальними для нашого дослідження є освітньо-соціалізаційна функція полягає у входженні, побудові, розвитку та підтримці міжособистісних та професійних стосунків між суб'єктами освітнього процесу, а також освітньо-культура функція, яка залучає студентів до підтримки та пропагування арсеналу культурних традицій університету, що у свою чергу сприяє ефективному формуванню корпоративної культури студентської молоді.

На підставі аналізу показників структури освітнього середовища університету, слід виокремити особливості формування корпоративної культури студентів крізь призму окреслених структурних компонентів.

Так, *особистісний компонент освітнього середовища університету* щодо формування корпоративної культури студентів реалізується через залучення студентів до соціально-гуманітарної та позааудиторної діяльності, що сприяє формуванню корпоративної єдності та університетської родини, створенню сприятливого психологічного мікроклімату на засадах партнерської взаємодії та забезпечення умов для гармонійного розвитку й особистісно-професійного становлення особистості студента університету; активної діяльності керівництва організації та куратора студентської академічної групи.

Як зауважує Л. Кондрашова, позааудиторна дозволяє розгорнутися певному виду діяльності студентів, створити потрібну систему взаємодії між ними, специфічно розділити ролі, забезпечити необхідні умови для їх духовного розвитку й професійного становлення [156; 157, с. 116-117].

На думку В. Лаппо позааудиторну діяльність слід розглядати як систему, що поєднує в собі мету, завдання, зміст, методи і форми виховної роботи спрямованої на всебічний розвиток особистості з високим рівнем культури. Її можна поділити на професійно та соціально спрямовану. Професійно спрямована має на меті участь в наукових гуртках, студентському науковому товаристві, дослідницьких проектах, олімпіадах, конференціях. Вона носить фаховий характер, об'єднує студентів подібних спеціальностей, проходить під керівництвом або наглядом викладача-куратора та вимагає від студентів чималих зусиль, послідовності, цілеспрямованості дій та внутрішньої вмотивованості. Соціально спрямована носить виховний характер, адже до неї відносять спортивні секції, театральні й танцювальні групи, екскурсії, відвідування виставок та музеїв тощо, і може поєднувати студентів різних спеціальностей [171].

Позааудиторна діяльність сприяє формуванню в студентів таких професійних значущих якостей, як-от: інтелектуально-когнітивні якості (компетентність, професіоналізм, загальна культура); ерудиція; комунікативні якості (товариськість і вміння контактувати з людьми, що належать до різних вікових категорій, соціальних спільнот, тактовність); морально-ціннісні якості (гуманність, справедливість, доброзичливість, толерантність, рефлексивність, милосердя); емоційно-вольові якості (працездатність, наполегливість, оперативність, витримка, організованість, відповідальність, оптимізм, самовладання) [61].

На думку В. Коваля, система позааудиторної діяльності має таку структуру: самостійна навчальна робота студентів; діяльність із самоврядування студентського колективу; культурно-дозвілєва діяльність за інтересами; підвищення професійної майстерності [147, с. 22]. Під самостійною роботою автор розуміє підготовку до аудиторних занять, виконання самостійної роботи до навчальних дисциплін, написання реферативних повідомлень, курсових, випускних робіт. Діяльність самоврядування студентського колективу передбачає самостійне вирішення проблем життєдіяльності студентської групи, колективу гуртожитку тощо [99]. Культурно-дозвілєва діяльність стає структурною частиною системи позааудиторної роботи за умови реалізації культурно-

дозвіллевих потреб студентів шляхом залучення їх до відповідної організованої діяльності, а саме: участі в об'єднаннях за інтересами, конкурсах, змаганнях тощо. Під підвищенням професійної майстерності як складової системи позааудиторної роботи студентів він розуміє цілеспрямоване вдосконалення вмінь професійної спрямованості (спортивні тренування, участь у студентських наукових конференціях, стажуваннях, тренінгах тощо).

Важливим аспектом у формуванні корпоративної культури студентів є також створення гармонійної суб'єкт-суб'єктної взаємодії суб'єктів освітнього процесу, врахування індивідуально-психологічних особливостей, якостей студентів (впевненість у собі та своїх можливостях, дисциплінованість, практичний досвід, гнучкість мислення, стресостійкість, організаторські, комунікативні здібності, творчий потенціал, уміння працювати в команді, лідерські якості, самоадаптація).

Свідоме формування корпоративної культури студентів відбувається лише за умови активної діяльності керівництва організації та куратора академічної групи, яка містить: розробку стратегічно важливих корпоративних цінностей; пропагування групи тих цінностей, які суперечать особистісним; надання підтримки носіям цінностей; стимулювання до вироблення поведінки, яка відповідає корпоративним цінностям організації [54; 63].

На думку Л. Петько саме в міжлюдському спілкуванні найвиразніше оприявнюється відмінність між індивідом як особою, персоною та індивідом як одним із маси, й водночас – змістова відмінність у характері комунікативних спільнот, до яких ці люди належать. «Сучасний педагог покликаний не тільки передавати дітям конкретні знання, а й вводити їх у соціокультурний простір, залучити до цінностей культури, допомагати пізнати оточення, досягнути реалії буття» [242; 243].

Варто зазначити, що основу міжособистісних відносин складають ціннісні орієнтації, що є одними з найважливіших складових у структурі особистості, адже саме завдяки ним накопичується наш життєвий досвід, який здобувається в процесі індивідуального розвитку людини [327, с. 143]. Структуру ціннісних орієнтацій

особистості на думку Л. Хоружої [325] складають такі якості як: цілісність, надійність, вірність певним принципам та ідеалам, здатність до вольових зусиль в ім'я цих ідеалів і цінностей, наполегливість у досягненні мети.

Слід наголосити, що не менш ефективною умовою формування корпоративної культури студентської молоді в особистісних взаєминах студентів є година куратора студентської академічної групи. Варто зазначити, що особистість наставника групи, стиль його спілкування зі студентами є одним із визначальних факторів створення сприятливого емоційного фону в студентському середовищі.

Зміст діяльності куратора академічної групи регламентується основними державними документами України, а саме: Законом України «Про освіту» (2017 р.) [127], Законом України «Про вищу освіту» (2014 р.) [126], «Концепцією виховання дітей та молоді у національній системі освіти» (2015 р.) [159], «Національною доктриною розвитку освіти» (2002 р.) [309], відповідними інструктивно-методичними документами Міністерства освіти і науки України та положеннями, розробленими на рівні закладу освіти [74].

Роль куратора академічної групи полягає в створенні таких умов, які б допомогли студентам знайти себе і своє місце не тільки в студентському колективі, але й в соціальному житті університету. Він є організатором діяльності студентів й координатором виховних дій спрямованих на формування у них корпоративної культури. У своїй виховній роботі куратор реалізує педагогічні принципи гуманізації, соціальної обумовленості навчання і виховання, індивідуалізації, створення корпоративного виховуючого середовища.

Робота куратора академічної групи [54, с. 18] спрямована на організацію навчання та позааудиторних занять з метою вирішення завдань корпоративного виховання, досягнення високої культури міжособистісних відносин, розвиток у студентів духовності, моральності, толерантності у відношенні до інших. Також важливо куратору здійснювати роботу з розвитку навичок самоорганізації, самодисципліни, самоконтролю, самовиховання та формування корпоративної культури особистості. Куратор повинен стежити та аналізувати ефективність

виховної роботи, позааудиторної діяльності, студентського самоврядування; вести індивідуальну роботу зі студентами; виявляти нахили та здібності студентів й сприяти їй участі в культурних товариствах, які сприяють формуванню у них корпоративної культури; сприяти залученню студентів до загальноуніверситетських заходів, які також мають значний вплив на формування корпоративної культури.

Куратор організовує певну систему відносин завдяки різноманітній виховній діяльності групи, яка, у свою чергу, створює умови для індивідуального самовираження кожного студента, розвитку особистості, збереження неповторності й розкриття потенційних здібностей, захисту її інтересів [107].

Окреслені завдання диктують куратору відповідні форми та методи виховної діяльності спрямованої на формування корпоративної культури студентів. Важливе місце серед них займають кураторські години, бесіди, зустрічі з цікавими людьми, екскурсії, вікторини, круглі столи, ділові зустрічі, тематичні конференції, диспути, тематичні вечори, свята, обряди, участь в державних акціях, флешмобах, робота клубів за інтересами, фестивалі, відео лекторії, сократівські бесіди, творчі монологи, промови, суди та ін.

Оптимальною для освітнього процесу в закладі вищої освіти є установка куратора академічної групи на створення особистісно-орієнтованих моральних ситуацій в особистісних взаєминах студентів. Розв'язання особистісно-орієнтованих ситуацій актуалізує такі якості студентів, як готовність діяти з урахуванням позиції іншого, брати на себе відповідальність у розв'язанні проблеми, переводити конфліктну ситуацію в діалог шляхом аналізу її причин і вироблення спільної позиції, вміння прислухатися до чужої думки, відчувати емоційний настрій співрозмовника [213].

Проте не завжди куратори академічних груп в повній мірі володіють знаннями щодо форм організації виховної діяльності студентської молоді. Для підвищення рівня обізнаності кураторів академічних груп з означеного питання, необхідно приділити значну увагу питанню підготовки кураторів до такого роду діяльності, формуванню у них таких якостей, як прагнення до самопізнання,

критичне ставлення до своєї діяльності. Необхідно залучати наставників до активної та різноманітної діяльності, спрямованої на забезпечення їхніх практичних навичок до проведення виховних заходів спрямованих на формування у студентів корпоративної культури [343, с. 39].

З метою формування корпоративної культури студентів необхідно використовувати усталені закладом вищої освіти базові норми та цінності для залучення до них студентів, які повинні бути схожими з перспективою формування майбутнього компетентного фахівця. Ці цінності повинні стати основою професійного алгоритму, наповнюючи сутнісним сенсом виховну діяльність куратора академічної групи, який виступає прикладом їх дотримання і веде за собою студентів, забезпечуючи їх добровільне дотримання в університеті [177; 178].

Як зазначає В. Тернопільська, при організації виховного процесу слід виходити з того, що особистість наставника групи, стиль його спілкування зі студентами є одним із визначальних факторів створення сприятливого емоційного фону у студентському середовищі. Від здатності куратора налагоджувати у взаємодії зі студентами емоційно відверті, комфортні, емпатійні стосунки суттєвим чином залежить виховний потенціал його педагогічної діяльності [304; 305].

До функцій куратора академічної групи відносяться такі, як: аналітична, організаторська, комунікативна та соціальна. Аналітична функція передбачає планування та організацію виховної роботи студентською групою на підставі урахування куратором: особливостей міжособистісної взаємодії у групі, індивідуальних особливостей, соціально-побутових умов життя та ін. Організаторська функція забезпечує надання необхідної допомоги студентському самоврядуванню, творчим групам, радам тощо [305, с. 93].

Соціальна функція реалізується у гуманістично-орієнтованій взаємодії «педагог – студент», де куратор академічної групи допомагає студенту в особистісному розвитку, засвоєнні та прийнятті ним суспільних норм, цінностей, дотриманні засад духовно повноцінного буття організації де він навчається. Куратор бере на себе важливу місію в оволодінні студентом позитивними

соціальними ролями, використовуючи позааудиторну виховну роботу як «ситуації соціального досвіду поведінки». Але й сам куратор виступає суб'єктом соціалізації, тому що також приймає та переробляє соціальний досвід, носієм якого є студентство. Отже, педагогічним засобом соціалізації є множинність стосунків, які виникають не тільки в навчальному процесі, а й в організації виховної позааудиторної роботи.

У рамках сучасної гуманістичної педагогіки куратор, у контексті його взаємодії зі студентом, виконує комунікативно-організаційну функцію. Для її реалізації педагог повинен мати якості, що забезпечують ефективність комунікативної діяльності: здатність до спілкування з людьми; індивідуально-психологічне поєднання властивостей особистості, серед яких найбільш значущими є такі якості особистості, як емпатійність, рефлексія, креативність, толерантність, тактовність. Діяльність куратора академічної групи базується на принципах гуманізму, демократизму, оптимізму, індивідуально-особистісного підходу, наступності [305, с. 103-104].

Основним завданням куратора є ознайомлення студентів з історією закладу вищої освіти, його структурою, традиціями, сприяння єдності колективу, формуванню духовного світу студентів. Діяльність куратора академічної групи повинна сприяти створенню в студентській групі здорового морально-психологічного клімату, встановленню нормальних стосунків між студентами і викладачами, допомагати активу групи у формуванні студентського колективу, позитивних орієнтацій у студентів, спрямованих на підвищення культурного рівня.

Завдання педагога – організувати середовище в такий спосіб, щоб кожен студент був суб'єктом середовища, міг його освоїти та брати участь у його розвитку.

Ефективна робота куратора академічної групи є одним з найвагоміших чинників успішної організації виховної роботи у закладі вищої освіти, що, в свою чергу, знаходить відображення в підвищенні ефективності діяльності корпоративної культури та піднесенні корпоративного духу в освітній установі.

Основними напрямками роботи куратора щодо формування корпоративної культури студентів повинні бути: створення умов для постійного самовдосконалення студентів у освітній та позааудиторній діяльності, сприяння органам студентського самоврядування у питаннях ефективної організації життєдіяльності студентської спільноти, створення соціо-культурного середовища, тощо.

Налагодженню міжособистісної взаємодії на засадах партнерства між адміністрацією, викладачами та студентами сприяє також запровадження «Телефону студентської довіри», «Скрині побажань», тематичного дня «Навпаки», «Музичного диванника» [81; 82].

Аксіологічно-смысловий компонент втілюється через дотримання місії, візії, традицій університету. Зокрема в Київському університеті імені Бориса Грінченка, місія полягає у сприянні кожному в цілісному розвитку і лідерському становленні, служінні людині, громаді, суспільству [160]. Формування корпоративної культури студентів також відбувається через святкування Дня Університету та Дня народження Бориса Грінченка (9 грудня), в рамках якої проходять Грінченківські читання «Борис Грінченко – відомий і невідомий»; соціальний проект «З Києвом і для Києва»; вручення Диплома Університету; покладання квітів до пам'ятника та відвідування музею Бориса Грінченка першокурсниками; використання елементів корпоративної атрибутики в День Університету та під час проведення конференцій, засідань Вченої ради, науково-методологічних семінарів, вручення дипломів, урочистої посвяти у студенти та ін. Окрім цього, кожен факультет має власні позначки, але в загальній структурі орієнтовані на загальноуніверситетський логотип. Та відрізняються логотипи факультетів додатковими позначками і кольорами.

Частиною університетських традицій є також участь в конкурсі «Miss & Mister Grinchenko University», а також підтримка спортивних та культурних заходів. Таким чином, університет є партнером щорічного благодійного марафону «Пробіг під каштанами».

Усе це сприяє збереженню і примноженню культурних традицій

університету та сприяє поширенню його кращих практик не тільки в межах діяльності університету, але й поза його межами з метою формування корпоративної культури студентів.

Варто зазначити, що процес формування корпоративної культури студентів відбувається шляхом привнесення лідера в університет своїх цінностей, норм, ідей, стилю поведінки та управління, що в подальшому стає взірцем для інших його суб'єктів, й втілюються у її атрибутах, традиціях, стилях, іміджі, ритуалах та ін.

Тому, слід виділити наступні джерела формування корпоративної культури: система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації; способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності суб'єктів освітнього процесу; уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки в колективі, що відображає систему внутрішньогрупових цінностей, що склалися [331].

Інформаційно-змістовий компонент освітнього середовища університету щодо формування корпоративної культури студентів втілюється шляхом вивчення циклу навчальних дисциплін, як от: «Університетські студії», який складається з трьох окремих модулів – «Я студент», «Лідерствослужіння», «Вступ до спеціальності» для студентів 1 курсу всіх спеціальностей; дисципліни «Професійно-педагогічна культура», яка складається з двох модулів, а саме: «Професійна етика» та «Педагогічна майстерність», дисципліни «Лідерство в освіті», «Педагогічна етика» для студентів другого магістерського рівня вищої освіти, спеціальності «Початкова освіта», «Дошкільна освіта», «Педагогіка вищої школи»; вибіркової навчальної дисципліни «Soft-skills: особистісно-професійний практикум» для студентів першого бакалаврського рівня, а також через введення у освітній процес Київського університету імені Бориса Грінченка курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів» для студентів всіх спеціальностей, що навчаються на першому бакалаврському рівні освіти, як додаткового четвертого модулю до обов'язкової дисципліни «Університетські студії». Метою яких є нагромадження студентів знаннями щодо суті й соціального значення корпоративної культури університету, механізмів її прояву, прищеплення

навичок корпоративної взаємодії.

Робота щодо формування корпоративної культури студентів в межах діяльності Київського університету імені Бориса Грінченка відбувається й під час проходження студентами усіх спеціальностей першого бакалаврського курсу музейної практики в межах вивчення навчального модулю «Вступ до спеціальності», де вони відвідують меморіальний музей присвячений пам'яті Бориса Грінченка та ознайомлюються з основними елементами корпоративної культури університету. Ефективність формування корпоративної культури студентів під час проходження музейної практики зумовлена тим, що в процесі організації комплексного та системного впливу різноманітних факторів в усіх видах діяльності, посилюється увага до виховної роботи, яка має охоплювати всі сторони формування особистості студента, а також до єдиного корпоративного об'єднувального елементу корпоративної культури університету - наукової спадщини Бориса Дмитровича Грінченка.

Під час проходження музейної практики у студентів формуються світоглядні позиції щодо громадсько-культурної, науково-просвітницької, літературної і педагогічної спадщини Бориса Грінченка та його епохи, як елемента корпоративної культури університету.

Інформаційно-змістовий компонент освітнього середовища університету щодо формування корпоративної культури студентів реалізується також шляхом залучення студентів до різноманітних спільних заходів, як от: Соціальний проект «Наукові студії студентів-грінченкінців», Соціальний проект «З Києвом і для Києва», участь в проєктах міжнародної академічної мобільності студентів а викладачів з метою обміну досвідом з представниками країн Європи, що можна побачити на прикладі програмах обміну «Дії Марії Складовської Кюрі» у рамках програми «Горизонт 2020», «Campus France», «Erasmus +», »Темпус ELITE - Education for Leadership, Intelligence and Talent Encouraging», а також «Програми імені Фулбрайта в Україні». Не менш важливим чинником формування корпоративної культури студентської молоді є підписання договорів про міжнародне співробітництво із закладами вищої освіти Польщі, США, Канади,

Іспанії, Італії та ряду інших країн, що сприяють не тільки мобільності студентів та академічного персоналу, але й активізації співробітництва в галузі досліджень та розвитку. Крім того, студенти мають можливість поглиблювати свої знання через відвідування зустрічей, лекцій та семінарів відомих зарубіжних науковців, адже міжнародні контакти розширюють світогляд, дозволяють зрозуміти подібності і відмінності між культурами.

Ще однією особливою частиною, що сприяє формуванню корпоративної культури студентів є дотримання суб'єктами освітнього процесу унікального Кодексу корпоративної культури, Маніфесту лідерства як служіння Київського університету імені Бориса Грінченка, який повністю відображає його місію. Місія полягає у сприянні кожному в цілісному розвитку і лідерському становленні, служити людині, громаді, суспільству [149; 187]. З цього можна зробити висновок, що загальною метою існування університету є цілісний розвиток та лідерське становлення усіх, хто вчиться чи працює в ньому.

До найбільш важливих цінностей університету віднесено: людину, громаду, довіру, духовність, лідерство-служіння, відповідальність, професіоналізм, громадянську ідентичність. З огляду на це, можна зазначити, що дані переконання є не тільки тими якостями, які університет бажає побачити у своїх випускниках, але й вони слугують професійним кредо для кожного студента та співробітника університету, незалежно від посади.

Реалізація *організаційно-діяльнісного* компонента освітнього середовища університету щодо формування корпоративної культури студентської молоді буде результативною тоді, коли буде пронизувати всі сфери та види діяльності студентів. В межах університету формування корпоративної культури може відбуватися не тільки освітню та виховну роботу, але й за допомогою різних форм організації навчання. Так, серед форм, що організації навчання, що сприяють формуванню корпоративної студентів слід виокремити такі як: робота студентського самоврядування, робота клубів, гуртків, секцій, науково-практичних конференцій, круглих столів, які присвячено проблемі лідерства-служіння. Такі, як міжнародний круглий стіл «Врядування, лідерство та управління у вищій школі»,

щорічна міжнародна науково-практична конференція «Університет і лідерство», тренінг «Лідерство та активна життєва позиція», тренінг «Лідерство-служіння» та ін. Слід також відзначити ефективність таких форм організації позааудиторної роботи спрямованої на формування корпоративної культури студентів, як от змагання команд КВК за кубок ректора, організацію конкурсу першокурсників «Ось ми які».

Також серед ефективних форм та методів, що сприяють формуванню корпоративної культури студентів крізь призму організаційно-діяльнісного компонента освітнього середовища університету виділяємо такі, як: інформаційні повідомлення, презентації, метафори, відеообговорення, асоціативні кущі, мозкові штурми, групові дискусії, методи розігрування ролей, змагання, демонстрації різних моделей поведінки, робота в дослідницьких групах, кейс-стаді, сюжетно-рольові та ділові ігри, вправи на знайомство, активізацію та рефлексію, квест-клуби, бесіди, он-лайн консультації у соціальних мережах та відеоконсультації у програмі «Skype», сервіси Google Suite, зокрема Hangouts Meet, Coursera; Classroom; Webex Meet, використання короткометражних інтелектуальних стенд-ап лекцій *Ted-TALKS з різних питань освіти та науки*; використання популярних месенджерів – Viber, Telegram, WhatsApp тощо; флешмоби, фестивалі, майстер-класи, олімпіади, диспути, конкурси виконавської майстерності, тематичні вечори, волонтерство, виставки студентських творчих робіт, читачькі конференції, вечори запитань і відповідей, туристичний похід, зустрічі з видатними людьми, тощо. Засобами формування корпоративної культури студентів у даному випадку виступає сайт університету та платформа дистанційного навчання Moodle.

На думку, Л. Петько широке використання електронного навчання, включаючи новітні мобільні та хмарні технології, віртуальне навчання за допомогою використання наступного контенту: соціальні мережі та групи (Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, чати / повідомлення, навчальні та ділові блоги також сприяють ефективному формуванню корпоративної культури студентів [390, с. 4.; 391]. Адже освітня система України має бути адаптована до вимог сучасності, стимулювати і розвивати актуальні якості особистості і бути інструментом

розвитку України у сучасному непростому часі, націлена на зростання добробуту її громадян, й молоді зокрема [394].

Варто також наголосити на важливій ролі Е-середовища та платформ дистанційного навчання у формуванні корпоративної культури студентів. Адже в умовах сучасності Е-середовище стає невід'ємною частиною корпоративної культури кожного закладу вищої освіти, де міститься інформація щодо усіх подій пов'язаних з науковою, науково-дослідною, науково-проектною та навчально-науковою діяльністю вишу. Позитивним моментом у використанні платформ дистанційного навчання є також те, що вони сприяють співробітництву між студентами, проектуючи при цьому спільну колективну діяльність навчання й взаємодопомоги.

Не менш важливими заходами, які проходять в межах Київського університету імені Бориса Грінченка та сприяють формування корпоративної культури студентів є робота наукових гуртків, серед них «Формування навичок саморегуляції», Студентський науковий гурток «Світогляд», «Студентська наукова студія професійного зростання «Я - Ефективний», «Ключ до істини» та ін., в основі яких покладено завдання оволодіння студентами методами пошуку душевної рівноваги, норм етичного, морального ставлення до людей та навколишнього світу.

Слід зазначити, що на формування корпоративної культури студентів у межах реалізації організаційно-діяльнісного компонента освітнього середовища університету значний вплив має лідер-керівник [63]. Характер корпоративних відносин в університеті залежить від стилю управління, який має забезпечувати оптимальні умови існування. Стиль якого дотримується лідер-керівник, постійно перебуває в полі зору його оточення і у свою чергу піддається оцінки зі сторони.

У зв'язку з цим Л. Біловус виділяє наступні стилі управління: делегуючий (який наділяє повноваженнями) - члени організації самостійно працюють на забезпечення гнучкості у визначенні завдань і цілей, визначають шляхи і способи виконання завдань та вирішення проблем. авторитарний – лідер-керівник сам вирішує, що і як необхідно зробити, враховуючи певну ініціативу інших учасників організації; демократичний – рішення приймають після загального

обговорення; директивний (вказівний) – негайне виконання указівок лідера-керівника без врахування їхніх поглядів [39].

Просторово-предметний компонент освітнього середовища університету знаходить свій відбиток через користування студентами університетським брендом, корпоративною поштою, загально університетським сайтом, які є джерелом новин та іншої різноманітної інформації про університет. Відвідувачі сайту можуть ознайомитися з професорсько-викладацьким складом університету, заповнити необхідні для вступу до закладу вищої освіти документи, користуватися електронною базою університетської бібліотеки, біографічно-літературним порталом «Грінченко-онлайн», електронним репозиторієм, пройти курси та отримати сертифікат, отримати інформацію про місце університету в загальному рейтингу університетів Webometrics тощо.

Таким чином, теоретичний аналіз науково-педагогічних напрацювань, дозволяє зробити висновок, що ефективність процесу формування корпоративної культури студентів перш за все залежить від функціональних можливостей освітнього середовища університету, спрямованого на: – «забезпечення якісного наповнення просторово-предметного осередку в університеті»; – «конструювання змісту освіти і виховання студентів університету у відповідності до сучасних тенденцій і уявлень щодо формування у них корпоративної культури»; – «застосування форм, методів, засобів навчання і виховання, адекватних меті й змісту формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету»; – «встановлення гуманних демократичних міжособистісних відносин між суб'єктами освітнього процесу».

В межах нашого дослідження, доцільно також виокремити фактори впливу на формування корпоративної культури студентів. В діяльності окремої організації існують деструктивний, конструктивний вплив, тотальна уніфікація та деіндивідуалізація.

«Деструктивний вплив» виявляється у слабкому тиску корпоративної культури організації на культуру особистості. У даному випадку відзначається низький рівень організації упорядкування відносин, координації й контролю, що у

свою чергу стає підґрунтям для повної автономії кожного члена організації, спрямовуючи його до задоволення лише власних цілей та інтересів.

Натомість, «конструктивний вплив» корпоративної культури на особистість забезпечує задоволення особистісних потреб та інтересів кожного члена організації, відносно високу лояльність один до одного. Означений вплив має й негативні наслідки, а саме зниження трудової мобільності. Відтак, як наслідок, виникає певна тривожність відносно змін у структурі організації. Наступним проявом впливу є «партисипація». Вона характеризується командною взаємодією особистості та організації, де кожен прагне в максимальній мірі реалізувати індивідуальні здібності для досягнення загальної мети. «Тотальна уніфікація» є наслідком надмірного впливу, яка відбувається на фізичному, емоційному та когнітивному рівнях. Організація звільняє особистість від необхідності критичної рефлексії, забезпечуючи її інструкціями, нормами, правилами, й традиціями, що призводить до виснаження творчого потенціалу індивідів й підриває саму можливість формулювання, розгляду та прийняття альтернатив [169]. «Деіндивідуалізація» особистості полягає у нав'язуванні та примусовому переконанні. В організації з означеним типом тиску все і завжди вирішує тільки одна високопоставлена людина. Як наслідок особистість потрапляє в абсолютну психічну залежність та втрачає свою індивідуальність, через поглинання її корпоративною культурою [349, с. 251].

Дослідники А. Воронкова, М. Баб'як, Е. Коренєв та І. Мажура також визначили фактори, які на їх думку впливають на формування корпоративної культури студентів. Вони розділяють їх на: чинники внутрішнього середовища (внутрішній стан організації; місія та цілі організації; стратегія її розвитку; прийнятий тип управління організації; неформальні канали комунікації; загальний рівень культури членів організації) та зовнішнього середовища (особистісні потреби; національні цінності й культурні установки; інноваційні процеси; зв'язки з іншими організаціями) [84].

Процес формування корпоративної культури студентів є безперервним, тому корпоративна культура під впливом різних чинників може частково змінюватися.

Вплив великої кількості неоднорідних факторів на її формування може мати як позитивний так і негативний вплив.

До основних чинників, що можуть впливати на процес формування корпоративної культури студентів слід віднести соціально-психологічний клімат організації.

Так, вчені соціально-психологічний клімат розглядають як систему міжособистісних стосунків; психологічні механізми взаємодії; систему взаємних вимог; загальний настрій; емоційну єдність організації [224, с. 218].

За В. Тернопільською, соціально-психологічний клімат – це «якісний аспект міжособистісних взаємин, що виявляються в сукупності внутрішніх (психологічних) умов, які сприяють або перешкоджають продуктивній спільній діяльності та всебічному розвитку особистості в групі» [305, с. 86].

На етапі формування корпоративної культури студентів соціально-психологічний клімат має досить важливе значення у наступних аспектах: корекційно-регулюючому, коли індивід опановує діяльність щодо досягнення мети і завдань організації; комунікативному – при налагодженні сприятливих міжособистісних стосунків; мотиваційному, при якому наявність або відсутність сприятливого соціально-психологічного клімату може стати поштовхом до позитивної мотивації суб'єктів організації.

Варто зазначити, що у зв'язку з трансформаційними змінами суспільства виникає чимало суперечливих явищ і процесів, які мають негативний вплив на виховання сучасної молоді, а також на розвиток у них світоглядних цінностей як основи культури, а саме: занепад культури і моралі на сучасному етапі розвитку суспільства (зниження культурних потреб); релятивістський характер суспільної моралі, «подвійна мораль»; соціальна апатія; неготовність педагогів до переходу освітньої системи на новий гуманістично-інноваційний тип (трансляція старих педагогічних методів і принципів); посилення негативної тенденції щодо ціннісно-мотиваційної розбіжності між старшим і молодшим поколінням; аморфність світоглядних орієнтацій серед педагогів; пропаганда у суспільстві абстрактних принципів демократії, що не підкріплюються відповідною соціальною політикою;

негативний вплив різних інформаційних чинників на формування свідомості та ціннісних орієнтацій, моделей поведінки сучасної молоді тощо [328, с. 37].

Серед соціально-психологічних змін, які сьогодні відбулися у сучасної молоді слід виокремити наступні: значно зросло прагнення до самоствердження, що вказує на бажання домінувати та само презентувати себе, змінився напрям особистісної спрямованості. Молодь нового інформаційного суспільства набагато швидше реагує, розвивається та формує власну картину світу [328, с. 37].

Прискорення процесів глобалізації наносить свій відбиток на культуру, що вбачається у домінуванні стандартів масової культури, деформації вимог моральності, які заміщуються критеріями раціональності. Загальнолюдські цінності та духовність поступово витісняються культом підприємництва, багатства, правом сильного, наполегливо впроваджуються стандарти престижного споживання [181; 276].

В умовах трансформації українського суспільства на історичному зламі тисячоліть учені також відзначають появу нового покоління молоді, так званого покоління «альфа», які прийдуть на зміну сучасному поколінню Z. Зарубіжні дослідження виявили, що діти покоління Z вирізняються підвищеним почуттям відповідальності, вони багато чого вміють та можуть. Проте така молодь епохи змін оперує зовсім іншими цінностями, сформованими жорстокою реальністю та новими адаптаційними механізмами, життєвими стратегіями. Дане покоління живе під гаслом «Досягти успіху в житті, жити розважливо, легко, отримати все і одразу!». Вони більше зорієнтовані на споживацький спосіб життя, комерційний тип розваг, силові вирішення проблем щодо задоволення власних матеріальних бажань, абсолютно нівелюють духовні потреби, мораль цінності особистості. Та, порівняно з іншими віковими групами, молодь більш схильна підтримувати індивідуалістську життєву позицію (46,6%), ніж колективістську (28,6%) [128; 314].

На основі аналізу наукової літератури було визначено, що висока значущість сформованості корпоративної культури для кожного студента пояснюється рядом факторів: через прищеплення загальної системи цінностей, яка об'єднує інтереси

зовсім різних людей, корпоративна культура забезпечує їх організаційну ідентичність, а як наслідок – відчуття соціальної захищеності; засвоєння основ корпоративної культури допомагає індивідам адекватно інтерпретувати події, які відбуваються всередині організації; опанування основ корпоративної культури стимулює розвиток професійної самосвідомості людини.

Ефективними умовами процесу формування корпоративної культури студентів виступають також наступні: усвідомлення індивідом потреби у корпоративній культурі; методичне забезпечення процесу формування корпоративної культури студентів; безперервність та послідовність процесу формування корпоративної культури; ефективність взаємодії суб'єктів організації; самореалізація особистості через громадську роботу в межах університету.

Серед стратегій виховання у освітньому середовищі університету, які сприяють формуванню корпоративної культури студентів, доцільно виокремити такі: 1) спрямованість виховання в умовах закладу вищої освіти на формування всебічно, гармонійно розвинутої особистості студента як громадянина України, збагаченої загальнолюдськими, національними та професійними цінностями і мораллю; 2) єдність організації виховної, навчально-пізнавальної та іншої діяльності студента як умови формування головних рис особистості; 3) єдність навчання, виховання, розвитку та самовдосконалення, що вимагає розглядати виховання як головний фактор формування особистості студента і надавати виховному процесу розвивального характеру; 4) оптимізація змісту, методів і форм виховання студентів у закладів вищої освіти; 5) гуманізація та демократизація освітнього процесу; 6) особистісна спрямованість виховання; 7) впровадження у практику виховання студентів ідей і технології педагогіки співробітництва, гуманістичної педагогіки, особистісно орієнтованої педагогіки та ін. [225; 246].

Управління процесом формування корпоративної культури здійснюється за чіткими принципами, які забезпечують орієнтований напрямок розвитку корпоративної культури. Дотримання цих принципів впливає на подальший її стан та на результати її діяльності.

Основними принципами формування корпоративної культури є: *принцип захисту прав* – який вбачає отримання необхідної інформації про організацію та формування єдиного корпоративного духу; *принцип рівності* – який забороняє керівництву здійснювати будь-які операції у власних інтересах; *принцип стратегії* – що дозволяє інтегрувати інтереси самої організації та її учасників, зокрема на довготривалій термін діяльності; *принцип відкритості* – сприяє інтеграції членів організації в одну, єдину команду; *принцип справедливості* – дозволяє сформувати належний рівень корпоративного духу і стилю діяльності членів організації; *принцип професіоналізму* – сприяє насамперед формуванню взаємодовіри, добробуту, надійності партнерства; *принцип солідарної відповідальності* – сприяє формування корпоративної культури та існуючих в ній норм та цінностей; *принцип єдності* – вбачає уникнення міжособистісних протиріч в середині організації; *принцип відповідності* – наголошує на достатньому повноваженні члена організації для вирішення завдань та відповідальності за їх виконання; *принцип цілісності* – передбачає цілісність різноманітних підрозділів організації; *принцип зворотного зв'язку* – передбачає обмін інформацією від суб'єкта до об'єкта управління, що надає співвідношення в інформаційній схемі (вхідна-вихідна інформація) організації; *принцип додатковості* – який регламентує існування не лише сталих ціннісних впливів, але й стихійного, ймовірного впливу на тенденцію розвитку організації; *принцип превалювання суспільних інтересів* – згідно якого інтереси члена організації або окремої групи мають бути підпорядковані суспільному інтересу організації; *принцип єдності* – наголошує на цілісності управління організаційними діями, що мають одну мету; *принцип ініціативи* – згідно якого кожен член організації має самостійність в межах його компетенції при прийнятті та реалізації певних завдань та рішень [259, с. 89].

Г. Захарчин також визначив декілька принципів формування корпоративної культури: усезагальності, апіорності, прозорості, системності, гармонійності, історичності, пріоритетності, комплексності [129].

Принцип усезагальності передбачає визначення доцільної системи керівництва та реального сприйняття поглядів суб'єктів організації щодо необхідності змін у ній. *Принцип апріорності* окреслює доцільність елементів корпоративної культури (цінності, мета, настанови). *Принцип прозорості* забезпечує поширення стандартів, правил, норми поведінки серед всіх учасників організації. *Принцип системності* передбачає розроблення системи, яка охоплює поетапні зміни в організації. *Принцип гармонійності* передбачає узгодження загальних інтересів у процесі формування корпоративної культури. *Принцип історичності* враховує динаміку та зміни в суспільстві при формуванні корпоративної культури. *Принцип пріоритетності* передбачає першочерговість визначення цінностей та філософії організації. *Принцип комплексності* враховує усі можливі чинники впливу на формування культури в цілому [129].

Дослідниця О. Тихомирова, серед принципів формування корпоративної культури називає наступні: *принцип узагальненості*: корпоративна культура повинна бути загальноприйнятою, яка поділяється всіма або більшістю членів організації; *принцип доступності*: передбачає ясність і простоту корпоративної культури, які забезпечують можливість її розуміння всіма членами організації; *принцип чіткості та однозначності*: однозначність тлумачення корпоративної культури; *принцип апріорності*: основні положення корпоративної культури (цінності, цілі та ін.) повинні бути такими, що не потребують доведення; *принцип поваги до індивідуальної культури і національної культури*: корпоративна культура не повинна суперечити з культурою суб'єктів організації, соціально-культурної громади і держави; *принцип обґрунтованості*: корпоративна культура повинна ґрунтуватись на законах, національній культурі й відповідати специфіці діяльності організації [306].

Ґрунтуючись на аналізі науково-педагогічної літератури були визначені принципи, які регулюють реалізацію системи формування корпоративної культури студентської молоді: *неперервності*; *посилення культурологічних аспектів практики*; *динамічності навчання*; *адаптивності*; *індивідуальності*; *комплексності*.

Принцип неперервності передбачає, що процес формування корпоративної культури має характер поступового безупинного розвитку. *Принцип посилення культурологічних аспектів практики* – формування корпоративної культури можливо лише шляхом залучення студентів у культурний простір університету, зокрема посилення культурологічної складової в ході проходження ними практики. *Принцип динамічності навчання* передбачає безпосереднє «включення» студента у побудову власної траєкторії формування корпоративної культури на основі здійснення саморефлексії. *Принцип адаптивності* полягає у пристосуванні студента до змін, які мають місце у корпоративній культурі університету, здатності до змін ціннісно-мотиваційної складової власної корпоративної культури. *Принцип індивідуалізації навчання* передбачає вибудовування індивідуальної траєкторії навчання студентів у відповідності з їхніми індивідуальними особливостями. *Принцип комплексності* - формування корпоративної культури відбувається комплексно, тобто відбувається формування і подальший розвиток усіх її структурних компонентів: корпоративної ідентичності, корпоративних взаємин, корпоративної поведінки через вплив на відповідні підструктури: ціннісно-мотиваційний, когнітивний, рефлексивний та діяльнісно-творчий критерії.

Слід звернути увагу на те, що велике значення у формуванні корпоративної культури студентів мають соціально-психологічні якості особистості. Зокрема, як зазначає В. Носков [218], це: дисциплінованість, упевненість у собі, практичний досвід, уміння працювати з людьми, логічне мислення, стійкість до стресів, соціально-психологічна адаптація до колективу, інтелект, комунікативні та організаторські здібності, спрямованість до реалізації творчого потенціалу особистості, лідерські якості.

Процес формування корпоративної культури відбувається через такі основні етапи, як: початковий, підготовчий, основний, завершальний і відбувається за певних умов.

На початковому етапі проводиться розробка концепції корпоративної культури, в межах якої узгоджується мета її створення із загальними цілями функціонування організації. Завдання дано етапу полягають у: визначенні місії

організації та філософії її функціонування, а також побудові ціннісних орієнтацій. Підготовчий етап охоплює організаційну, методичну та інформаційну роботу, де організаційна робота передбачає чіткий розподіл функціональних обов'язків між суб'єктами освітнього процесу. Функціональний розподіл обов'язків супроводжується наказом керівництва організації відносно розробки програми формування корпоративної культури. Методична робота полягає у підготовці методичних рекомендацій щодо формування основної атрибутики та елементів корпоративної культури організації. Водночас з методичною роботою відбувається інформаційна підтримка процесу, що заключається в інформуванні всіх учасників освітнього процесу про хід підготовки до формування корпоративної культури організації. Основний етап передбачає формування стандартів та норм поведінки на основі загальноприйнятих цінностей, впровадження символіки, традицій та ритуалів організації, а також розробка мотиваційної політики за для успішного формування корпоративної культури. Завершальний етап характеризується повною готовністю учасників організації до створення всередині неї корпоративної культури. Даний етап відбувається у декілька кроків, а саме: нормативне закріплення складових корпоративної культури у відповідному документі (корпоративний кодекс, положення про корпоративну культуру, діловий етикет тощо); перспективне планування цільової програми розвитку чи оновлення корпоративної культури [129, с. 8].

Слід підкреслити, що завчасне звертання до цих питань зможе надати відповіді щодо способу дій формування корпоративної культури серед студентської молоді, які мають відбуватися в межах університету.

Освітня стратегія закладів вищої освіти передбачає опору на педагогіку співробітництва, повагу до особистості кожного окремого студента. Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету має відбуватися шляхом взаємодії між всіма учасниками освітнього процесу. За таких умов відбувається взаємне збагачення досвіду корпоративної культури, що створює емоційно-інтелектуальну та моральну царину, на основі якої набувається позитивний досвід взаємин і спілкування.

Отже, важливим завданням закладів вищої освіти є така організація навчання та життєдіяльності студентів, що породжує ситуації, які спонукають до проявів корпоративної культури серед студентської молоді. Процес формування корпоративної культури студентів є доволі складним, й загалом відбувається, через такі форми діяльності студентів, як от: складові освітнього процесу. Сучасний заклад вищої освіти поряд з формуванням професійних знань має доносити до студентів важливість корпоративної культури; виробнича практика в умовах виробництва та нового трудового колективу; комплексу специфічних заходів, що направлені на формування корпоративної компетентності студентів. На формування корпоративної культури студентів впливає ціла низка позитивних та негативних чинників, що прискорюють чи уповільнюють темпи розвитку їх корпоративної культури. Так, за для досягнення очікуваних результатів щодо формування корпоративної культури студентів даний процес має відбуватися поетапно, а також з урахуванням стилю управління, від якого залежить корпоративний дух в університеті.

1.3. Змістові компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів

У сучасній науково-педагогічній літературі не існує єдиного чітко сформованого підходу щодо виокремлення змістової структури корпоративної культури студентів. Кожен науковець з огляду власних поглядів виділяє найбільш значущі на його думку змістові характеристики корпоративної культури студентів.

Так наприклад, А. Ігнат'єва та О. Гарафонова [136] до складу компонентів корпоративної культури студентів відносять: внутрішні цінності й норми, стратегії поведінки (вірування, цінності, прийняті норми спілкування).

Т. Лапіна зазначає, що корпоративна культура студентів складається з трьох провідних компонентів, а саме: ціннісно-нормативного, ігрового й іміджевого. Ціннісно-нормативний компонент корпоративної культури студентів включає такі складники: смисложиттєві цінності (уявлення про добро й зло, про щастя

тощо); універсальні цінності (вітальні, суспільного визнання, міжособистісного спілкування, демократичні); партикулярні цінності (любов до Батьківщини, до родини тощо); фетишизми (віра в Бога, прагнення до абсолюту тощо). Ігровий компонент корпоративної культури студентів виявляється крізь систему знаків та символів, мову, лозунг як коротке вираження загальних цінностей, легенди, ігри та маневри, рольові моделі, символічний менеджмент. Іміджевий компонент корпоративної культури студентів виявляється через характер його емоційно-позитивного ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу тощо [170, с. 13, 18–24].

На думку М. Щербакової [348], корпоративна культура студентів складається з ціннісно-мотиваційного (визначає спрямованість особистості на міжособистісну взаємодію, спільну діяльність та соціальне схвалення), пізнавально-операційного (наявність якостей особистості, умінь, навичок, що забезпечують ефективну взаємодію й спілкування засноване на взаємоповазі та взаєморозумінні), емоційно-вольового (емоційно-вольова регуляція поведінки особистості з метою досягнення взаєморозуміння, взаємної згоди та згуртованості), рефлексивно-оціночного (самооцінка особистістю власної поведінки та стилю спілкування), конативного (імплементация особистістю норм правил та цінностей прийнятих в закладі вищої освіти у власну мотиваційну сферу), комунікативного (наявність знань, умінь, навичок, що сприяють ефективному становленню міжособистісних контактів з усіма учасниками освітнього процесу), діяльнісного (наявність у студентів активної, ціленаправленої, особистісної та суб'єктної позиції, що сприяє налагодженню партнерської взаємодії та роботі в команді) та адаптаційного (наявність гнучкості, твердої внутрішньої позиції) компонентів.

В. Парсяк виокремлює такі компоненти корпоративної культури студентів університету як: ціннісно-нормативний (основні цінності, норми та правила); організаційний (формальна та неформальна організаційна структура, структура лідерства); комунікаційний (структура формалізованих і неформалізованих потоків, якість комунікацій); соціально-психологічні відносини (соціометрія,

система ролей, конфліктність); знаково-символьний (міфи та легенди, корпоративні перекази); зовнішня ідентифікація (імідж, рекламні атрибути) [238].

На думку С. Паламар [230] у структурі лідерства, як складника корпоративної культури студентів університету слід виділити наступні компоненти: мотиваційно-ціннісний, пізнавальний, оперативно-діяльнісний.

Відтак, мотиваційно-ціннісний компонент містить ціннісне ставлення до лідерства; схильність до лідерства, особистий інтерес до нього; установка для реалізації лідерських якостей; мотиви лідерства; гуманістичну орієнтацію, орієнтацію на інтереси студентської групи, університету; оптимістична життєва стратегія. Пізнавальний компонент пов'язаний із знаннями про явище лідерства (природи, структура, стилі, образ іміджу ефективного лідера), а також лідерські якості та можливості до реалізувати їх у конкретній ситуації. Оперативно-діяльнісний компонент передбачає практичну реалізацію лідерських якостей в ефективній лідерській діяльності; вміння співпрацювати зі студентською групою; оволодіння організаційним, творчим, професійним лідерські здібності; можливість генерувати нові ідеї та інновації; здатність протидіяти, тобто передбачати і прогнозувати результати лідерства.

Серед структурних компонентів корпоративної культури студентів університету слід також виокремити стиль вирішення конфліктів, система комунікації, соціальне становище індивіда в організації, прийняття її символіки.

Аналіз наукової літератури з означеної проблеми дає підстави стверджувати, що означені компоненти корпоративної культури студентів університету відповідають таким особистісним характеристикам як-от: соціальна активність (готовність до взаємодії з усіма представниками організації з метою досягнення загальних поставлених цілей і вибудовування конструктивних відносин); дивергентність поведінки (здібність до неординарного вирішення поставлених завдань, орієнтація на пошук декількох варіантів рішення); мобільність поведінки (здатність до швидкої зміни стратегії або тактики з урахуванням складених обставин); емпатія (адекватне уявлення про те, що відбувається у внутрішньому світі іншої людини); стійкість особистості (сформованість соціально-моральних

мотивів поведінки особистості в процесі взаємодії з іншими людьми); комунікативність (готовність до сприйняття думок і оцінок інших людей як вираження їхньої точки зору, яка має право на існування незалежно від ступеня розбіжності з їхніми власними поглядами, здатність до взаємодії особистостей, що мислять по-різному, та вміння домовлятися).

З точки зору В. Шаполової корпоративна культура студентів детермінується через такі компоненти, як: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний [339].

Мотиваційно-ціннісний компонент визначається через наступні показники: активний прояв зацікавленості та усвідомлення значущості корпоративної культури студентів як важливого особистісно-професійного утворення, тобто чітко сформоване позитивне ставлення та вмотивованість до спільної діяльності, сформовані цінності.

Когнітивний компонент корпоративної культури студентів полягає у системності, глибинності, дієвості знань щодо формування корпоративної культури організації (глибинний аналіз та оцінювання якостей, що властиві студенту з високим рівнем сформованості корпоративної культури, глибокі знання щодо корпоративної культури організації, її функцій, типів, шляхів та умов формування).

Діяльнісний компонент детермінується через організаторські вміння та успішну реалізацію норм у процесі спільної діяльності (вміння аналізу, планування та реалізації поставлених цілей, завдань, вміння конструктивної взаємодії).

На думку Е. Шейна до змістовних складових корпоративної культури варто віднести: артефакти, задекларовані цінності організації, норми та правила поведінки [344].

Такої ж думки дотримується Л. Карамушка, акцентуючи увагу на таких компонентах, як базові переконання та цінності організації, а також норми поведінки які поділяються усіма членами організації [140; 141].

Підтримуючи погляди науковців, Н. Наконечна наголошує на п'яти компонентах корпоративної культури студентів, як от: світосприйняття, організаційні цінності, стиль поведінки, норми, психологічний клімат. В основі

світосприйняття лежить уявлення члена організації про норми поведінки та спілкування з іншими членами організації. Організаційні цінності мають на меті узгодження особистісних цінностей індивіда з корпоративними цінностями. Стилі поведінки у свою чергу характеризують окремих членів організації з тієї чи іншої сторони. Норми виступають набором формальних та неформальних правил які підтримуються членами організації. Психологічний клімат є відносно стійкою емоційною атмосферою, що визначає відношення суб'єктів організації один до одного [210].

У нашому дослідженні *критерії* сформованості корпоративної культури студентів - це мірило ознак, що визначають реальний стан сформованості корпоративної культури студентів в освітньому середовищі університету. Виділяючи критерії сформованості корпоративної культури студентів, ми виходили з того, що розвиток особистості оформлено або організовано у певний спосіб. Особистість, як будь-яка біосоціальна система, є цілісною та відкритою розвиваючою системою та включає сукупність взаємодіючих підсистем та їх стійких зв'язків, котрі удосконалюються у процесі освіти.

На думку Р. Чубук, поняття «критерій» за сутністю ширше, ніж показник, тому можлива ситуація, коли за одним критерієм існує ціла система показників [336]. Водночас, критерій та показник тісно взаємопов'язані: науково-обґрунтований вибір критерію значною мірою зумовлює правильний вибір системи показників, а якість показника залежить від того, наскільки він повно і об'єктивно характеризує прийнятий критерій [88, с. 93].

«Великий тлумачний словник сучасної української мови» трактує поняття «показник» як свідчення, доказ, ознака чого-небудь, наочні дані про результати якоїсь роботи, або якогось процесу [77].

Перш ніж визначити критерії та показники сформованості корпоративної культури студентів університету звернімось до наукового досвіду. У систем вищої освіти, зазвичай, виділяють основні критерії сформованості корпоративної культури студентів: психологічна готовність особистості до прояву корпоративної культури (внутрішній критерій) та реальний прояв корпоративної культури в діяльності та

взаємодії з суб'єктами організації (зовнішній критерій).

На думку О. Чижикової основними критеріями сформованості корпоративної культури студентів є: ціннісно-емоційний, когнітивний, діяльнісний, особистісно-результативний, суб'єктивний [335].

Ціннісно-емоційний критерій пов'язаний з ціннісною орієнтацією студентів стосовно корпоративної культури, визнання її необхідності. Показниками цього критерію є рівень емоційно-психологічного клімату в співтоваристві; рівень ціннісно-орієнтаційної єдності співтовариства; усвідомлення і прийняття місії, призначення основних цілей діяльності співтовариства; прийняття цінностей, історії, традицій, звичаїв співтовариства.

Когнітивний критерій містить такі показники, як засвоєння основних понять теорії корпоративної культури (її сутність, зміст, структуру тощо); наявність знань про формальні й неформальні правила і норми діяльності, звичаї й традиції, цінності, обряди і символіку, зразки поведінки, що регулюють діяльність співтовариства; знання теорії корпоративної етики.

Діяльнісний критерій містить такі показники: як наявність умінь та навичок міжособистісної, внутрішньогрупової й командної взаємодії, заснованої на принципах корпоративної етики; здатність діяти в різних галузях життєдіяльності відповідно до норм етикету і правил співтовариства; активність студентів в організації та проведенні корпоративних заходів, ритуалів).

Особистісно-результативний критерій, пов'язаний з тим, що корпоративна культура може і повинна розглядатися на особистому рівні. У кожному окремому випадку наявність і розвиненість особистих якостей (культура спілкування, культура поведінки тощо) слід розглядати як елемент корпоративної культури;

Суб'єктивний критерій, пов'язаний із різними рівнями прояву корпоративної культури студентів і суб'єктами формування корпоративної культури студентського товариства: студент (особа) і співтовариство (полісуб'єкт).

Показниками корпоративної культури в даному випадку виступають наступні: рівень ціннісно-орієнтованої єдності; рівень сформованості емоційно-

психологічного клімату; тип корпоративної культури; рівень корпоративної спільності; гордість за приналежність до освітньої установи; активність та ініціативність студентів у організації та проведенні корпоративних справ і ритуалів; поділяння корпоративних норм і правил поведінки; широта, глибина знань про сутність корпоративної культури; уміння організувати діяльність у нестандартних ситуаціях; комунікабельність, вміння працювати в команді; організаторські здібності; культура спілкування [14].

На думку Т. Романюк критеріями рівня сформованості корпоративної культури студентів виступають: когнітивний (уявлення про соціальну значущість корпоративної культури, її роль та місце в студентському житті та подальшому професійному становленні) діяльнісно-творчого (творча реалізація власних пізнавальних здібностей) та особистісного (ставлення студентів до корпоративної культури як до найважливішої частини майбутньої професійної діяльності) [264, с. 79–81].

Як зазначає В. Парсяк, показниками сформованої корпоративної поведінки студентів слід вважати наступні:

- загальнолюдські та професійні цінності;
- професійні компетенції (знання предметної області спеціальності, основ роботи з інформацією, різними інформаційними джерелами, сучасних технологій, основ етики і психології, а також самостійність, готовність брати відповідальність на себе, уміння прораховувати наслідки прийнятих рішень, уміння створювати комфорт у взаємовідносинах з оточуючими, уміння підтримувати імідж університету);
- ділові якості (енергійність, наполегливість, цілеспрямованість, пунктуальність, дисциплінованість, ініціативність, відповідальність, комунікабельність);
- особиста корпоративна культура (знання законів та норм спілкування, культура поведінки, досвід побудови ефективних взаємовідносин і вирішення конфліктів);
- дотримання етики корпоративної поведінки (знання головної мети і цінностей університету, відданість, доброзичливість, чуйність, уважність, здатність

сприймати критику, чесність, скромність, справедливість, дотримання норм і правил внутрішнього розпорядку) [238].

На думку В. Ясвіна, показниками сформованої корпоративної культури студентів слід вважати наступні: загальнолюдські та професійні цінності; професійні компетенції (самостійність, готовність брати відповідальність на себе, уміння прораховувати наслідки прийнятих рішень, уміння створювати комфорт у взаємовідносинах з оточуючими, підтримувати імідж вузу); ділові якості (енергійність, наполегливість, цілеспрямованість, пунктуальність, дисциплінованість, ініціативність, відповідальність, комунікабельність і т.д.); особиста організаційна культура (знання законів і норм спілкування, культура поведінки, досвід побудови ефективних взаємовідносин і вирішення конфліктів, уміння управляти часом, основи документаційної грамотності); дотримання етики корпоративної поведінки (знання головної мети і цінностей вузу, відданість, доброзичливість, чуйність, уважність, здатність сприймати критику, чесність, скромність, справедливість, і т.д.; дотримання норм і правил внутрішнього розпорядку, виконання в повному об'ємі обов'язків) [355].

Відтак, на основі теоретичного дослідження проблеми формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, нами визначено змістову структуру, яка охоплює чотири компоненти корпоративної культури студентів: *мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний та рефлексивний* (Рис. 1.2) [38].

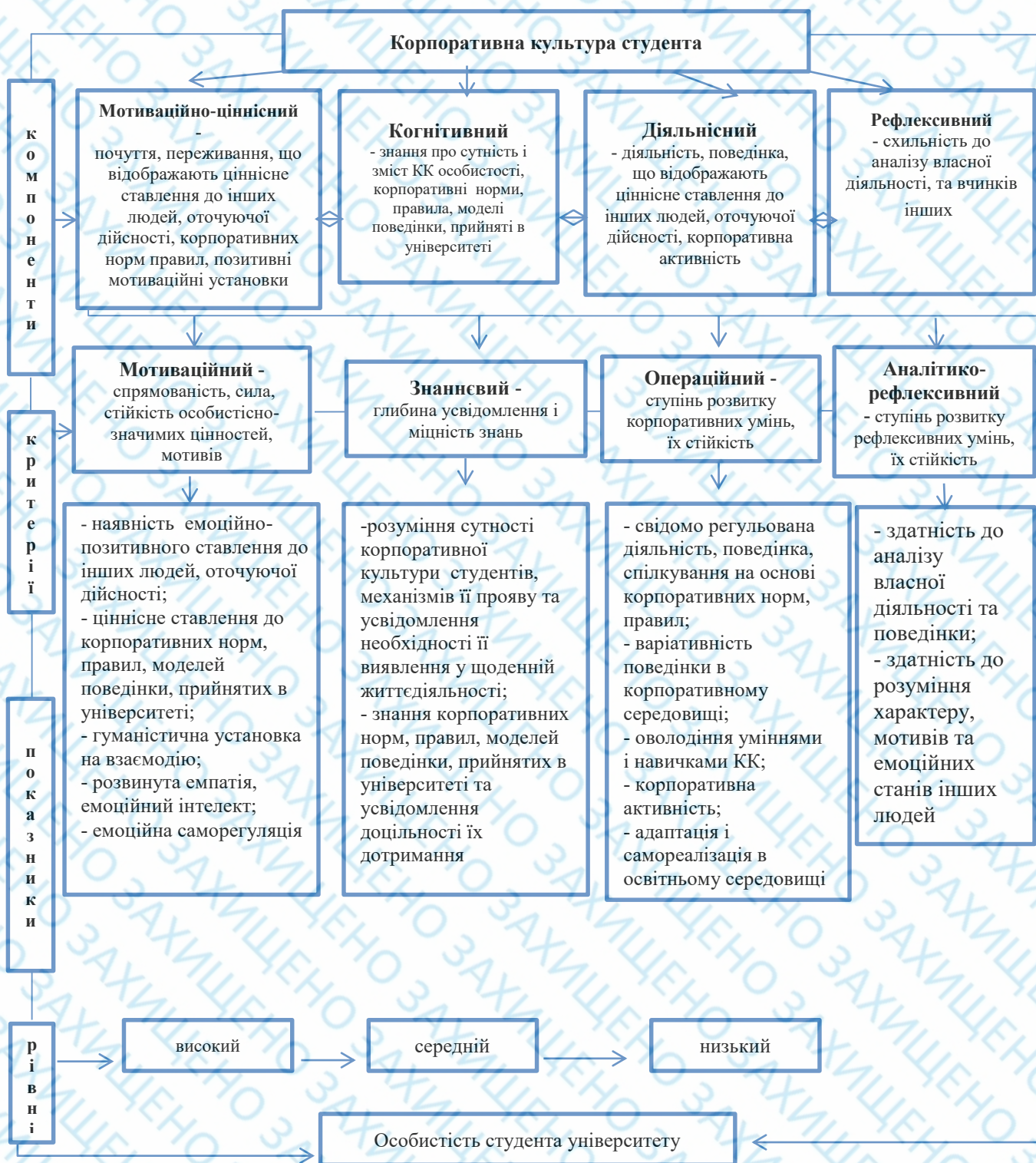


Рис. 1.2. Компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів

Джерело: власна розробка

Мотиваційно-ціннісний компонент поєднує в собі почуття, переживання, що відображають ціннісне ставлення до інших людей, оточуючої дійсності,

корпоративних норм правил, позитивні мотиваційні установки.

Критерієм сформованості мотиваційно-ціннісного компонента визначено *мотиваційний* (спрямованість, сила, стійкість особистісно-значимих цінностей, мотивів). Він характеризує розвиток ціннісно-орієнтаційної свідомості й визначення на цій основі кола особистісно-значущих цінностей.

Показниками мотиваційного критерія визначено: наявність емоційно-позитивного ставлення до інших людей, оточуючої дійсності; ціннісне ставлення до корпоративних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в університеті; гуманістична установка на взаємодію; розвинута емпатія, емоційний інтелект; емоційна саморегуляція.

Саме в студентському віці найбільше актуалізується потреба в розвитку емоційної сфери, включення емоцій у пізнавальну систему в двох аспектах: в набутті досвіду емоційних відносин із людьми, емоційному контакті, а також розвитку емоційного сприйняття [277, с. 29]. В міжособистісній взаємодії студенти передають один одному не тільки певну кількість інформації, але й емоційний підтекст, що досить часто є важливішим, ніж сама інформація.

Емоції відіграють важливу роль у діяльності студентів, особливо у напружені періоди життя. Переживання тих чи інших емоцій і почуттів впливає на формування особистості студента, на перебудову його поглядів, відношення до дійсності. Емоції визначаються тим, що відбувається усередині особистості юнака. Відмінні особливості емоцій виявляються у результаті певного набору перцептивних компонентів, які створюють індивідуальну структуру емоції. Пережиті емоції і відчуття залишають свій відбиток на інтелектуальних здібностях студентів. Емоційні стани є сприйняттями стану організму і попереднього життєвого досвіду. Вони дозволяють зрозуміти, що є важливим у конкретний момент, «аналізують» ситуацію, намагаючись з'ясувати, у чому полягає її екзистенціальна цінність [103, с. 33].

У процесі життєдіяльності у людини виникають певні емоції, як позитивні, так і негативні. Особливо важливо і яскраво проявляється емоційна сторона у діяльності будь-якої організації, в нашому випадку в освітньому середовищі

університету, зокрема. Саме завдяки емоціям, які переживають студенти, виникають емоційні відносини, які мають значний вплив на формування у них корпоративної культури. В контексті освітнього середовища університету розвинений емоційний інтелект [62] допомагає прокладати курс через складності соціального життя в університеті, бути лідером та надихати інших. Що стосується міжособистісних взаємовідносин, то розуміючи власні емоції та вмюючи їх контролювати особистість здатна виражати свої почуття та розуміти почуття інших. Завдяки цьому процес міжособистісної взаємодії між суб'єктами освітнього процесу стає більш ефективним.

За Д. Гоулменом (англ. D. Goleman), «емоційний інтелект» – це здатність усвідомлювати власні почуття, почуття інших людей, мотивувати себе та інших, керувати емоціями як наодинці з собою, так і стосовно інших. Він вираховується як сума показників семи здібностей: самоусвідомлення, самомотивування, стійкість до фрустрації, контроль за імпульсами, регуляція настрою, емпатія, оптимізм» [101]. На думку І. Андрєєвої, емоційний інтелект поєднує в собі здатності відслідковувати свої й чужі емоції, почуття, розуміти їх й використовувати цю інформацію для направлення мислення та прийняття рішень [11].

Згідно поглядів Е. Мітча (англ. E. Mitch), особистість із високим рівнем розвитку емоційного інтелекту можна охарактеризувати, як таку, що: вміє чітко і виразно виражати власні емоції та почуття; не боїться власних невдач; вміє пояснити невербальні сигнали, які використовуються під час спілкування; вміє виразити розчарування, не образивши при цьому співрозмовника; здатна тримати під контролем власні страхи, хвилювання, невпевненість; під час спілкування вміє розпізнавати мотиви емоцій або приховані емоції; відрізняється тактовністю у власних діях та емоційних реакціях; впевнена у собі, морально цілісна; діє у відповідності зі своїми домаганнями; оптимістично налаштована [199, с. 275].

Відтак, високий рівень розвитку емоційної сфери допомагає при вирішенні конфліктних ситуацій, що виникають у процесі освітньої діяльності, а також укріплює моральний клімат в університеті, мотивує студентів до виконання

поставлених завдань, дозволяє досягти успішної самореалізації, збільшує інтелектуальні сили студентів, суттєво впливає на продуктивність праці та забезпечує комфортні міжособистісні взаємовідносини з усіма учасниками освітнього процесу.

Емоційний канал впливає на загальне вміння ефективно контролювати свої емоції під час спілкування з іншими людьми та використовувати їх для покращення власного мислення. Емоції також впливають на здатність чітко формувати цілі й розставляти власні пріоритети, а також сприяють успішній регуляції конфліктів, співробітництву й кооперації зусиль в досягненні спільної мети та цілей.

Отже, мотиваційно-ціннісний компонент корпоративної культури студента, виявляється у вмінні особистості розуміти та вербалізувати свої почуття; у сформованості моральних, комунікативних почуттів; гуманістичній установці на спілкування; в розвинутій емпатії; усвідомленні мотивів своєї поведінки.

Когнітивний компонент характеризує сукупність знання про сутність і зміст корпоративної культури особистості, корпоративні норми, правила, моделі поведінки, прийняті в університеті.

Важливими характеристиками когнітивного компонента корпоративної культури є знання студентами характеристик прояву таких особистісних якостей, як комунікабельність, рішучість, ініціативність, терплячість, тактовність, відповідальність, товариське взаєморозуміння, здатність до співчуття.

У такий спосіб, когнітивний компонент корпоративної культури студентів знаходить своє вираження у знанні особливостей корпоративної культури, пов'язаних із процесами спільної діяльності суб'єктів освітнього процесу; у знанні складників корпоративної культури (засвоєння ними системи знань, символів, правил, вербальних та невербальних засобів і способів взаємодії з іншими людьми в різних ситуаціях); розумінні культурних норм та усвідомлення доцільності їх дотримання, розвинутій рефлексії.

Критерієм сформованості когнітивного компонента визначено *знаннєвий* (глибина усвідомлення і міцність знань). Оскільки без знань нелегко набути відповідних умінь, вони є основою теоретико-практичної підготовки студентської

молоді до здійснення ефективної корпоративної діяльності.

Показниками знаннєвого критерія визначено: розуміння сутності корпоративної культури особистості, механізмів її прояву та усвідомлення необхідності її виявлення у щоденній життєдіяльності; знання корпоративних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в університеті та усвідомлення доцільності їх дотримання.

Студентський вік є тим періодом, коли у пізнавальній діяльності домінує абстрактне мислення, створюється узагальнена картина світу, встановлюються глибинні взаємозв'язки між різними сферами реальності, що вивчається. На перший план виходить прагнення сформувати власну думку. Студенти визначаються і беруть на себе відповідальність за вибір власних поглядів і власного способу життя. Інтелектуальний розвиток у період пізньої юності відбувається у тісному зв'язку із розвитком особистості. При цьому не тільки особливості особистості впливають на характер її інтелектуального розвитку, а й закономірності розвитку інтелектуальної сфери впливають на процес розвитку особистості, оскільки вони забезпечують формування власної світоглядної позиції [258].

Діяльнісний компонент стосується діяльності, поведінки, що відображають ціннісне ставлення до інших людей, оточуючої дійсності, корпоративна активність.

Критерієм сформованості діялісного компонента визначено *операційний* (ступінь розвитку корпоративних умінь, їх стійкість).

Показниками операційного критерія є свідомо регульована діяльність, поведінка, спілкування на основі корпоративних норм, правил; варіативність поведінки в корпоративному середовищі; оволодіння уміннями і навичками корпоративної культури; корпоративна активність; адаптація і самореалізація в освітньому середовищі.

Досить сприятливим у цьому сенсі є студентський вік, для якого характерна здатність критично ставитися до себе, помічати недоліки своєї поведінки, вміння осмислювати свої конформні й негативні реакції на пропоновані ситуації, відстоювати право на самостійний вибір можливої поведінки, прагнення оволодіти

власними афективними реакціями і поведінкою в цілому [303].

Студентський вік є періодом завершення формування етичної сфери, становлення і стабілізації характеру, в цей час формуються їхні широкі культурні запити й потреби. Відбувається перехід до самоуправління власною поведінкою та діяльністю, прийняття відповідальності за власне життя, успіхи та невдачі. Культура поведінки студентів у найбільш загальних рисах складається з культури спілкування, культури зовнішнього вигляду та культури побуту. Дуже важливим фактором під час формування культури поведінки є такі прийоми роботи, як: розповідь, бесіда, спостереження, ігри, перегляд кінофільмів. Усі вони займають не останнє місце і не позбавляють студентів живого спілкування з рідною природою, пам'ятками культури та архітектури тощо. Виховання культури спілкування студентів неможливе без формування у них точності й відповідальності. Ці якості характеризують культурну, ввічливу людину, яка вміє берегти свій і чужий час, не «кидати слів і обіцянок на вітер», не підводити своєю неточністю або безвідповідальністю себе й товаришів.

Слід наголосити, що наявність відповідних знань про корпоративну культуру, сформованість навичок корпоративної взаємодії у студентів налагоджує позитивний психічний та емоційний стан у взаєминах з оточуючими, визначає їхню готовність вступати у різнорівневі контакти за межами університету, позначається на успішності їх життєдіяльності й забезпечує адаптацію у соціумі.

Рефлексивний компонент поєднує в собі схильність студентів до схильностей до аналізу власної діяльності, та вчинків інших.

Критерієм сформованості рефлексивного компонента є *аналітико-рефлексивний* (ступінь розвитку рефлексивних умінь, їх стійкість).

Показниками аналітико-рефлексивного критерія, визначено: здатність до аналізу власної діяльності та поведінки; здатність до розуміння характеру, мотивів та емоційних станів інших людей.

З точки зору В. Желанової, рефлексивна парадигма освіти була запропонована у 90-і рр. XX ст. професором Гарвардського університету М. Ліпманом, мету якої науковець вбачав у «навчанні молодих людей розумності

з тим, щоб у подальшому вони стали розумними громадянами, розумними партнерами, розумними батьками» [123].

У словнику іншомовних слів, рефлексія розглядається як осмислення людиною власних дій і їхніх законів, діяльність самопізнання, що розкриває специфіку духовного світу людини [287].

На думку В. Желанової, рефлексія визначається як «звернення індивіда до себе й до своєї свідомості, мислення, результатів діяльності, до сприйняття себе очима інших людей, що постає в контексті рефлексивної свідомості, рефлексивного мислення, рефлексивна діяльність, рефлексивне спілкування як синтетична реальність, яка є процесом, властивістю і станом» [125].

В. Желанова розрізняє наступні типи рефлексії: *за сферою реалізації* (індивідуальна, соціальна); *за аспектами педагогічної діяльності* (особистісна, інтелектуальна, кооперативна, комунікативна); *за спрямованістю* (інтрапсихічна, інтерпсихічна); *за часовою орієнтацією* (ситуативна (синхронна), ретроспективна, перспективна (упереджувальна)); *за функційними позиціями* (конструююча, інтерактивна, оглядова) [123].

Серед складових рефлексії науковець виділяє наступні: *когнітивний* як розуміння себе; *афективний* як ставлення до себе; *поведінковий* як саморегуляція поведінки особистості; *соціально-перцептивний* – як основа адекватного сприйняття та розуміння інших [122; 123].

Рефлексивна культура за В. Сластьоніним – це «інтегральне особистісне утворення, що складається з рефлексивності професійно-особистісного та ціннісно-смыслового потенціалу, відповідальності як критерію соціальної та професійної зрілості особистості, які є адекватними природі педагогічної діяльності і такими, що склалися в результаті внутрішньої активності її суб'єкта» [286].

Варто зазначити, що для ефективного формування рефлексивного компонента корпоративної культури у студентів необхідно залучати студентів до підготовки та проведення тренінгів, семінарів, вебінарів присвячених розвитку корпоративної культури університету, сприяти налагодженню партнерської

взаємодії із професорсько-викладацьким складом університету, групової роботи (обміну знаннями, навичками міжособистісної взаємодії), формувати уявлення про власну культуру вербальної та невербальної поведінки, усвідомлювати характеристику власного «Я» та «Я» партнера.

У студентському віці розвиток рефлексії, тобто самопізнання у вигляді роздумів над власними переживаннями, відчуттями й думками обумовлює критичну переоцінку раніше сформованих цінностей і сенсу життя, можливу їхню зміну і подальший розвиток. Формування рефлексивних здібностей в студентські роки тісно пов'язане з розвитком автономії, самостійності, відповідальності в різних сферах життя особистості.

Отже, рефлексивний компонент корпоративної культури студента, виявляється у вмінні особистості встановлювати причинно-наслідкові пояснення своїх станів, думок, бажань, оволодінні механізмами емпатії й толерантності, спрямованої на продуктивну міжособистісну взаємодію, ґрунтовану морально-етичних принципах, здатності розглядати рефлексію як важливий компонент психологічної культури, регулювати ситуацію до взаємодії, уявляти себе з «боку» та з «внутрішнього світу» щодо своїх почуттів, думок, координації узгодженої взаємодії.

Усі окреслені п'ять компонентів корпоративного досвіду складають цілісну систему особистісного досвіду студента як суб'єкта взаємодії, спілкування, життєвого самовизначення. Виокремлення цього індивідуального досвіду є необхідною умовою формування у них корпоративної культури.

На нашу думку, кожен критерій корпоративної культури студентів характеризується певним ступенем прояву охарактеризованих показників. Визначені нами критерії можуть бути сформовані у вигляді знань, умінь і навичок студентів на різних рівнях. Під рівнем ми розуміємо міру якісного прояву показників корпоративної культури.

Слід зазначити, що в науково-педагогічній літературі виділяють наявні різні підходи щодо рівнів прояву корпоративної культури студентів.

Ми розуміємо *рівень сформованості корпоративної культури студентів у*

освітньому середовищі університету як ступінь постійності та тривалості прояву показників сформованості корпоративної культури студентів у свідомості й поведінці студентської молоді.

Отже, нами було виокремлено наступні 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, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу. Вони усвідомлюють і приймають місію та візію університету. Вони відкриті для діалогу, вміє слухати інших, гуманістично спрямований. Їм властива розвинута емпатія та емоційний інтелект. Вміють успішно адаптуватися до нових людей, встановлювати міжособистісні зв'язки, обирати оптимальний стиль спілкування в різних ситуаціях відповідно до вимог корпоративної культури. Таким студентам властиві уміння та навички внутрішньої групової й командної взаємодії заснованої на принципах корпоративної етики; уміння узгоджувати свої дії з діями оточуючих та здійснювати емоційно-вольову регуляцію поведінки та самоконтроль. Їм також властива розвинута рефлексія, вони здатні до розуміння та відчуття сили власного «Я». Схильні до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися. Такі студенти можуть планувати свої дії і прогнозувати їх можливі наслідки, здатні приймати нестандартні рішення, що призводять до ефективного

вирішення поставленого завдання. Студенти також розуміють світогляд, характер, мотиви та емоційний стан інших людей.

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, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу. Вони не до кінця усвідомлюють та приймають місію та візію університету. Не вирізняються достатнім рівнем розвитку гуманістичної спрямованості. Не завжди можуть регулювати своїми емоціями, почуттями, діями, вчинками. Такі студенти недостатньо гнучкі у способах впливу, міжособистісній взаємодії. Мають підвищену конфліктність, відсутність партнерської взаємодії. Вирізняються недостатнім рівнем розвитку емпатії та емоційного інтелекту, егоцентричністю, орієнтацією на власні інтереси. Їм важко адаптуватися в соціумі. Такі студенти відчують труднощі комунікативного характеру, пов'язані з недостатнім оволодінням ним вербальними й невербальними засобами встановлення міжособистісних зв'язків. Таким студентам важко працювати в команді, вони губляться в узгодженні своїх дій з діями оточуючих. Їм також складно підбирати оптимальний стиль спілкування в різних ситуаціях відповідно до вимог корпоративної культури. Вони не вирізняються умінням підтримувати імідж університету. Традиції університету підтримують тому, що від них цього вимагають, як правило під примусом, після багаторазових нагадувань і контролю. Навички саморегуляції саморегуляції розвинуті недостатньо. Відчують складнощі в розумінні та відчуття сили власного «Я». Рефлексивні

процеси можуть носити нерегулярний характер, а рефлексивний аналіз здійснюватися поверхнево. Не завжди розуміють світогляд, характер, мотиви та емоційних стан інших людей.

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, прапора, 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. Їм властивий низький рівень адаптації в соціумі, що проявляється в уникненні широких контактів і соціальних ролей, де можна привернути до себе увагу оточуючих. Такі студенти часто потрапляють під вплив інших. Вони не вміють встановлювати міжособистісні зв'язки, обирати оптимальний стиль спілкування в різних ситуаціях відповідно до вимог корпоративної культури. Таким студентам не властиві уміння та навички внутрішньої групової й командної взаємодії та уміння узгоджувати свої дії з діями оточуючих. У них відсутні навички самоконтролю й саморегуляції поведінки. Їм не притаманна відданість традиціям корпоративної культури університету, ретельно виконується тільки те, що прямо контролюється. Вони визначаються емоційною неврівноваженістю, несформованою здатністю до налагодження ефективної взаємодії у суспільстві. Характеризуються несформованістю

особистісної рефлексії. Студенти як правило, відчують труднощі з плануванням своєї діяльності, схильний до шаблонного мислення, не виявляє здібності до аналізу скоєних помилок в минулому, не вміє використовувати набутий позитивний або негативний досвід в подоланні складних ситуацій. Студенти не розуміють світогляд, характер, мотиви та емоційні стани інших людей. Вони байдужі до емоційних станів інших людей, не поважають їх людської гідності.

Таким чином, процес формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету має цілеспрямований характер теоретичної, а також практичної підготовки в умовах навчання та виховання з орієнтацією на структурні компоненти, критерії та рівні сформованості означеної особистісно-професійної якості студентської молоді.

Зазначимо, що обґрунтовані критерії, показники та рівні сформованості корпоративної культури студентів потребують експериментальної перевірки на формуючому етапі експерименту.

Висновки до першого розділу

На підставі аналізу філософської, психолого-педагогічної літератури з означеної проблеми проаналізовано ступінь дослідженості корпоративної культури студентів у вітчизняній та зарубіжній теорії і практиці, в основу визначення сутності і змісту якої нами покладено теоретичний аналіз базових понять дослідження: «культура», «корпорація», «корпоративна культура», «корпоративна культура закладу вищої освіти», «корпоративна культура університету», «корпоративна культура особистості», «корпоративна культура студентів».

Зазначимо, що проблема культури у філософській науці досліджувалася І. Агієнком, Ф. Вольтером (франц. F. Voltaire), Г. Гегелем (нім. F. Hegel), П. Гуревич, Н. Злобіною, І. Кантом (нім. I. Kant), Л. Каганом, Р. Лінтоном (англ. R. Linton), Е. Маркарян, В. Межуєвою, Т. Ойзерманом (англ. T. Oiserman), Сократом (англ. Socrates), П. Сорокіним, Л. Сенекою (англ. L. Seneca), Ж. Ж. Руссо (франц. J. Rousseau), Л. Соханем, Е. Тейлором (англ. E. Tylor), А. Уледовою,

Цицероном (лат. Cicero), К. Янгом (нім. C. Jung) та ін.

Здійснений науковий аналіз обраної проблеми у педагогічній теорії показав, що методологічною основою формування корпоративної культури особистості виступає культура, яку вищезазначені науковці розглядають як сукупність суспільних надбань людства, систему матеріальних і духовних цінностей особистості, а також усталених норм та моделей поведінки.

Під корпоративною культурою у дисертації розуміється система спільних переконань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості. Зважаючи на такий контекст, корпоративна культура включає у себе сукупність базових колективних уявлень, цінностей, знань, які засвоєні членами певної організації. Вона є мотивуючим фактором впливу на побудову взаємозв'язків з членами організації.

Поняття «корпоративна культура університету» в українському науковому просторі трактується як цілісна система унікальних ідентифікуючих ознак, в основу яких покладено цінності, які визначають філософію його діяльності, ідею (візію) та місію, формують традиції, норми і стилі, способи службових та міжособистісних взаємин, поведінку студентів і співробітників, що відображає рівень досконалості, добропорядності та привабливості університетського бренду в сучасному соціокультурному та науково-освітньому просторі.

Корпоративну культуру студентів визначаємо як інтегративне особистісне утворення, що характеризується ціннісним ставленням студентів до себе, оточуючої дійсності, корпоративних норм, цінностей, прийнятих в університеті, лідерстві, й виявляється в уміннях конструктивної взаємодії з всіма учасниками освітнього процесу, здатності до самоконтролю, самореалізації.

Виокремлено особливості формування корпоративної культури студентів крізь призму структурних компонентів освітнього середовища університету (особистісного, аксіологічно-сміслового, інформаційно-змістового, організаційно-діяльнісного, просторово-предметного). Так, особистісний компонент освітнього середовища університету щодо формування корпоративної

культури студентів реалізується через залучення студентів до соціально-гуманітарної та позааудиторної діяльності; активної діяльності керівництва організації та куратора студентської академічної групи.

Аксіологічно-смысловий втілюється через дотримання місії, візії, цінностей, традицій університету, виконанні ритуалів, використанні корпоративної атрибутики під час різноманітних урочистостей. Інформаційно-змістовий компонент освітнього середовища університету щодо формування корпоративної культури студентів втілюється шляхом вивчення студентами циклу навчальних дисциплін, як от: «Університетські студії», який складається з трьох окремих модулів – «Я студент», «Лідерствослужіння», «Вступ до спеціальності»; під час проходження музейної практики в межах вивчення навчального модулю «Вступ до спеціальності»; залучення студентів до проектної діяльності; дотримання Кодексу корпоративної культури.

Організаційно-діяльнісний компонент втілюється через використання в навчальній діяльності студентів різноманітних форм і методів, прийомів і засобів навчання (робота студентського самоврядування, клубів, гуртків, секцій, науково-практичних конференцій, круглих столів, інформаційні повідомлення, презентації, метафори, відео-обговорення, асоціативні кущі, мозкові штурми, групові дискусії, методи розігрування ролей, змагання, демонстрації різних моделей поведінки, робота в дослідницьких групах, кейс-стаді, сюжетно-рольові та ділові ігри, вправи на знайомство, активізацію та рефлексію, квест-клуби, бесіди, он-лайн консультації тощо). Просторово-предметний компонент освітнього середовища університету знаходить свій відбиток через користування студентами університетським бренд-буком, корпоративною поштою, загально університетським сайтом, які є джерелом новин та іншої різноманітної інформації про університет.

Обґрунтовано структуру корпоративної культури студентів, яка інтегрує у собі чотири взаємопов'язані та взаємозумовлюючі компоненти: мотиваційно-ціннісний, який характеризується сукупністю почуттів, переживань, що відображають ціннісне ставлення до інших людей, оточуючої дійсності,

корпоративних норм правил, позитивні мотиваційні установки; Когнітивний компонент відображає знання про сутність і зміст корпоративної культури особистості, корпоративні норми, правила, моделі поведінки, прийняті в університеті; Діяльнісний компонент презентує діяльність, поведінку, що відображають ціннісне ставлення до інших людей, оточуючої дійсності, корпоративну активність; рефлексивний компонент виявляється в схильності до аналізу власної діяльності, та вчинків інших.

Для оцінки ступеня сформованості структурних компонентів корпоративної культури студентів університету визначено відповідні критерії (знаннєвий, мотиваційний, операційно-діяльнісний, аналітико-рефлексивний), показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів (високий, середній, низький) та розкрито їх зміст.

Отже, зміст сучасної вищої освіти повинен передбачати знання культури, моральних норм та правил поведінки не тільки в соціумі, але й в окремому спеціально створеному середовищі історії, розуміння спільності та єдності всіх членів суспільства. Важливо прищеплювати студентській молоді почуття відкритості, альтруїзму та поваги до інших. Під час освітнього процесу необхідно роз'яснювати природу корпоративної культури та її різні форми прояву. Такі знання повинні супроводжуватися вивченням легенд, міфів, культурних традицій організації та їх оцінкою у світлі моральних норм.

Основні ідеї розділу висвітлені у наукових публікаціях автора:

Бровко К. А. Корпоративна культура сучасного університету. *Збірник матеріалів XXVI Міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених «Наука і вища освіта»* (15 листопада 2017 року). Класичний приватний університет. Запоріжжя. 2017. 15 листопада. С. 210.

Бровко К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Науково-практ. журн. «Інженерні та освітні технології»*. 2017. № 3(19). С. 90–96.

Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів. «World Science». Warsaw: RS Global Sp. z O.O. 2018. Vol. 5, March № 3(31). С. 16–20.

Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Збірник наукових праць «Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах»*, 2020. № 69. Т. 2. С. 42–46. DOI 10.32840/1992-5786.2020.69-2.7.

Бровко К. А. Компетентнісний підхід у формуванні корпоративної культури студентів. *Збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми вищої професійної освіти»* (23 березня 2017 року). м. Київ, НАУ. 2017. 23 березня. С. 35–36.

Бровко К. А. Особливості функціонування корпоративної культури вищого навчального закладу. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2017. № 4 (147). С. 186–190.

Бровко К. А. Роль емоційного інтелекту в формуванні корпоративної культури студентів. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*: Збірник матеріалів IV-а Міжнародної науково-практичної конференції (15 червня 2018 року). ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Ужгород. 2018. 15 червня. С. 108–110.

Бровко К. А. Роль лідера у формуванні корпоративної культури університету. *Трансформації в українській освіті і наукових дослідженнях: світовий контекст*: Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції (25–26 травня 2017 року). Уманський держ. пед. ун-т ім. П. Тичини. м. Умань. 2017. 25–26 травня. С. 51–53.

Бровко К. А. Роль спецкурсу в формуванні корпоративної культури студентів. *Освіта XXI століття: теорія, практика, перспективи*: Матеріали I Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (18 квітня 2019 року). Інститут педагогіки НАПН України. м. Київ. 2019. 18 квітня. С. 134–136.

Бровко К. А. Створення виховного середовища у студентській групі як ефективна умова формування корпоративної культури студентської молоді. *Диференціація у шкільній освіті: історичний досвід і сучасні технології*: Збірник

матеріалів Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (16 травня 2018 року). Інститут педагогіки НАПН України. Київ. 2018. 16 травня. С. 108–113.

Бровко К. А. Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2016. № 6 (303). С. 132–138.

Бровко К. А. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Наукове електронне видання «Освітологічний дискурс»*. 2017. № 3–4 (18–19). URL: <http://od.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/475> № 3–4 (18–19).

Бровко К. А. Філософські аспекти формування корпоративної культури особистості. *Становлення і розвиток педагогіки: Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (16–17 лютого 2018 року)*. Херсон: Видавничий дім «Гельветика». 2018. 16–17 лютого. С. 132–134.

Бровко К. А. Формування корпоративної культури на засадах компетентнісного підходу. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти: Збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції (20 березня 2018 року)*. Національний авіаційний університет. Київ. 2018. 20 березня. С. 32–33.

Бровко К. А., Чернуха Н.М. *Акмеологічний підхід виховання толерантності в міжособистісних відносинах суб'єктів освітнього процесу вищої школи*. Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти: монографія. К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. С. 201–219.

Brovko K. A., Ternopilska V. I. Corporate culture of personality: psychological aspects. *Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles*. C.E.I.M., Valencia, Venezuela. 2017. P. 176–178.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ УНІВЕРСИТЕТУ

У розділі здійснено аналіз рівня сформованості корпоративної культури студентів університету, що дало можливість встановити наявні досягнення та виявити проблеми у формуванні корпоративної культури студентської молоді, визначити шляхи нарощування її потенціалу; обґрунтовано організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; розроблено технологію формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

2.1. Стан сформованості корпоративної культури студентів університету

Етап організації експерименту, передбачав визначення стану сформованості корпоративної культури студентів університету. Для цього було визначено рівні, компоненти, критерії та показники сформованості корпоративної культури студентів університету та апробовано методики діагностики рівнів сформованості корпоративної культури студентів університету, здійснено кількісну та якісну обробку експериментальних даних та їх узагальнення.

Усього експериментом було охоплено 294 студенти (151 – ЕГ; 143 – КГ) різних спеціальностей, які навчаються в: Педагогічному інституті Київського університету імені Бориса Грінченка, Уманському державному педагогічному університеті імені Павла Тичини, Навчально-науковому інституті міжнародних відносин та соціальних наук ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна академія управління персоналом», Тернопільському національному економічному університеті, Хмельницькій гуманітарно-педагогічній академії. Для створення ЕГ і КГ була застосована процедура рандомізації, що забезпечила репрезентативність експериментальної вибірки генеральної сукупності.

У процесі формування вибірки нами було використано випадковий відбір досліджуваних з можливої множини студентів, тобто кожен студент мав однаковий

шанс потрапити у дану вибірку.

Завданнями дослідження було:

- 1) дослідити рівень знань студентів про сутність і змістові аспекти корпоративної культури;
- 2) визначити ставлення студентів до корпоративної культури університету;
- 3) дослідити наявність умінь та навичок внутрішньої групової й командної взаємодії студентів університету;
- 4) дослідити рівень сформованості толерантності студентів;
- 5) дослідити ступінь сприйняття студентами корпоративної культури університету;
- 6) визначити рівень розвитку емоційного інтелекту студентів;
- 7) окреслити стан розвитку здатності студентів до емпатії;
- 8) окреслити систему ціннісних орієнтацій студентів університету;
- 9) дослідити рівень схильності студентів до аналізу власної діяльності, а також вчинків інших людей.

Основними методами діагностики були: анкетування, тестування, опитування, інтерв'ювання, спостереження, бесіди, узагальнених незалежних характеристик, ситуації морального вибору й аналізу життєвих ситуацій, кількісна та якісна обробка даних. Використання комплексу методів надало можливість отримати об'єктивну інформацію про стан сформованості корпоративної культури студентів університету.

Для встановлення валідності одержаних результатів дослідження, а також враховуючи те, що корпоративна культура є інтегративним утворенням, а також є однією з головних моральних якостей майбутніх фахівців, для її дослідження немає однієї універсальної методики діагностування сформованості корпоративної культури студентів університету.

Анкети та тести містили закриті, відкриті, а також ситуативні запитання, деякі з обраних нами методик були у вигляді таблиць, у яких студенти самостійно давали оцінку своїм особистісним якостям. Також анкети та тести складались з ряду запитань, у яких були представлені варіанти відповідей. Кожна обрана нами

методика мала в собі питання, що давали змогу оцінити стан сформованості корпоративної культури студентів університету за наступними компонентами: мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний, рефлексивний.

Для з'ясування рівня сформованості мотиваційно-ціннісного компонента, а саме визначення ціннісного ставлення до культурних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в освітньому середовищі університету, наявність емоційно-позитивного ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу, усвідомлення і прийняття місії, поділяння корпоративних норм і правил поведінки, було використано авторську анкету «Ставлення до корпоративної культури» (Додаток Б). Відтак, щодо уявлення про єдність факультету (Рис. 2.1.), 53,3% ЕГ та 53,2% КГ опитуваних відповіли, що факультет, на якому вони навчаються, є єдиним та цілісним союзом викладачів та студентів, які тісно співпрацюють між собою, 36,0% ЕГ та 36,6% КГ – скоріше погоджуються, 6,6% ЕГ та 6,6% КГ – вагаються відповісти, 2,6% ЕГ та 2,5% КГ – скоріше не погоджуються, 1,3% ЕГ та 1,1% КГ 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% ЕГ та 49,1% КГ студентів повністю погодились із твердженням, 30,6 % ЕГ і 20,3% КГ – скоріше погоджуються, 13,3% ЕГ і 14,8% КГ – вагаються відповісти, 4,6% ЕГ і 4,2% КГ – скоріше не погоджуються, 2,0% ЕГ і 1,6% КГ – абсолютно не погоджуються.

Із твердженням, що факультет складають два різних об'єднання: викладачі та студенти, 30,0% ЕГ та 31,6% КГ – скоріше не погоджуються, 26,6% ЕГ та 25,6% КГ – вагаються відповісти, 20,0% ЕГ та 19,8% КГ – скоріше так, 13,3% ЕГ та 12,8% КГ – абсолютно не погоджуються, 10,0% ЕГ і 10,2% КГ – повністю погоджуються.

Стосовно того, що студенти більше об'єднані між собою, ніж викладачі, 33,3% ЕГ та 35,2% КГ студентів відповіли, що скоріше не погоджуються з означеним твердженням, 33,3% ЕГ та 32,4% КГ абсолютно не погодились, 12,0%

ЕГ, 11,6% КГ вагаються відповісти, 12,0% ЕГ та 11,8% КГ відповіли, що скоріше погоджуються, інші 9,3 % ЕГ та 9,0% КГ повністю погодились.

На твердження про те, що на факультеті викладачі та студенти живуть і працюють нарізно, не об'єднуючи свої зусилля, 40,0% ЕГ та 39,4% КГ респондентів абсолютно не погодились, 29,3% ЕГ і 30,8% КГ скоріше не погоджуються, 14,0% ЕГ і 13,8% КГ утримались від точної відповіді, 10,0% ЕГ, 9,8% КГ відповіли, що скоріше погоджуються, останні 6,6% ЕГ та 6,2% КГ повністю із цим згодні.





Рис. 2.1. Моє уявлення про єдність факультету (у %)

Щодо того хто більше об'єднаний між собою, викладачі або студенти, 42,6% ЕГ і 41,5% КГ 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% ЕГ і 39,6% КГ студентів повністю погодились із твердженням, 9,3% ЕГ та 9,0% КГ вагаються відповісти, 6,6 % ЕГ, 6,3% КГ скоріше не погоджуються, інші 3,3 % ЕГ та 3,6% КГ абсолютно не згодні (Рис. 2.2).

Стосовно взаємопідтримки викладачів у ставленні один до одного, 44,6 % ЕГ та 45,2% КГ відповіли, що скоріше погоджуються із твердженням, що викладачі підтримують одне одного, але й не критикують одне одного в межах університету, 22,0% ЕГ і 21,8% КГ повністю погодились, 20,6% ЕГ та 20,1% КГ вагаються дати точну відповідь, 8,6% ЕГ та 8,1% КГ скоріше не погоджуються, 4,0% ЕГ та 4,8% КГ абсолютно не погоджуються.

Відносно того, що викладачі об'єднані між собою і підтримують одне одного хоча б стосовно єдності вимог до студентів, 32,0% ЕГ і 31,4% КГ відповіли, що повністю з цим згодні, 35,3% ЕГ і 37,1% КГ скоріше погоджуються, 22,0% ЕГ, 21,8% КГ вагаються відповісти, 8,0% ЕГ та 7,7% КГ абсолютно не погоджуються, 2,6% ЕГ і 2,0% КГ скоріше не погоджуються.

«Вважаю, що сильніше об'єднання і спільність викладачів відчувається в межах факультету, аніж університету...», 36,6% ЕГ, 35,5% КГ респондентів відповіли, що скоріше погоджуються із зазначеним, 26,6% ЕГ, 28,5% КГ вагаються відповісти, 27,3% ЕГ і 26,9% КГ повністю погоджуються, 6,0% ЕГ і 5,9% КГ скоріше не погоджуються, 3,3% ЕГ і 3,2% КГ 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% ЕГ і 50,1% КГ опитуваних не погоджуються із тим, що викладачі не підтримують одне одного в межах університету, 27,3% ЕГ і 28,4% КГ скоріше не погоджуються, 22,0% ЕГ та 21,5% КГ вагаються відповісти.





Рис. 2.2. Чи є викладачі представниками університету як єдиної освітньої корпорації ? (у %)

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

Іншою методикою, що також була спрямована на визначення ціннісного ставлення до культурних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в освітньому середовищі університету, була методика «Ціннісні орієнтації» М. Рокич [393] (Додаток Г). Згідно даної методики за ступенем значущості серед термінальних цінностей перше місце посідає здоров'я, адже цю цінність обрало 56,7% ЕГ і 55,2% КГ та студентів від загальної кількості, друге місце посідає любов, її як цінність обрало 36,7% ЕГ студентів та і 34,8% КГ, на третьому місці щасливе сімейне життя, означену цінність обрало 20,0% ЕГ та і 19,5% КГ студентів, четверте місце посідає спокій у країні, мир, цю цінність також обрали 20,0% ЕГ та 19,0% КГ студентів, на п'ятому місці у студентів цікава робота, її обрали 19,3%, ЕГ

та і 19,1% КГ, шосте місце посідає впевненість у собі (23,3% ЕГ та 22,9% КГ), на сьомому місці матеріально забезпечене життя (20,0% ЕГ і 18,7% КГ), на восьмому місці за ступенем важливості для студентів така цінність, як хороші та добрі друзі, її обрали 16,7% ЕГ і 16,4% КГ студентів, на дев'ятому місці така цінність як отримання задоволень, вона є важливою для 27,3% ЕГ і 26,8% КГ студентів, і нарешті на десятому місці за ступенем значущості серед термінальних цінностей – творча діяльність (13,3% ЕГ і 12,9% КГ). Останні місця за ступенем значущості посіли такі цінності, як: активне, діяльне життя; краса природи та мистецтва; пізнання, інтелектуальний розвиток; незалежність суджень, оцінок; життєва мудрість; суспільне визнання; рівність (у можливостях).

Аналізуючи за ступенем значущості інструментальні цінності, можна констатувати наступне, перше та друге місце посідає чесність, адже цю цінність обрало 20,0% ЕГ і 18,5% КГ студентів, третє місце посідає така цінність, як відповідальність, її обрали 20,0% ЕГ і 19,3% КГ, четверте місце посідає самоконтроль, цю цінність також обрали 16,7% ЕГ та 16,3% КГ студентів, на п'ятому місці у студентів сміливість (21,3% ЕГ, 20,1% КГ), шосте місце посідають відповідальність та освіченість (16,7% ЕГ, 26,4% КГ), на сьомому місці акуратність (12,7% ЕГ, 12,3% КГ), на восьмому місці за ступенем важливості для студентів такі цінності, як виконавська дисципліна (13,3% ЕГ, 13,1% КГ), на дев'ятому місці така цінність як працелюбність (13,3% ЕГ та 12,9% КГ), і на десятому місці за ступенем значущості серед інструментальних цінностей – тверда воля (16,7% ЕГ та 15,7% КГ). Останні місця за ступенем значущості зайняли такі цінності як, от: чуйність; широта поглядів; високі запити; незалежність; раціоналізм; вихованість; терпимість до думок інших; сміливість у відстоюванні своєї думки; життєрадісність; непримиренність до своїх та чужих недоліків.

Підсумовуючи усе вищесказане можна дійти висновку, що до складу так званого «топу» цінностей студентів університету з ряду термінальних входять такі як здоров'я, що говорить про бережливе ставлення студентів до власного психічного та фізичного самопочуття, а також блок із цінностей які обертаються навколо думок про ідеалістичне життя до складу якого входять любов, хороші

друзі, отримання задоволень від життя, творча діяльність та цікава робота. До складу інструментальних цінностей студентів університету входять такі як: чесність, відповідальність, самоконтроль, сміливість, освіченість, акуратність, виконавська дисципліна, працелюбність та тверда воля, що свідчить про більш підліткове сприйняття навколишньої дійсності на ряду з більш важливими цінностями для дорослої морально сформованої особистості.

Показником мотиваційного критерія сформованості корпоративної культури студентів університету нами визначено емоційний інтелект, відтак на визначення рівня розвитку емоційного інтелекту було використано «Опитувальник емоційного інтелекту С. Шабанова та О. Альошиної (EISAI)» [337] (Додаток Ж). Згідно даного опитувальника 10,0% ЕГ та 9,7% КГ студентів мають високий рівень емоційного інтелекту, 83,3% ЕГ та 82,9% КГ студентів мають середній рівень емоційного інтелекту, інші 6,6% ЕГ та 7,4% КГ опитуваних мають низький рівень емоційного інтелекту (Рис. 2. 3.).

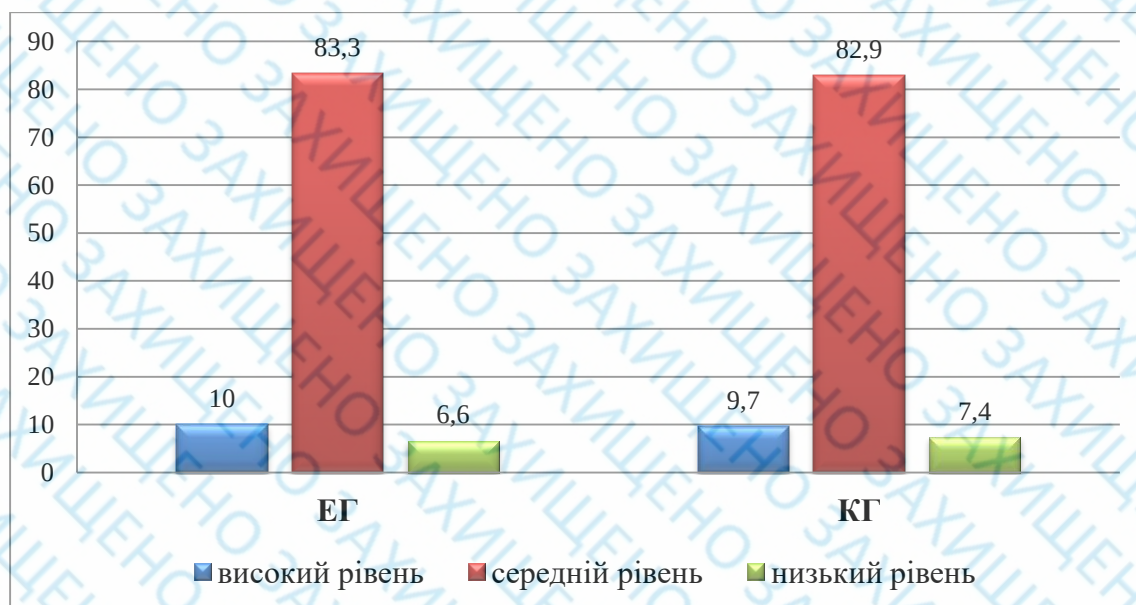


Рис. 2.3. Рівень емоційного інтелекту за методикою С. Шабанова, О. Альошиної (у %)

Відтак, можна зробити висновок, що більшість студентів перебувають в досить хорошому контакті зі своєю емоційною сферою.

Стосовно методики Н. Холла [317] (Додаток Є), яка також дозволяє визначити рівень емоційного інтелекту за п'ятьма шкалами (Рис. 2.4.), нами було

визначено, що за парціанальним рівнем емоційного інтелекту по шкалі «емоційна обізнаність» 14,0% ЕГ та 12,6% КГ студентів мають високий рівень, 43,3% ЕГ та 42,9% КГ середній рівень, 42,6% ЕГ та 44,5% КГ низький. Отже, студенти по-різному сприймають негативні та позитивні емоції, що у свою чергу продовжує час накопичення знань та життєвого досвіду. Студенти, що мають середній рівень розвитку емоційної обізнаності час від часу звертаються до своїх почуттів й аналізують їх, проте це не завжди приносить їм очікуваний результат. Такі люди здатні спостерігати зміни у своїх почуттях, але їм бракує логіки та чіткості в оперуванні ними.

За шкалою «управління своїми емоціями», 3,3% ЕГ та 2,9% КГ студентів мають високий рівень, 11,3% ЕГ та 11,0% КГ – середній, 85,3% ЕГ та 86,1% КГ низький. Відтак, за означеною шкалою у таких студентів можна спостерігати роздратованість та неспокійний стан особистості, коли вони відчують тиск з боку інших. Такі люди досить довго оговтуються від невдач та негативних почуттів. Мають нав'язливі думки та зациклення на негативних емоціях. Відносно результатів опитування по шкалі «самотивація», 16,6% ЕГ та 15,2% КГ мають високий рівень, 36,0% ЕГ та 35,3% КГ середній, 47,3% ЕГ та 49,5% КГ низький, що знову ж таки говорить про те, що більшість студентів не може оперувати власним емоційним станом. Вони важко проявляють власні емоції. Уникають життєвих перешкод. Через негативні почуття досить важко заспокоюються та зосереджуються. По шкалі «емпатія», 19,3% ЕГ і 18,7% КГ опитуваних відповідають високому рівню, 36,6% ЕГ і 35,9% КГ середньому, 44,0% ЕГ і 45,4% КГ низькому. Студенти з низьким рівнем розвитку емпатії зациклюються на власних негативних емоціях. Вони байдужі по відношенню до емоцій та проблем інших людей. Не розпізнають невербальні знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують. У відповідності до знаку результатів шкали «розпізнавання емоцій інших людей», 17,3% ЕГ і 16,7% КГ мають високий рівень, 44,0% ЕГ і 42,8% КГ середній, 38,6% ЕГ і 40,5% КГ низький, що у свою чергу підводить до наступних висновків. Для студентів із середнім рівнем розпізнавання емоцій інших людей властиве незначне зациклення на власному настрої, емоціях

та бажаннях. Вони не охоче підтримують теми розмов щодо міжособистісних відносин.

Підсумовуючи усе вищесказане слід зазначити, що за інтегративним рівнем емоційного інтелекту, тільки 4,0% ЕГ і 3,7% КГ студентів мають високий рівень розвитку емоційного інтелекту, 34,0% ЕГ і 33,2% КГ середній рівень, 62,0% ЕГ і 63,1% КГ низький. Отже, переважна більшість студентів має низький рівень розвитку емоційного інтелекту. Такий рівень притаманний студентам, які не вбачають у негативних та позитивних емоціях джерела знань та життєвого досвіду. Не навчаючись на власних помилках та не змінюють власне ставлення до тієї чи іншої емоції, що в свою чергу призводить до повторення певних негативних життєвих ситуацій у їх житті. Вони не здатні спостерігати зміну власних почуттів, аналізувати їх та в подальшому вміло ними оперувати. Характеризуються роздратованістю та неспокійним станом особистості, коли вона відчуває тиск з боку інших. Такі студенти досить довго оговтуються від невдач та негативних почуттів. Мають нав'язливі думки та заціклення на негативних емоціях. Вони не можуть оперувати власним емоційним станом. Важко проявляють власні емоції. Уникають життєвих перешкод. Через негативні почуття досить важко заспокоюються та зосереджуються. Заціклюються на власних негативних емоціях. Вони байдужі по відношенню до емоцій та проблем інших людей. Не розпізнають невербальні знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують. Не розуміються на переживаннях інших людей. Вони не здатні налаштуватися на емоції оточуючих та покращити їх настрій.

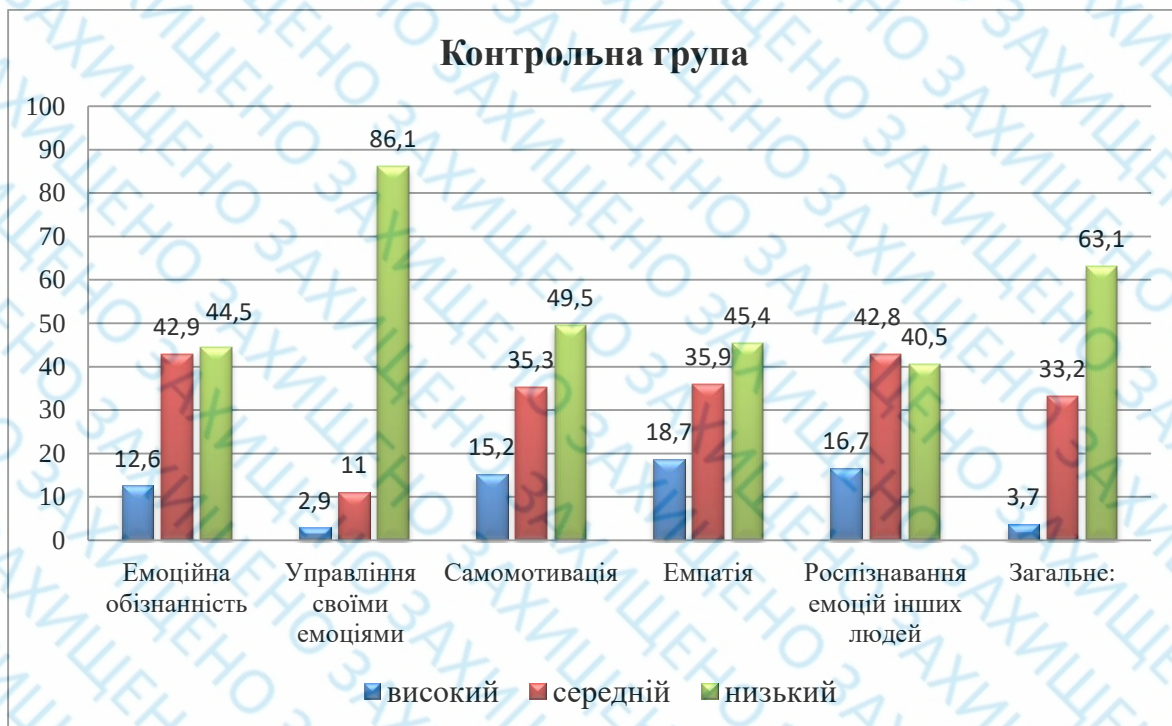


Рис. 2.4. Рівень емоційного інтелекту за методикою Н. Холла (у %)

Рівень розвитку емпатії у студентів університету, було визначено за допомогою методики В. Бойко [42] (Додаток Е), яка дозволяє оцінити рівень емпатійних здібностей студентів за шістьма каналами емпатії (Рис. 2.5.), відтак за раціональним каналом емпатії, 27,3% ЕГ і 26,4% КГ студентів набрали 3 бали, що

свідчить про недостатню направленість уваги, сприйняття і мислення емпатуючого на сутність будь-якої іншої людини – на стан, проблеми, поведінку.

За емоційним каналом емпатії найбільшим показником є 2 бали, які набрали 27,3% ЕГ і 28,2% КГ студентів, що у свою чергу говорить про низьку здатність студентів до співпереживання та співчуття. За інтуїтивним каналом емпатії, 36,0% ЕГ і 35,6% КГ студентів набрали досить високий показник у розмірі 5 балів, а отже студенти мають здібності бачити поведінку партнерів, діяти в умовах дефіциту вихідної інформації про них, спираючись на досвід, який зберігається в підсвідомості. На рівні інтуїції узагальнюють різноманітні відомості про партнера. Інтуїція менше залежить від оціночних стереотипів, ніж осмислене сприйняття партнерів.

Відносно установок, що сприяють емпатії, 27,3% ЕГ і 27,4% КГ студентів набрали від 2 бали, що свідчить про доволі невисокий показник й відповідно не сприяють емпатії, а навпаки установки ускладнюють дії всіх емпатичних каналів. Ефективність емпатії, можливо, знижується, якщо студент намагається уникати особистісних контактів, вважає недоцільним проявляти зацікавленість до іншої особистості, переконавши себе спокійно ставитися до переживань і проблем оточуючих. Подібні настрої значно зменшують діапазон емоційного відгуку та емпатичного сприйняття. Стосовно проникаючої здібності в емпатії, 38,0% ЕГ і 39,2% КГ студентів набрали 4 бали. Це свідчить про здатність студентів до створення атмосфери відкритості, довірливості, задушевності. Сприяє інформаційно-енергетичному обміну.

Що стосується ідентифікації в емпатії, то 30,6% ЕГ і 30,3% КГ студентів за даним каналом набрали 4 бали, що говорить про доволі високий результат. Такі студенти можуть усвідомлювати себе на місці партнера й розуміти його на основі співпереживань.



Рис. 2.5. Канали емпатії за методикою В. Бойко

Відтак, високий рівень емпатійних здібностей мають 10,6% ЕГ і 10,2% КГ студентів, середній, 36,6%, ЕГ і 35,1% КГ низький 52,6% ЕГ і 54,7% КГ (Рис. 2.6.)

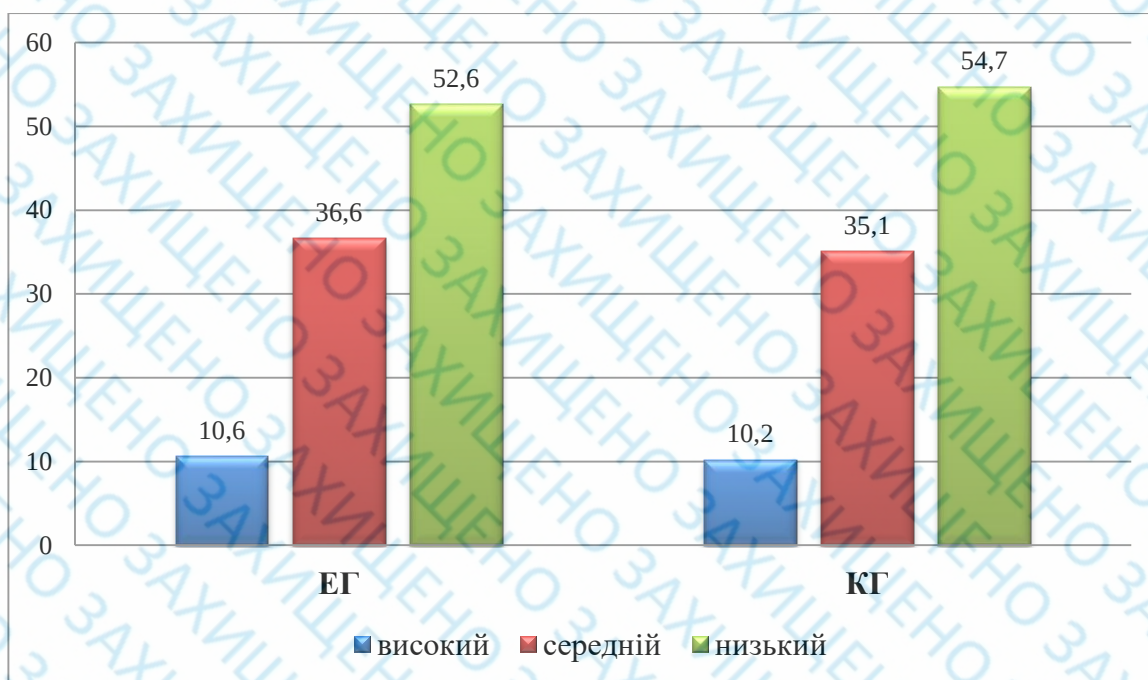


Рис. 2.6. Рівень емпатійних здібностей (у %)

Іншою методикою на визначення рівня здатності студентів до емпатії, була методика І. Юсупова [350] (Додаток К), згідно якої 80,0% ЕГ та 73% КГ опитуваних мають дуже високий рівень емпатійності, 20,0% ЕГ та 14,4% КГ студентів мають високий рівень емпатійності, 12,6% КГ мають нормальний рівень емпатійності (Рис. 2. 7.).

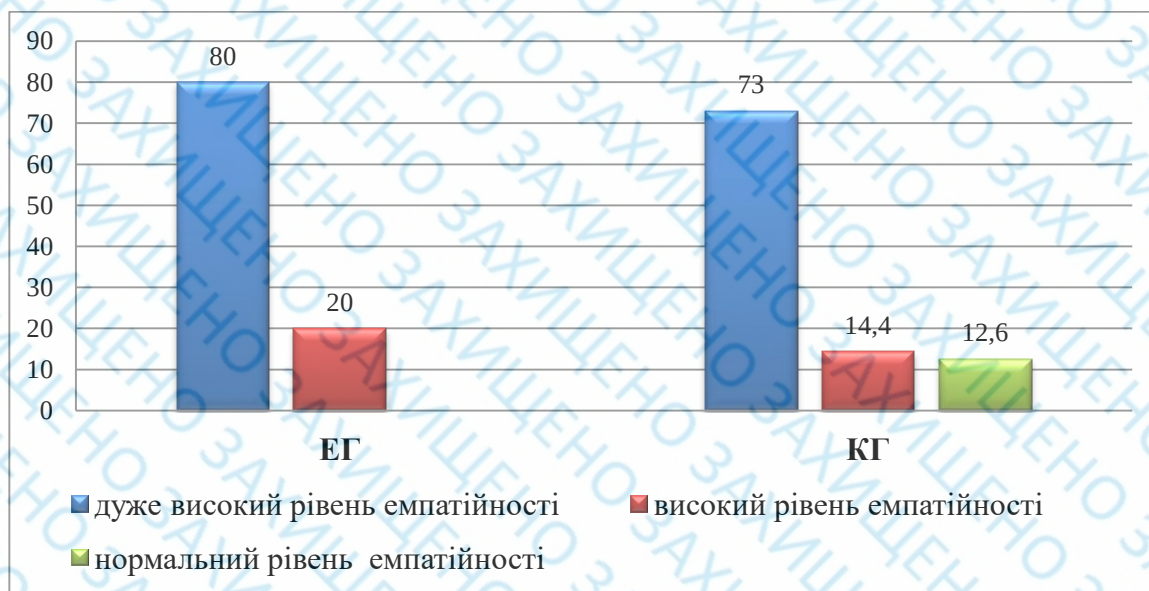


Рис. 2.7. Рівень схильності студентів до емпатії (у %)

Таким чином, можна стверджувати, що значна кількість студентів має дуже високий рівень сформованості таких моральних якостей, як взаєморозуміння та здатність до співпереживання внутрішнього світу іншої людини, що у свою чергу накладає негативний відбиток на їх емоційному стані, адже їх емпатійність носить більше «хворобливий характер», через яку такі студенти мають низьку стресостійкість. Вони можуть довго перебувати в пригніченому стані та потребують емоційної підтримки зі сторони. Через таке ставлення до життя вони близькі до невротичних зривів.

Для визначення рівня сформованості знань [55; 56] про сутність і змістовні 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, прапора, 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» (Додаток А). За результатами дослідження, слід зазначити, що у студентів не має чітко сформованого розуміння базових понять, які є складовими корпоративної культури. Так, 66,6% ЕГ та 64,3% КГ опитуваних відповіли, що «корпоративна культура» – це система цінностей та переконань, які розділяє кожен студент, працівник, 11,3% ЕГ та 12,8% КГ студентів вважають, що корпоративна культура – це засіб розвитку організації, ще 8,0% ЕГ та 7,8% КГ визначають її, як форму організації культурного життя людей у корпоративній сфері, 6,6% ЕГ та 6,9% КГ трактують її, як модель поведінки, яка притаманна для певної організації, 4,0% ЕГ і 3,7% КГ під корпоративною культурою розуміють систему ідентифікуючих ознак, цінностей та переконань, що відображає рівень досконалості, добропорядності, інші 3,3% ЕГ і 4,5% КГ розглядають її, як засіб управління людьми.

Щодо знань і вмінь, які включає в себе корпоративна культура, то більшість респондентів, а саме 46,7% ЕГ і 45,7% КГ відповіли, що до її складу входять саморозвиток, колективісткість, толерантність, взаємопідтримка, взаємодопомога, взаємоповага, 33,3% ЕГ і 30,9% КГ сюди відносять – знання символіки, традицій, історії, цінностей, гімну університету, рефлексію, 13,3% ЕГ і 14,2% КГ вважають, що корпоративна культура включає у себе ціннісне ставлення до суб'єктів освітнього процесу та університету в цілому, 6,7% ЕГ і 9,2% КГ – лідерство, служіння.

Саморозвиток, колективісткість, толерантність, взаємопідтримка, взаємодопомога, взаємоповага, визначення 54,0% ЕГ і 53,1% КГ респондентів як основи умінь корпоративної культури. 36,0% ЕГ і 35,7% КГ опитуваних відповіли, що вони знають символіку, традиції, історію, цінності, гімн університету. 7,3% ЕГ і 8,2% КГ – ціннісне ставлення до суб'єктів освітнього процесу та університету в цілому, 2,7% ЕГ і 3,0% КГ надають перевагу лідерству, служінню. Серед перерахованих знань та умінь 61,3% ЕГ і 59,5% КГ респондентів використовують саморозвиток, колективісткість, толерантність, 34,0% ЕГ і 35,3% КГ респондентів використовують у своїй поведінці знання символіки, традицій, історії, цінностей, гімну університету, 3,3% ЕГ і 3,1% КГ віддають перевагу ціннісному ставленню до університету, інші 1,3% ЕГ і 2,1% КГ вважають за потрібне використовувати у своїй поведінці лідерство.

Стосовно частоти виявлення корпоративної культури у взаєминах в ровесниками, 56,0% ЕГ і 54,3% КГ опитуваних відповіли, що досить часто виявляють корпоративну культуру у взаєминах в ровесниками, адже підтримка корпоративної культури сприяє налагодженню позитивних міжособистісних взаємин, 31,3% ЕГ та 32,8% КГ 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% ЕГ та 11,1% КГ зазначили, що завжди виявляють корпоративну культуру у взаєминах в ровесниками, тому, що вони навчаються разом і тому мають поважати один одного, інші 2,7% ЕГ та 1,8% КГ 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% ЕГ та 44,8% КГ опитуваних відмітили, що виявляють корпоративну культуру в деяких ситуаціях, адже на їх думку це перш за все залежить від самих викладачів, 23,3% ЕГ та 24,9% КГ наголосили на тому, що виявляють корпоративну культуру досить часто, на їх думку це сприяє дійти взаєморозуміння, останні 30,0% ЕГ та 30,3% КГ завжди виявляють корпоративну культуру у взаєминах з викладачами через повагу до їх професіоналізму.

Для 46,0% ЕГ та 44,9% КГ опитуваних знання про корпоративну культуру необхідні, щоб завоювати позитивне ставлення серед оточуючих, авторитет серед значимих людей, 28,6% ЕГ та 28,1% КГ – уникнути неприємних ситуацій, 17,3% ЕГ, 19,4% КГ – формувати корпоративну культуру університету, 3,3% ЕГ та 3,4% КГ – не створювати незручностей іншим, не псувати їм настроїв, 2,7% ЕГ та 2,0% КГ – виділитися із загальної маси, 2,0% ЕГ та 2,2% КГ – задовольнити потребу в спілкуванні, взаємодії.

Щодо важливості формування корпоративної культури студента університету, 73,3% ЕГ та 71,2% КГ опитуваних зазначили, що це потрібно для підтримки згуртованості та командного духу, 14,6% ЕГ, 15,4% КГ – акцентували вагу на тому, що корпоративна культура дозволяє покращити рівень організованості освітньої та позааудиторної діяльності студентів університету, 10,0% ЕГ та 10,3% КГ зазначили, що це необхідно для успішної адаптації студента до особливостей життя університету, 2,0% ЕГ та 3,1% КГ – за для формування та підтримки суб'єктами освітнього процесу ряду власних цінностей.

З приводу системи цінностей яку сповідують студенти/викладачі в університеті, 73,3% ЕГ та 71,7% КГ відповіли, що це знання символіки університету, його гімну, традицій, цінностей, дотримання стандартів корпоративного одягу, 18,6% ЕГ та 19,0% КГ – взаємодопомога, комунікабельність, 4,7% ЕГ, 5,2% КГ – рівноправність, демократія, останні 3,3% ЕГ та 4,1% КГ наголосили на важливості такої цінності як чесність.

Щодо поглядів студентів на те чи викладачі відтворюють ту систему

цінностей, яка сформована в університеті, 56,6% ЕГ та 55,2% КГ відповіли – скоріше так, 30,0% ЕГ та 31,4% КГ – так, 13,3% ЕГ та 13,4% КГ вагаються відповісти (Рис. 2. 8).

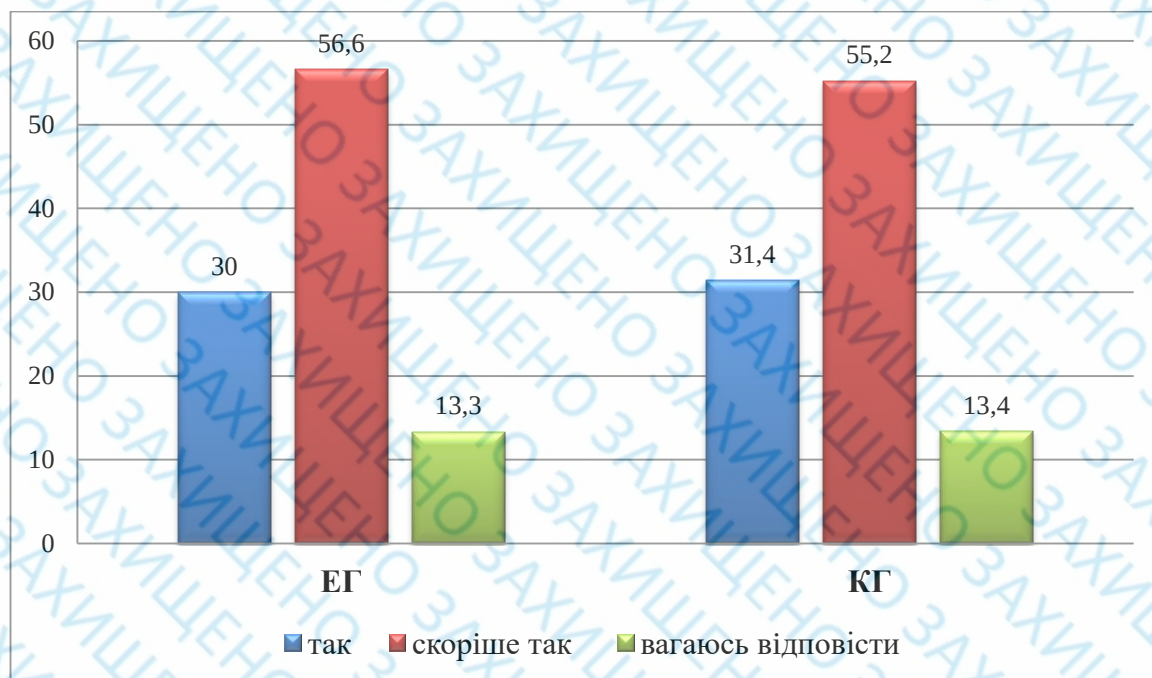


Рис. 2.8. Відтворення системи цінностей університету викладачами

Останнє запитання анкети було націлене на визначення поглядів студентів на те чи студенти відтворюють ту систему цінностей, яка сформована в університеті. Відтак, 50,0% ЕГ та 48,7% КГ у своїх відповідях зазначили, що вони вагаються відповісти на поставлене запитання, 26,6% ЕГ та 29,4% КГ – скоріше так, 23,3% ЕГ та 21,9% КГ – так (Рис. 2. 9.)

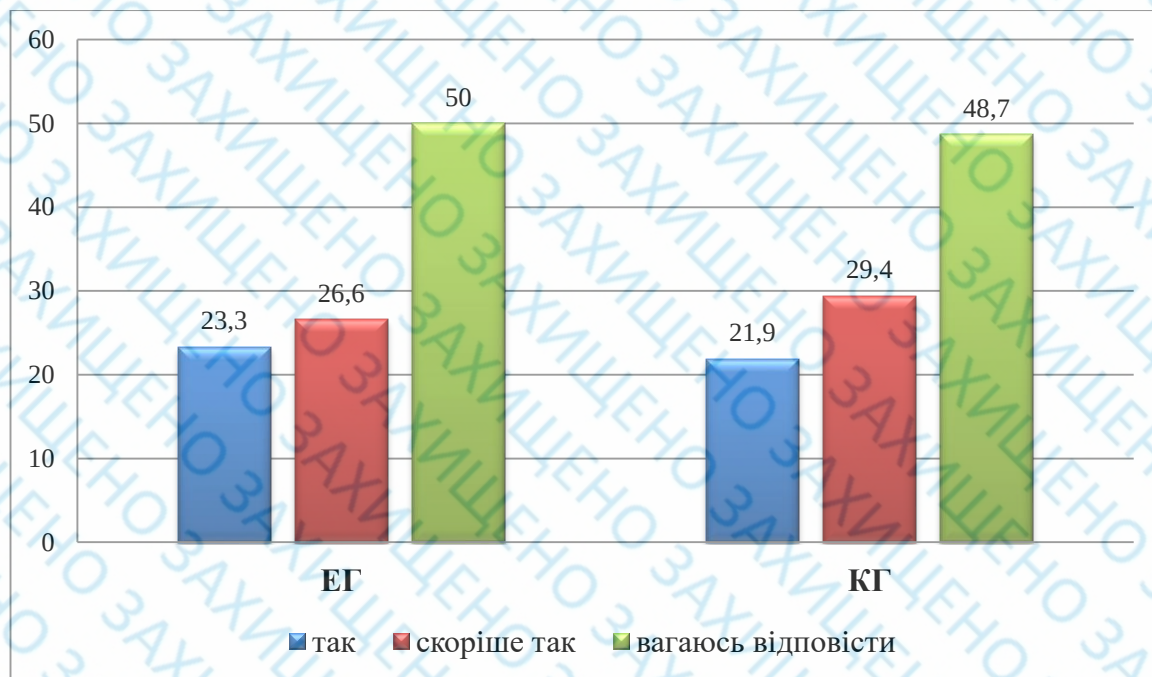


Рис. 2.9. Відтворення системи цінностей університету студентами

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. Проте значна кількість студентів має дуже високий рівень сформованості таких моральних якостей, як взаєморозуміння та здатність до співпереживання внутрішнього світу іншої людини, що у свою чергу накладає негативний відбиток на їх емоційному стані, адже їх емпатійність носить більше «хворобливий характер», через яку такі студенти мають низьку стресостійкість. Вони можуть довго перебувати в пригніченому стані та потребують емоційної підтримки зі сторони. Через таке ставлення до життя вони близькі до невротичних зривів [301; 398].

Показником операційного критерія корпоративної культури студентів університету нами визначено відданість традиціям корпоративної культури університету. Зокрема, рівень сформованості означеного показника перевірявся нами за допомогою спеціального тесту Ч. Хенді (англ. C. Handy) [5; 142] (Додаток М). В результаті дослідження виявлено (Рис. 2.10), що 87,5% ЕГ та 85,4% КГ

студентів обрали культуру вирішення завдань (Культура «Афіни»). Ця культура заснована на володінні специфічними знаннями і призначена для вирішення специфічних завдань. Ефективність діяльності університету з такою культурою багато в чому визначається високим професіоналізмом членів освітньої установи. Великими владними повноваженнями в такій організації користується той, хто в даний момент є експертом в освіті та науці й володіє максимальною кількістю інформації. В такому університеті робота оцінюється за результатами вирішення поставлених завдань. Найефективніше тут проявляють себе люди, що володіють самомотивацією, що орієнтуються на різноманітну роботу. Інші 12,5% ЕГ та 14,6% КГ опитуваних вважають, що в їх закладі вищої освіти діє культура особистості (Культура «Діоніса»), яка об'єднує людей орієнтованих на досягнення власних цілей. Вона ґрунтується на близькості до ресурсів, професіоналізмі, на силі особистісних якостей, здібностей і обдарувань і здатності домовлятися. Ця культура властива організаціям, що складається з об'єднань індивідуальностей, кожна з яких є незалежною, має своєю власною силою особистості і впливом. У таких організаціях люди ніколи не роблять те, що суперечить їх системі цінностей, щоб не втратити себе як особистість. У членів таких організацій дуже велика потреба в незалежності. Культура особистості конфліктна, нестійка.

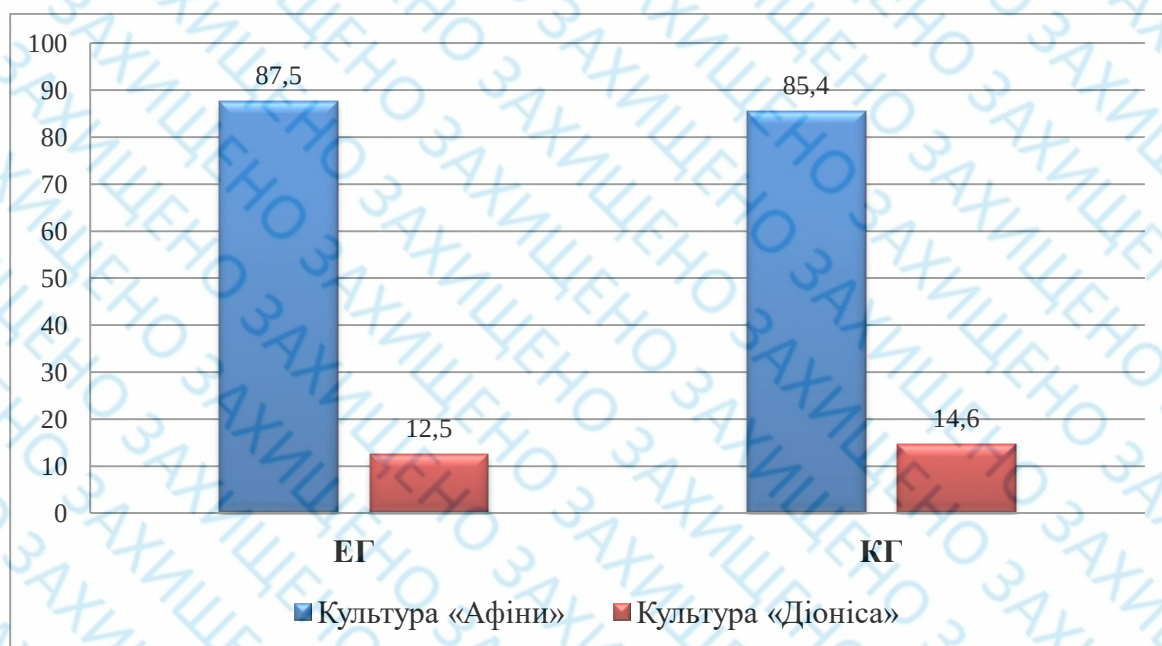


Рис. 2.10. Виявлення типу організаційної культури студентами університету
(у %)

Вивчення рівнів сформованості операційного критерія корпоративної культури студентів університету передбачало з'ясування сформованості комунікативного виміру корпоративної культури, а саме умінь і навичок студентів у міжособистісній взаємодії, спілкуванні. Для визначення рівнів розвитку комунікативних здібностей студентів у міжособистісній взаємодії, спілкуванні нами був використаний тест толерантності В. Бойко [42; 256] (Додаток Л). У результаті діагностичного вивчення встановлено, що 46,6% ЕГ і 44,3% КГ студентів мають високий ступінь толерантності, 50,0% ЕГ і 52,5% КГ середній, інші 3,3% ЕГ, 3,5% КГ низький (Рис. 2.11).

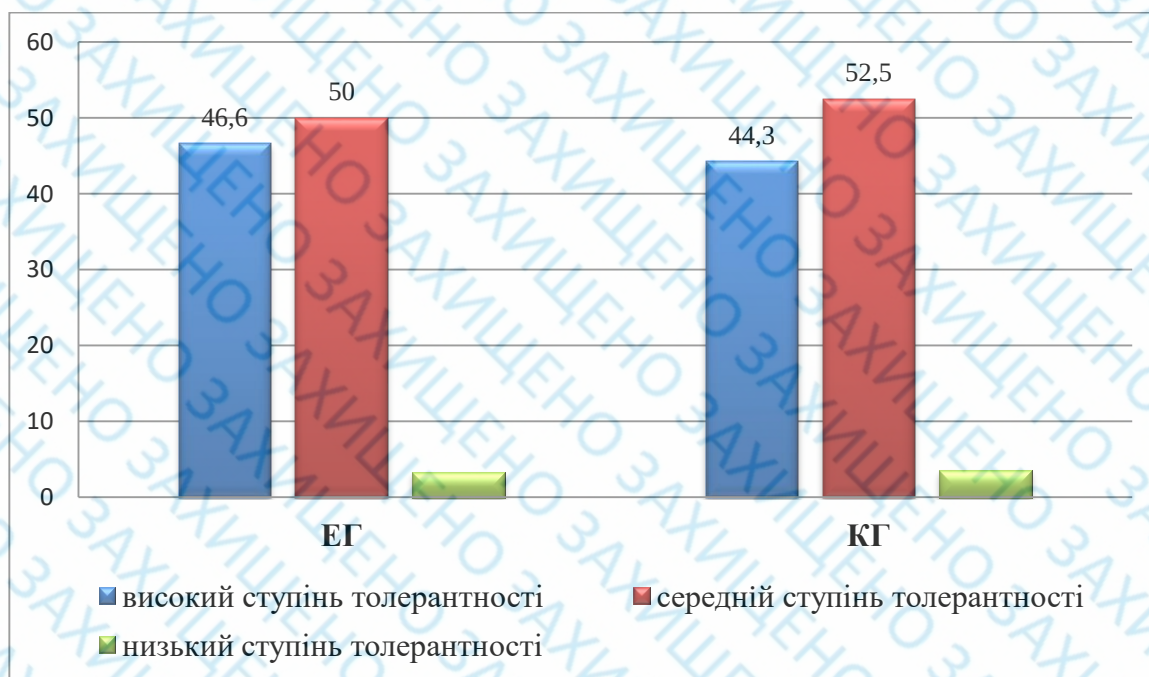


Рис. 2.11. Ступінь толерантності студентів університету (у %)

Такі результати показують що, для студентів характерне поєднання як толерантних, так й інтолерантності рис. В одних соціальних ситуаціях вони ведуть себе толерантно, в інших можуть проявляти інтолерантність. Проте це насамперед залежить від того з якою людиною вони мають справу або в якій ситуації знаходяться.

Для визначення рівня сформованості гуманістичної установки на взаємодію та емоційної саморегуляції, було використано методику «Дослідження сприйняття

індивідом групи» Є. Залюбовської [221] (Додаток Д), згідно якої 51,0% ЕГ і 48,9% КГ студентів мають колективістичну спрямованість, 28,0% ЕГ і 29,4% КГ більше схильні до прояву індивідуалістичної спрямованості, а інші 21,0% ЕГ і 21,7% КГ студентів підтримують прагматичну спрямованість (Рис. 2. 12).

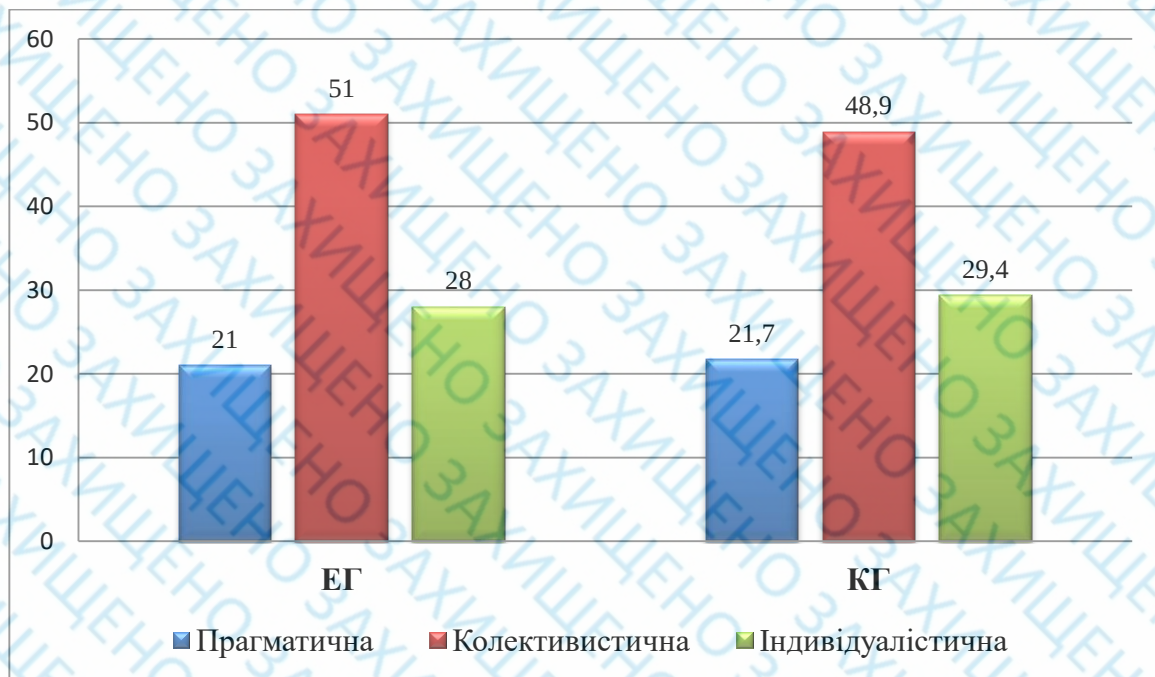


Рис. 2.12. Сприйняття студентами групи (у %)

Таким чином, можна стверджувати, що значна кількість студентів має колективістичну спрямованість, що у свою чергу характеризується тим, що студенти сприймають групу як самостійну одиницю. На першому плані у них стоять проблеми групи і окремих її членів. У таких студентів спостерігається зацікавленість, як успіхами окремих одногрупників так і групи в цілому, а також прагнення внести свій вклад в групову діяльність. Значна роль відводиться колективним формам роботи.

Ми, також з'ясовували за допомогою методу узагальнених характеристик наскільки студенти виявляють корпоративну культуру у взаєминах з іншими. Порівняння оцінок відображено у Таблиці 2.1.

Узагальнені характеристики щодо вияву студентами корпоративної культури

у взаєминах, спілкуванні з іншими (Таблиця 2.1.) свідчать про те, що лише 24,5% студентів ЕГ і 23,0% КГ виявляють корпоративну культуру завжди у взаєминах. У 55,0% ЕГ респондентів та 55,9% КГ вияв корпоративної культури носить ситуативний характер, що свідчить про прагматичні тенденції у їх поведінці – (виявляють корпоративну культуру тоді, коли їм це потрібно, зручно). 20,2% ЕГ та 21,0% КГ студентів не виявляють корпоративну культуру у взаєминах. Ці дві категорії студентів потребують цілеспрямованих дій з боку викладачів, кураторів студентських академічних груп щодо створення спеціальних виховних ситуацій, розв’язання яких вимагатиме від студентів знань і умінь корпоративної культури.

У такий спосіб, результати діагностичного вивчення проілюстрували, що високий рівень сформованості операційного критерія корпоративної культури спостерігається у 24,5% респондентів ЕГ, 23,0% КГ; середній – 55,0% ЕГ, 55,9% КГ; низький – 20,2 % ЕГ, 21,0% КГ.

Таблиця 2.1.

Показники сформованості операційного критерія корпоративної культури студентів (у %)

Поведінкові характеристики корпоративної культури студентів	Результати оцінювання					
	проявляється завжди		залежно від ситуації		не проявляється	
	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ
Дотримуються норм і правил корпоративної культури в освітньому середовищі університету	27,2 (41)	26,4 (38)	51,7 (78)	52,3 (75)	21,0 (32)	21,3 (30)
Виявляють уміння партнерської взаємодії, командної роботи	26,5 (40)	24,4 (35)	50,3 (76)	51,6 (74)	23,2 (35)	24,0 (34)

Виявляють уміння емоційно-вольової саморегуляції та самоконтролю поведінки	19,2 (29)	18,7 (27)	62,3 (94)	64,2 (92)	18,5 (28)	17,1 (24)
Середній показник (%) (абс.)	24,5 (37)	23,0 (33)	55,0 (83)	55,9 (80)	20,2 (32)	21,0 (30)

У ході нашого дослідження спочатку з'ясовувався рівень сформованості корпоративної культури за кожним показником, потім знаходилося середнє арифметичне шляхом поділу суми всіх коефіцієнтів на їх кількість за кожним рівнем.

Для з'ясування рівня сформованості аналітико-рефлексивного критерія щодо корпоративної культури студентів університету, а саме розуміння та відчуття сили власного «Я», нами було використано методику дослідження самоставлення (С. Пантелєєв) [234] (Додаток Р), що присвячена дослідженню самоставлення особистості, а також вираженості окремих компонентів самоставлення: закритості, самовпевненості, саморуководство, віддзеркаленого самоставлення, самоцінності, самоприв'язаності, внутрішньої конфліктності та самозвинувачення, слід констатувати наступне (Рис. 2. 13).

За шкалою «замкнутість» 25,3% ЕГ і 24,7% КГ студентів мають високі значення, 61,3% ЕГ та 63,3% КГ середні значення, 13,3% ЕГ і 12,0% КГ низькі значення. Отже, відносно даної шкали студентам притаманне виборче ставлення до себе, а також подолання деяких психологічних захистів при актуалізації інших, особливо в критичних ситуаціях. По шкалі «самовпевненість», 84,4% ЕГ і 82,6% КГ студентів мають високі значення, 15,3% ЕГ і 15,2% КГ середні значення, 0,0% ЕГ та 2,2% КГ низькі значення. Відтак, у студентів спостерігається виражена самовпевненість, відчуття сили власного «Я», висока сміливість у спілкуванні. Домінує мотив успіху. Студент поважає себе, задоволений собою, своїми починаннями і досягненнями, відчуває свою компетентність і здатність вирішувати

багато життєвих питань. Перешкоди на шляху до досягнення мети сприймаються як ті, які можна подолати. Проблеми зачіпають неглибоко, переживаються недовго. По шкалі «самокерівництво», 50,6% ЕГ і 48,6% КГ студентів мають високі значення, 41,3% ЕГ і 44,5% КГ середні значення, 8,0% ЕГ і 6,9% КГ низькі значення. Такі студенти основним джерелом розвитку своєї особистості, регулятором досягнень і успіхів вважають тільки себе. Вони переживають власне «Я» як внутрішній стрижень, який координує та спрямовує всю активність, організовує поведінку і відносини з людьми, що робить їх здатними прогнозувати свої дії та наслідки, що виникають із контактів з оточуючими. Вони відчувають себе здатними чинити опір зовнішнім впливам, опиратися долі й стихії подій. Їм властивий контроль над емоційними реакціями і переживаннями з приводу себе.

Щодо шкали «віддзеркалене самоставлення», то 28,6% ЕГ та 27,4% КГ студентів мають високі значення, 60,6% ЕГ та 61,2% КГ середні значення, 10,6% ЕГ та 11,4% КГ низькі значення. Переважання середніх значень у відповідях студентів, означають виборче сприйняття ними ставлення оточуючих до себе. З їх точки зору, позитивне ставлення оточуючих поширюється лише на певні якості, на певні вчинки. Інші особистісні прояви здатні викликати у них роздратування і неприйняття.

За результати набраними по шкалі «самоцінність», 74,0% ЕГ та 72,3% КГ студентів мають високі значення, 17,3% ЕГ та 18,2% КГ середні значення, 8,6% ЕГ та 8,6% КГ низькі значення. Отже, більшість студентів досить високо оцінює свій духовний потенціал, багатство свого внутрішнього світу. Вони схильні сприймати себе як індивідуальність і високо цінувати власну неповторність. Впевненість у собі допомагає їм протистояти впливам середовища, раціонально сприймати критику в свою адресу.

За шкалою «самоприйняття», 48,6% ЕГ, 44,3% КГ опитуваних мають високі значення, 40,6% ЕГ, 41,2% КГ середні значення, 10,6% ЕГ, 14,5% КГ низькі значення. Відтак, такі студенти характеризуються схильністю сприймати всі сторони свого «Я», приймати себе у всій повноті поведінкових проявів. Загальний фон сприйняття себе позитивний. Вони часто відчувають симпатію до себе, до всіх

якостей своєї особистості. Свої недоліки вважають продовженням достоїнств. Невдачі, конфліктні ситуації не дають підстави для того, щоб вважати, себе поганою людиною. Щодо шкали «самоплив'язаність», 20,6% ЕГ, 19,7% КГ респондентів мають високі значення, 57,3% ЕГ, 59,4% КГ середні значення, 22,0% ЕГ, 20,9% КГ низькі значення. Переважання середніх показників вказує на вибіркковість у ставленні студентів до своїх особистісних властивостей, на прагнення до зміни лише деяких своїх якостей при збереженні інших.

За шкалою «внутрішня конфліктність», 40,0% ЕГ і 38,9% КГ студентів мають високі значення, 51,3% ЕГ і 50,3% КГ середні значення, 8,6% ЕГ і 10,8% КГ низькі значення. Відтак, у таких студентів характерне відношення до себе та установка бачити себе залежить від ступеня адаптованості в ситуації. У звичних для себе умовах, особливості яких добре знайомі й прогнозовані, спостерігаються позитивний фон ставлення до себе, визнання своїх достоїнств і висока оцінка своїх досягнень. Несподівані труднощі, що виникають додаткові перешкоди можуть сприяти посиленню недооцінки власних успіхів.

Що стосується результатів по шкалі «самозвинувачення», то тут 18,0% ЕГ і 17,1% КГ студентів відповідають високому показнику, 48,0% ЕГ і 48,5% КГ середньому, 34,0% ЕГ і 34,4% КГ низькому. Такі показники свідчать про вибіркве ставлення студентів до себе. Звинувачення себе за ті чи інші вчинки та дії поєднується з виразом гніву, досади в адресу оточуючих.

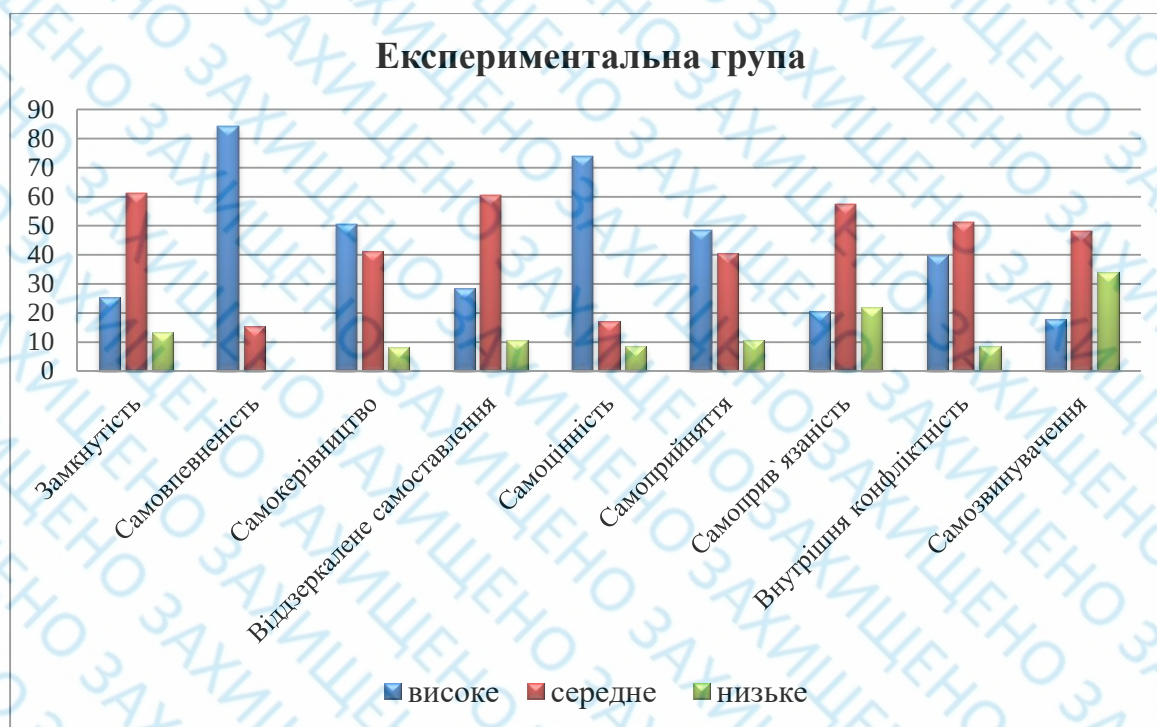


Рис. 2.13. Самоствавлення студентів університету (у %)

Для визначення сформованості таких показників як: схильність до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися, деталізація планування поведінки, розуміння світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей, використовувались діагностична методика на визначення індивідуальної

міри вияву рефлексивності (А. Карпов, В. Пономарьова) (Додаток Н) [143] та методика діагностики спрямованості особистості (*орієнтаційна анкета*) (Б. Басс) (Додаток П) [142] [99].

Стосовно методики А. Карпова, В. Пономарьової [143] на визначення індивідуальної міри вияву рефлексивності нами було виявлено, що 62,6% ЕГ і 61,2% КГ студентів мають високий рівень рефлексивності, 30,0% ЕГ і 31,2% КГ студентів слід віднести до середнього рівня рефлексивності, інші 7,3% ЕГ і 7,6% КГ мають низький рівень рефлексивності (Рис. 2. 14). Отримані результати [50, с. 39] свідчать про схильність студентів до аналізу власної діяльності, а також вчинків інших людей, з'ясування причини і наслідків своїх дій як в минулому, так в сьогоденні й в майбутньому. Такі студенти можуть планувати свої дії й прогнозувати їх можливі наслідки, здатні приймати нестандартні рішення, що призводять до ефективного вирішення поставленого завдання.

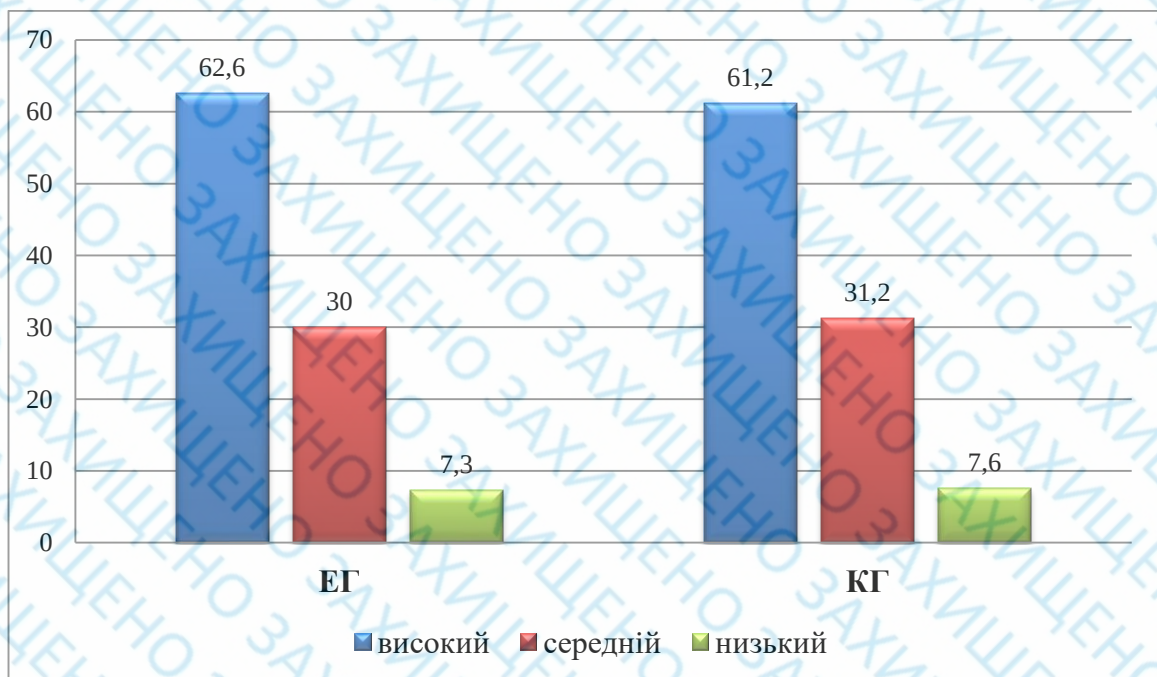


Рис. 2.14. Рівень рефлексивності студентів університету (у %)

Відтак за методикою Б. Басса [142], яка дозволяє оцінити тип спрямованості особистості, нами було визначено, що 44,0% ЕГ і 43,0% КГ студентів характеризуються спрямованістю на дію, 34,2% ЕГ і 33,8% КГ спрямованістю на спілкування, 21,6% ЕГ і

23,2% КГ спрямованістю на себе. Отже, слід зазначити що більшість студентів мають спрямованість на дію. У цих студентів переважають мотиви породжені самою діяльністю, захоплення процесом діяльності, прагнення до пізнання, спілкування, опанування новими вміннями. Їм властива орієнтація на співпрацю, потреба в досягненні вагомих позитивних результатів у діяльності, здатність відстоювати в інтересах справи власну позицію, корисну для досягнення спільної мети. Студент прагне до ефективної діяльності і ділового співробітництва, до міжособистісної взаємодії, але не задля спілкування як такого, а з метою досягнення якомога вищої результативності у діяльності, учінні. Такі студенти зазвичай не надто товариські, але вони вольові, рішучі, самостійні, з добре розвиненими соціально-комунікативними вміннями. Вони зацікавлені у вирішенні ділових питань, виконання роботи якнайкраще, зорієнтовані на ділове співробітництво, здатність відстоювати в інтересах справи власну думку, яка корисна для досягнення спільної мети (Рис. 2. 15).

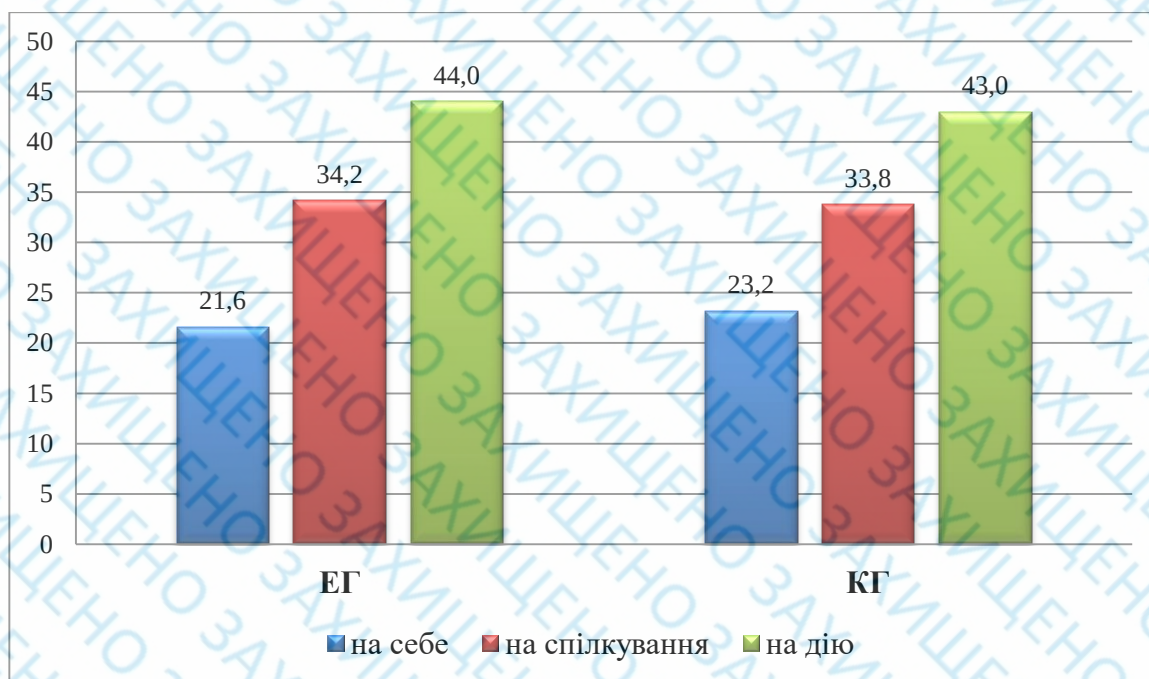


Рис. 2.15. Типи спрямованості студентів університету (у %)

Викладачі є носіями корпоративної культури, адже в основі корпоративної культури університету закладені цінності, які реалізуються через норми й правила і становлять корпоративну нормативну систему, що регулює їх поведінку. Цінності

організації трансформуються в особистісні диспозиції викладача, що сприяє мотивації його поведінки. Формування ціннісно-мотиваційної сфери впливає на корпоративну поведінку викладача університету, визначаючи моделі поведінки, які він сам обирає. Саме тому з метою виявлення рівня сформованості корпоративної культури, нами було проведено опитування серед викладачів закладів вищої освіти (Додаток В). Опитувальник містив 16 питань, до кожного із запитань пропонувалось декілька варіантів відповідей. В опитуванні прийняло участь 50 викладачів, серед яких 36,0% із загальних стажем роботи в освітніх установах – 12-19 років, 20,0% викладачів із загальних стажем роботи в освітніх установах – 30-33 роки, а також 44,0% – 7-10 років. При цьому стаж роботи в організації в якій на даний момент працює викладач коливається від 3-х до 10-ти років, а саме 3 роки – 16,0% викладачів, 7-10 років – 86,0% викладачів. Відповідаючи на питання про те, які цінності покладено в основу діяльності освітньої установи де працюють викладачі, 50,0% відповіли, що цінності декларуються безпосередньо керівником, 20,0% зазначили, що вони постійно узгоджуються й обговорюються всіма членами колективу, 16,0% наголосили на тому, що вони є надбанням усього педагогічного колективу, інші 14,0% охарактеризували їх, як загальноприйняті, характерні для всіх освітніх установ. Відносно того, як декларовані цінності організації сприймаються і поділяються більшістю викладачів, 66,0% відповіли, що декларовані цінності організації сприймаються і поділяються більшістю викладачів, але частково реалізуються ними у реальній поведінці, 34,0% викладачів зазначили, що вони повністю узгоджуються з особистісними цінностями викладачів і реалізуються ними у повсякденній діяльності у реальній поведінці. Стосовно норм і правил поведінки в освітній установі, 82,0% викладачів відповіли, що норми і правила поведінки в освітній установі де вони працюють чітко сформульовані й офіційно задекларовані в документах (наприклад, Корпоративному кодексі, Кодексі етичної поведінки та ін.), останні 18,0% впевнені, що норми і правила поведінки в освітній установі чітко сформульовані й офіційно задекларовані, але їх дотримується незначна кількість співробітників. Стосовно успіху колективу в якому зараз працюють

викладачі, 62,0% відповіли, що вони є результатом злагодженої роботи керівника і членів колективу, інші 38,0% зазначили, що успіхи колективу обумовлені спільними зусиллями мене і більшості моїх колег. Відносно того як викладачі радіють науковим і професійним успіхам один одного, 68,0% викладачів відповіли, що їм радіє більшість моїх колег, 32,0% зазначили, що тільки половина колег радіє успіхам один одного. Щодо взаємодопомоги та взаємопідтримки, 70,0% викладачів відповіли, що більшість викладачів допомагають один одному у вирішенні професійних задач і в інших справах, 30,0% у своїх відповідях зазначили, що майже половина викладачів допомагають один одному у вирішенні професійних задач і в інших справах. Про виявлення особистої ініціативи у організації де працюють опитувані викладачі, 82,0% відповіли, що в їх організації створюються всі умови, але тільки під час організації різних заходів, останні 18,0% відповіли, що в їх організації створюються всі умови, насамперед у процесі розв'язання суто професійних задач. Щодо змін та впровадження різноманітних інновацій в організації, 80,0% викладачів відповіли, що вони і більшість їх колег дізнаються з інформації, яку безпосередньо представляє керівник, або з об'яв, які розміщені на дошках, сайті установи та ін., останні 20,0% зазначили, що вони і більшість їх колег дізнаються від інших колег, по так званих «неформальних» комунікаціях. Систему комунікації (передачі інформації) в організації на думку 78,0% викладачів, слід залишити такою, якою вона є, але удосконалити систему доведення лише потрібної інформації безпосередньо до кожного співробітника, інші 22,0% вважають, що її варто залишити такою, якою вона є, без змін. Відносно взаємодії викладачів між собою 68,0% відповіли, що вони мають суто діловий характер, 32,0% зазначили їх відносини мають характер відкритості, допомоги, спільного розгляду існуючих проблем. Стосовно того кому більше викладачі довіряють під час виконання дорученої їм та іншим справи, усі викладачі відповіли, що вони більше довіряють своїм колегам, аніж собі, тому не мають заперечень, якщо їх колеги частково контролюють виконаною ними роботу. На питання анкети яке стосується оцінки викладачами спільної діяльності один з одним, 56,0% зазначили, що вони намагаються коректувати відносини з колегами

і досягти необхідного результату, інші 44,0% наголосили на тому, що у них виникає прагнення до ефективного встановлення позитивних взаємовідносин з іншими людьми і вони всіляко намагаються їх досягти, але якщо відносини шкодять справі, вони поступлюся ними. Щодо способів заохочень викладачів, 86,0% відповіли, що в їх освітній установі існують різні способи мотиваційного заохочення, зокрема подяка з боку керівництва, матеріальна винагорода, перехід на вищу посаду тощо; вони застосовуються об'єктивно і однаково для всіх, інші 14,0% зазначили, що у них складається враження, що адміністрація намагається заощаджувати способи мотиваційного заохочення викладачів. Відносно місця конфліктів у колективі та способів їх розв'язання, 62,0% викладачів вважають, що керівництво лише частково залучається до розв'язання конфліктів, у більшості випадків відбувається замовчування або уникнення конфліктів, останні 38,0% наголосили на тому, що конфлікти розв'язуються за участю лише колег, які намагаються їх вирішити без залучення керівництва. З приводу свободи вибору викладачів 82,0% зазначили, що свобода вибору в прийнятті важливих рішень часткова, як у професійній, так і громадській діяльності, інші 18,0% відповіли, що мають свободу вибору лише у професійній діяльності, стосовно інших аспектів існують обмеження з боку керівництва. За ступенем чесності під час відповідей на питання анкети, за п'ятибальною шкалою 48,0% викладачів відповіли, що були повністю відвертими, 38,0% викладачів зазначили, що майже повністю були відвертими, останні 14,0% викладачів були відвертими тільки частково.

Отже, можна дійти висновку, що цінності якими керуються викладачі декларуються безпосередньо керівником, проте їх поділяють усі члени організації. В освітніх установах де вони працюють норми і правила поведінки чітко задекларовані у відповідному офіційному документі. В колективі має місце взаємопідтримка та взаємодопомога, але вона обмежується діловим рівнем взаємовідносин, що у свою чергу є об'єднувальною основою для підтримки корпоративної культури в осередку університету.

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 товариськості, доброзичливості, усвідомлюються обов'язки щодо інших, розвиваються відносини співробітництва і взаємодопомоги.

Це дає підстави стверджувати, що залучення студентів до різноманітних видів освітньої та позааудиторної діяльності університету має забезпечувати максимальну реалізацію їх активності, самостійності, ініціативності у цій діяльності.

Виходячи з цього аналізу, природно, постає завдання проведення експерименту, спрямованого на формування корпоративної культури студентів університету.

2.2. Обґрунтування технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету

Визначення сутності, змісту й структури корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, вивчення особливостей її формування, рівнів її сформованості, ступеня розвитку окремих її складових дозволили нам розробити технологію формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

У перекладі з грецької «технологія» (tech – мистецтво, logos – поняття, вчення) – це наука про мистецтво. Свого часу до такого її тлумачення звертався Аристотель (лат. Aristotle), який, зокрема, зазначав, що «застосування мистецтва (тобто, технології) у вихованні передбачає пошук і відкриття певних «задатків» у вихованцеві, адже цілюще джерело, з якого можна нескінченно черпати,

збагачуючи процес виховання, надаючи йому певного спрямування, знаходиться не в особі вихователя, а в самій дитині, і основна мета полягає у його пошуку та встановленні з ним зв'язку» [16].

У педагогічну науку термін «технологія» був запроваджений А. Макаренком, котрий звинувачував теоретиків педагогіки у тому, що вони мало займаються питаннями педагогічної техніки. Під впливом популярної на той час рефлексології, педагог зацікавився механістичними вченнями і намагався пояснити природу педагогічного процесу за аналогією з технічним. Цим він виявив певну підтримку тогочасних спроб розглядати дитину як «сировину» для освітнього процесу, а дитячий негативізм – як свого роду «опір дитячого матеріалу». Це була поступка механістичній педагогіці. Ось як сам педагог обґрунтовував такий підхід: «Я міркував так: ми всі чудово знаємо, яку нам слід виховати людину... Отже труднощі існують не в питанні, що саме треба робити, а як робити. А це є питання педагогічної техніки...» [184, с. 46].

Ідеї щодо технологізації освіти висловлював ще Я. А. Коменський (нім. J. A. Komenský) [154], а поняття «освітня технологія» у 20-х роках минулого століття використовувалось у педології та наукових працях з рефлексології (В. Бехтерев [35], О. Ухтомський [313], С. Шацький [340; 341] та ін.).

Для 40-50-х рр. характерним є активне впровадження у освітній процес різноманітних технічних засобів, що викликало до життя новий термін «технологія освіти», який поступово модифікувався у ту саму «педагогічну технологію».

Педагогічна технологія (від грец. τέχνη – мистецтво, майстерність, уміння; λόγος – слово, вчення) розуміється як спеціальний набір форм, методів, способів, прийомів навчання та виховних засобів, системно використовуваних в освітньому процесі на основі декларованих психолого-педагогічних установок, що приводить завжди до досягнення прогнозованого освітнього результату з допустимою нормою відхилення [15, с. 9].

В психолого-педагогічній літературі та наукових дослідженнях, поняття «педагогічна технологія» трактується по-різному, зокрема як:

- проект певної педагогічної системи, який реалізується на практиці (В. Беспалько [32, с. 6]);
- системна сукупність і порядок функціонування особистісних, інструментальних, методологічних засобів, які використовуються для досягнення педагогічної мети (М. Кларін [145]);
- сукупність психолого-педагогічних установок, що визначають спеціальний вибір і конструювання форм, методів, способів, прийомів навчання, виховних засобів (схем, рисунків, діаграм); організаційно-методичний інструментарій педагогічного процесу (Г. Васянович [75], Б. Ліхачов [179]);
- впорядкована сукупність дій, операцій та процедур, що інструментально забезпечують отримання діагностованого та прогнозованого результату в умовах постійно змінюваного освітнього процесу (Б. Айсмонтас [5], В. Сластьонін [284]);
- системний, концептуальний, нормативний, об'єктивований, інваріантний опис діяльності вчителя і учня, спрямований на досягнення освітньої мети (Ф. Фрадкін [319]);
- продумана в усіх деталях модель спільної педагогічної діяльності з проектування, організації та проведення освітнього процесу з безумовним забезпеченням комфортних умов для учнів і вчителя (В. Монахов [207], В. Яременко [214]);
- знання (організовані у формі приписів), смислова структура яких спрямована на продукт діяльності, а самі вони побудовані таким чином, щоб забезпечити організацію діяльності суб'єктів освітнього процесу (І. Бех [34]);
- сфера знання, яка включає методи, засоби навчання й теорію їх використання для досягнення цілей освіти (І. Зязюн [132]);
- процес розробки і реалізації в закладі освіти педагогічного проекту спрямованого на досягнення конкретної поставленої мети, що має у своїй структурі концептуальну основу, змістову частину навчання та виховання (цілі, зміст), процесуальну, тобто безпосередньо технологічний процес (форми, методи, засоби) (С. Сисоєва [283, с. 130]).

На думку Г. Селевка, технологія навчання — це «законовідповідна педагогічна діяльність, що реалізує науково обґрунтований проект дидактичного процесу і якій притаманний більш високий ступінь ефективності, надійності та гарантованості результату, ніж традиційним способам навчання» [272].

Науковці С. Мартиненко та Л. Хоружа визначають технологію виховання як систему створення належних умов виховання, комплексного застосування методів і прийомів впливу на особистість з урахуванням її індивідуально-психологічних особливостей, рівня вихованості, що гарантує одержання передбаченого результату. Вчені зазначають, що виховна технологія — це оптимально доцільна послідовність підходів у роботі з учнями [191].

На думку С. Сисоевої, головна ідея технологізації освітнього процесу полягає у перетворенні педагогічного процесу в освітній установі на цілеспрямований процес діяльності всіх його суб'єктів. Теоретичне і практичне значення освітньої технології полягає у тому, що освітня технологія є ще одним системоутворювальним чинником освітнього процесу і освітньої діяльності, забезпечує їх цілісність, особистісну і соціально-економічну значущість [283, с. 127].

Узагальнення наведених підходів дозволило нам визначити, що характерними ознаками педагогічної технології є процеси програмування, проектування, конструювання, прогнозування, моделювання, спрямованих на упорядкування педагогічного середовища. До особливостей освітніх технологій належать такі прояви: включення великої кількості індивідів, що наділені волею та свідомістю; суб'єктивність змісту освітніх технологій (тобто обумовленість їх успіху діями суб'єктів); комплексний характер освітніх технологій тощо.

Ця думка підкріплюється позицією Г. Балла, який зазначав, що феномени, які досліджує педагогіка, в багатьох випадках розглядаються в якості соціальних феноменів та існують в якості взаємообумовлених технологічних моделей [26, с. 158]. З метою удосконалення освітнього процесу педагоги нині можуть обирати певні технології, або їх ефективно поєднувати. Але за всієї варіативності педагогічних технологій є загальні вимоги, яким вони повинні відповідати: по-

перше, будь-яка педагогічна технологія повинна забезпечувати якісне засвоєння знань; по-друге, будь-яка педагогічна технологія повинна сприяти становленню особистості.

В контексті нашого дослідження з метою теоретичного обґрунтування необхідних змін у навчанні та вихованні студентської молоді нами також застосовано метод моделювання. Завдяки чому можна наочно уявити об'єкт дослідження, проникнути в його глибину, схарактеризувати механізми формування. Дослідники феномену зазначають, що моделювання виступає як метод опосередкованого пізнання за допомогою натуральних або штучних систем, які надають можливість у визначених відношеннях заміщувати об'єкт дослідження й надавати про нього нові відомості [93]. В даному випадку можна говорити про моделювання як науково обґрунтований метод наукових досліджень систем і процесів будь-якого явища або процесу в різних сферах людського життя. Важливим принципом моделювання є збереження структурно-функціональної відповідності між моделлю та об'єктом моделювання.

В. Штофф під поняттям «модель» розуміє уявну або матеріально реалізовану систему, що відображає об'єкт дослідження, вона здатна заміщувати його таким чином, щоб її дослідження дало нам певну інформацію про цей об'єкт [346]. Тобто він розглядає її як певний об'єкт, створений з метою одержання, зберігання інформації у вигляді уявного образу, опису знаковими засобами (схемами, графіками, рисунками та ін.), або матеріального предмета, що відображає усі властивості досліджуваного об'єкта.

З точки зору В. Желанової, модель є наочним завершенням реалізації методу моделювання, який являє собою засіб, прийом пізнання, що дозволяє за допомогою штучно створеної системи відтворити іншу, більш складну систему, що є об'єктом безпосереднього дослідження [124, с. 191].

Учена В. Тернопільська, у своїх наукових розвідках розглядає різні види моделей, які використовуються у професійній освіті. Найбільш значущими на її думку є: прогностична модель для оптимального розподілу ресурсів і конкретизації цілей; концептуальна модель, заснована на інформаційній базі даних і програмі дій;

інструментальна модель надає змогу підготувати засоби виконання; модель моніторингу забезпечує створення механізмів зворотного зв'язку та способів коригування можливих відхилень від очікуваного результату; рефлексивна модель слугує засобом вирішення неочікуваних ситуацій; структурна модель характеризує складну структуру складного об'єкта, що складається з окремих частин між якими існує зв'язок, що не піддається кількісній обробці; функціональна модель - у котрій величини, які характеризують досліджуване явище або об'єкт, виражаються у кількісному значенні та відображають послідовність дій, що відбувається в об'єкті [302].

Відтак, моделювання є необхідною умовою існування моделі, образним відтворенням характерних ознак досліджуваного об'єкта, спеціально створеного для його вивчення, а модель є знаряддям пізнання та засобом, метою і кінцевим результатом моделювання процесу формування корпоративної культури студентів.

Дослідниця К. Гнезділова, моделі корпоративної культури класифікує за: видом (матеріальні, ідеальні, предметні, символічні); формою відображення дійсності (механічні, логічні, математичні); предметом дослідження (фізичні, хімічні, технічні тощо); завданням дослідження (евристичні, прогностичні); природою явищ (соціальні, економічні, психологічні, біологічні); властивостями відображення (функціональні, інформаційні, системні); ступенем точності (наближені, точні, достовірні, можливі тощо); обсягом (повні, неповні); способом вираження (знакові, матеріальні, графічні, схематичні) [95].

З огляду на те, що корпоративна культура як соціокультурний і педагогічний феномен недостатньо вивчений, в наукових джерелах існують різні підходи щодо уявлення моделі формування корпоративної культури студентів закладів вищої освіти та її структурних компонентів. Так, дослідник Е. Шейн у своїх дослідженнях пропонує трирівневу модель, відповідно до якої структура корпоративної культури студентської молоді може аналізуватися на трьох рівнях: артефакти, засвоєні цінності, базові уявлення (Рис. 3.1) [344, с. 212].

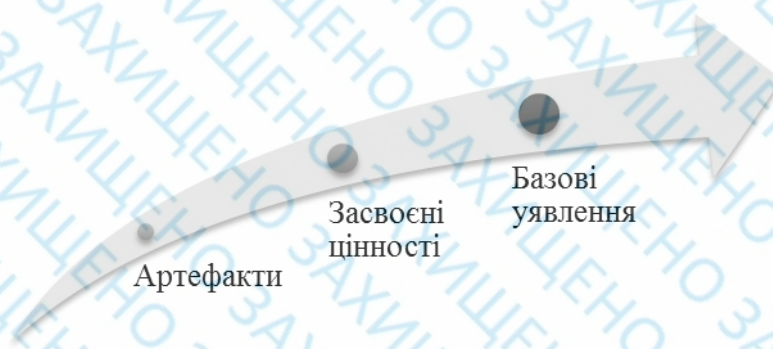


Рис. 3.1. Модель корпоративної культури за Е. Шейном

Найбільш глибоким рівнем корпоративної культури на його думку виступають базові уявлення, які є підсвідомими і знайомими для усіх суб'єктів освітнього процесу, що варіювання поведінки в межах цієї культурної одиниці мінімізується. Проміжним рівнем корпоративної культури є усталені цінності вищого навчального закладу, які мають позитивне схвалення усіма членами освітньої організації. Задані цінності визначають соціальні норми, які усвідомлюються студентами та співробітниками і регулюють їх поведінку. Останній рівень «артефакти» є поверхневим за своєю сутністю тому, що на ньому можна побачити, почути і відчувати всі ті події, що відбуваються під час входження у нове незнайоме для індивіда культурне середовище. На цьому рівні знаковими є зовнішні прояви корпоративної культури університету, які виражаються через способи вербальної та невербальної взаємодії, стиль поведінки, клімат, імідж організації, дизайн приміщень, ритуали тощо.

Згідно поглядів Г. Джонсона (англ. G. Johnson) модель корпоративної культури закладу вищої освіти включає в себе наступні складові елементи: структуру влади, організаційну структуру, систему контролю, ритуали, символи, міфи та історію. На його думку дана модель відображає найбільш значущі зовнішні елементи закладу вищої освіти [369].

Модель корпоративної культури закладу вищої освіти, запропонована Г. Хаєтом презентована як багаторівневе утворення, що складається з трьох рівнів. На першому рівні знаходиться мораль як важлива якість особистості. На другому рівні знаходяться сенс життя і діяльності, третій рівень містить набір цінностей,

переконань, уявлень та установок суб'єктів закладу вищої освіти. Таким чином, перший рівень моделі корпоративної культури характеризується мотиваційними установками, що зумовлюють трудову поведінку. На другому рівні знаходяться задекларовані місія, візія, ділові принципи, на третьому – зовнішні прояви корпоративної культури вищого навчального закладу (гімн, прапор, герб, імідж закладу вищої освіти, ритуали тощо) [161, с. 113].

Специфічною ознакою моделі є циклічність процесу впливу елементів корпоративної культури один на одного, а саме: першого рівня на другий, другого на третій, третього на перший з повторенням дій циклічного процесу.

Запропонована науковцем О. Андомінім модель корпоративної культури закладу вищої освіти представляє складові елементи: філософія університету, організаційні цінності, норми та правила поведінки, історія університету та його культурні традиції, психологічний клімат, корпоративні комунікації, стиль управління, імідж, а також засоби виокремлених складових елементів корпоративної культури: кодекс, місія, візія, політика ЗВО, правила внутрішнього розпорядку, історичний музей університету, особистісні відносини між суб'єктами освітнього процесу, доступність та відкритість інформації, засоби і способи міжособистісної комунікації, організація і структура управління вищим навчальним закладом, імідж та дизайн університету, символіка, атрибутика [10, с. 84].

Зокрема, модель корпоративної культури студента закладу вищої освіти слід розглядати як уявну або матеріальну реалізовану систему, що відображає об'єкт дослідження, вона здатна замінювати його таким чином, щоб її дослідження дало нам певну інформацію про цей об'єкт.

Отже, основним завданням розвитку педагогічних технологій сьогодення є розробка шляхів результативного та раціонального цілеспрямованого педагогічного впливу; застосування технологізації як способу оптимізації освітнього процесу. Будь-яка технологія являє собою алгоритм реалізації певних процесів. При такому підході головними складовими змісту технологізації виступають: розмежування процесу на внутрішні етапи, фази; визначення

поетапності дій; визначення алгоритму виконання всіх технологічних операцій; координація зусиль всіх підрозділів; корекція дій залежно від змін у цьому процесі.

Узагальнюючи вищезазначені наукові підходи з проблеми технологізації освіти, розроблено технологію формування корпоративної культури студентів університету. Під *технологію формування корпоративної культури студентів університету* будемо розуміти систему поетапного розгортання освітнього процесу в єдності змісту, принципів, форм, методів, організаційно-педагогічних умов взаємодії його суб'єктів, що забезпечує підвищення рівня їх корпоративної культури.

Логіку моделювання авторської технології ми будемо згідно з науковими підходами Г. Селевка щодо структури педагогічної технології, яка містить такі компоненти: концептуальну основу, змістову, процесуальну частини [272].

Відтак, *технологізацію формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету* ми будемо розглядати як технологічне забезпечення даного процесу, а саме: розробку операційних блоків, що містять мету, завдання, конкретизацію змісту компонентів означеної технології: 1) концептуальний – відтворює мету, завдання, принципи (гуманізації, природовідповідності, демократичності, культуровідповідності, особистісно-орієнтованого навчання, цілісності, єдності навчання, виховання і розвитку, опори на власний досвід, співпраці, науковості, активності, індивідуалізації, системності та послідовності тощо), підходи реалізації технології (гуманістичного, культурологічного, акмеологічного, компетентнісного, аксіологічного, діяльнісного, системного, середовищного, технологічного); 2) змістовий – охоплює зміст освітнього процесу щодо формування корпоративної культури студентів; 3) процесуальний – визначає послідовність етапів формування досліджуваної проблеми (орієнтувально-мотиваційний, організаційно-пізнавальний, контрольно-оціночний), сукупність форм, методів, способів та прийомів освітнього процесу, що забезпечують успішне формування показників корпоративної культури студентів університету. Визначено етапи які дозволяють послідовно впливати на розвиток кожного з компонентів (мотиваційного-ціннісного, когнітивного,

діяльнісного, рефлексивного) формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету (Рис. 3. 2).

Перший етап (*орієнтувально-мотиваційний*) розглядається нами як «входження» студента в освітнє середовище університету й корпоративну культуру зокрема, та передбачає досягнення таких цілей: усвідомлення студентами значущості знань, умінь щодо корпоративної культури особистості; формування корпоративної культури як особистісної цінності. Основними завданнями орієнтувально-мотиваційного етапу була адаптація студентів до освітнього середовища університету; формування у них мотивів і цінностей корпоративної культури, певна переорієнтація оволодіння знаннями з корпоративної культури з метою використання їх в процесі майбутньої професійної діяльності.

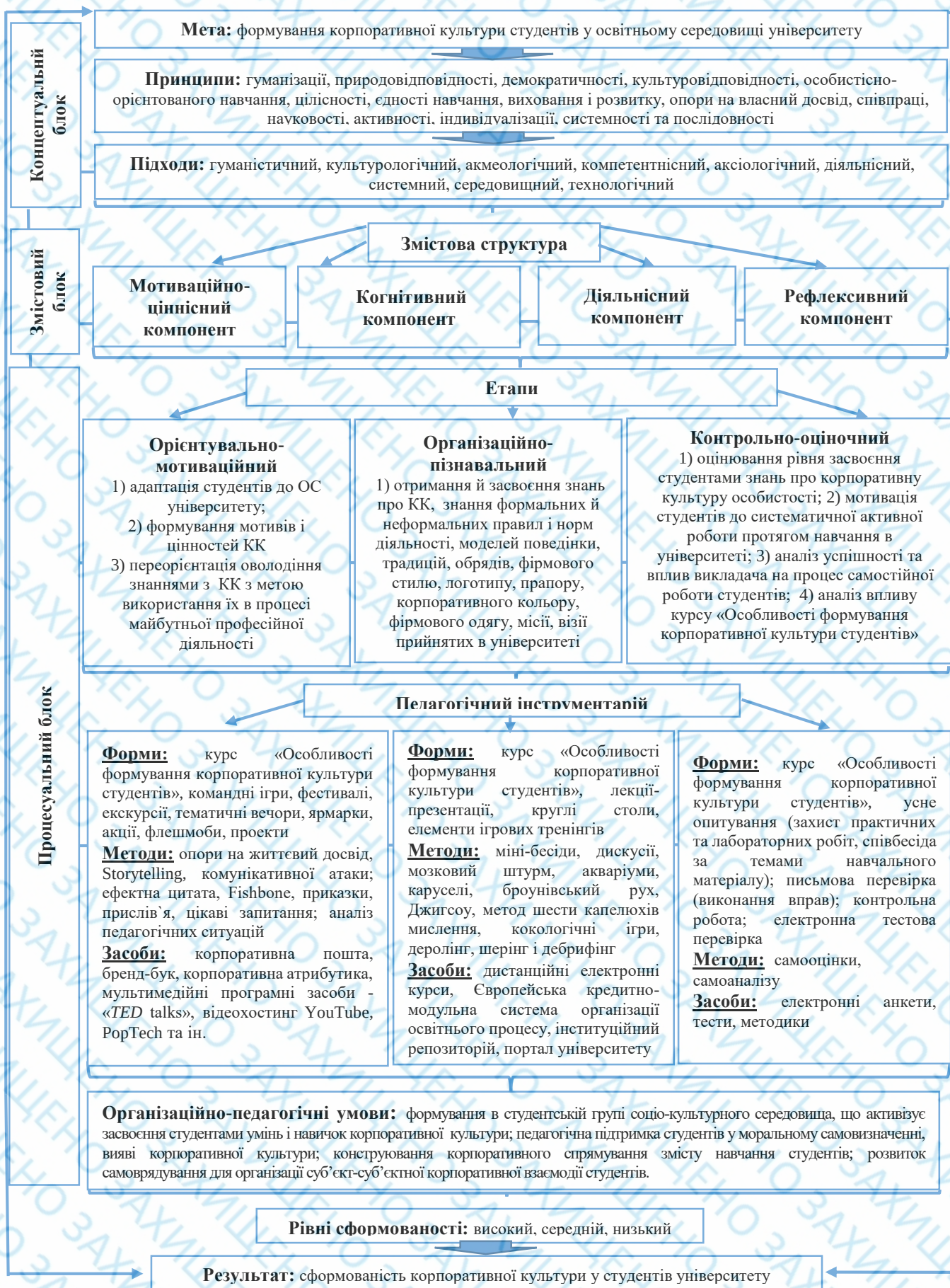


Рис. 3. 2. Схема технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету

Другий етап (*операційно-пізнавальний*) є логічним продовженням орієнтувально-мотиваційного етапу та включав досягнення таких цілей: отримання й засвоєння знань про корпоративну культуру особистості, знання формальних й неформальних правил і норм діяльності, моделей поведінки, традицій, обрядів, фірмового стилю, логотипу, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, місії, візії прийнятих в університеті. Так, на означеному етапі реалізації технології впроваджувалися визначений зміст, форми, серед яких провідною є авторський курс «Особливості формування корпоративної культури студентів»), методи спрямовані на оволодіння студентами знаннями, уміннями та навичками щодо корпоративної культури.

Третій етап (*контрольно-оціночний*) є логічним продовженням попередніх етапів технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Мета контрольно-оціночного етапу полягала в удосконаленні та набутті досвіду використання корпоративних знань, умінь і навичок; оцінці, самооцінці та самокоригуванні.

Основними завданнями контрольно-оціночного етапу є: оцінювання рівня засвоєння студентами знань про корпоративну культуру особистості; мотивація студентів до систематичної активної роботи протягом навчання в університеті; аналіз успішності і вплив викладача на процес самостійної роботи студентів; аналіз впливу курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів» на ефективність оволодіння студентами університету знаннями, уміннями, навичками корпоративної культури.

Успішне формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету здійснюватиметься за таких організаційно-педагогічних умов: формування в студентській групі соціо-культурного середовища, що активізує засвоєння студентами умінь і навичок корпоративної культури; педагогічна підтримка студентів у моральному самовизначенні, вияві корпоративної культури; конструювання корпоративного спрямування змісту навчання студентів; розвиток самоврядування для організації суб'єкт-суб'єктної корпоративної взаємодії студентів.

Освітнім результатом втілення технології стане сформованість корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Змістовим ядром технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є розроблений авторський курс «Особливості формування корпоративної культури студентів», який було використано як додатковий четвертий модуль до обов'язкової дисципліни «Університетські студії», для студентів всіх спеціальностей, що навчаються на першому бакалаврському рівні освіти.

Метою курсу є усвідомлення студентами сутності корпоративної культури особистості, а також стимулювання потреби професійного саморозвитку майбутнього викладача (Додаток К).

Завдання курсу полягають в:

- ознайомленні студентів з сутнісними ознаками корпоративної культури особистості та її структурними компонентами;
- сприянні розвитку умінь та навичок щодо корпоративної культури;
- засвоєнні знань з методологічних особливостей формування «корпоративної культури особистості» та опанування способами та засобами створення толерантного освітнього середовища в університеті;
- оволодінні навичками самостійної розробки проектів тренінгових клубів з формування «корпоративної культури особистості»;
- розвитку творчості та креативного мислення студентів.

В основу моделювання змісту розробленої нами робочої навчальної програми з формування корпоративної культури особистості було покладено нагальні потреби суспільства та вимоги, які воно ставить перед майбутніми педагогами. Вони виражені у загальних принципах формування змісту робочої навчальної програми, а саме відповідно до змісту сучасного розвитку науки, а також реалізації зв'язку дисципліни з життям у сучасному полікультурному суспільстві. Обумовлення вибору матеріалу для нашої робочої навчальної програми – був ступінь його доступності як за теоретичним рівнем, так і за можливістю практичної реалізації.

Під час відбору змістового наповнення робочої навчальної програми ми керувалися наступними комплексними критеріями відбору: виховна

спрямованість змісту програми; орієнтованість змісту програми на розвиток пошукової діяльності, розвитку творчого мислення та креативності студентів; взаємообумовленість пізнавальної інформації та практичних робіт, закладених у змісті робочої навчальної програми; логічність викладу навчального матеріалу, послідовність та наступність; врахування потреб сучасного ринку праці під час розробки лекційних, семінарських занять та завдань на самостійне опрацювання.

Розроблена робоча навчальна програма курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів» передбачає цілеспрямоване послідовне формування духовної освіченості, рефлексії та толерантної, відповідальної поведінки студентів університету, а також добір ефективних форм, методів та засобів формування в студентів корпоративної культури.

Запропонований курс містить в собі міжпредметні зв'язки з такими навчальними дисциплінами, як «Філософія», «Психологія», «Менеджмент», «Тренінг розвитку комунікативної компетентності майбутніх викладачів», «Педагогічна майстерність», «Університетські студії: Лідерствослужіння», «Університетські студії: Вступ до спеціальності», «Університетські студії: Я – студент», та ін. Також курс містить теоретичну та практичну частини, представлені лекційними заняттями та семінарами, самостійною роботою студентів. Використання міжпредметних зв'язків під час вивчення цього курсу, спрямованого на формування корпоративної культури студентів, забезпечує формування знань, умінь та навичок студентів з урахуванням майбутньої професійної діяльності.

Робочу навчальну програму розробленого курсу укладено згідно з вимогами кредитно-модульної системи організації навчання. Програма визначає обсяг знань, які повинен опанувати студент відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритм вивчення навчального матеріалу курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів» [64], необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

В змісті робочої навчальної програми виокремлено теоретичні питання лекційних та семінарських занять, завдання для самостійного опрацювання, пропонується перелік тем для виконання індивідуально навчально-дослідного

завдання, список рекомендованих джерел, а також перелік питань до заліку. Загалом курс «Особливості формування корпоративної культури студентів» розрахований на 72 години, з них 16 годин лекційних занять, 12 годин – семінарські заняття, 4 години – індивідуальна робота, 36 годин – самостійна робота, 4 години – модульний контроль. Формою підсумкового контролю є – залік (Додаток К).

Розв'язання завдань *I етапу* технології (*орієнтувально-мотиваційного*), здійснювалось в об'єктивних умовах освітнього середовища університету, що забезпечувало актуалізацію мотиваційного, смислового, суб'єктного, рефлексивного потенціалу авторського курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів». У форматі окресленого курсу було використано різноманітні методи, засоби, що слугували розвитком мотиваційної спрямованості студентів щодо оволодіння ними знаннями, уміннями, навичками корпоративної культури.

Так, на означеному етапі впровадження технології з метою формування позитивної мотивації у студентів та поглиблення їх знань з корпоративної культури використовувався *метод опори на життєвий досвід*, який полягав у наведенні фактів, явищ, прикладів з подій власного життя, а також *метод Storytelling* (мистецтво розповідати історії), використовувався на заняттях з метою навчання, керування шляхом створення асоціативного ряду, донесення змісту повідомлення шляхом стимулювання емоційної сфери студентів та викликання у них співпереживання шляхом розповіді історій успіху відомих людей, науковців щодо організації корпоративного управління, командної взаємодії, мотивації суб'єктів освітнього процесу та організації загалом, реалізації методологічних засад розвитку лідерського потенціалу членів окремої організації.

В контексті реалізації означеного методу застосовувалися мультимедійні програмні засоби, як от канал «TED talks», відеохостинг YouTube, PopTech та ін., за допомогою яких студентам було продемонстровано спічі відомих науковців та людей загалом, рекламні ролики успішних компаній із розвиненою корпоративною культурою, відео-фрагменти з художніх фільмів заснованих на реальних подіях, які надихають і надають мотиваційний заряд, а також демонстрація кадрів з фільму

«Про Університет» до якого входять презентації структурних підрозділів Київського університету імені Бориса Грінченка, що у свою чергу викликало у студентів інтерес, зацікавлення та бажання пізнати сутність спостережуваних явищ.

Окрім зазначеного, з метою підвищення мотивації студентів до оволодіння знаннями та уміннями щодо корпоративної культури, нами було використано *метод комунікативної атаки*, як активізуючого чинника підвищення уваги студентів до досліджуваної проблеми. З метою організації комунікативної атаки було використано такі прийоми, як: ефектна цитата, прийом Fishbone, приказка, прислів'я, цікаве запитання («Корпоративна культура закладу вищої освіти: сучасна вимога чи необхідність?», «Корпоративна культура – запорука відкритого та чесного міжособистісного спілкування?», «Чи всі люди здатні до командної роботи?»), розповідь притчі.

Доцільним на цьому етапі є використання *методу аналізу педагогічних ситуацій*, зокрема «ситуацій-антиподів», що застосовувалися у вигляді текстів для виявлення смислів, тобто як елементи смислотехнік.

Також в межах реалізації курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів», студентську молодь було залучено до участі в командних іграх, як от: «Поводир», «П'ять кроків до успіху», «Циферблат» з метою розвитку навичок тимбілдингу та підвищення у студентів бажання працювати в команді.

Аналіз складових освітнього процесу Київського університету імені Бориса Грінченка дав змогу виявити, що на означеному етапі впровадження технології формування корпоративної культури студентів, важливе місце належить проведенню в стінах університету днів відкритих дверей, де абітурієнтам надають інформацію про особливості та переваги навчання та позааудиторної діяльності в університеті, презентують «Путівник абітурієнта». Всебічна інформація про університет пропонується у концертному форматі, яскраві концертні номери за участю студентів-грінченківців, які запрошують старшокласників приєднатися до грінченківської родини.

Однією з форм реалізації зазначеного етапу є також посвята у студенти, під

час якої студенти ознайомлюються із гімном університету, його місією, візією, гаслом, корпоративною атрибутикою. Ректор університету вручає першокурсникам символічний «Студентський квиток» та своїм вітальним словом налаштовує їх на плідну співпрацю. Адаптувавшись до внутрішніх умов освітнього середовища університету, студенти беруть участь в щорічному фестивалі першокурсників «Ось ми які!», на якому студенти перших курсів та команда Студентської ради обираючи тематичну основу виступу влаштовують яскраве дійство в актовому залі Університету Грінченка й представляють різноманітні креативні постановки, комедійні та музичні виступи.

Започатковано також проведення такого щорічного заходу, як «Grinchenko Educational Talks» – розважально-пізнавальний захід для старшокласників, що спрямований на поширення інформаційно-рекламної інформації про університет Грінченка. Серед фестивалів які проходять в стінах університету слід також виокремити щорічний фестиваль освітнього лідерства «CLEVER» в організації якого активну участь беруть співробітники Навчально-наукового центру культури лідерства. Фестиваль організовується для всіх, хто викладає та цікавиться лідерством у вищій освіті. В рамках фестивалю проходять панельні дискусії на тему: «Як викладач може підготувати фахівця до ринку праці майбутнього?», «Який педагог потрібен сьогодні?» із залученням представників влади, адміністрації закладів вищої освіти, викладачів та студентів, а також лінійки майстер-класів від тренерів-практиків: освітнє лідерство: починаємо з себе. (тематика майстер-класів зорієнтована на особистості викладача, питаннях його особистісного розвитку, профілактики професійного вигорання, збереженні психічного здоров'я тощо); ефективна команда: міфи і можливості. (тематика майстер-класів зорієнтована на питаннях можливостей, інструментів побудови та роботи в команді як з колегами, так і зі студентами); студенти XXI століття: лайфхаки взаємодії (тематика майстер-класів спрямована на обмін досвідом щодо інноваційних методів викладання та розвиток комунікативних навичок викладачів, що сприятимуть їхній ефективній взаємодії зі студентами)); Softskills – вимога сучасності; освітні тренди у викладанні; сучасні практики міжнародної діяльності

викладача; кращі практики від викладачів та ін.

Слід також відмітити започаткування в стінах університету школи Академічної доброчесності, в рамках якої у структурних підрозділах університету проводяться заходи спрямовані на утвердження принципів академічної доброчесності серед студентів, аспірантів, докторантів і молодих вчених Університету. А також грінченківської зимової школи для студентів, магістрантів, аспірантів та докторантів у галузі знань «Освіта/Педагогіка», діяльність якої спрямована на збагачення професійних знань молодих науковців щодо обраного ними фаху.

На орієнтувально-мотиваційному етапі для формування позитивної мотивації у студентів та поглиблення їх знань з корпоративної культури в університеті проводяться «Дні факультету», тижні кафедр, під час яких студентів залучають до організації та проведення різноманітних флешмобів, виставок, ярмарок, аукціонів, майстер-класів. За тиждень до «Дня університету» який співпадає із річницею від дня народження Бориса Грінченка в університеті розпочинається грінченківська декада, в межах якої на загальноуніверситетському та на рівні структурних підрозділів проходять тижні певного навчального предмета, тижні кафедри, арт-виставки, тематичні гостьові заходи, мистецькі проекти, урочисті вечори, турніри, марафони, конкурси студентських наукових робіт, гостьові лекції, наукові семінари, студентські наукові Грінченківські читання, круглі столи, авторські студії, квести, фестивалі студентських творчих проектів, засідання студентських наукових гуртків, екскурсії в музей Бориса Грінченка для науково-педагогічних працівників, тренінги, вернісажі, конкурс на кращу інтерпретацію слів «Словник Бориса Грінченка і сучасність», вікторина «Ми – грінченківці», виставки-презентації до Дня народження Бориса Грінченка та ін. Завершується грінченківська декада концертною програмою присвяченою Борису Дмитровичу Грінченку, на якому ректор університету відзначає провідних викладачів вищою університетською нагородою – медаллю Бориса Грінченка, а кращих студентів – іменною стипендією Бориса Грінченка.

Окрім зазначеного, з метою підвищення мотивації студентів до оволодіння

знаннями та уміннями щодо корпоративної культури, в Київському університеті імені Бориса Грінченка проводять щорічні Грінченківські читання «Борис Грінченко – відомий і невідомий», де проходить дискусії на тему постаті Бориса Грінченка та українського громадського руху, його педагогічної діяльності, художньої, лексикографічної, етнографічної та фольклористичної спадщини, а також звучить багато віршів про Грінченка та перекладів, які він зробив.

Об'єднуючим чинником, що також сприяє формуванню у студентів корпоративної культури як особистісної цінності є змагання команд КВК за кубок ректора. Студенти об'єднуючись в команди готують гумористичні номери та презентують їх перед журі. Серед змагань, що також проходять в університеті слід відзначити конкурс Miss & Mister Grinchenko University, який проходить весною, дівчата та хлопці можуть здобути перемогу за сьома титулами (глядацькі симпатії, креативність, інтелект, чарівність, артистичність, елегантність, тендітність).

Такі форми роботи покликані виховувати новий тип сучасної молодшої людини, патріотично налаштованої, духовної, цілеспрямованої й спроможної вільно обирати життєвий шлях, фізично активної та спортивно підготовленої.

Розвитку інтересу до корпоративної культури може правити така форма організації позааудиторної діяльності як участь в соціальному проекті «З Києвом і для Києва». Соціальний проект створює умови для індивідуальної самореалізації студентів та їх активної участі у громадському житті столиці. Соціальний проект «З Києвом і для Києва» – це проект, спрямований на задоволення освітньо-розвивальних, культурно-дозвіллевих, спортивно-оздоровчих запитів та потреб мешканців столиці на безоплатній основі, поліпшення психологічного клімату серед громадян міста. Соціальний проект створює умови для індивідуальної самореалізації студентів та їх активної участі у громадському житті столиці.

Мета проекту – створення та функціонування цілісного соціокультурного середовища, здатного задовольнити освітні, розвивальні, соціально-психологічні потреби та інтереси мешканців, як окремих мікрорайонів так і міста в цілому. Завдання проекту: задовольняти соціальні запити населення столиці шляхом залученням кадрового потенціалу професорсько-викладацького складу,

студентської молоді Київського університету імені Бориса Грінченка; формувати ефективну дозвілєву культуру киян через організацію і проведення культурно-масових заходів: свят, вечорів, зустрічей, конкурсів, фестивалів; сприяти розвитку творчих, пізнавальних, естетичних здібностей різних вікових категорій населення у предметних гуртках, клубах, студіях, курсах через систему організації сімейного дозвілля в мікрорайонах міста; сприяти фізичному розвитку та зміцненню здоров'я різних цільових груп шляхом використання університетської спортивної бази: спортивні свята, ігри, секції; здійснювати соціально-психологічний патронат з метою збереження психологічного здоров'я (індивідуальні та групові консультації, тренінги, круглі столи, диспути, семінари тощо. Формами реалізації проекту виступають клуби за інтересами; творчі майстерні, студії, гуртки; тренінгові заняття; школи (школа здоров'я, школа жіночого лідерства, психологічна школа); бесіди; ігротеки; концертні програми; семінари; консультації тощо.

Цінність тематичного вечора полягає насамперед у тому, що в його підготовці та проведенні беруть участь самі студенти. Обираючи тему, запрошуючи гостей, оформлюючи приміщення, готуючи книжкову виставку чи номер художньої самодіяльності, підбираючи кінофільми тощо, вони мають змогу виявити свою ініціативу, самостійність, ерудованість. Тематичний вечір найчастіше буває суспільно-політичним (присвяченим державним святам, пам'ятним датам, політичним подіям) або патріотичним (до історичних дат).

Вечір запитань і відповідей – це цікавий, динамічний спосіб пояснення студентам різноманітних питань діяльності університету, його культури, ритуалів, традицій, обрядів тощо. На тематичних вечорах, вечорах питань і відповідей використовують різні методи і засоби впливу на студентів: виступи запрошених гостей, демонстрування кінофільмів, художню самодіяльність. Усе це дає можливість зробити вечори цікавими, виховну інформацію зрозумілою, переконливою, насиченою яскравими прикладами з життя. Як правило, такі вечори група готує самостійно: студенти пишуть оголошення про майбутній вечір, виготовляють скриньку для збору запитань, зошит для записування питань та пропозицій, оформлюють приміщення, книжкові вітрини, добирають кінофільми,

готують номери художньої самодіяльності [239].

Формуванню корпоративної культури студентів університету сприяє також участь студентів в роботі Міжнародної академії лідерства служіння «International Servant Leadership Academy», метою якої є ознайомлення учасників з основними принципами лідерства-служіння, а також, що є більш важливим, яким чином вони можуть використовувати ці знання та уміння у щоденному житті. Провідним завданням академії є показ того, що лідерство служіння працює та приносить вагомі результати, що в Україні можна знайти компанії, в яких команда співробітників перетворюється на сім'ю, де піклуються один про одного та про громаду, де керівник є лідером, а співробітники – друзями.

Отже, результатом роботи на означеному етапі стало зростання мотивації студентів щодо опанування та поглиблення знань з корпоративної культури під час аудиторної та позааудиторної діяльності університету.

В якості основних методів розробленої технології на *II етапі* технології (*операційно-пізнавальному*) використовувалися лекції, круглі столи, елементи ігрових тренінгів, міні-бесід, дискусії, мозковий штурм, акваріуми, каруселі, Броунівський рух, метод Джигсоу, метод шести капелюхів мислення, кокологічні ігри, деролінг, шерінг і дебрифінг.

Розглянемо детально використання в експерименті – лекції. Нами використовувалися різні типи лекцій, а саме: лекції-дискусії, лекції-презентації. Однією з них була лекція-дискусія, яка була проведена в рамках розробленого авторського курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів» при вивченні теми 3. «Становлення та розвиток корпоративної культури». Під час лекції студенти ознайомлювалися з історичними фактами виникнення корпоративної культури, визначними науковцями, що присвятили свої праці означеній проблематиці. Лекція-дискусія передбачала безпосередній контакт з аудиторією, активізувала пізнавальну діяльність студентів, надала можливість вільного обміну думками в проміжках між розділами викладу навчального матеріалу.

Також нами застосовувалися лекції-презентації, які супроводжувалися

демонстрацією інформації із заданої теми у вигляді таблиць, схем, текстів, що використовувалися при читанні лекції. Запам'ятовуючи окремі символи, схеми, поняття, студенти фактично запам'ятовували їх розшифрування і структурно-логічний зв'язок. Крім цього, лекція-презентація допомогла студентам пристосуватись до нових умов навчально-виховної діяльності (часто студенти механічно записують інформацію, не вдумуючись у зміст матеріалу, який повідомляє лектор), оскільки на слайдах, що демонструються студентам, навчальний матеріал вже структуровано і містить конкретні положення, висновки.

Окрім зазначеного, з метою удосконалення лекції ми домагалися посилення інтенсивності зворотнього зв'язку. Відтак, використовували різні способи, описані в літературі: вибіркове опитування студентів на початку лекції (перевірка домашнього завдання), опитування різних за рівнем успішності студентів після завершення розгляду вузлових питань теми лекції, фронтальний контроль з використанням електронних анкет, де з розглянутих на лекції питань треба було вибрати правильні відповіді, та інші. Найбільш інформативним і найменш трудомістким способом, що його ми продовжуємо практикувати і розвивати, був трихвилинний бліц-тест та бліц-опитування на тему: «Чи знаєш ти що таке корпоративна культура?», що проводився за 7-10 хвилин до закінчення лекції. Студентам пропонувалися завдання, при вирішенні яких вони повинні були виявити розуміння головних положень, розглянутих на лекції. Відповідь часто зводився до кількох головних висновків або залежностей, що подавалися за допомогою дуже скороченої й спрощеної символічної форми запису. Запровадження елементів активізації пізнавальної діяльності допомогло дещо поживити традиційну лекцію й зробити її придатною для використання в умовах диференційованого підходу до організації освітнього процесу в університеті.

Серед ефективних методів формування корпоративної культури студентів, що застосовувалися нами на практичних заняттях з курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів» в межах реалізації II етапу технології (операційно-пізнавальному), слід також виокремити елементи тренінгів: «Робота в команді», «Цінності як ядро корпоративної культури», «Корпоративна

культура та етика», «Шляхи подолання конфліктів», «Якби я був..., щоб я зробив», «Корпоративна культура – запорука успіху роботи команди», «Корпоративна культура могутній і потужний інструмент управління персоналом» тощо. Метою цих тренінгів було осмислення студентами сутності корпоративної культури особистості, її ролі як складової професіоналізму майбутнього фахівця; сприяння розвитку здатності до міжособистісної взаємодії в контексті суб'єкт-суб'єктних відносин, а також формування у студентів якостей толерантної особистості. Завдання – набуття вмінь та навичок корпоративної культури й тісно пов'язаних з нею особливостей.

На наше переконання використання тренінгового методу в процесу формування корпоративної культури студентів що має ряд переваг, а саме: групові методи роботи допомагають осмислювати та вирішувати будь-які поставлені перед студентами завдання; спільна мета зближує і настає усвідомлення того, що це стосується не тільки тебе; у групі студентів є можливість ідентифікувати себе з іншими людьми; тренінг надає можливість почути погляди інших на певну проблему та співставити їх зі своїм баченням проблеми; групова робота сприяє самоаналізу поведінки людини в певній ситуації, а також надає можливість експериментувати зі стилями, манерою та моделями поведінки, під час тренінгу одночасно відбувається, по-перше, передача знань і самостійний пошук способів і оволодіння технологіями та алгоритмами вирішення поставлених навчальних завдань; формування та вироблення певних професійних умінь; розвиток особистості майбутнього фахівця; формування у студентської молоді толерантності до інших суб'єктів освітнього процесу, а також поглядів та думок інших.

Ще одним методом, що було використано нами в межах курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів», була *міні-бесіда* зі студентами на тему: «Історія становлення та розвитку нашого університету», «Мій університет – найкращий», а також *проблемні лекційно-дискусійні заняття* на тему: «Мораль як основа корпоративної культури», які дозволили: сформувати позитивну емоційну установку студентів у відношенні до себе, навколишньої дійсності, усіх суб'єктів

освітнього процесу; підвищити рівень їх корпоративної культури.

Доцільність використання міні-бесід у процесі формування корпоративної культури студентів зумовлювалась тим, що міні-бесіда активізує педагогічний процес, стимулює студентів до мислення, аналізу, переосмислення, допомагає структурувати вже отриману інформацію. Проведення бесід дає можливість виносити на обговорення важливі запитання, які спонукають студентів до розмови, залучає їх до оцінки подій, вчинків, явищ суспільного життя. Для того, щоб міні-бесіда дала позитивний результат, педагог повинен обґрунтувати тему в доступній формі для засвоєння матеріалу, формулювати питання таким чином, щоб вони спонукали до розмови.

На даному етапі впровадження розробленої технології з метою закріплення набутих студентами знань з корпоративної культури, використовувалися *дискусійні форми роботи* (диспут на тему: «Корпоративна культура: сучасна філософія успішного університету», експрес дебати: «Корпоративна культура та корпоративний кодекс – основа внутрішніх комунікацій?»).

Перед проведенням дискусії студента було озвучено ряд вимог до участі в ній, а саме:

1. наявність належного рівня підготовленості (вільне володіння матеріалом, здатність використовувати різні джерела для аргументації відстоюваних позицій).
2. правильне вживання понять, які використовуватимуться у ході обговорення, їх усвідомлене розуміння.
3. коректна поведінка, неприпустимість висловлювань, які б ображали опонентів.
4. активна участь всієї групи.

У межах цього етапу під час проведення семінарських занять з курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів», нами також було використано *метод мозкового штурму* з теми «Етимологія поняття корпоративна культура: історичний та культурний контексти», де студентам було запропоновано назвати слова, що асоціюються у них з поняттям «корпоративна культура».

У нашому розумінні, використання методу мозкового штурму в процесі

формування корпоративної культури студентів університету сприяє розвитку критичного мислення, дає можливість визначити власну позицію, формує навички відстоювати свою думку, поглиблює знання й бажання розібратися у обговорюваній проблемі. Структуру семінарського заняття з використанням методу мозкового штурму подано у (Додатку Т).

З поміж низки цікавих методів формування корпоративної культури студентської молоді, нами також було реалізовано *метод круглого столу* з теми «Що таке корпоративна культура і як вона на вас впливає?», «Корпоративні культура: шлях до самовдосконалення та самореалізації», «Корпоративна культура та студентське середовище», які використовувалися з метою обговорення складних теоретичних проблем корпоративної культури та обміну міжнародним досвідом. Цінність такого методу в процесі формування корпоративної культури студентів насамперед полягає в сприянні вироблення в них здатності поважати думки інших, краще їх розуміти.

Акваріуми, Броунівський рух, Джигсоу, Кокологічні ігри, Деролінг, шерінг і дебрифінг, Карусель, ми репрезентуємо як самостійні форми організації процесу формування корпоративної культури студентів, хоча можливе їх використання і як методів навчання. Їх мета співвідноситься з провідною метою розробленої нами технології формування корпоративної культури студентів університету, що полягає у формуванні сукупності знань, умінь, навичок корпоративної культури.

Слід зазначити, що на окресленому етапі ефективному формуванню корпоративної культури студентів Київського університету мені Бориса Грінченка, слугують такі форми організації освітнього процесу, як участь студентів у: студентських олімпіадах; конкурсах; роботі студентського наукового товариства; дослідницьких проектах; конференціях; студентська інтелектуальна гра-турнір «Scrabble»; коучинги; вечори запитань і відповідей.

Що на наше переконання передбачає самостійному вирішенню проблем життєдіяльності студентської групи, стає структурною частиною системи позааудиторної роботи за умови реалізації культурно-дозвіллевих потреб студентів шляхом залучення їх до відповідної організованої діяльності, а саме: участі в

об'єднаннях за інтересами, конкурсах, змаганнях тощо, що у свою чергу стає запорукою успішного формування корпоративної культури студентів.

Формування корпоративної культури студентської молоді буде результативним тоді, коли буде пронизувати усі сфери та види діяльності студентів. В межах університету формування корпоративної культури може відбуватися не тільки через виховну роботу, але й через ознайомлення з підручниками, новими програмами та за допомогою різних форм організації навчання. Так, аналіз змісту дисциплін дав змогу виявити їх вплив формування корпоративної культури студентів. Під час дослідження зроблено висновок, що формування корпоративної культури студентів можна здійснювати у процесі вивчення таких навчальних дисциплін, як: «Університетські студії», що складається з трьох окремих модулів «Я–студент», «Вступ до спеціальності», «Лідерствослужіння».

Курс «Університетські студії: Я–студент» є складовою частиною циклу дисциплін професійно-практичної підготовки, нормативного блоку навчальної програми. Дисципліна передбачає формування у студентів розуміння суспільної значущості праці вчителя, формування базових понять, що визначають зміст і мету професії педагога та основних проблем і тенденцій розвитку педагогічної науки [261].

Завдання курсу: ознайомлення студентів з основними етапами історії освіти в Україні; вивчення внеску визначних педагогів у розвиток освіти в Україні; основних віх життєвого шляху та внеску Бориса Грінченка в розвиток освіти в Україні; ознайомлення студентів з історією Київського університету імені Бориса Грінченка, Болонського освітнього процесу в Україні та його основними поняттями; формування вміння оптимально взаємодіяти в студентській групі як різновиді соціально організованої групи людей.

Що стосується курсу «Університетські студії: Вступ до спеціальності», то він охоплює широке коло теоретичних і практичних завдань щодо організації освітнього процесу в закладі вищої освіти [299]. Мета курсу – допомогти студентам-першокурсникам швидше увійти в нове освітнє середовище, подолати

організаційні труднощі першого року навчання, розкрити свої найкращі якості, розглянути особливості майбутньої професії, професійної діяльності, розвитку та компетенції.

Курс «Університетські студії: Лідерствослужіння» є складовою частиною дисциплін закладу вищої освіти. Її вивчення передбачає розв'язання низки завдань професійної підготовки фахівців вищої кваліфікації відповідно до вітчизняних та європейських стандартів; форми, методи і засоби формування особистості майбутнього фахівця; розвиток лідерських якостей майбутніх фахівців. Мета курсу – формування у першокурсників певної системи знань та уявлень про навчання в університеті, сферу своєї майбутньої професійної діяльності, практичні навички взаємодії в команді, суспільстві, формування лідерських та особистісних якостей [260].

III етап технології (контрольно-оціночний) реалізовувався за допомогою використання різних видів контролю щодо володіння званнями про корпоративну культуру:

- попередній (вхідний контроль) – був спрямований на визначення рівня сформованості знань, умінь та навичок студентів щодо корпоративної культури;
- поточний – це не лише основний спосіб перевірки необхідних знань, а й найбільш дієвий засіб стимулювання активної та систематичної освітньої діяльності студента в процесі опанування знаннями з корпоративної культури;
- періодичний – визначення рівня та обсягу оволодіння знаннями з корпоративної культури, навичками і вміннями стосовно вимог програми (тестовий контроль, виконання вправ);
- тематичний – перевірка рівня знань, умінь та навичок у межах модуля, розділу чи теми (модульний тест-контроль, перевірка індивідуальних розрахунково-графічних робіт); модульний контроль є складовою поточного контролю і здійснювався у формі виконання студентами модульного контрольного завдання.

Нами застосовувалися такі основні методи аналізу й оцінювання знань, умінь та навичок студентів щодо корпоративної культури, як от:

усне опитування (захист практичних та лабораторних робіт, співбесіда за темами навчального матеріалу). Його практичне використання в навчальній роботі свідчать про те, що усна форма перевірки знань та їх оцінювання не завжди відповідають об'єктивності й надійності (одна і та ж особа по-різному оцінюється різними екзаменаторами). Але користь цього методу, на нашу думку, полягає в тому, що він допомагає удосконалювати у студентів грамотно логічно висловлювати думки, розвивати культуру усного мовлення та сприяє розвитку в студентів уміння мислити. Усну форму контролю найдоцільніше використовувати під час вимірювання загальних знань;

письмова перевірка (виконання вправ) – дозволяє одночасно охопити всіх або певну частину студентів і перевірити їх відповідно до поставленого завдання. Порівняння виконаних робіт дає можливість з'ясувати ступінь засвоєння знань, найбільш характерні помилки й основні труднощі в оволодінні навчальним матеріалом, вивчити причини їхньої появи і намітити шляхи їхнього усунення, сприяє підвищенню якості самостійної пізнавальної діяльності студентів, ефективності використання навчального часу;

контрольна робота – спрямована на виявлення умінь і навичок виконувати різні завдання залежно від навчального матеріалу. Така робота сприяє розвитку у студентів просторового мислення, оволодінню методами систематизації, узагальнення, моделювання тощо; практична перевірка (виконання розрахунково-графічних робіт) тісно зв'язана із залученням студентів до конкретної практичної діяльності, під час якої перевіряються уміння застосовувати знання та навички на практиці. Логічно така перевірка впливає із сутності процесу пізнання, в якому практика відіграє спонукальну і контрольну роль. Здійснюючи практичну перевірку, слід ретельно підходити до підготовки завдань. Варто пропонувати завдання, які б спонукали студентів до застосування знань на практиці і мали чітку професійну спрямованість. Відомо, що рівень професійної підготовки майбутніх фахівців визначається не лише теоретичними знаннями, а передусім уміннями і готовністю застосовувати їх у конкретній практичній діяльності;

електронна тестова перевірка серед методів контролю на сьогоднішній

день набуває все більшого поширення – це демократична, об'єктивна, якісна та досить швидка форма контролю знань студентів. Вона сприяє розвитку логічного мислення, точності, лаконічності викладення думок студентів, створює в їх середовищі дух здорової конкуренції з навчання, впливає на розвиток інтересу та підвищення мотивації до нього, відповідальності, що дуже важливо для виховання молоді, якій завдяки входженню України до європейського інформаційного та освітнього простору надається можливість стати більш мобільною вже під час навчання.

Слід зазначити, що електронний тестовий контроль має ряд переваг перед іншими методами контролю, а саме: забезпечує об'єктивність і справедливість оцінки знань; унеможливорює емоційні стреси і перевантаження студента; унеможливорює психологічний вплив на студента; забезпечує прозорість і гласність результатів контролю; орієнтує на індивідуально-диференційований підхід до навчання та самостійної роботи студентів; забезпечує можливість одночасного контролю великої аудиторії за умови відносно невеликих затрат часу на його проведення. До цього переліку переваг тестового контролю можна також віднести його уніфікованість, стандартизованість; можливість одночасно охопити контролем усіх студентів; можливість вести контроль з усього масиву матеріалу, а не вибірково; можливість систематично робити «зрізи успішності»; можливості автоматизації процесу перевірки знань студентів, у тому числі з використанням комп'ютерів [201, с. 38].

Отже, розроблена нами технологія дозволила організовано й цілеспрямовано здійснити процес формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету та сформувати у них такі особистісні якості як, відповідальність, толерантність, емпатійність, прагнення до постійного саморозвитку, організованість; розвинути усвідомлення значущості формування корпоративної культури, мотиваційну сферу і ціннісні орієнтації спрямовані на позитивне ставлення до себе, оточуючої дійсності та корпоративної культури загалом.

2.3. Обґрунтування організаційно-педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету

Проблема формування корпоративної культури студентської молоді на сучасному етапі розвитку вищої освіти України набуває все більшої актуальності. Це пов'язано насамперед з тим, що у закладах вищої освіти актуальним постає завдання щодо створення такого сприятливого освітнього середовища, яке забезпечувало б високий рівень сформованості моральних якостей особистості, серед яких одна з вагомих ролей належить формуванню корпоративної культури в особистісних взаєминах молодого покоління.

Формування корпоративної культури студентів здійснюється в організованому освітньому процесі закладу вищої освіти. Успішність перебігу освітнього процесу залежить від організаційно-педагогічних умов та принципів його реалізації. Саме тому відповідно до означених мети та завдань дослідження, варто обґрунтувати організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Проблемі визначення організаційно-педагогічних умов присвячені праці багатьох науковців, зокрема А. Алексюк, А. Аюрзанайн [7], Ю. Бабанського [22], О. Бражнич [45], О. Галкіної [89], В. Діуліної [113], І. Зязюна [132], Г. Кондратенка [155], В. Кубко [166], В. Лаппо [172; 173], І. Лисової [182], П. Підкасистого [7], Є. Сінкіної [281], В. Тернопільської [301; 397], В. Шаполової [339] та ін.

Водночас аналіз наукової літератури свідчить про те, що не існує єдиного підходу до визначення поняття «організаційно-педагогічні умови», оскільки саме від них залежить ефективність процесу формування корпоративної культури студентів. Відповідно, організаційно-педагогічні умови слід розглядати як систему певних форм, методів, матеріальних умов, певних ситуацій, які було створено природнім або штучним шляхом за для досягнення окремої мети [270; 271].

Під педагогічними умовами варто розуміти також набір певних обставин, які регулюють процес формування системи якостей особистості.

А. Алексюк, А. Аюрзанайн, П. Підкасистий визначають педагогічні умови як

чинники, що впливають на процес досягнення мети, при цьому поділяють їх на:
а) зовнішні: позитивні взаємини викладача й студента; об'єктивність оцінки навчального процесу; місце навчання, приміщення, клімат тощо; б) внутрішні (індивідуальні): індивідуальні властивості студентів (властивості характеру, уміння, навички, мотивація, досвід тощо) [7].

Підтримуючи погляди науковців, О. Бражнич розглядає педагогічні умови як сукупність методів, організаційних форм і матеріальних можливостей його здійснення, що забезпечує успішне досягнення поставленої мети [45].

Педагогічні умови, за Ю. Бабанським, розглядаються як система певних форм, методів, матеріальних умов, реальних ситуацій, що об'єктивно склалися чи суб'єктивно створених, необхідних для досягнення конкретної педагогічної мети [22, с. 5].

В. Діуліна зазначає, що «педагогічні умови – це особливості організації освітнього процесу, що детермінують результати виховання, освіти та розвитку особистості. Це такі особливості організації освітнього процесу, які забезпечують цілісність навчання та виховання майбутніх учителів, сприяють всебічному гармонійному розвитку особистості студентів та створюють сприятливі можливості для виявлення та розвитку їх педагогічної обдарованості» [113].

У вітчизняній педагогіці виділено декілька рівнів педагогічних умов. Відтак, перший рівень педагогічних умов – це особистісні характеристики студентів, які детермінують успішність протікання освітнього процесу. Другий рівень педагогічних умов – безпосередні обставини реалізації процесу навчання та виховання – власне класичні педагогічні умови: змісту та організації діяльності студентів; міжособистісних відносин; спілкування в групі; відносини педагогів зі студентами; адаптація студентів до освітнього середовища університету [19].

Узагальнюючи наукові підходи дослідників (І. Білецька, Ж. Давидова, Т. Козирєва, Г. Пономарьова) до визначення поняття «педагогічні умови», їх варто трактувати, як: 1) сукупність взаємопов'язаних і взаємозумовлених обставин процесу діяльності [106]; 2) сукупність об'єктивних можливостей змісту, форм, методів і матеріально-просторового середовища, спрямованих на вирішення

поставлених завдань [38]; 3) поєднання суб'єктивного й об'єктивного, внутрішнього і зовнішнього, сутності та явища [152]; 4) відношення предмета до явищ, що його оточують, без яких він не може існувати [251].

У зв'язку з тим, що предметом нашого розгляду є організаційно-педагогічні умови, зупинимося більш детально саме на їх аналізі. Запропоновані науковцями визначення організаційно-педагогічних умов мають спільні та специфічні риси. Спільним у визначенні поняття «організаційно-педагогічні умови» слід вважати те, що більшість науковців розглядають їх як обставини освітнього процесу, необхідні для досягнення його мети. При подальшому аналізі означеного поняття у наукових працях слід зазначити, що зустрічаються значні розбіжності, пов'язані з широким колом досліджуваних освітніх проблем.

У науково-педагогічній літературі організаційно-педагогічні умови досліджувались з точки зору різних аспектів. Зокрема Є. Сінкіна розглядає їх як сукупність факторів, необхідних для формування вмінь і навичок, якостей [281].

На думку І. Лисової під організаційно-педагогічними умовами слід розуміти сукупність факторів, відбір певних принципів, створення культурного творчого середовища, розробка моделі, педагогічної системи, виявлення змістових компонентів, спонукання до освітньої діяльності, побудова освітнього процесу, забезпечення спеціальної підготовки педагогів, використання нових технологій [182].

З точки зору Є. Козиревої, як сукупність можливостей, що забезпечують ефективне виконання поставлених завдань [151; 152].

У відповідності до поглядів А. Галєєвої, І. Гладкої та С. Павлова організаційно-педагогічні умови – це обставини, що забезпечують суб'єктно-активну позицію особистості в освітньому процесі, та є результатом цілеспрямованого планованого відбору, конструювання та застосування елементів змісту, методів по досягненню мети педагогічної діяльності [87; 93; 227]. Г. Демідова трактує їх також як обставини реалізації управлінської функції [110].

В. Беліков, О. Войцехівський, Т. Вдовичин, Н. Дяченко, відстоюють ідею, що організаційно-педагогічні умови є певними взаємопов'язаними обставинами,

способами та особливостями організації освітнього процесу, сукупністю можливостей змісту, форм і методів, факторів, що забезпечують регулювання, взаємодію об'єктів і явищ освітнього процесу для досягнення поставленої мети [30; 76; 80; 118].

Н. Двудічанська трактує значення сутності організаційно-педагогічних умов крізь призму взаємозв'язку змісту, навчально-методичного забезпечення та інноваційного середовища [109].

А. Линенко досліджуючи організаційно-педагогічні умови, акцентує увагу на тому, що вони є набором компонентів, які пов'язані з організацією освітнього процесу, складовими якого є цілі навчання, методи, форми і засоби, взаємозалежна освітня діяльність викладача та студентів [177].

Як зазначає Б. Чижевський, організаційно-педагогічні умови відображають «функціональну залежність суттєвих компонентів педагогічного явища від комплексу об'єктів (речей, їх станів, процесів, взаємодій) у різних проявах» [285, с. 82; 334].

Згідно поглядів С. Буртового під організаційно-педагогічними умовами слід розуміти певні обставини, що сприяють підготовці майбутніх фахівців до реалізації певного виду діяльності з урахуванням власних потреб, інтересів та можливостей [72].

Отже, аналіз тлумачення різними науковцями поняття «організаційно-педагогічні умови» дозволяє згрупувати їх у чотири напрями за якими їх розглядають науковці: як фактор ефективності внутрішнього освітнього середовища, який відіграє роль активного початку соціального буття організації; організаційні ресурси та заходи (розклад занять, графік освітнього процесу закладу вищої освіти, тривалість робочого тижня, наповнюваність груп тощо); сукупність взаємопов'язаних обставин, що забезпечують цілеспрямоване управління освітнім процесом (включаючи його фінансове, кадрове, матеріально-технічне та інформаційне забезпечення); обставини освітнього процесу, які забезпечують досягнення поставленої навчально-виховної мети [58].

Як зазначає І. Хитрова, формування культури міжособистісних відносин

студентів у контексті організації педагогічної взаємодії в освітньому процесі університету стає ефективним за таких умов: формування мотиваційної установки на формування культури міжособистісних відносин, співпрацю; морально-ціннісне наповнення змісту навчальних програм для навчання студентів, де окреслено правила спілкування, норми мовного етикету; використання засобів, що сприяють активізації студентів у міжособистісному спілкуванні; прояв дружніх почуттів та інших міжособистісних відносин, які є запорукою згуртованості [321].

Згідно поглядів Т. Авксентьевої до педагогічних умов формування корпоративної культури студентів варто віднести: педагогічний супровід студентів у їх моральному самовизначенні; формування в середині студентської групи соціо-культурного середовища, яке активізує засвоєння ними моральних понять та цінностей; використання у освітньому процесі групових форм виховної взаємодії, що демонструватимуть студентам правильність моральних суджень [3, с. 110].

М. Щербакова під організаційними умовами формування корпоративної культури студентів розуміє структуру органів студентського самоврядування, її інформаційне забезпечення, документацію, управлінські та інформаційні технології системи діяльності органів студентського самоврядування. До педагогічних умов дослідниця відносить наявність в університеті учбово-методичних та практичних посібників щодо організації діяльності органів студентського самоврядування, а також програмного забезпечення освітнього процесу; наявність різноманітних форм та інтерактивних методів спрямованих на формування корпоративної культури студентів [348, с. 154].

На думку В. Шаполової, педагогічні умови варто трактувати як такі особливості організації освітнього процесу, що забезпечують цілісність навчання та виховання майбутніх фахівців, сприяють їх всебічному розвитку та формуванню необхідних якостей, умінь, знань та здібностей [339].

Дослідниця також наголошує на важливості розвитку мотивації у процесі формування корпоративної культури студентів. Під час введення мотивації до процесу формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі

університету необхідно брати до уваги взаємозв'язок ціннісних орієнтацій з мотиваційною сферою студентської молоді [339].

Людину як особистість характеризують мотиви її поведінки і вчинків, а не зовнішній вияв поведінки. Мотивація впливає з потреб людини і є причиною її усвідомленої чи неусвідомленої поведінки [183]. Відтак, мотиви є стійкою психологічною причиною вчинків людини.

Поділяючи наукові погляди Н. Магзумової [183], С. Макушкіної [381] та Ю. Ісахрабіу (англ. U. Isahrabiu) [271], зазначимо, що первинні теорії мотивації формувались виходячи з історичного досвіду поведінки людини й застосування простих стимулів примусу, матеріального і морального заохочення. До числа найбільш відомих теорій мотивації належать: *теорія «X-Y-Z» розроблена Ф. Тейлором* (англ. F. Taylor) *та доповнена Д. МакГрегором* (англ. D. McGregor), згідно до якої індивіди утворюють різні групи людей і потребують застосування різних мотивів поведінки і стимулів; *теорія потреб А. Маслоу* (англ. A. Maslow) базується на біхевіористичній доктрині – вивченні поведінки людей, абстрагуючись від вивчення свідомості, мислення; *теорія придбаних потреб Д. МакКлелланда* (англ. D. McClelland) пов'язана з вивченням впливу на поведінку людини потреб досягнення, участі і влади; *теорія двох факторів Ф. Герцберга* (нім. F. Herzberg) – згідно з якою були виявлені фактори, що впливають на працю людини (фактори умов праці та мотивуючі фактори; *теорія очікувань В. Врума* (англ. V. Vroom) ґрунтується на тому, що активна потреба не є єдиною необхідною умовою мотивації людини для досягнення певних цілей; *теорія справедливості С. Адамса* (англ. S. Adams) стверджує, що люди суб'єктивно визначають одержану винагороду до витрачених зусиль і потім співвідносять його з винагородженням інших людей, які виконують аналогічну роботу; *теорія Л. Портера* (англ. T. Porter) *та Е. Лоулера* (англ. E. Lawler) – це комплексна процесуальна теорія мотивації, що включає в себе елементи теорії очікувань і справедливості.

Мотив або мотивація – це перш за все стимули які спонукають особистість до певних дій [339]. Складовими компонентами мотивації виступають потреби,

мотиви, інтереси, установки, емоції, норми та цінності. Формування ціннісних орієнтацій, які мотивують, регулюють, спрямовують особистість, зокрема студентську молодь, спонукає до формування ціннісного ставлення до корпоративної культури саме через введення мотиваційного супроводу корпоративної спрямованості. Введення мотивації у процес формування корпоративної культури студентів університету матиме вплив на ефективність означеного процесу та на особистісне відношення студентів до корпоративної культури як цінності, яка є необхідною для їх майбутньої професійної діяльності. Адже вона формуватиме ціннісне, відповідальне ставлення до корпоративної взаємодії, до вирішення корпоративних задач, спонукатиме їх до досягнення спільної корпоративної мети.

Відповідно, до педагогічних умов формування корпоративної культури студентів дослідниця відносить такі, як: розробка й реалізація інтегрованого змісту формування корпоративної культури студентів; реалізація подвійної мотивації у процесі формування корпоративної культури студентів; удосконалення та використання форм і методів, які забезпечують формування корпоративної культури студентів. Реалізовувати означені педагогічні умови щодо формування корпоративної культури студентів дослідниця пропонує на основі: одночасного формування як професійно-практичної, гуманітарної та соціально-економічної складових професійної підготовки майбутніх фахівців, так і їхньої корпоративної культури; використання подвійної (індивідуальної та спільної корпоративної мотивації); комплексної форми організації навчальної діяльності, яка ґрунтується на використанні теоретичної і практичної складових процесу формування корпоративної культури студентів у межах одного навчального заняття та подвійної мотивації.

Удосконалення форм і методів навчання на основі сукупності діяльнісного, рефлексивного та особистісно-орієнтованого підходів також є педагогічною умовою формування корпоративної культури студентів закладу вищої освіти [339].

Пріоритетним напрямом формування майбутнього фахівця повинно бути опанування ним діяльності професійного спрямування, центром якого є

особистість, її самоцінність. Сформованість цієї діяльності проявляється через суб'єктивний досвід кожного студента, що розкривається через їх знання, вміння та навички, а також рефлексію. Основними елементами діяльності педагога в процесі реалізації даних педагогічних підходів є: діагностика когнітивних та особистісно-психологічних особливостей студентів щодо рівня сформованості в них корпоративної культури; цілеспрямоване формування їх корпоративної культури на основі емоційно збагаченого та практично націленого процесу професійної підготовки; створення довірливого та позитивного клімату на основі співпраці викладача та студентів. Таким чином, весь процес формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету повинен здійснюватися на основі усіх підходів.

Практичні та семінарські заняття повинні проходити з застосуванням активних методів навчання, таких як: тренінг, кейс-методи, навчально-рольові та ділові ігри, «круглий стіл», групова дискусія (семінари-дискусії) та «мозковий штурм» (з застосуванням різних засобів навчання); формування умінь командоутворення, самопрезентації та відстоювання власної точки зору, доведення інформації до оточуючих та здатність переконувати у своїй правоті; практика роботи у групі на відстоювання лідерської позиції, досягнення ідентифікації зі сферою майбутньої діяльності, усвідомлення значущості володіння корпоративною культурою студентів та її ролі для майбутнього професійного життя тощо [339].

Як зазначає С. Паламар, особливості застосування діалогу та дискусій, як засобів формування культури можна забезпечити, розробивши відповідні завдання. Їх призначення є заохоченням до комунікативного самовизначення одержувачів освіти; створення відповідних умов для оволодіння та реалізація навичок комунікативної взаємодії, для використання набутого знання та вміння на практиці, у нестандартних ситуаціях. Відтак, важливо звертатися до високохудожніх зразків літератури з метою їх емоційного сприйняття; використовувати діалоги як засіб соціалізації [231].

До ефективних організаційних умов варто також віднести такі форми

навчання як лекції, семінари, лекції-дискусії, практичні заняття, лекції-прес-конференції, ділові ігри, індивідуальна самостійна робота, консультування [119, с. 965–966].

У процесі професійної підготовки студентів університету, навчальним планом вишу заплановано проведення лекційних, практичних та семінарських занять.

Структура лекційного заняття [119; 308] містить наступні елементи:

- вступ (відбувається мотивація навчання, розкривається формулювання теми лекції, постановка завдання);
- викладення окремих теоретичних частин лекції; висновки (дають можливість студентам осмислити лекцію в цілому і виділити основну ідею);
- розкриття завдання на самостійне опрацювання; відповіді викладача на запитання студентів.

Перш за все структура проведення лекційних занять за таким алгоритмом потребує введення до неї мотивації (індивідуальної та спільної (корпоративної)) формування корпоративної культури майбутніх фахівців. По-друге, така структура лекційних занять не дає у повній мірі розкрити особистісний потенціал кожного студента, не дозволяє викладачам отримати зворотній зв'язок від студентів, не передбачає рефлексії студентів. Вона не дозволяє викладачеві скоординувати свої дії, які направлені на моделювання корпоративної компоненти майбутньої професійної діяльності студентів. Викладання нового матеріалу на основі механічної передачі знань, умінь та навичок призводить до мінімізації ефективності процесу фахової підготовки та повільного розвитку репродуктивного мислення [297, с. 10–15]. Проведення практичних та семінарських занять, на яких поєднуються теорія з практикою, спонукає до засвоєння вивченого матеріалу через систему завдань, які поступово ускладнюються. Тобто весь навчальний матеріал проходить через власний досвід майбутніх фахівців. Але постає інша проблема у тому, що практичні та семінарські заняття, якщо лекційні ними замінити, не містять у собі великої кількості часу для розкриття теоретичного матеріалу.

Оскільки розвиток особистості студентів, формування їх корпоративної

культури не можливе без взаємодії, єдності теорії та практики, особистісно-орієнтованого підходу до кожного студента, мотивації, без зворотного зв'язку викладача та студентів, постає проблема в удосконаленні форм організації освітнього процесу студентів університету через поєднання загальновідомих форм навчання, які будуть вміщувати одночасно теорію та практику.

Дотримання структури цього заняття підвищить рівень професійної підготовки, індивідуальної та корпоративної її складових, мотиваційно-ціннісного ставлення студентів до корпоративної культури та буде сприяти нерозривному зв'язку теорії та практики.

Не менш ефективною формою навчання при формуванні корпоративної культури студентів є заняття-прес-конференцій. У процесі підготовки та участі у заняттях даної форми студенти опрацьовують навички швидкої, грамотної побудови питання до викладача, що спонукає їх до активізації когнітивної та діяльнісної складової, до чіткого та лаконічного висловлювання своєї думки [339]. Набуття такого досвіду досить важливе у майбутньому професійному житті, де саме через розвинені комунікативні уміння вони зможуть досягти порозуміння з членами організації при вирішенні корпоративних завдань, довести свою думку, досягти довіри та поваги. Проведення дискусій та прес-конференцій спонукатиме до формування когнітивного та діяльнісного компонентів корпоративної культури студентів. Ефективним також буде використання активних методів навчання, які відносяться до розряду прогресивних та які орієнтовані на широке охоплення соціальної практики. Адже ці методи дозволяють максимально наблизитися студентам до реальних ситуацій, з якими вони можуть стикатися у своїй майбутній професійній діяльності.

Ю. Ємельянов наголошує, що різноманіття конкретних практичних методів можна поділити на: групові (дискусійні: групова дискусія, аналіз конкретних ситуацій, «мозкова атака», «круглий стіл», «брейн-ринг», «інтелектуальна розминка», ігрові: рольова гра, ділова гра, організаційно-діяльнісна гра, соціально-психологічні тренінги: тренінг партнерського спілкування, тренінг професійних і життєвих умінь, тренінг особистісного зростання); індивідуальні (виконання

практичних завдань, тренування) [121].

Науковець В. Лаппо [379; 380] зосереджує увагу на доцільності використання аудіо книг та віртуальних екскурсій до різноманітних музеїв та галерей, що на її думку сприяють формуванню духовних цінностей студентів, а в нашому випадку корпоративної культури, зокрема.

Наступним методом активного навчання, який може використовуватися для формування корпоративної культури студентів університету є соціально-психологічний тренінг.

Як зазначила Л. Петровська [240] наголошує на тому, що соціально-психологічний тренінг є засобом розвитку міжособистісної та професійної компетентності в професійному та особистому житті [24]. Застосування тренінгу в процесі формування корпоративної культури студентів університету допоможе скоригувати соціально-психологічні особливості майбутнього фахівця шляхом гармонізації професійного та особистісного, індивідуального та корпоративного буття людини, сприятиме активізації ідентифікації студентів із їхньою майбутньою сферою діяльності, підвищенню рівня комунікативності, розкрити норми взаємодії людини в професійній діяльності на основі взаємодопомоги, взаємовідповідальності та толерантного ставлення до своїх колег, також допоможе сформувати мотиваційну спрямованість на спільну діяльність, спонукатиме до усвідомлення значення корпоративної культури для їх майбутньої професійної діяльності тощо.

Слід зазначити, що серед ключових організаційно-педагогічних умов, важливе місце займає створення комфортних умов, тобто зручної обстановки, при здійсненні освітнього процесу у загальному розумінні й організаційного та технічного забезпечення освітнього процесу, що сприятиме кращому засвоєнню навчального матеріалу.

Серед технічних засобів навчання, які можуть бути використані в процесі формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, є [60]: ноутбуки, проектори, мультимедійне обладнання, фотоапарати, відеокамери, диктофони, відеофільми (фрагменти), аудіозаписи

тощо. Також широко використовуються друковані засоби навчання: підручники, тексти лекцій, таблиці, картки для складання таблиць, картини, малюнки, роздатковий образотворчий матеріал, плакати тощо.

Вони є ефективними через свої високі демонстраційні властивості, які поєднують зорове сприйняття із слуховим. Інформацію, яка подається на екранних засобах, студенти розглядають емоційно та жваво, що сприяє зосередженню їх уваги на об'єктах вивчення та кращому засвоєнню отриманої інформації. Ці засоби навчання забезпечують не просто показ матеріалу, але і його групування, систематизацію, полегшуючи запам'ятовування, а також сприяють довготривалому, не обмеженому у часі відображенню мовного матеріалу [18; 204].

Основними складовими педагогічно комфортного середовища ми вважаємо також психологічний клімат, єдність спільності, сприяння самореалізації студентів. Психологічний клімат – міжособистісні відносини, що є типовими для навчального колективу або групи студентів, які визначають його спроможність до навчання [43]. Чим більше такі відносини будуть «уніфіковані» стосовно належного сприйняття або націлені на таке сприйняття освітнього процесу, розуміння важливості засвоєння знань, тим вищою буде спроможність до навчання й оволодіння знаннями, вміннями та навичками корпоративної культури, зокрема.

Ефективність формування корпоративної культури студентської молоді забезпечується дотриманням таких організаційно-педагогічних умов: – орієнтація педагогічного процесу на суб'єктну позицію особистості як носія загальнолюдських і культурних цінностей; – забезпечення міждисциплінарності навчальних курсів з психологічних і педагогічних дисциплін; – розробка і впровадження курсів з формування корпоративної культури студентської молоді; – впровадження інтерактивних педагогічних технологій; – використання у освітньому процесі університету діалогових, комунікативно-діяльнісних і рефлексивних форм взаємодії суб'єктів освітнього процесу; – спрямованість педагогічної підготовки на формування потреби в розвитку корпоративної культури, набуття студентами сукупності знань щодо особливостей корпоративної культури особистості; – формування позитивної мотивації студентів до

педагогічної діяльності, постійного саморозвитку, самовдосконалення, самоосвіти, самовиховання.

Також серед важливих організаційно-педагогічних умов, що сприяють формуванню корпоративної культури студентів університету доцільно виділити наступні:

- створення сприятливого освітнього середовища (атмосфера доброзичливості, щирості, відвертості, гармонійна обстановка сприятиме якісному налаштуванню на освітню діяльність, кращому сприйманню нового та швидкого відтворення засвоєного матеріалу);
- моделювання реальних педагогічних ситуацій міжособистісного спілкування, які сприятимуть максимальному зближенню освітнього процесу й реальної комунікації на засадах корпоративної культури;
- реалізація професійно-адаптаційних процесів для оптимізації корпоративної спрямованості студентів університету (заходи, які дадуть змогу адаптуватися до нових умов майбутньої професійної діяльності);
- створення професійно-мотиваційного середовища (мотиваційні тренінги, які спрямовані на розвиток інтересу до корпоративної культури, формування позитивних ціннісних орієнтацій та комунікативних умінь);
- застосування особистісно-орієнтованого підходу в навчанні (система ідей, поглядів, методичних прийомів, направлених на формування корпоративної культури студентів);
- використання телекомунікаційних та інформаційних технологій навчання;
- підбір навчальних завдань та вправ, впровадження курсів;
- цілеспрямована внутрішньовузівська підготовка професорсько-викладацького складу та його готовність до співпраці у процесі формування корпоративної культури студентів університету;
- організація творчої діяльності викладачів та студентів, встановлення гуманістичних міжособистісних стосунків на діалогічних засадах;
- створення атмосфери успіху, сприяння самореалізації студентів [158].

Ефективність соціо-культурного впливу на студентську молодь, зокрема на формування у них корпоративної культури, забезпечується єдністю усіх ланок освітнього процесу університету. Провідну роль відіграє не лише взаємодія, а й бажання викладачів «служити» студентам.

У свою чергу викладач у процесі професійної діяльності: формує високі моральні якості; виховує культуру поведінки в процесі проведення усіх форм навчальних занять, активну участь у громадському житті, активну громадську позицію, гідність, патріотизм, здоровий спосіб життя, гуманізм, духовність); залучає студентів до виступів та доповідей; застосовує особистісно-орієнтований підхід до виховання студентів; використовує засоби та інтерактивні технології у проведенні аудиторної діяльності; враховує у роботі індивідуальні особливості неформальних студентських лідерів [81].

Важливою умовою формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є також налагодження партнерської взаємодії між адміністрацією, викладачами та студентами. Така взаємодія лежить в основі освітнього середовища університету й від того наскільки співдружною, взаємозалученою вона є безпосередньо, залежить ефективність освіти [352]. Закладена вона й у ряді нормативно-правових актів України. Зокрема, серед головних завдань закладу вищої освіти, законодавство України визначає забезпечення високих етичних норм, атмосфери доброзичливості й взаємної поваги у стосунках між працівниками, викладачами та студентами [250].

Науковець Дж. Ньюмен (англ. J. Newman) акцентує увагу на тому, що спочатку студент наслідує старших в силу їх авторитету і досвідченості, а потім вже його зразки поведінки починають наслідувати інші люди, які його оточують поза стінами університету, тобто особистість студента спочатку стає високорозвиненою завдяки університету, а потім стає рушієм суспільного життя [219; 384].

Взаємодія викладача зі студентом – це взаємодія двох суб'єктів, двох різних внутрішніх світів, протиріччя між якими невичерпані через розбіжності в статі, вікові, життєвому досвіді, спадковості, життєвому середовищі, темпах розвитку,

суспільному положенні, не говорячи вже про те, що ролі в такій взаємодії теж різні: в одного – роль провідника, в іншого – послідовника [352].

Дослідниця Л. Хоружа наголошує на необхідності етичного розвитку педагога, що дозволить сформулювати такі моральні регуляції, як професійний обов'язок і відповідальність, совість і гідність, чесність і шляхетність, без яких неможлива реалізація будь-якої педагогічної технології, функціонування навчально-виховних систем, результативна педагогічна дія [323, с. 17].

Важливою організаційно-педагогічною умовою формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є також педагогічна підтримка студентів у їх моральному самовизначенні.

У своїх наукових доробках, І. Сингаївська [394], наголошує на важливості педагогічної підтримки особистості, яка є предметом розгляду багатьох дослідників у сфері педагогіки та психології: концепція «відносин, які допомагають» К. Роджерса (англ. K. Rogers) [392], екзистенціальна психологія та педагогіка Л. Бінсвангера (англ. L. Binswanger) [36], С. Франка (англ. S. Frank) [320] та ін., ідея «посилення існування іншого» С. Рубінштейна [265], концепція персоналізації й надситуативної В. Петровського [163; 241].

Під педагогічною підтримкою ми розуміємо діяльність суб'єктів освітнього процесу, яка спрямована на надання превентивної та оперативної допомоги. У широкому значенні педагогічна підтримка полягає у створенні сприятливих умов для розвитку моральної свідомості студентів, розкриття й реалізації їхніх задатків, формування здатності до самостійних дій та морального самовизначення [271, с. 112]. Метою педагогічної підтримки у формуванні корпоративної культури студентів університету є усунення перешкод, які виникають на шляху професійного становлення.

В. Лаппо [172; 173] акцентує увагу на важливості забезпечення педагогічної підтримки щодо формування духовних цінностей студентів. Відтак, серед принципів педагогічної підтримки слід виокремити: згоду студентів на допомогу й підтримку, орієнтація на здатність студентів до самостійного вибору вияву вчинку-гідності, вчинку-толерантності, вчинку-відповідальності, вчинку-милосердя у

взаєминах.

Педагогічна підтримка студентів щодо формування корпоративної культури в особистісних взаєминах повинна мати системний характер і враховувати такі фактори: необхідність оптимізації спілкування й підвищення рівня особистісного розвитку; можливості прояву індивідуального стилю спілкування; наявність гнучкого й творчого підходу до проблем виховної взаємодії; прагнення суб'єктів до саморозвитку.

Отже, до організаційно-педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету [58] відносимо ті, які цілеспрямовано організовуються у виховному процесі університету і забезпечують його ефективне функціонування. При цьому важливим є сукупність певних обставин, послідовність дій, що створюються у виховному процесі та позитивно впливають на формування особистості.

Таким чином, аналіз науково-педагогічних досліджень з проблеми дослідження дає підстави виділити чотири блоки організаційно-педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету: організаційні, методичні, технологічні, соціально-психологічні.

Відтак, до *організаційних* умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету ми відносимо:

- 1) формування в студентській групі соціо-культурного середовища, що активізує засвоєння студентами корпоративної культури;
- 2) забезпечення єдності наукових знань, емоційно-мотиваційних суджень та практичних дій студентів щодо корпоративної культури в освітньому середовищі університету;
- 3) використання вітчизняного та зарубіжного досвіду в формуванні корпоративної культури студентів;
- 4) організацію педагогічної взаємодії з домінуванням діалогічних форм;
- 5) розвиток студентського самоврядування для організації суб'єкт-суб'єктної корпоративної взаємодії студентів.

Методичні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому

середовищі університету включають у себе:

- 1) відбір педагогічно доцільних форм, методів, засобів формування корпоративної культури студентів в освітньому середовищі університету;
- 2) поєднання традиційних та інноваційних форм і методів виховання;
- 3) формування професійної компетентності кураторів, опанування ними досвідом формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету (організація спеціальних науково-методичних семінарів для наставників студентських груп);
- 4) навчально-методичне та організаційно-технічне забезпечення освітнього процесу;
- 5) використання кадрового потенціалу закладу вищої освіти.

До *технологічних* умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету відносимо:

- 1) змістове наповнення занять суспільно-гуманітарними курсами «Університетські студії: лідерство-служіння», «Університетські студії: Я-студент», «Університетські студії: Вступ до спеціальності», «Особливості формування корпоративної культури студентів» та ін.;
- 2) залучення юнаків і дівчат до колективного обговорення морально-етичних дилем, пов'язаних із виявленням корпоративної культури в освітньому середовищі університету на матеріалі художніх творів і реальних життєвих ситуацій;
- 3) використання групових форм виховної взаємодії, які забезпечують систематичну демонстрацію студентами корпоративного духу, що перевищують їхній актуальний рівень морального розвитку;
- 4) застосування педагогічної підтримки студентів у моральному самовизначенні, вияві корпоративної культури;
- 5) виховання юнаків і дівчат за індивідуально розробленим алгоритмом дотримання корпоративної культури в освітньому середовищі університету.

Узагальнюючи вищесказане, слід виокремити такі основні *організаційно-педагогічні умови* формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, як от: *формування в студентській групі соціо-культурного середовища, що активізує засвоєння студентами умінь і навичок корпоративної*

культури; педагогічна підтримка студентів у моральному самовизначенні, вияві корпоративної культури; конструювання корпоративного спрямування змісту навчання студентів; розвиток самоврядування для організації суб'єкт-суб'єктної корпоративної взаємодії студентів.

Висновки до другого розділу

Констатувальний етап експерименту, який здійснювався з 2018 по 2020 рр., полягав у діагностиці рівня сформованості корпоративної культури студентів університету. На даному етапі було здійснено вибірку генеральної групи студентів університету експериментальної та контрольної групи, створено експериментальну (151 особа) та контрольну (143 особи) групи, здійснено порівняльний аналіз рівнів сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Відтак, у студентів університету експериментальної групи на початок експерименту рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента на високому рівні становить 41,2% (38,7% в контрольній групі); когнітивного компонента – 52,6% (47,6% в контрольній групі); діяльнісного компонента – 24,5% (22,5% в контрольній групі); рефлексивного компонента – 48,3% (46,6% в контрольній групі). Загальний рівень сформованості корпоративної культури студентів у експериментальної групи на високому рівні становить 41,6% (40,4% в контрольній групі); на середньому рівні 35,4% у студентів експериментальної та контрольної груп; на низькому рівні 22,7% у експериментальної групи студентів, 24,6% у студентів контрольної групи.

В результаті аналізу сучасного стану сформованості корпоративної культури студентів університету визначено потребу в формуванні корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Розроблено технологію формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, в якій розкрито послідовність здійснення освітнього процесу, його зміст, форми і методи. Визначено її мету і завдання, конкретизовано зміст її компонентів: 1) концептуальний – відтворює мету, завдання, принципи, підходи реалізації технології; 2) змістовий – охоплює зміст

освітнього процесу щодо формування корпоративної культури студентів;

3) процесуальний – визначає послідовність етапів формування досліджуваної проблеми (орієнтувально-мотиваційний, організаційно-пізнавальний, контрольно-оціночний), сукупність форм, методів, способів та прийомів освітнього процесу, що забезпечують успішне формування показників корпоративної культури студентів університету. Визначено етапи які дозволяють послідовно впливати на розвиток кожного з компонентів (мотиваційного-ціннісного, когнітивного, діяльнісного, рефлексивного) формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. На рівні *орієнтувально-мотиваційного* етапу відбувається відбір змісту аудиторної та позааудиторної діяльності на основі функціональних вимог корпоративної культури університету, мотивування студентів щодо оволодіння знаннями, уміннями, навичками корпоративної культури. На рівні *операційно-пізнавального* етапу – побудова змісту аудиторної та позааудиторної діяльності на основі міждисциплінарних зв'язків. На рівні *контрольно-оціночного* етапу – комплексна оцінка сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Обґрунтовано організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, а саме: формування в студентській групі соціо-культурного середовища, що активізує засвоєння студентами умінь і навичок корпоративної культури; педагогічна підтримка студентів у моральному самовизначенні, вияві корпоративної культури; конструювання корпоративного спрямування змісту навчання студентів; розвиток самоврядування для організації суб'єкт-суб'єктної корпоративної взаємодії студентів.

Дослідження переконує, що формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету сприяє розумінню студентами значущості корпоративної культури як засобу не тільки підвищення ефективності організації освітнього процесу, але й формування ціннісного ставлення студента до себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу, а також сприйняття корпоративної культури як цінності.

Основні ідеї розділу висвітлені у наукових публікаціях автора:

Бровко Е. А. Сформированность рефлексивного компонента корпоративной культуры студентов университета: эмпирический аспект исследования. *Научный журнал «Norwegian Journal of development of the International Science»*. Norway. 2020. No. 40. С. 38–42.

Бровко К. А. Моделирование процесса формирования корпоративной культуры студентов высших учебных заведений. *Научный журнал «Педагогический процесс: теория и практика»*. 2017. Вып. 2 (57). С. 125–129.

Бровко К. А. Диагностика stanu сформованості корпоративної культури студентів університету. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2019. № 2 (169). С. 140–146.

Бровко К. А. Організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасні технології розвитку професійної майстерності майбутніх учителів: Матеріали I Міжнародної Інтернет – конференції* (26 жовтня 2017 року). Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань. 2017. 26 жовтня. С. 52–57.

Бровко К. А. П. Е–середовище як складова корпоративної культури в університетах Французької Республіки. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2018. № 2 (157). С. 133–137.

Бровко К. А. Позааудиторна діяльність університету як регулятор соціального розвитку студентської молоді. *Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції* (11–12 листопада) 2016 року). КУ ім. Тараса Шевченка. м. Київ. 2016. 11–12 листопада. С. 16–17.

Brovko K. A. Technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. *«Intellectual Archive»: Toronto: Shiny Word.Corp. (Canada)*. 2019. (January/February). Vol. 8. No. 1. PP. 99–107.

Brovko K. A., Zagorodnya A. A., Shaheid Anad Ali, Ternopilska V. I., Chernukha N. M. Diagnostics and features of forming corporate culture of students in university

educational environment. *Utopia y Praxis Latinoamericana*. (ISSN 1316-5216-Venezuela.-Scopus). Vol. 25 (5), 95–105. DOI: 10.5281/zenodo.3984210.

Brovko, K. A., Ternopilska, V. I., Voznyk M. V., Zagorodnya, A.A., Bakhov, I. S. Research of motives for formation of corporate culture of students in the context of the paradigm of cognitive psychology. *Advanced Pharmacy Education and Research*. India. (ISSN 22493379). 2020.

РОЗДІЛ 3

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ СТУДЕНТІВ У ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ УНІВЕРСИТЕТУ

У розділі наведено загальну стратегію формувального етапу дослідження: від наявного досягнутого рівня корпоративної культури студентів університету до передбаченого обґрунтованою технологією її бажаного ступеня розвитку. Висвітлено результати експериментального впровадження технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, здійснено порівняльний аналіз даних, отриманих в експериментальній та контрольній групах, проведено кількісну та якісну обробку отриманих результатів дослідження.

3.1. Організація і методичне забезпечення проведення експерименту

Логічним підсумком даної роботи є емпіричне підтвердження справедливості теоретичних висновків та доведення ефективності технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Мета експериментального дослідження полягає у перевірці формувального потенціалу технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Завдання експериментальної частини дослідження:

- перевірити ефективність технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету;
- статистично довести значущість результатів дослідження.

Педагогічний експеримент формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету проводився у три етапи й складався з констатувального, формувального та контрольного етапів експерименту. Під час проведення формувального етапу педагогічного експерименту було реалізовано

методику діагностичних зрізів (початкового й прикінцевого).

На першому етапі (2016–2017 рр.) основна увага була приділена аналізу науково-методичної бази джерел з проблеми формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; визначено об'єкт, предмет дослідження; проведено структурно-логічний аналіз об'єкта дослідження, визначено мету та основні завдання; окреслено особливості формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; визначено змістові компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів; обґрунтовано організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; здійснювалося обґрунтування та розробка технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; відбувся добір сучасних взаємодоповнюючих і взаємозалежних методів дослідження; сплановано дослідницькі процедури, визначено методики дослідження, сформовано вибірккову сукупність, обрано інструменти для збору та аналізу інформації (анкети, опитувальники, комп'ютерні програми тощо); підготовка публікації в спеціалізованих виданнях України за результатами основних матеріалів дослідження. Наприкінці даного етапу був проведений констатувальний експеримент.

Констатувальний експеримент проводився з 2017 по 2018 роки, у якому брали участь студенти Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка; Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини.

Констатувальний експеримент проводився з метою визначення актуальності обраної теми дослідження; дослідження сучасного стану сформованості корпоративної культури студентів університету; дослідити рівень знань студентів про сутність і змістові аспекти корпоративної культури особистості; визначення ставлення студентів до корпоративної культури університету. Текст анкет подано у Додатках.

У процесі констатувального експерименту було проведено анкетування

студентів університету (294 особи) з метою:

- визначення рівня сформованості їх знань про сутність і змістові аспекти корпоративної культури особистості. Текст анкет подано у Додатку А;
- визначення їх ставлення до корпоративної культури університету. Текст анкет подано у Додатку Б.

Таким чином, дослідження формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є своєчасною й актуальною темою.

Другий етап педагогічного дослідження – формувальний експеримент, проводився з 2018 по 2019 роки на базі Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини й складався з наступних частин: підготовчого, основного, підсумково-аналітичного, контрольно-узагальнюючого.

Мета формувального експерименту полягала в перевірці ефективності розробленої та обґрунтованої технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в системі методичної роботи Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. В процесі формувального експерименту було створено контрольну та експериментальну групи.

До складу контрольної групи входили студенти Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка, методична робота яких відбувалася згідно із планом навчання, відповідно до якого спеціальне формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету не передбачалось.

Експериментальна група складалася зі студентів Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини, які працювали впродовж 2018-2019 навчального року за розробленою автором системою методичної роботи на кафедрі з акцентом на формування корпоративної культури особистості.

На підготовчому етапі (2016–2017 н. р.) формувального експерименту було здійснено: – проведення комплексу заходів у межах аудиторної та позааудиторної діяльності спрямованих на формування у студентів корпоративної

культури в освітньому середовищі університету; – відбір методик, спрямованих на формування у студентів університету корпоративної культури; – відбір вибірки генеральної групи студентів університету експериментальної та контрольної групи; – порівняльний аналіз показників рівня корпоративної культури студентів університету контрольної та експериментальної групи та початок експерименту.

У процесі основного етапу (2017–2018 н. р.) формувального експерименту, для формування корпоративної культури студентів університету в системі методичної роботи педагогічного університету, було здійснено наступне: – впровадження технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

На підсумково-аналітичному (2018–2019 н. р.) етапі формувального експерименту було: – проведено аналіз рівня сформованості корпоративної культури студентів університету експериментальної та контрольної групи; – здійснено порівняльний аналіз показників рівня сформованості корпоративної культури студентів університету експериментальної та контрольної групи.

З метою визначення рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету склалися з наступних дій: визначення компонентів (*мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний та рефлексивний*) сформованості корпоративної культури студентів, критеріїв, показників та методик оцінки рівня сформованості зазначених компонентів культури студентів університету. В результаті дослідження було визначено наступні критерії:

- мотиваційний критерій (спрямованість, сила, стійкість особистісно-значимих цінностей, мотивів);
- знаннєвий критерій (глибина усвідомлення і міцність знань);
- операційний критерій (ступінь розвитку корпоративних умінь, їх стійкість);
- аналітико-рефлексивний критерій (ступінь розвитку рефлексивних умінь, їх стійкість).

На контрольно-узагальнювальному (2019 р.) етапі формувального експерименту було здійснено кількісний та якісний аналіз результатів педагогічного експерименту; узагальнено результати педагогічного експерименту, перевірено

вірогідність отриманих результатів із використанням методів математичної статистики; сформульовано основні положення та висновки за результатами дослідження.

Мотиваційно-ціннісний компонент корпоративної культури студентів складається з моральних цінностей та установок, переконань особистості й слугує основою формування мотивів корпоративної культури особистості, що визначається через рівні усвідомлення нею необхідності оволодіння і вияву корпоративної культури у взаємодії з іншими.

Рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента корпоративної культури студентів ми визначали за мотиваційним критерієм та наступними показниками: 1) ціннісне ставлення до культурних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в освітньому середовищі університету, наявність емоційно-позитивного ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу; 2) усвідомлення і прийняття місії, поділяння корпоративних норм і правил поведінки; 3) гуманістична установка на взаємодію; 4) розвинута емпатія; 5) емоційна саморегуляція, розвинутий емоційний інтелект.

Ціннісне ставлення до культурних норм, правил, моделей поведінки, прийнятих в освітньому середовищі університету, наявність емоційно-позитивного ставлення до фірмового стилю, логотипу, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи та інших суб'єктів освітнього процесу, усвідомлення і прийняття місії, поділяння корпоративних норм і правил поведінки ми досліджували за допомогою наступних складових: власне бачення студентами єдності факультету, їх ставлення до інституту (факультету) та суб'єктів освітнього процесу в цілому, бачення щодо підтримки корпоративної культури університету студентами та викладачами, термальні (основні цілі людини, вони відбивають довгострокову життєву перспективу) та інструментальні (характеризують засоби, які вибираються для досягнення цілей життя) цінності (Додаток Б, Додаток Г).

Рівень сформованості гуманістичної установки на взаємодію та емоційної

саморегуляції, було визначено за трьома видами спрямованості, а саме: колективістична спрямованість, індивідуалістична спрямованість, прагматична спрямованість. Колективістична спрямованість характеризується тим, що студенти сприймають групу як самостійну одиницю. На першому плані у них стоять проблеми групи і окремих її членів. Спостерігається зацікавленість, як успіхами окремих однокласників так і групи в цілому; прагнення внести свій вклад в групову діяльність. Значна роль відводиться колективним формам роботи. Індивідуалістична спрямованість – характеризується тим, що студенти сприймають групу, як заваду у своїй діяльності або ж ставиться до неї нейтрально. Група не має самостійної цінності в їхніх очах. Це проявляється в намаганні ухилитися від спільних форм діяльності; в наданні переваги індивідуальній роботі; в обмеженні контакту з групою. Прагматична спрямованість – характеризується тим, що студенти сприймають групу, як засіб досягнення власних цілей. Однокласники сприймаються та оцінюються з точки зору їх корисності для індивіда. Перевага надається більш компетентним членам групи, здатним прийти на допомогу, взяти на себе вирішення складних проблем і стати джерелом інформації (Додаток Д).

Рівень розвитку емпатії у студентів університету, було визначено за шістьма каналами емпатії: раціональний канал емпатії, інтуїтивний канал емпатії, емоційний канал емпатії, установки, що сприяють емпатії, проникаюча здібність в емпатії, ідентифікація в емпатії, а також загального рівня сформованості емпатійних здібностей. *Раціональний канал емпатії* характеризує направленість уваги, сприйняття і мислення емпатуючого на сутність будь-якої іншої людини – на стан, проблеми, поведінку. Це спонтанна зацікавленість щодо іншого емоційного та інтуїтивного відображення партнера. *Емоційний канал емпатії* фіксується здатністю емпатуючого входити в емоційний резонанс із оточуючими – співпереживати, співчувати. *Інтуїтивний канал емпатії* відображає здібності бачити поведінку партнерів, діяти в умовах дефіциту вихідної інформації про них, спираючись на досвід, який зберігається в підсвідомості. На рівні інтуїції узагальнюють різноманітні відомості про партнера. *Установки, які сприяють або*

не сприяють емпатії відповідно полегшують чи ускладнюють дії всіх емпатичних каналів. Ефективність емпатії, можливо, знижується, якщо людина намагається уникати особистісних контактів, вважає недоцільним проявляти зацікавленість до іншої особистості, переконавши себе спокійно ставитися до переживань і проблем оточуючих. Подібні настрої значно зменшують діапазон емоційного відгуку та емпатичного сприйняття. Навпаки, різні канали емпатії діють активніше та надійніше, якщо не існує перешкод зі сторони установок особистості. *Проникаюча здібність в емпатії* розцінюється як важлива комунікативна властивість людини, яка дозволяє створювати атмосферу відкритості, довірливості, задушевності. *Ідентифікація в емпатії* характеризується умінням зрозуміти іншого на основі співпереживань, усвідомлення себе на місці партнера. В основі ідентифікації – легкість, рухливість і гнучкість емоцій, здатність до наслідування (Додаток Е). Оцінюючи схильність студентів університету до емпатії ми визначали рівень їхньої сформованості за декількома рівнями (дуже високий рівень емпатійності, висока емпатійність, нормальний рівень, низький рівень емпатійності, дуже низький рівень) (Додаток К).

Емоційний інтелект студентів університету ми визначали за допомогою трьох блоків спрямованих на: усвідомлення власних емоцій, усвідомлення емоцій інших людей, управління власними емоціями, управління емоціями інших людей (Додаток Ж). А також за п'ятьма шкалами: емоційна обізнаність, управління своїми емоціями, самомотивація, емпатія, розпізнавання емоцій інших людей. Шкала «емоційна обізнаність» визначає розуміння людиною власних емоцій, які вона конкретно зараз відчуває і чому; шкала «управління своїми емоціями» показує уміння людини підпорядковувати власні емоції й використовувати їх для досягнення тих чи інших цілей; шкала «самотивація» відображає вміння людини мотивувати себе з використанням власних емоцій; шкала «емпатія» характеризується вмінням людини співпереживати, співчувати; шкала «розпізнавання емоцій інших людей» вимірює уміння особистості впливати на почуття інших людей, використовувати їх емоції для досягнення власних цілей, цілей організації й т.д.) (Додаток И).

Когнітивний компонент корпоративної культури студентів знаходить своє вираження у знанні особливостей корпоративної культури, пов'язаних із процесами спільної діяльності суб'єктів освітнього процесу; у знанні складників корпоративної культури (засвоєння ними системи знань, символів, правил, вербальних та невербальних засобів і способів взаємодії з іншими людьми в різних ситуаціях); розумінні культурних норм та усвідомлення доцільності їх дотримання, розвинутій рефлексії. Оцінюючи когнітивну орієнтацію студентів університету ми визначили їх рівень знань щодо базових понять, які є складовими корпоративної культури й зорієнтованість студентів на здобуття нових методологічних професійних знань, умінь та навичок щодо корпоративної культури, а також бачення ними підтримки корпоративної культури університету студентами та викладачами (Додаток А).

Рівень сформованості когнітивного компонента корпоративної культури студентів ми визначали за знаннєвим критерієм та наступними показниками: 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, прапора, корпоративного кольору, фірмового одягу, місії, візії прийнятих в університеті та усвідомлення доцільності їх дотримання; 5) дотримання етики корпоративної поведінки.

Діяльнісний компонент корпоративної культури студентів університету стосується уміння використовувати здобуті знання про корпоративну культуру для вирішення завдань освітньої діяльності, здатність діяти в різних ситуаціях; активність студентів у організації; дотримання норм і правил міжособистісних взаємин, що склалися між суб'єктами освітнього процесу; наявність умінь та навичок внутрішньої групової й командної взаємодії заснованої на принципах корпоративної етики; уміння узгоджувати свої дії з діями оточуючих, вибирати оптимальний стиль спілкування в різних ситуаціях відповідно до вимог корпоративної культури; уміння підтримувати імідж університету.

Рівень сформованості діяльнісного компонента корпоративної культури

студентів університету ми визначали за операційним критерієм та наступними показниками: 1) дотримання студентами норм і правил корпоративної культури в міжособистісних взаєминах, що склалися між суб'єктами освітнього процесу; 2) уміння встановлювати міжособистісні зв'язки, обирати оптимальний стиль спілкування в різних ситуаціях відповідно до вимог корпоративної культури; 3) відданість традиціям корпоративної культури університету, уміння здійснювати емоційно-вольову регуляцію поведінки та самоконтроль відповідно до вимог корпоративної культури університету.

Оцінюючи наскільки студенти віддані традиціям корпоративної культури університету ми аналізували результати анкетного опитування на виявлення типу організаційної культури», за результатами якого можна зрозуміти не тільки те, якою бачать суб'єкти освітнього процесу організаційну культуру, але й як вона співвідноситься з їх очікуваннями. Відтак, у тесті виділено наступні типи організаційної культури, як от: культура влади, рольова культура, культура завдання і культура особистості (Додаток М).

Культура Влади (Культура «Зевса»). У такій культурі особливу роль відіграє лідер, його особистісні якості та здібності. Як джерело влади важливе місце належить ресурсам, що знаходяться в розпорядженні керівника. Організації, як правило, мають жорстку ієрархічну структуру. Є єдиний чітко виділений центр прийняття рішень. Контроль завжди проводиться з центру. Організації характеризуються неформальною структурою влади, незначним числом правил і процедур, що формалізують діяльність. Даний тип культури дозволяє організації швидко реагувати на зміну ситуації, швидко приймати рішення й організовувати їх виконання. Для організацій з культурою «Зевса» найбільш підходять особистості, що мають такі характеристики: здатність працювати в середовищі з високим рівнем невизначеності; прагнення до ризику; орієнтованість на владу.

Рольова культура (Культура «Аполлона»). Найбільш широко поширена культура яка характеризується суворим функціональним розподілом ролей і спеціалізацією ділянок (кожен суб'єкт освітнього процесу хороший не сам по собі, а «свого часу і на своєму місці»). Є чітка спеціалізація, добре прописані окремі

функції, для викладачів та студентів. Основним джерелом є положення, займане в ієрархічній структурі. Така організація здатна успішно працювати в стабільній навколишньому середовищу. Оскільки право приймати рішення широко розподілено по організації, ця культура достатня стійка, консервативна; в ній складно проводити нововведення. Слабкість даної культури в знеособленості членів організації, в недопущенні ініціативи і блокуванні новацій. В таких організаціях чітко описані рольові процедури (посадові інструкції, порядок документообігу, способи обміну інформацією і т. д.) Існують жорсткі вимоги до суб'єктів освітнього процесу. Для організацій з культурою «Апполона» найбільш підходять особистості, що володіють наступними особистісними характеристиками: старанність; прагнення до стабільності.

Культура вирішення завдань (Культура «Афіни»). Означена культура заснована на володінні специфічними знаннями і призначена для вирішення специфічних завдань. Ефективність діяльності організацій з такою культурою багато в чому визначається високим професіоналізмом членів організації. Великими владними повноваженнями в таких організаціях має той, хто в даний момент є експертом у провідній галузі діяльності і володіє максимальною кількістю інформації. У подібних організаціях робота оцінюється за результатами вирішення поставлених завдань. Найефективніше тут проявляють себе люди, що володіють самомотивацією, що орієнтуються на різноманітну роботу.

Культура особистості (Культура «Діоніса»). Організація типу «Діоніс» «самодостатня», вона об'єднує людей орієнтованих на досягнення власних цілей. Влада ґрунтується на близькості до ресурсів, професіоналізмі, на силі особистісних якостей, здібностей і обдарувань і здатності домовлятися. Ця культура властива організаціям, що складається з об'єднань індивідуальностей, кожна з яких є незалежною, має своєю власною силою особистості і впливом. У таких організаціях люди ніколи не роблять те, що суперечить їх системі цінностей, щоб не втратити себе як особистість. У членів таких організацій дуже велика потреба в незалежності. Культура особистості конфліктна, нестійка.

Визначаючи рівень сформованості комунікативного виміру корпоративної

культури, а саме умінь і навичок студентів у міжособистісній взаємодії, спілкуванні ми аналізували результати анкетного опитування щодо ступеня сформованості у них толерантності за дев'ятьма шкалами: неприйняття і нерозуміння індивідуальності іншої людини; використання себе в якості еталона під час оцінювання поведінки і образу мислення інших людей; категоричність або консерватизм в оцінці інших людей; невміння скривати або пригнічувати неприємні почуття під час зіткнення з некоммунікбельними якостями партнерів; прагнення переробити, перевиховати партнерів; прагнення підігнати партнера під себе, зробити його «вигідним»; невміння прощати іншим помилки, незручність, ненавмисне заподіяння вам неприємності; нетерпимість до фізіологічного або психологічного дискомфорту, що створюється іншими людьми; невміння прилаштовуватися до характеру, звичок і бажанням інших.

Неприйняття або нерозуміння індивідуальності людини: виражає ступінь розуміння або прийняття людиною індивідуальних особливостей інших людей. Використання себе як еталону при оцінках інших: показує чи може людина оцінюючи поведінку, образ думок або окремі характеристики людей розглядати себе як еталон. Категоричність або консерватизм в оцінках людей: виражає ступінь категоричності або консервативності в оцінках людей, відображає чи вистачає їй гнучкості та широти кругозору. Невміння приховувати або згладжувати неприємні почуття: демонструє ступінь враженості уміння приховувати або хоча б згладжувати неприємні почуття, які виникають при зіткненні з некоммунікбельними якостями у партнерів. Прагнення переробити, перевиховати партнера по спілкуванню: показує прийняття або неприйняття людиною свого співрозмовника. Прагнення підігнати інших учасників комунікації під себе: свідчить про те, чи приймає людина характер та звички інших людей. Невміння прощати іншому помилки: виражає міру схильності людини до уміння вчиняти по совісті стосовно інших. Нетерпимість до дискомфортних (хвороба, втома, відсутність настрою) станів партнера по спілкуванню: характеризує здатність людини до співчуття, реакцію на фізичний або психічний дискомфорт, в якому опинився інший. Невміння пристосовуватися до інших учасників спілкування:

окреслює здатність людини ладнати з іншими, встановлювати контакти (Додаток Л).

Рефлексивний компонент корпоративної культури поєднує в собі схильність студентів до аналізу власної діяльності, а також вчинків інших людей, з'ясування причини і наслідків своїх дій як в минулому, так в сьогоденні й в майбутньому. Характеризується схильністю сприймати всі сторони свого «Я», приймати себе у всій повноті поведінкових проявів.

Рівень сформованості рефлексивного компонента корпоративної культури студентів ми визначали за аналітико-рефлексивним критерієм та наступними показниками: 1) розуміння та відчуття сили власного «Я»; 2) схильність до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися; 3) деталізація планування поведінки; розуміння світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей.

Оцінюючи здатність студентів до розуміння та відчуття сили власного «Я» ми визначали за ступенем вираженості окремих компонентів самоствавлення: шкала «замкнутість» визначає переважання однієї з двох тенденцій: або конформності, вираженої мотивації соціального схвалення, або критичності, глибоко усвідомлення себе, внутрішньої чесності та відкритості; шкала «самовпевненість» виявляє самоповагу, ставлення до себе як до впевненої, самостійної, вольової та надійної людини, яка знає, що її є за що себе поважати; шкала «самокерівництво» відображає уявлення особистості про основне джерело власної активності, результати і досягнення, про джерело розвитку власної особистості, підкреслює домінування або власного «Я», або зовнішніх обставин; шкала «віддзеркалене самоствавлення» характеризує уявлення суб'єкта про здатність викликати у інших людей повагу, симпатію; шкала «самоцінність» передає відчуття цінності власної особи і ймовірний цінність власного «Я» для інших.; шкала «самоприйняття» дозволяє судити про виразність почуття симпатії до себе, згоди зі своїми внутрішніми спонуканнями, прийняття себе таким, який є, незважаючи на недоліки і слабкості; шкала «самоприв'язаність» виявляє ступінь бажання змінюватися по відношенню до готівкового станом; шкала «внутрішня конфліктність» визначає

наявність внутрішніх конфліктів, сумнівів, незгоди з собою, виразність до тенденції самоаналізу та рефлексії; шкала «самозвинувачення» характеризує ступінь виразності негативних емоцій на адресу свого «Я» (Додаток Р).

Схильність до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися; деталізація планування поведінки; розуміння світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей ми виявили за допомогою визначення індивідуальної міри вияву рефлексивності студентів університету відповідно до чотирьох груп рефлексії: ретроспективна рефлексія діяльності – виявляється в схильності до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися, вона виражається у частоті й тривалості аналізу та оцінки суб'єктом минулої події; ситуативна рефлексія – виявляється у самоконтролі поведінки людини в певній ситуації, осмислення її елементів, аналіз співвідношення своїх дій із ситуацією відповідно до мінливих умов, вона виражається в обмірковуванні суб'єктом своєї поточної діяльності, у розгортанні процесів ухвалення рішення, у схильності до самоаналізу у певних життєвих ситуаціях; рефлексія майбутньої діяльності – виявляється у співвідношенні аналізу майбутньої діяльності, поведінки з плануванням, прогнозуванням ймовірних результатів. Основними характеристиками такої рефлексії є – деталізація планування поведінки, частота звернення до майбутніх подій, орієнтація на майбутнє; рефлексія спілкування і взаємодії з іншими людьми – виявляється у розумінні світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей (Додаток Н).

Таким чином, сформованість корпоративної культури студентів університету оцінювався виходячи з наступних рівнів: високий, середній, низький.

На підготовчому етапі формувального експерименту було проведено початковий діагностичний зріз з метою вивчення вихідного рівня сформованості корпоративної культури студентів університету контрольної та експериментальної груп. До експериментальної групи (ЕГ) увійшли студенти Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (151 особа). До контрольної групи (КГ) увійшли студенти Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка (143 особи).

Контроль процесу діагностики рівня сформованості корпоративної культури студентів університету ми здійснювали за наступним планом дій. На підготовчому етапі формувального експерименту було проаналізовано отримані показники, за якими вибірки принципово (статистично значуще) не відрізняються.

Серед форм та методів формування корпоративної культури студентів університету, які було використано під час формувального та контрольного етапів педагогічного експерименту:

У процесі формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка було використано наступні засоби: лекції, круглі столи, тренінги, міні-бесіди, участь в роботі студентського наукового товариства, дослідницькі проекти, дискусії, мозковий штурм, тренінги, вечори запитань і відповідей, студентські олімпіади, конкурси, конференції, проведення опитувань серед студентів, анкетувань, тестувань, заходи, що забезпечують здійснення студентами самооцінки діяльності (написання творів-есе, створення портфоліо тощо).

У процесі формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету було використано наступні засоби: дистанційні електронні курси, Європейська кредитно-модульна система організації освітнього процесу, інституційний репозиторій, портал університету, курс «Університетські студії: лідерство-служіння», «Університетські студії: Я–студент», «Університетські студії: Вступ до спеціальності», «Особливості формування корпоративної культури студентів», електронні анкети, тестування, опитування.

Підсумковий контроль проводився з метою визначення рівня сформованості корпоративної культури студентів університету в експериментальній групі студентів у освітньому середовищі університету. Результати дослідження було опрацьовано за традиційною методикою математико-статистичної обробки отриманих даних.

Результати оцінювання експериментальної та контрольної груп на початку формувального етапу експерименту були переведені у високий, середній, низький рівні за показниками критеріїв сформованості корпоративної культури студентів у

освітньому середовищі університету.

При опрацюванні результатів експерименту було застосовано стандартні методи математико-статистичної обробки даних.

3.2. Аналіз результатів експериментального дослідження

Перевірка ефективності впровадження технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету з метою формування у них корпоративної культури проводилась на основі порівняльного методу наукового дослідження шляхом співставлення вихідних і кінцевих даних. Основними показниками ефективності впровадження в освітній процес технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є сформованість мотиваційно-ціннісного, когнітивного, діяльнісного та рефлексивного компонентів корпоративної культури студентів. Визначення рівнів сформованості корпоративної культури студентів здійснювалось відповідно до компонентів (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний, рефлексивний) та показників кожного з критеріїв (мотиваційний, знаннєвий, операційний, самоаналізу).

За результати обробки даних формувального експерименту проаналізуємо рівень сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету та її компонентів. При визначенні сформованості кожного компонента ми характеризуємо всі складові, які відображають рівень значущості та взаємозв'язок їх з корпоративною культурою студентів.

Розглянемо детальніше результати експерименту за кожним компонентом. Так, за мотиваційно-ціннісним компонентом зафіксовані достовірні відмінності між експериментальною (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) та контрольною (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) групами (Таблиця 3.1). На високому рівні сформованості даного компонента різниця становить 7,1 % (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) більше ніж (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка), на

середньому – 4,7 % (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) більше ніж (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка), а на низькому – 11,5 % (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) більше ніж (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини).

Таблиця 3.1

Рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету по завершенню формувального етапу педагогічного експерименту за мотиваційно-ціннісним компонентом (у %)

№	Показники	ЕГ (рівень сформованості)			КГ (рівень сформованості)		
		високий	середній	низький	високий	середній	низький
1	Ціннісні орієнтації на досягнення розвитку корпоративної культури	64,9	26,7	8,0	59,3	20,7	18,8
2	Гуманістична установка на взаємодію та емоційну саморегуляцію	61,7	31,8	6,3	57,1	25,0	17,8
3	Розвинута емпатія	65,6	26,8	7,4	56,1	28,1	15,6
4	Розвинутий емоційний інтелект	21,5	68,9	9,4	12,8	61,7	25,2
Мотиваційний критерій		53,4	38,6	7,8	46,3	33,9	19,3

Відповідно до отриманих даних за показниками мотиваційного критерію ціннісні орієнтації на досягнення розвитку корпоративної культури у 64,9% студентів експериментальної групи були на високому рівні, а контрольної групи студентів 59,9%. Щодо гуманістичної установки на взаємодію та емоційної саморегуляції, то у 61,7% студентів експериментальної групи високий рівень її сформованості, а у контрольної групи студентів 57,1%. Згідно даних розвитку емпатії, то 65,6% студентів експериментальної групи мають високий рівень розвитку емпатії, а в контрольній групі студентів 56,1%. Високий

рівень розвитку емоційного інтелекту був виявлений у 21,5% студентів експериментальної групи, а контрольної групи студентів 12,8%.

Таким чином, студенти експериментальної групи відрізняються за рівнями сформованості мотиваційно-ціннісного компонента корпоративної культури від студентів контрольної групи (Рис. 3.3.).

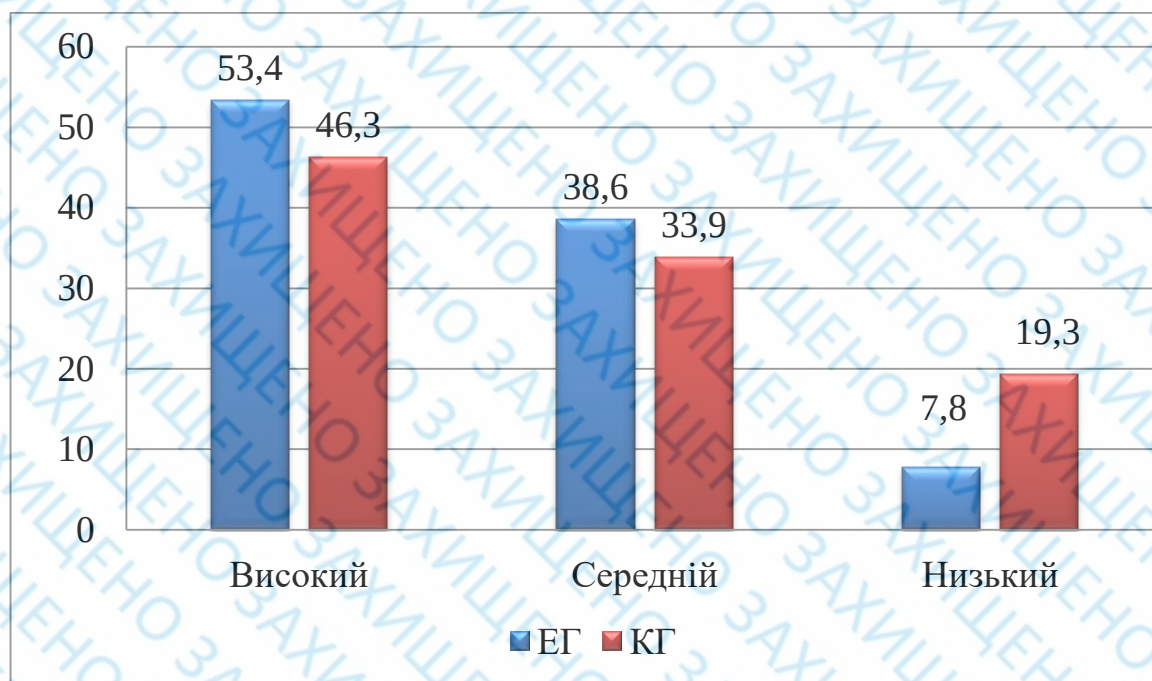


Рис. 3.3. Рівні сформованості мотиваційно-ціннісного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету на кінець формувального етапу педагогічного експерименту (у %)

Відтак, освітня система Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка, на нашу думку, організована таким чином, що сприяє розвитку корпоративної культури студентів, зокрема, мотиваційно-ціннісного компонента. В результаті чого, студенти університету здатні: постійно розвивати свої ціннісні орієнтації та ціннісне ставлення до себе, одногрупників, куратора студентської академічної групи й корпоративної культури загалом, розвивати свій рівень емпатії та емоційного інтелекту.

За знаннєвим критерієм зафіксовані достовірні відмінності між експериментальною (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені

Павла Тичини) та контрольною (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) групами (Таблиця 3.2.)

Таблиця 3.2

Рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету по завершенню формувального етапу педагогічного експерименту за когнітивним компонентом (у %)

№	Показники	ЕГ (рівень сформованості)			КГ (рівень сформованості)		
		високий	середній	низький	високий	середній	низький
1	Рівень сформованості знань щодо корпоративної культури й корпоративної культури особистості, зокрема, її сутності, змістових аспектів, механізмів прояву та інших її аспектів	64,9	26,7	8,0	54,4	23,2	22,3
Знаннєвий критерій							

На високому рівні сформованості даного критерія різниця становить 10,5%, більше у студентів ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) ніж КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка); на середньому рівні на 3,5% більше у студентів ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) ніж у студентів КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) та на низькому рівні на 14,3% більше у студентів КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) ніж у студентів ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) (Таблиця 3.2.). Відповідно до отриманих даних за показниками знаннєвого критерію рівень сформованості знань щодо корпоративної культури й корпоративної культури особистості, зокрема, її сутності, змістових аспектів, механізмів прояву та інших її аспектів у 64,9% студентів експериментальної групи на високому рівні, а контрольної групи

студентів тільки 54,4%.

Відтак, за рівнями сформованості когнітивного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету експериментальної групи відрізняються від даних контрольної групи (Рис. 3.4.).

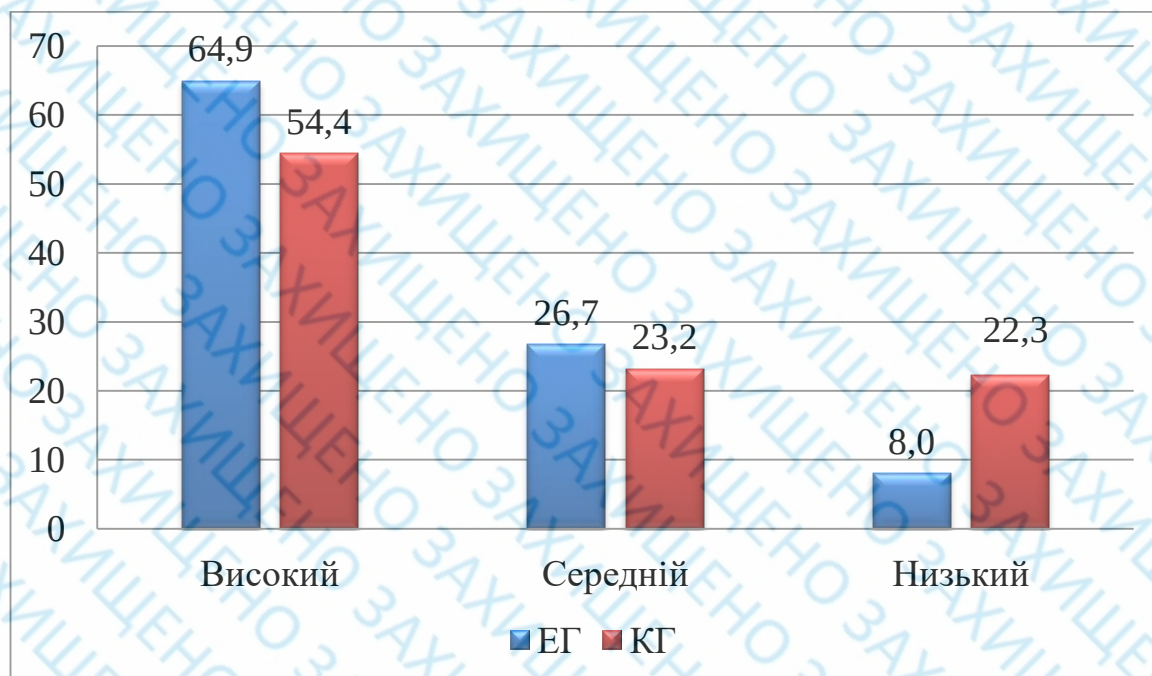


Рис. 3.4. Рівні сформованості когнітивного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету на кінець формувального етапу педагогічного експерименту (у %)

Згідно до отриманих результатів результати, студенти університету здатні: постійно удосконалювати набуті знання, уміння та навички щодо корпоративної культури й корпоративної культури особистості, зокрема.

За операційним критерієм також спостерігаються достовірні відмінності між експериментальною (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) та контрольною (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) групами (Таблиця 3.3). Показники діяльнісного критерію, які знаходяться на високому рівні сформованості на 2,0% та на середньому рівні на 1,3%, більші у студентів ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) ніж КГ (Педагогічний інститут

Київського університету імені Бориса Грінченка); на низькому рівні на 3,6% більше у студентів КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка), ніж ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини).

Таблиця 3.3

Рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету по завершенню формувального етапу педагогічного експерименту за діяльнісним компонентом (у %)

№	Показники	ЕГ (рівень сформованості)			КГ (рівень сформованості)		
		високий	середній	низький	високий	середній	низький
1	Дотримання норм і правил корпоративної культури в освітньому середовищі університету	40,1	58,8	1,3	32,9	52,4	14,6
2	Уміння партнерської взаємодії, командної роботи	38,4	59,8	1,7	33,0	54,7	12,2
3	Уміння емоційно-вольової саморегуляції та самоконтролю поведінки	31,1	71,1	2,2	25,1	65,0	9,8
Операційний критерій		36,5	63,8	1,7	30,3	57,3	12,2

Дотримання норм і правил корпоративної культури в освітньому середовищі університету є важливим показником операційно-діяльнісного критерію корпоративної культури студентів й сформований на високому рівні у 40,1% студентів експериментальної групи. У студентів контрольної групи даний показник становить 32,9%. Вміння партнерської взаємодії, командної роботи сформовані на високому рівні у 38,4% студентів експериментальної групи та у 33,0% студентів контрольної групи. Щодо уміння емоційно-вольової саморегуляції та самоконтролю поведінки, то на високому рівні воно сформоване

у 31,1% студентів експериментальної групи та 25,1% у студентів контрольної групи.

Таким чином, дані рівня корпоративної культури в освітньому середовищі університету експериментальної групи відрізняються від даних контрольної групи (Рис. 3.5.).

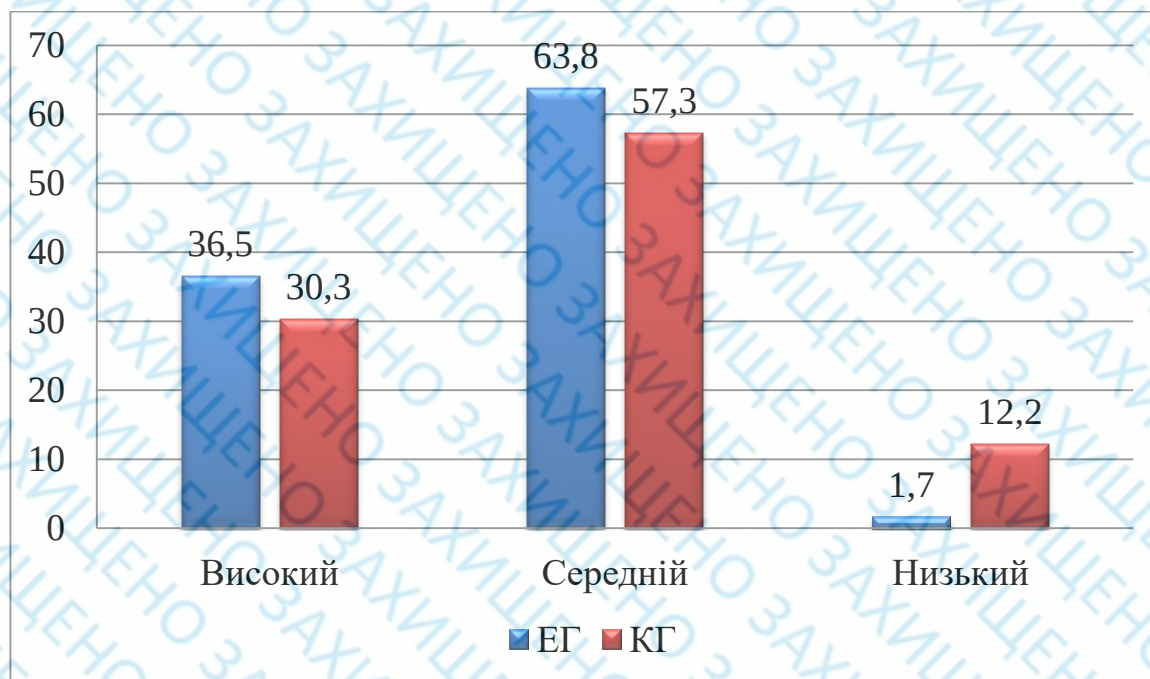


Рис. 3.5. Рівні сформованості діяльнісного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету на кінець формувального етапу педагогічного експерименту (у %)

Таким чином, дотримання норм і правил корпоративної культури в освітньому середовищі університету, уміння партнерської взаємодії, командної роботи, емоційно-вольової саморегуляції та самоконтролю поведінки як складових діяльнісного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету виявляється в активності студентів у організації, творчому підході до освітнього процесу (оригінальне вирішення завдань освітньої діяльності, розробка нових педагогічних методів, прийомів, застосування власного досвіду в міжособистісних взаєминах, що склалися між суб'єктами освітнього процесу). На нашу думку, важливо систематично організовувати тренінги, семінари, майстер-класи, ворк-шопи, гуртки, олімпіади, конкурси, вікторини та ін.

для студентів університету з метою формування та розвитку у них корпоративної культури особистості та її складових компонентів.

Відмінності рівнів сформованості показників корпоративної культури в освітньому середовищі університету за суб'єктним критерієм спостерігаються між експериментальною (ЕГ) (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) та контрольною (КГ) (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка) групами (Таблиця 3.4.)

Таблиця 3.4

Рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету по завершенню формувального етапу педагогічного експерименту за рефлексивним компонентом (у %)

№	Показники	ЕГ (рівень сформованості)			КГ (рівень сформованості)		
		високий	середній	низький	високий	середній	низький
1	Відчуття сили власного «Я»	51,7	45,9	3,0	49,6	48,8	2,19
2	Схильність до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися, деталізація планування поведінки, розуміння світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей	60,6	36,6	2,5	59,4	37,0	3,1
Аналітико-рефлексивний критерій		56,1	42,5	1,0	54,5	42,9	2,6

Аналіз показників аналітико-рефлексивного критерія, засвідчив, що на високому рівні сформованості вони на 1,6%, більші у студентів ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини) ніж КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка); на середньому рівні на 0,4% більші у студентів КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка), ніж ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені

Павла Тичини); на низькому рівні на 1,6% більше у студентів КГ (Педагогічний інститут Київського університету імені Бориса Грінченка), ніж ЕГ (Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини).

Згідно даних показників аналітико-рефлексивного критерія, відчуття сили власного «Я» на високому рівні сформоване у 51,7% студентів експериментальної групи та на 49,6% контрольної групи студентів. Показник схильності до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися, деталізація планування поведінки, розуміння світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей на високому рівні спостерігався у 60,6% студентів експериментальної групи й 59,4% у студентів контрольної групи.

Дані рівня сформованості рефлексивного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету експериментальної та контрольної групи представлені на рисунку (Рис. 3.6).

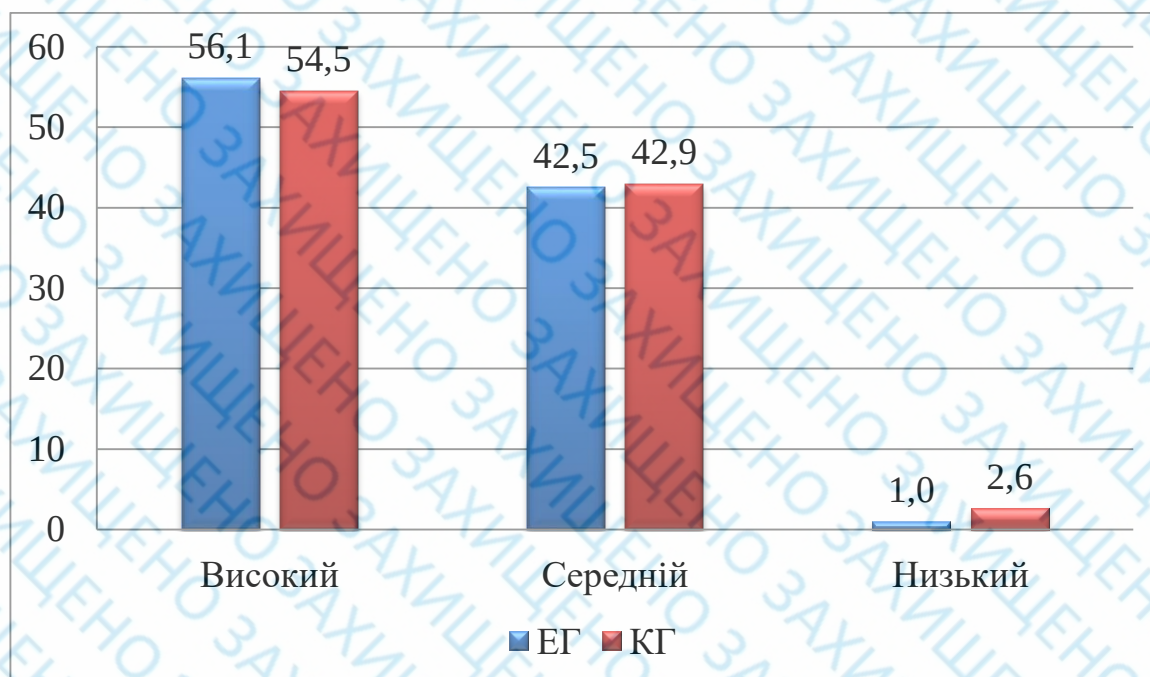


Рис. 3.6. Рівні сформованості рефлексивного компонента корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету на кінець формувального етапу педагогічного експеримент (у %)

Узагальнені результати рівнів сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету за показниками мотиваційно-

ціннісного, когнітивного, діяльнісного та рефлексивного компонентів до формувального етапу експерименту подано у Таблиці 3.5. й Таблиці 3.6.

Таблиця 3.5

Узагальнені результати оцінки рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету за показниками мотиваційно-ціннісного, когнітивного, діяльнісного та рефлексивного компонентів до експерименту (у %)

Рівні Критерії	високий		середній		низький	
	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ
Мотиваційно-ціннісний	41,2	38,7	28,8	30,2	29,9	30,7
Когнітивний	52,6	47,6	20,3	19,5	27,1	32,9
Діяльнісний	24,5	22,5	55,0	53,7	20,2	23,8
Рефлексивний	48,3	46,6	37,8	38,2	13,6	15,2

З Таблиці 3.6 можна зробити висновки, що на початку експерименту на високому рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету було 41,6% студентів ЕГ та 40,4% студентів КГ, на середньому рівні – 35,4% в ЕГ та 35,4% в КГ, низький рівень сформованості корпоративної культури студентів за усіма критеріями було виявлено у 22,7% студентів ЕГ та 24,6% КГ.

Таблиця 3.6

Узагальнені результати оцінки рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету до експерименту

Рівні Групи	високий		середній		низький	
	%	абс.	%	абс.	%	абс.
ЕГ (151 особа)	41,6	62	35,4	57	22,7	32
КГ (143 особи)	40,4	58	35,4	50	24,6	35

Отже, на початку експерименту у студентів експериментальної і контрольної груп переважав високий та середній рівень сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету (Рис. 3.7).

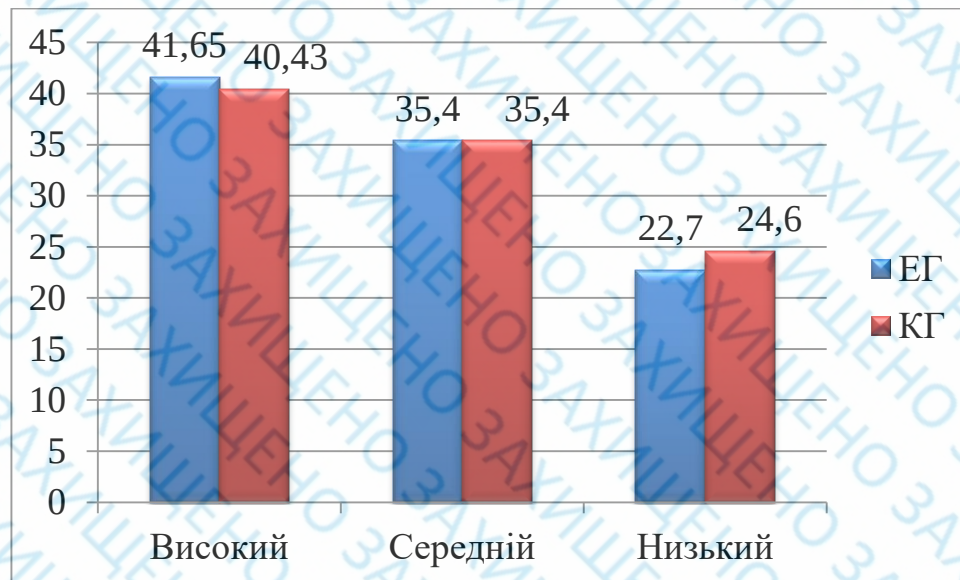


Рис. 3.7. Порівняльні дані вияву корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів ЕГ та КГ до експерименту (у %)

У Таблиці 3.7. подано узагальнені результати рівнів сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету за показниками мотиваційно-ціннісного, когнітивного, діяльнісного та рефлексивного компонентів після експерименту.

Таблиця 3.7

Рівні Критерії	високий		середній		низький	
	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ	ЕГ	КГ
Мотиваційно-ціннісний	53,4	46,3	38,6	33,9	7,8	19,3
Когнітивний	64,9	54,4	26,7	23,2	8,0	22,3
Діяльнісний	36,5	30,3	63,8	57,3	1,7	12,2
Рефлексивний	56,1	54,5	42,5	42,9	1,0	2,6

Узагальнені результати оцінки рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету за показниками мотиваційно-ціннісного, когнітивного, діяльнісного та рефлексивного компонентів після експерименту (у %)

Таблиця 3.8

Узагальнені результати оцінки рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету після експерименту

Рівні Групи	високий		середній		низький	
	%	абс.	%	абс.	%	абс.
ЕГ (151 особа)	52,7	80	42,9	65	4,6	6
КГ (143 особи)	46,4	66	39,3	56	14,1	20

Як видно з Таблиці 3.8, на високому рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету після формувального етапу експерименту, високий рівень спостерігається у 52,7% студентів ЕГ та 46,4% КГ, середній рівень сформованості виявлено у 42,9% респондентів ЕГ та 39,3% КГ, низький рівень зафіксовано у 4,6% студентів ЕГ, та у 14,1% студентів КГ (Рис. 3.8).

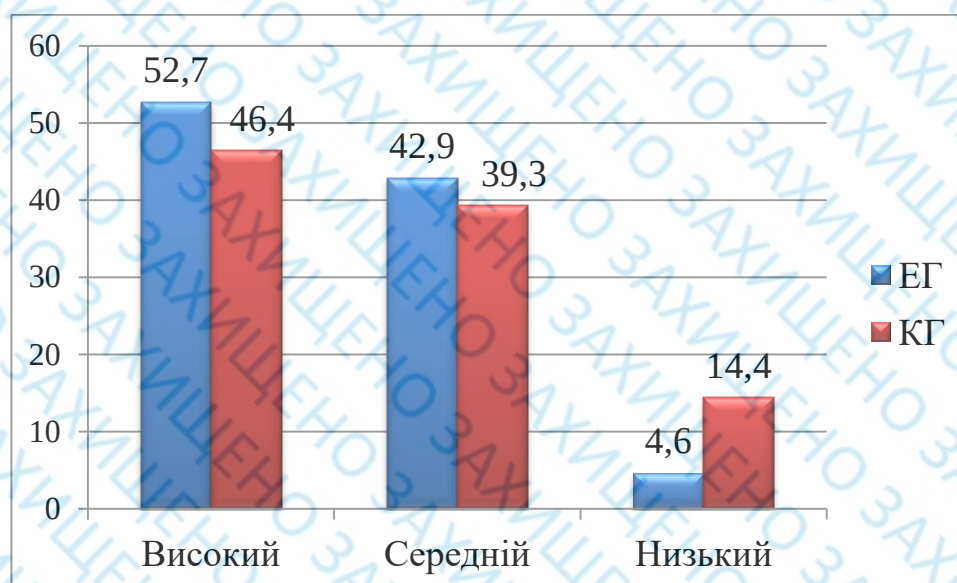


Рис. 3.8. Порівняльні дані вияву корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів ЕГ та КГ після експерименту (у %)

Результати оцінки рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в експериментальній і контрольній групах до та після проведення експерименту представлено в Таблиці 3.9.

Таблиця 3.9

Рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету за результатами вихідного та прикінцевого зрізів (у %)

Критерії		Констатувальний етап			Контрольний етап		
		Рівні сформованості					
		В	С	Н	В	С	Н
Мотиваційно- ціннісний	ЕГ	41,2	28,8	29,9	53,4	38,6	7,8
	КГ	38,7	30,2	30,7	46,3	33,9	19,3
Когнітивний	ЕГ	52,6	20,3	27,1	64,9	26,7	8,0
	КГ	47,6	19,5	32,9	54,4	23,2	22,3
Діяльнісний	ЕГ	24,5	55,0	20,2	36,5	63,8	1,7
	КГ	22,5	53,7	23,8	30,3	57,3	12,2
Рефлексивний	ЕГ	48,3	37,8	13,6	56,1	42,5	1,0
	КГ	46,6	38,2	15,2	54,5	42,9	2,6

Приріст: В – високий рівень; С – середній; Н – низький рівень сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету

У контрольній групі результати виявились дещо нижчими. Так, на високому рівні сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету після формувального етапу експерименту, високий рівень збільшився на 11,1% у студентів ЕГ та на 6,0% КГ, середній рівень у респондентів ЕГ зріз на 7,5% та КГ збільшився на 3,9%, низький рівень у студентів ЕГ зменшився на 18,1% у порівнянні з початковим етапом експерименту, студентів КГ зменшився на 10,5% після проведення експерименту (Рис. 3.9).

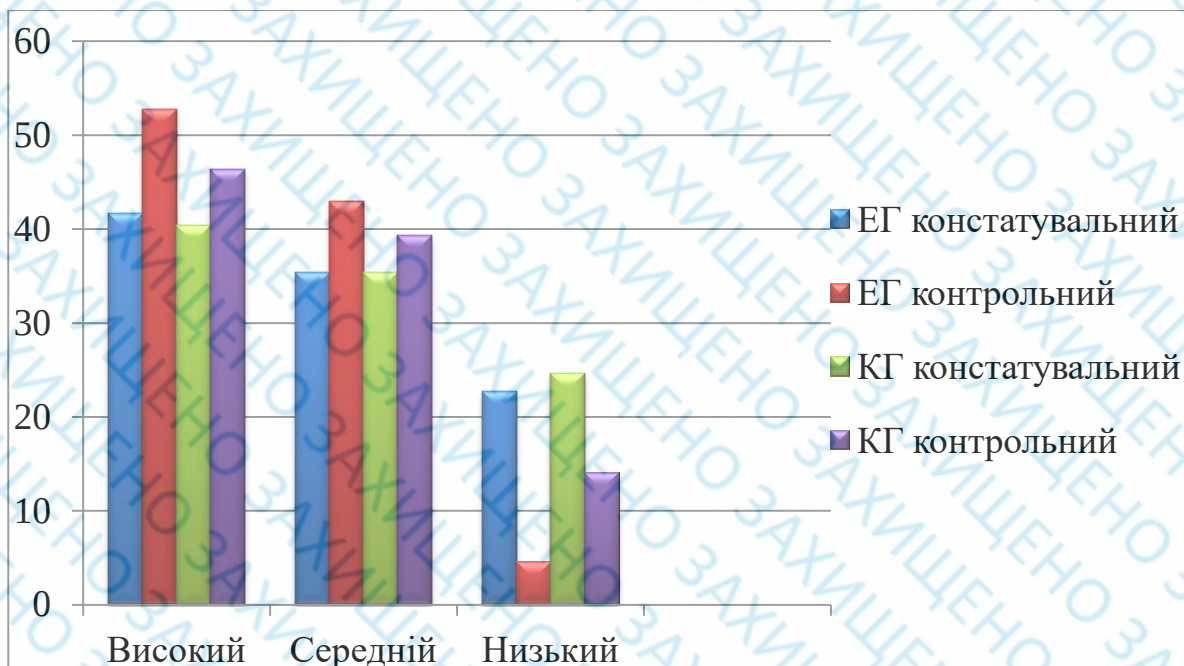


Рис. 3.9. Динаміка рівнів сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі до та після формувального експерименту (у %)

Наступним завданням нашого дослідження є виявлення достовірності отриманих результатів експерименту в групах ЕГ та КГ [360], тобто отримання відповіді на питання, чи ефективною є технологія формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Здійсненню такої перевірки сприяло статистичне опрацювання даних експерименту. З метою об'єктивної оцінки результатів експерименту було застосовано χ^2 – критерій Пірсона [235; 280]. Згідно до алгоритму застосування χ^2 – критерію Пірсона формулюємо нульову та альтернативну гіпотези:

H_0 – стверджує наявність значних відмінностей у сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів контрольної та експериментальної груп;

H_1 – стверджує відсутність значних відмінностей у сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів контрольної та експериментальної груп.

Визначення статистики за критерієм χ^2 проведемо за допомогою формули:

$$\chi^2_{\text{емп}} = N \cdot M \cdot \sum_{i=1}^L \frac{\left(\frac{n_i}{N} - \frac{m_i}{M}\right)^2}{n_i + m_i}$$

N, M – межі вибірок ($N=143, M=151$); n_i, m_i – кількість елементів відповідних вибірок, що відносяться до i -того рівня; L – кількість рівнів (в нашому випадку – 3). Результати розрахунку представлено у Таблиці 3.10.

Таблиця 3.10

Розрахунок χ^2 – критерію Пірсона
при зіставленні емпіричних розподілів в контрольній та експериментальній
групах за результатами початкового етапу експерименту

Групи Рівні	ЕГ	КГ	$\frac{n_i}{N}$	$\frac{m_i}{M}$	$\frac{\left(\frac{n_i}{N} - \frac{m_i}{M}\right)^2}{n_i + m_i}$
Високий	62	58	0,410596	0,405594	0,000000
Середній	57	50	0,377483	0,34965	0,000007
Низький	32	35	0,211921	0,244755	0,000016
Всього	151	143	1	1	0,000024

Зроблена підстановка значень до формули дала можливість отримати величину статистики критерію для рівнів компетентності з підготовки матеріалів для діяльності зі зв'язків з громадськістю студентів груп ЕГ та КГ

$$\chi^2_{\text{емп}} = N \cdot M \cdot \sum_{i=1}^L \frac{\left(\frac{n_i}{N} - \frac{m_i}{M}\right)^2}{n_i + m_i} = 143 \cdot 151 \cdot 0,000024 = 0,508$$

За рівня значущості $\alpha = 0,05$ та трьох ступенів вільності критичне значення дорівнює 7,82. Розраховані дані за формулою $\chi^2 = 0,508$ не перевищують критичного значення 7,82, а отже відповідно до правил ухвалення рішень, отримані значення спростовують гіпотезу H_0 й дають підстави для прийняття гіпотези H_1 , яка стверджує відсутність значних відмінностей у сформованості корпоративної

культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів контрольної та експериментальної груп. Тобто студенти, які розподілені у групи ЕГ та КГ належать до однієї генеральної сукупності.

Проведемо аналогічні розрахунки з використанням даних після проведення формувального етапу експерименту (Таблиця 3.11.)

Таблиця 3.11

Розрахунок χ^2 – критерію Пірсона при зіставленні емпіричних розподілів в контрольній та експериментальній групах за результатами кінцевого етапу експерименту

Групи	ЕГ	КГ	$\frac{n_i}{N}$	$\frac{m_i}{M}$	$\frac{\left(\frac{n_i}{N} - \frac{m_i}{M}\right)^2}{n_i + m_i}$
Рівні					
Високий	80	66	0,529801	0,461538	0,000032
Середній	65	56	0,430464	0,391608	0,000012
Низький	6	21	0,039735	0,13986	0,000386
Всього	151	143	1	0,993007	0,000430

Зроблена підстановка значень до формули дала можливість отримати величину статистики критерію для рівнів компетентності з підготовки матеріалів для діяльності зі зв'язків з громадськістю студентів груп ЕГ та КГ

$$\chi^2_{\text{емп}} = N \cdot M \cdot \sum_{i=1}^L \frac{\left(\frac{n_i}{N} - \frac{m_i}{M}\right)^2}{n_i + m_i} = 143 \cdot 151 \cdot 0,000430 = 9,21$$

Критичне значення за критерієм χ^2 за рівня значущості $\alpha = 0,05$ та трьох ступенів вільності критичне значення дорівнює 7,82. Визначені дані статистики $\chi^2 = 9,21$ перевищують критичне значення 7,82. Отже, відповідно до правил ухвалення рішень, отримані значення спростовують гіпотезу H_1 й дають підстави для прийняття гіпотези H_0 , яка стверджує наявність значних відмінностей у сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі

університету в студентів контрольної та експериментальної груп. Тому, можемо стверджувати, що перевірка на статистичну значущість результатів показала, що експериментальна форма підготовки позитивно впливає на рівень навчальних досягнень студентів експериментальної групи.

Таким чином, проведене експериментальне дослідження підтвердило ефективність обґрунтованої технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі, сприяло формуванню корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету та її компонентів (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний, рефлексивний), доповнило систему методичної роботи університету сучасними формами, методами й засобами та дало можливість виконати усі завдання дослідження й досягти поставленої мети.

Висновки до третього розділу

На контрольному етапі формувального експерименту було перевірено ефективність розробленої та обґрунтованої технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету; узагальнено результати експерименту, перевірено вірогідність отриманих результатів із використанням методів математичної статистики; сформульовано основні положення та висновки за результатами дослідження.

Для проведення формувального експерименту здійснено відбір та модифікацію методик, а саме: методика «Діагностика рівня емпатійних здібностей» (за В. Бойко); методика «Дослідження сприйняття індивідом групи» (за Є. Залюбовською); методика «Ціннісні орієнтації» (за М. Рокичем); методика «Виявлення схильності до емпатії» (за І. Юсуповим); «Опитувальник емоційного інтелекту Шабанова та Альошиної (EISAI)»; «Тест на визначення рівня емоційного інтелекту» (за Н. Холлом (англ. N. Hall); опитувальник «Тест толерантності» (за В. Бойко); «Тест на виявлення типу організаційної культури» (за Ч. Хенді) (англ. C. Handy); методика «Дослідження само ставлення» (за С. Пантелєєвим); методика «Діагностика спрямованості особистості» (за Б. Бассом); діагностична методика А. Карпова, В. Пономарьової на визначення індивідуальної міри вияву

рефлексивності. Також було розроблено авторські анкети для визначення рівня сформованості знань, умінь та навичок щодо корпоративної культури, а також ставлення до корпоративної культури (анкета «Корпоративна культура», анкета «Ставлення до корпоративної культури»).

Перевірка достовірності відмінностей результатів дослідження контрольної та експериментальної групи здійснювалася з використанням χ^2 – критерію Пірсона. Така перевірка дала можливість сформулювати дві гіпотези, нульову та альтернативну, де відповідно H_0 – стверджує наявність значних відмінностей у сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів контрольної та експериментальної груп; H_1 – стверджує відсутність значних відмінностей у сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів контрольної та експериментальної груп. Під час дослідження після опрацювання результатів формувального експерименту було використано такі методи статистичної обробки даних: метод середніх величин, кластерний та факторний аналізи даних.

За результатами обробки даних експериментальної роботи проаналізовано динаміку формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету та її компонентів.

Встановлено, що у студентів університету по завершенні експерименту рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента підвищився на 12,2% (в контрольній групі – на 7,6%); когнітивного компонента – на 12,3% (контрольна група – на 6,8%); діяльнісного компонента – на 12,0% (в контрольній групі – на 7,8%); рефлексивного компонента – на 7,8% (контрольна група – на 7,9%). Загальний рівень сформованості корпоративної культури студентів у експериментальної групи на високому рівні збільшився на 11,1% (6,0% в контрольній групі); на середньому рівні на 7,5% у студентів експериментальної та на 3,9% у студентів контрольної груп; на низькому рівні зменшився на 18,1% у експериментальної групи студентів, на 10,5% у студентів контрольної групи.

За даними кореляційного аналізу визначено рівень значущості $\alpha = 0,05$ та критичне значення 7,82. Визначені дані по завершенні експерименту при обробці

$\chi^2 = 9,21$, що у свою чергу перевищили критичне значення 7,82 та спростували гіпотезу H_1 й дали дають підстави для прийняття гіпотези H_0 , яка стверджує наявність значних відмінностей у сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету в студентів контрольної та експериментальної груп.

Проведене експериментальне дослідження підтвердило, що запропонована технологія формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є ефективною та може бути рекомендована для практичного застосування у різних закладах вищої освіти.

Основні ідеї розділу висвітлені у наукових публікаціях автора:

Бровко Е. А. Сформированность рефлексивного компонента корпоративной культуры студентов университета: эмпирический аспект исследования. *Научный журнал «Norwegian Journal of development of the International Science»*. Norway. 2020. No. 40. С. 38–42.

Бровко К. А. Діагностика стану сформованості корпоративної культури студентів університету. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2019. № 2 (169). С. 140–146.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Науковий аналіз проблеми формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету показав, що в умовах модернізації змісту освітнього процесу проблема формування корпоративної культури студентів набуває особливої актуальності. Її розв'язання пов'язане з впровадженням перспективних педагогічних технологій, застосування яких має сприяти формуванню знань, умінь та навичок щодо корпоративної культури студентів університету.

Вивчення наукових джерел засвідчило, що існують різні підходи до визначення базових понять дослідження. Спираючись на наукові доробки вчених, представлено визначення понять: «культура», «корпорація», «корпоративна культура закладу освіти», «корпоративна культура закладу вищої освіти», «корпоративна культура університету», «корпоративна культура особистості».

1. Уточнено поняття «корпоративна культура», яке розглядається як система спільних переконань, цінностей, що слугує спрямуванням щодо підтримки корпоративної поведінки особистості. Запропоновано тлумачення поняття «корпоративна культура студента університету», яке визначено як інтегративне особистісне утворення, що характеризується ціннісним ставленням студентів до себе, оточуючої дійсності, корпоративних норм, цінностей, прийнятих в університеті, лідерстві, й виявляється в уміннях конструктивної взаємодії з всіма учасниками освітнього процесу, здатності до самоконтролю, самореалізації.

2. Здійснено аналіз особливостей формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету крізь призму структурних компонентів освітнього середовища університету: особистісного, який реалізується через залучення студентів до соціально-гуманітарної та позааудиторної діяльності; активної діяльності керівництва організації та куратора студентської академічної групи; аксіологічно-сміслового – втілено через дотримання місії, візії, цінностей, традицій університету, виконанні ритуалів, використанні корпоративної атрибутики; інформаційно-змістового – втілюється шляхом вивчення студентами циклу навчальних дисциплін, як от:

«Університетські студії», який складається з трьох окремих модулів – «Я-студент», «Лідерствослужіння», «Вступ до спеціальності», авторського курсу «Особливості формування корпоративної культури студентів»; проходження музейної практики; залучення студентів до проектної діяльності, дотримання Кодексу корпоративної культури; організаційно-діяльнісного – втілюється через використання в навчальній діяльності студентів різноманітних традиційних та інтерактивних форм і методів, прийомів і засобів навчання; просторово-предметного – знаходить свій відбиток через користування студентами університетським бренд-буком, корпоративною поштою, загально університетським сайтом.

3. З'ясовано сутність, змістові компоненти, критерії, показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів університету. Так, структура корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету представлена чотирма взаємопов'язаними та взаємозумовлюючими компонентами (мотиваційно-ціннісний, когнітивний, діяльнісний, рефлексивний). Мотиваційно-ціннісний компонент характеризується сукупністю почуттів, переживань, що відображають ціннісне ставлення до інших людей, оточуючої дійсності, корпоративних норм правил, позитивні мотиваційні установки. Когнітивний компонент відображає знання про сутність і зміст корпоративної культури особистості, корпоративні норми, правила, моделі поведінки, прийняті в університеті. Діяльнісний компонент презентує діяльність, поведінку, що відображають ціннісне ставлення до інших людей, оточуючої дійсності, корпоративну активність. Рефлексивний компонент виявляється в схильності до аналізу власної діяльності, та вчинків інших.

Для оцінки ступеня сформованості структурних компонентів корпоративної культури студентів університету визначено відповідні критерії (знанневий, мотиваційний, операційно-діяльнісний, аналітико-рефлексивний), показники, рівні сформованості корпоративної культури студентів (високий, середній, низький) та розкрито їх зміст.

Встановлено, що за результатами констатувального етапу дослідження у

студентів експериментальної групи на початок експерименту рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента на високому рівні становить 41,2% (38,7% в контрольній групі); когнітивного компонента – 52,6% (47,6% в контрольній групі); діяльнісного компонента – 24,5% (22,5% в контрольній групі); рефлексивного компонента – 48,3% (46,6% в контрольній групі). Загальний рівень сформованості корпоративної культури студентів експериментальної групи на високому рівні становить 41,6% (40,4% в контрольній групі); на середньому рівні 35,4% у студентів експериментальної та контрольної груп; на низькому рівні 22,7% у студентів експериментальної групи, 24,6% у студентів контрольної групи.

Встановлено, що у студентів університету по завершенні експерименту рівень сформованості мотиваційно-ціннісного компонента підвищився на 12,2% (в контрольній групі – на 7,6%); когнітивного компонента – на 12,3% (контрольна група – на 6,8%); діяльнісного компонента – на 12,0% (в контрольній групі – на 7,8%); рефлексивного компонента – на 7,8% (контрольна група – на 7,9%). Загальний рівень сформованості корпоративної культури студентів у експериментальної групи на високому рівні збільшився на 11,1% (6,0% в контрольній групі); на середньому рівні на 7,5% у студентів експериментальної та на 3,9% у студентів контрольної груп; на низькому рівні зменшився на 18,1% у експериментальної групи студентів, на 10,5% у студентів контрольної групи.

Обґрунтовано організаційно–педагогічні умови формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, а саме: формування в студентській групі соціо-культурного середовища, що активізує засвоєння студентами умінь і навичок корпоративної культури; педагогічна підтримка студентів у моральному самовизначенні, вияві корпоративної культури; конструювання корпоративного спрямування змісту навчання студентів; розвиток самоврядування для організації суб'єкт-суб'єктної корпоративної взаємодії студентів.

4. Розроблено та експериментально перевірено ефективність технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету. Особливостями технології є її поетапність (орієнтувально-мотиваційний, операційно-пізнавальний та контрольно-оціночний етапи),

системність розвитку кожного з компонентів корпоративної культури студентів університету, змістове та процесуальне наповнення кожного етапу, врахування принципів, наукових підходів, організаційно-педагогічних умов на її реалізацію. Змістовим ядром технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету є розроблений авторський курс «Особливості формування корпоративної культури студентів».

Розроблено діагностичний інструментарій оцінки сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, який застосовано на констатувальному та формувальному етапах дослідження. Подано розгорнутий опис формувального експерименту дослідження.

Перевірка достовірності відмінностей результатів дослідження контрольної та експериментальної груп щодо впровадження розробленої технології, здійснено з використанням χ^2 – критерію Пірсона. Результати перевірки засвідчили позитивну динаміку у формуванні корпоративної культури студентів в експериментальних групах порівняно з контрольними, що засвідчило ефективність розробленої технології і можливість її застосування в освітньому процесі закладів вищої освіти.

Однак, проведене дисертаційне дослідження не вичерпує всієї повноти проблеми та завдань формування корпоративної культури студентів університету. Перспективними напрямками вивчення порушеної проблеми можуть бути: розробка теоретично-обґрунтованої програми формування корпоративної культури студентів; розробка механізму взаємодії закладів вищої освіти з іншими освітніми закладами, організаціями у процесі формування корпоративної культури студентів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдулов Р. М. *Организация внеаудиторной воспитательной работы со студентами (негосударственные высшие учебные заведения): учебно-методическое пособие*. Павлоград: ЗПИЭУ, 2003. 137 с.
2. Абульханова К. А., Зазыкин В. Г., Семенов И. Н. *Акмеологический словарь* / под общ. ред. А. А. Деркача. Москва: РАГС, 2010.
3. Авксентьева Т. А. *Формування моральної свідомості студентів вищих педагогічних навчальних закладів*: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07. Вінницький держ. педагогічний ун-т ім. Михайла Коцюбинського. Вінниця, 2005. 201 с.
4. Агієнко І. В. *Соціально-філософський аналіз моделей формування особистості як суб'єкта культури*: автореф. дис. ... канд. філос. наук: 09.00.03. Дніпропетровськ, 1998. 21 с.
5. Айсмонтас Б. Б. *Теория обучения: Схемы и тесты*. Москва: Изд-во ВЛАДОС–Пресс, 2002. 176 с.
6. *Акмеология: учебник* / под общ. ред. А. А. Деркача. Москва: Изд-во РАГС, 2002. 650 с.
7. Алексюк А. М., Аюрзанайн А. А., Підкасистий П. І. та ін. *Організація самостійної роботи студентів в умовах інтенсифікації навчання: навч. посіб.* Київ: ІСДО, 1993. 336 с.
8. Амонашвили Ш. А. *Размышления о гуманной педагогике*. Москва: Дом Шалвы Амонашвили, 1996. 496 с.
9. Ананьев Б. Г. *О проблемах современного человекознания*. Москва: Наука, 1977. 380 с.
10. Андомин О. В. *Формирование корпоративной культуры преподавателей в системе внутривузовского повышения квалификации*: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08. Самара, 2010. 170 с.
11. Андреева И. Н. *Эмоциональный интеллект как феномен современной психологии*. Новополюк: ПГУ, 2011. 388 с.

12. Андреева И. В., Бетина О. Б., Кошелева С. В. Социокультурный подход к анализу системы ценностей компании. *Вестник СПбГУ*. 2008. Сер.8. Вып.1. С. 77–95.
13. Андреева О. Д. *Технологии корпоративной культуры*. Москва: Банки и биржи, 2007. 309 с.
14. Андросова О. Ф. Визначення і сутність корпоративної культури в сучасному управлінні. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. Вип. 6 (11). С. 224–233.
15. Антонова О. Є. Педагогічні технології та їх класифікація як наукова проблема. *Сучасні технології в освіті. Ч. 1. Сучасні технології навчання: наук.-допом. бібліогр. показч*. 2015. Вип. 2. С. 8–15.
16. Арістотель. *Нікомахова етика* / пер. В. Ставнюка. Київ: Аквілон-Плюс, 2002. 480 с.
17. Артюхина А. И. *Профессионально-личностное развитие студентов в образовательной среде медицинского вуза: учеб. пособ.* Волгоград: Волгоградский гос. мед. ун-т, 2006. 122 с.
18. Артюшина М. В. *Психологія діяльності та навчальний менеджмент : навч. посібник*. Київ: КНЕУ, 2008. 336 с.
19. Асадчих Л. Е. *Педагогические условия формирования инновационной организационной культуры общеобразовательного учреждения: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01*. Курск, 2010. 202 с.
20. Асмус В. Ф. *Античная философия*. Москва: Высшая школа, 2001. 400 с.
21. Ахновська І. Теоретичні засади формування освітнього середовища в контексті економіки знань. *Економіка і організація управління*. 2018. № 4 (32). С. 26-32.
22. Бабанский Ю. К. *Оптимизация учебно-воспитательного процесса: методические основы*. Москва: Просвещение. 1982. 192 с.
23. Базалук О.О., Кравченко О.П., Харченко Л.М. *Аксіологічні засади сучасної системи освіти України: навчально-методичний посібник*. Переяслав-Хмельницький (Київ.обл.): «Видавництво КСВ», 2019. 87 с.

- 24.Бакли Р. *Теория и практика тренинга : пер. с англ.* Санкт-Петербург: Питер, 2002. 352 с.
- 25.Балашова Ю. В. Корпоративна культура майбутніх офіцерів прикордонників: компетентнісний підхід. *Наукові записки. Серія: Педагогіка*. 2011. № 4. URL: dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/486/1/Balashova.pdf.
- 26.Балл Г. О. *Сучасний гуманізм і освіта : навч.-метод. посібник*. Рівне, 2003. 180 с.
- 27.Баль А. Середовищний підхід у вихованні особистості. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи*. 2014. Вип. 50. С. 156-161.
- 28.Барановська Л. Авіаційний ВНЗ: освітнє середовище університету як детермінанта якості професійної підготовки студентів. *Вісник Львівської академії: Серія: Педагогічні науки: зб. наук. пр.* Кропивницький. 2017. Вип.1. С. 18–24.
- 29.Басов М. Я. *Основы педологии*. М.-Л.: ГИЗ, 1928. 774 с.
- 30.Беликов В. А. *Философия образования личности: деятельностный аспект: монография*. Москва: Владос, 2004. 357 с.
- 31.Беляев А. Корпоративная культура университета: от теории к практике. *Высшее образование в России*. 2007. № 11. С. 62.
- 32.Беспалько В. П. *Слагаемые педагогической технологии*. Москва: Педагогика, 1989. 192 с.
- 33.Бетина О. Б. *Корпоративная культура как фактор управления организационным поведением (на примере вуза): дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05*. СПб, 2007. 192 с.
- 34.Бех І. Д. Інноваційна виховна технологія: сутнісні положення та шляхи реалізації. *Естетика і етика педагогічної дії*. 2013. Вип. С. 156.
- 35.Бехтерев, В. М. *Психология и педагогика. Избранные труды*. Москва: Издательство Юрайт, 2018. 383 с.
- 36.Бинсвангер Л. *Бытие-в-мире*. Москва: Ювента, 1999. 300 с.
- 37.Біленький Є. А., Козловець М. А., Федоренко В. О. *Соціологія: словник термінів і понять* / за заг. ред. М. А. Козловця. Житомир: Видавництво «Волинь», 2003. 480 с.

38. Білецька І. О. *Методи і засоби особистісно орієнтованого виховання : навч.-метод. посіб.* Умань : СПД Жовтий, 2009. 148 с.
39. Біловус Л. І. *Управління та організація діяльності інформаційних установ (за фаховим спрямуванням) : навч. посіб.* Тернопіль, 2010. 414 с.
40. Білецька Д. Освітнє середовище університету як засіб формування дослідницьких умінь майбутніх учителів іноземних мов. *Науковий вісник мну імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки.* 2016. № 1 (52). С. 16–20.
41. Блауберг И.В., Юдин Э.Г. *Становление и сущность системного подхода.* Москва: Наука, 1973. 271 с.
42. Бойко В. В. *Диагностика уровня эмпатических способностей. Практическая психодиагностика. Методики и тесты. Учебное пособие.* Самара, 2001. С. 486–490.
43. Бондаренко В. В., Копитков Д. М. Педагогічні умови формування професійної компетентності майбутніх спеціалістів з організації перевезень і управління на автомобільному транспорті. *Педагогічна освіта: теорія і практика.* 2012. Вип. 12. С. 17–20
44. Брадул О. М. *Обліково-аналітичне забезпечення менеджменту корпорацій: монографія.* К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 356 с.
45. Бражнич О. Г. *Педагогічні умови диференційованого навчання учнів загальноосвітньої школи : дис. канд. пед. наук: 13.00.07.* Кривий Ріг, 2001. 238 с.
46. Братко М. В. *Теоретичні і методичні засади управління професійною підготовкою фахівців в освітньому середовищі університетського коледжу: дис. докт. пед. наук. 13.00.04. 13.00.06.* Київський університет імені Бориса Грінченка. Державний вищий навчальний заклад «Університет менеджменту освіти» Національна академія педагогічних наук. Київ, 2018. 598 с.
47. Братко М. В. Management education environment higher education institution: the essence of the concept. *Освітологія українсько-польський щорічник.* 2014. No 3. С. 81–88.

- 48.Братко М. В. The structure of the educational environment of higher education institutions. *Наукові записки. Серія: Педагогічні науки*. 2015. No 135. С. 67–72.
- 49.Братко М. В. Освітнє середовище вищого навчального закладу: функціональний аспект. *Пед. процес: теорія і практика*. 2015. № 1-2 (46-47). С.11–17.
- 50.Бровко Е. А. Сформированность рефлексивного компонента корпоративной культуры студентов университета: эмпирический аспект исследования. *Научный журнал «Norwegian Journal of development of the International Science»*. Norway. 2020. No. 40. С. 38–42.
- 51.Бровко К. А. Корпоративна культура сучасного університету. *Збірник матеріалів XXVI Міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених «Наука і вища освіта»* (15 листопада 2017 року). Класичний приватний університет. Запоріжжя. 2017. 15 листопада. С. 210.
- 52.Бровко К. А. Моделювання процесу формування корпоративної культури студентів вищих навчальних закладів. *Науковий журнал «Педагогічний процес: теорія і практика»*. 2017. Вип. 2 (57). С. 125–129.
- 53.Бровко К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Науково-практ. журн. «Інженерні та освітні технології»*. 2017. № 3(19). С. 90–96.
- 54.Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів. *«World Science»*. Warsaw: RS Global Sp. z O.O. 2018. Vol. 5, March № 3(31). С. 16–20.
- 55.Бровко К. А. Діагностика стану сформованості корпоративної культури студентів університету. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2019. № 2 (169). С. 140–146.
- 56.Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Збірник наукових праць «Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах»*, 2020. № 69. Т. 2. С. 42–46. DOI 10.32840/1992-5786.2020.69-2.7.
- 57.Бровко К. А. Компетентнісний підхід у формуванні корпоративної культури студентів. *Збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції*

«Актуальні проблеми вищої професійної освіти» (23 березня 2017 року). м. Київ, НАУ. 2017. 23 березня. С. 35–36.

58. Бровко К. А. Організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасні технології розвитку професійної майстерності майбутніх учителів: Матеріали I Міжнародної Інтернет – конференції* (26 жовтня 2017 року). Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини. Умань. 2017. 26 жовтня. С. 52–57.
59. Бровко К. А. Особливості функціонування корпоративної культури вищого навчального закладу. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2017. № 4 (147). С. 186–190.
60. Бровко К. А. П. Е–середовище як складова корпоративної культури в університетах Французької Республіки. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*. 2018. № 2 (157). С. 133–137.
61. Бровко К. А. Позааудиторна діяльність університету як регулятор соціального розвитку студентської молоді. *Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства: Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції* (11–12 листопада) 2016 року). КУ ім. Тараса Шевченка. м. Київ. 2016. 11–12 листопада. С. 16–17.
62. Бровко К. А. Роль емоційного інтелекту в формуванні корпоративної культури студентів. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи : Збірник матеріалів IV-а Міжнародної науково-практичної конференції* (15 червня 2018 року). ДВНЗ «Ужгородський національний університет». Ужгород. 2018. 15 червня. С. 108–110.
63. Бровко К. А. Роль лідера у формуванні корпоративної культури університету. *Трансформації в українській освіті і наукових дослідженнях: світовий контекст: Збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції* (25–26 травня 2017 року). Уманський держ. пед. ун-т ім. П. Тичини. м. Умань. 2017. 25–26 травня. С. 51–53.
64. Бровко К. А. Роль спецкурсу в формуванні корпоративної культури студентів. *Освіта XXI століття: теорія, практика, перспективи: Матеріали I*

- Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (18 квітня 2019 року). Інститут педагогіки НАПН України. м. Київ. 2019. 18 квітня. С. 134–136.
65. Бровко К. А. Створення виховного середовища у студентській групі як ефективна умова формування корпоративної культури студентської молоді. *Диференціація у шкільній освіті: історичний досвід і сучасні технології*: Збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (16 травня 2018 року). Інститут педагогіки НАПН України. Київ. 2018. 16 травня. С. 108–113.
66. Бровко К. А. Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*. 2016. № 6 (303). С. 132–138.
67. Бровко К. А. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Наукове електронне видання «Освітологічний дискурс»*. 2017. № 3–4 (18–19). URL: <http://od.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/475> № 3–4 (18–19).
68. Бровко К. А. Філософські аспекти формування корпоративної культури особистості. *Становлення і розвиток педагогіки*: Збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції (16–17 лютого 2018 року). Херсон : Видавничий дім «Гельветика». 2018. 16–17 лютого. С. 132–134.
69. Бровко К. А. Формування корпоративної культури на засадах компетентнісного підходу. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: Збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції (20 березня 2018 року). Національний авіаційний університет. Київ. 2018. 20 березня. С. 32–33.
70. Бровко К. А., Чернуха Н.М. *Акмеологічний підхід виховання толерантності в міжособистісних відносинах суб'єктів освітнього процесу вищої школи*. Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти: монографія. К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. С. 201-219.
71. Будагов Р. А. *История слов в истории общества*. Москва, 1971. 217 с.
72. Буртовий С. Комплекс організаційно-педагогічних умов ефективного формування готовності вчителів до використання електронних засобів навчання. *Гуманітарний вісник Державного вищого навчального закладу*

- «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. С. Сковороди». Педагогіка. Психологія. Філософія. 2013. Вип. 28(1). С. 47–54.
73. Васильєва Е. Ю. Образовательная среда вуза как объект управления и оценки. *Университетское образование: практика и анализ*. 2011. №4 (74). С. 76–82.
74. Васильєва М. О. Роль та значення куратора в організації виховної роботи у вищій школі. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2014. № 42–43. URL: <http://library.uipa.edu.ua/images/data/zbirnik/42-43/44.pdf>.
75. Васянович Г. П. *Педагогічна етика: навч.-метод. посібник для викладачів і студ. вищих навч. закл.* Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України; Львівський науково-практичний центр; Львівська держ. фінансова академія. Львів: Норма, 2005. 343 с.
76. Вдовичин Т. Я. Обґрунтування організаційно-педагогічних умов для забезпечення навчального процесу майбутніх фахівців у педагогічному університеті. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання в підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми*. 2013. № 34. URL: <http://lib.iitta.gov.ua /1135/1>.
77. *Великий тлумачний словник сучасної української мови: 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел*. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. VIII, 1728 с.
78. Виханский О. С., Наумов А. И. *Менеджмент: ученик. 6-е изд., перераб. и доп.* Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2014. 656 с.
79. Вітвицька С. С. *Основи педагогіки вищої школи: підруч. за модульно-рейтинговою системою навчання для студ. магістр.* Київ: Центр навчальної літератури, 2006. 401 с.
80. Войцехівський О. Л. Організаційно-педагогічні умови формування готовності майбутніх офіцерів-прикордонників до професійної діяльності за напрямком «Охорона та захист державного кордону». *Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України*. 2011. Вип. 4. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vnadps_2011_4_10.

81. Волківська Д. А. *Розвиток лідерського потенціалу студентського активу в університетському середовищі*: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05. Київ, 2016. 455 с.
82. Волківська Д. А. *Розвиток лідерського потенціалу студентського активу в університетському середовищі*: автореф. дис.. ... канд. пед. наук: 13.00.05. Київський університет імені Бориса Грінченка. Київ, 2016. 20 с.
83. Вольтер. *Избр. произв.* Москва: Госюриздат, 1956. 499 с.
84. Воронкова А. Е., Баб'як М. М., Коренєв Е. Н., Мажура І. В. *Корпорації: управління та культура: монографія* / за ред. А. Е. Воронкової. Дрогобич: Вимір, 2006. 376 с.
85. Выготский Л. С. *Педагогическая психология* / под ред. В. В. Давыдова. Москва: Педагогика, 1991. 480 с.
86. Газман О. С., Вейсс М., Крылова Н. Б. *Содержание гуманистического образования*. Москва: Рос. гуманит. науч. фонд: Ин-т пед. инноваций РАО «Инноватор»: Медфорд. ин-т образования, 1995. 103 с.
87. Галєєва А. П. *Організаційно-педагогічні умови виховної діяльності у вищому аграрному навчальному закладі*: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.07. Дрогобич, 2009. 22 с.
88. Галімов А. В. *Теоретико-методичні засади підготовки майбутніх офіцерів-прикордонників до виховної роботи з особовим складом: монографія*. Хмельницький: Вид-во Нац. академ. Держ. прикорд. служби України ім. Б. Хмельницького, 2004. 376 с.
89. Галкина О. В. *Роль и место понятия «организационно-педагогические условия» в терминологическом аппарате педагогической науки*: автореф. дисс. канд. пед. наук: 13.00.01. Самара, 2009. 19 с.
90. Гегель Г. *Феноменологія духу* / пер. П. Таращук. Київ: Фоліо, 2019. 480 с.
91. Герде Й. *Філософський енциклопедичний словник* / під ред. В. І. Шинкарук. Київ: Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України: Абрис, 2002. 742 с.
92. Гіденс Е. *Соціологія*. Київ: Основи, 1999. 726 с.

93. Гладкая И. В. Организационно-педагогические условия становления профессиональной компетентности студента. *Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. Педагогика*. 2011. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/>.
94. Глазычев В. Л. *Дух места. Освобождение духа*. под ред. А. А. Гусейнова, В. И. Толстых. Москва: Политиздат, 1991. С. 138–167.
95. Гнезділова К. М. *Корпоративна культура викладача вищої школи: навч.-метод. посібник*. Черкаси: ЧНУ імені Богдана Хмельницького, 2013. 124 с.
96. Гойхман О. Я. *Речевая коммуникация*. Москва: Инфра, 2007. 272 с.
97. Гончаренко С. У. *Український педагогічний словник*. Київ: Либідь, 1997. 375 с.
98. Горбатько О. И. *Теоретико-педагогические основания особенностей корпоративной культуры образовательного учреждения: дис. канд. пед. наук: 13.00.01*. Ставрополь, 2006. 200 с.
99. Гордієнко К. Розвиток соціальної культури особистості в молодіжному середовищі. *Соц. психологія*. 2006. № 3. С. 66–75.
100. *Господарський кодекс України від 03 жовтня 2019 р. № 436-IV*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
101. Гоулман Д. *Эмоциональное лидерство: Искусство управления людьми на основе эмоционального интеллекта*. Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. 306 с.
102. Гриньова В. М. *Формування педагогічної культури майбутнього вчителя (теоретичний та методичний аспекти)*. Харків: Основа, 1998. 300 с.
103. Гришук О. В. Емоційні стани студентів як метакогнітивне утворення. *«Наука і освіта»*. 2014. №6. С. 30–34.
104. Гуревич П. С. *Философия культуры: учебное пособие*. Санкт-Петербург, 1996. 415 с.
105. Гуревич П. С. *Человек как объект социально-философского анализа: автореф. ... д-ра филос. наук: 09.00.03*. Москва, 1991. 32 с.
106. Давидова Ж. В. *Педагогічні умови формування духовно-ціннісних орієнтацій студентської молоді: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07*. Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2012. 228 с.

107. Давіденко Н. О. Куратор академічної групи – вихователь, науковець, організатор у вищих технічних закладах освіти. *Педагогические науки. Методические основы воспитательного процесса*. 2012. URL: http://www.rusnauka.com/7_DN_2007/Pedagogica/20723.doc.htm.
108. Давыдов В. В. *О понятии развивающего обучения*. Сборник статей. Томск: Пеленг, 1995. 144 с.
109. Дзуличанская Н. Н. Организационно-педагогические условия повышения профессиональной компетентности обучающихся в системе непрерывного естественнонаучного образования. *Наука и образование*. 2011. № 3. URL: <http://technomag.edu.ru/doc/170201.html>.
110. Демидова Г. А. *Организационно-педагогические условия формирования лидерского потенциала менеджера социально-трудовой сферы в рефлексивной среде дополнительного профессионального образования*. URL: <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/4625-2012-11-08-18-55-57>.
111. Денисова А. Б. *Информационные и коммуникационные технологии в формировании корпоративной культуры вуза*. URL: www.imp.rudn.ru/2012/2012_2/4.pdf.
112. Дистерверг А. О. О природосообразности и культуросообразности в обучении. *Народное образование*. 1988. № 7. С. 193–197.
113. Діуліна В. В. *Соціально-педагогічні умови формування морально-етичної культури майбутнього керівника у сфері управлінської діяльності*: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.05. Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків, 2003. 24 с.
114. Дмитренко М. Й. *Корпоративна культура у констеляціях пізнього модерну: філософсько-антропологічні експлорації*: автореф. дис. докт. філос. наук: 09.00.04. Харків, 2014. 31 с.
115. Довгань Л. Є., Пастухова, Л. М. Савчук Л. М. *Корпоративне управління : навчальний посібник*. Київ: Кондор, 2007. 174 с.

116. Дубасенюк О. А. Акмеологічний підхід як стратегічний орієнтир особистісно-орієнтованої педагогічної освіти. *Проблеми освіти: збірник наукових праць*. Вип. 84. Житомир-Київ, 2015. С. 25–30.
117. Дьюї Джон *Школа і суспільство* / ред. Коваленко Є. І. Історія зарубіжної педагогіки: хрестоматія. Київ: Центр навч. літ., 2006. С. 449–463.
118. Дяченко Н. О. *Організаційно-педагогічні умови формування вмінь розв'язувати педагогічні задачі у майбутніх викладачів педагогіки в умовах магістерської підготовки.* URL: <https://nadiadyachenko.wordpress.com/2013/10/02>.
119. *Енциклопедія освіти* / Акад. пед. наук України: голов. ред. В. Г. Кремень. Київ: Юрінком Інтер, 2009. 1040 с.
120. Ефимов В. С., Лаптева А. В. Корпоративная культура – инструмент развития университета. *Университетское управление: практика и анализ*. 2010. № 1(65). С. 23–29.
121. Смельянов П. В., Грошев І. В., Юр'єв В. М. *Організаційна культура*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. 288 с.
122. Желанова В. В. Formation of Complete Reflex Constructions of Future Pedagogue in the Educational Environment of Higher Education . *Journal of Vasyl Stefanyk Precarpathian National University*. 2019. №1. С. 28–36.
123. Желанова В. В., Євенок О.О. *Особистість майбутнього вчителя початкової школи: рефлексивний вимір. Професіографічний підхід у системі вищої освіти: монографія*. Київ, 2019. 23 с.
124. Желанова В. В. Структурно-логічна модель технології контекстного навчання майбутнього вчителя початкових класів. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2014. № 8. С. 184–193.
125. Желанова В. В. Таксономія типів професійної рефлексії педагога: міждисциплінарний контекст. *Педагогічна освіта: теорія і практика. Психологія. Педагогіка*. 2017. № 27. С. 9–14.

126. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 №1556-VII (Із змінами і доповненнями № 37-38 від 18.03.2020). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>
127. Закон України «Про освіту» від від 05.09.2017 № 2145-VIII (Із змінами і доповненнями № 2657-VIII від 18.12.2018 № 2661-VIII від 20.12.2018). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19>
128. Запесоцкий А. С. Дети эпохи перемен: их ценности и выбор. *Социол. исслед.* 2006. №12. С. 98–110.
129. Захарчин Г. М. *Корпоративна культура: навч. посібник*. Львів: Новий світ-2000, 2011. 344 с.
130. Злобин Н. *Культура и общественный прогресс*. Москва: Наука, 1980. 305 с.
131. Зоріна В. М. *Корпоративна культура та її складові. 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.*
132. Зязюн І. А., Крамущенко Л. В., Кривонос І. Ф. та ін. *Педагогічна майстерність: підручник / під ред. І. А. Зязюна. К.: Вища шк., 1997. 349 с.*
133. Зязюн І. А. Освітній простір культури в умовах сучасних інформаційних технологій. *Рідна школа*. 2006. № 5. С. 3–6.
134. Ибрагимова Н. В. Формирование корпоративной культуры студентов высшей школы. *Казанский педагогический журнал*. 2009. № 11–12. С. 59–67.
135. Исаев И. Ф. *Теория и практика формирования профессионально-педагогической культуры: автореф. дисс... докт. пед. наук: 13.00.01. Москва. Педагогический государственный университет, 1993. 33 с.*
136. Ігнатська І.А., Гарафонов О. І. *Корпоративне управління: підручник для студ. вищих навч. закладів*. Київ: «Центр учбової літератури», 2013. 600 с.
137. Камерон К., Куинн Р. *Диагностика и изменение организационной культуры / пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой*. СПб: Питер, 2001. 320 с.
138. Кант И. *Критика чистого разума / пер. Н. Лоской*. Москва: Азбука, 2018. С. 768

139. Капитонов Э. А., Зинченко Г. П. *Корпоративная культура: теория и практика*. Москва: Изд-во «Альфа-Пресс», 2005. 351 с.
140. Карамушка Л. М., Сняданко І. І. *Психологія організаційної культури (на матеріалі промислових підприємств): навч. посіб.* К. Львів: Край, 2010. 212 с.
141. Карамушка Л. М. *Психологія освітнього менеджменту: навч. посібник*. Київ: Либідь, 2004. 424 с.
142. Карелин А. *Большая энциклопедия психологических тестов*. Москва: Эксмо, 2007. 416 с.
143. Карпов А. В. Рефлексивность как психическое свойство и методика ее диагностики. *Психологический журнал*. 2003. Т. 24. № 5. С. 45–57.
144. Каташов А. І. *Педагогічні основи розвитку інноваційного освітнього середовища сучасного ліцею: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01*. Луганськ, 2001. 20 с.
145. Кларин М. В. *Педагогическая технология в учебном процессе: (Анализ зарубежного опыта)*. Москва: Знание, 1989. 77 с.
146. Кларин М. В. Технология модклирования в художественной реальности обучения. *Школьные технологии*. 2018. № 1. С. 59–64.
147. Коваль В. Ю. Система позааудиторної діяльності студентів вищих навчальних закладів. *Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: Педагогіка, психологія, соціологія*. 2009. № 6. С. 19-23.
148. Коган Л. Н. *Проблемы исследования целостной культуры*. Москва: Мысль, 1992. 246 с.
149. *Кодекс корпоративної культури*. URL: <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporativna-kultura-universytetu/4301-kodeks-korporatyvnoi-kultury.html>
150. Козлов В. В. *Корпоративная культура*. Москва: Альфа-Пресс, 2009. 304 с.
151. Козырева Е. И. Школа педагога-исследователя как условие развития педагогической культуры. *Методология и методика естественных наук*. Омск: ОмГПУ, 1999. Вып. 4. С. 24.

152. Козырева Т. В. *Педагогические условия организации социального творчества студентов вуза во внеаудиторной деятельности*: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02. Кострома, 2006. 241 с.
153. Колобова Е. А. Сущность понятия «корпоративная культура» как метода управления. *Экономика России и Сибири: прошлое, настоящее, будущее*: Материалы научно-практ. интернет-конференции (24–25 июня 2008 года). Экономический Сервер Сибири. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН. 2008. 24–25 июня. URL: <http://econom.nsc.ru/conf08/info/Doklad/Kolobova.doc>
154. Коменский Я. А., Локк Д., Руссо Ж.-Ж., Песталоцци И. Г. *Педагогическое наследие*; сост. В. М. Кларин, А. Н. Джуринский. Москва: Педагогика, 1988. 416 с.
155. Кондратенко Г. Г. Формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики в умовах соціально-гуманітарної роботи вищого навчального закладу. *Професійна мистецька освіта і художня культура: виклики XXI століття*: Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції (16-17 жовтня 2014 року). Київ. 2014. 16–17 жовтня. С. 365–372.
156. Кондрашова Л. *Теоретические основы воспитания нравственно-психологической готовности студентов пединститутам к профессиональной деятельности*: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.01. АПН СССР НИИ общ. педагогики. Москва, 1989. 363 с.
157. Кондрашова Л. В. *Внеаудиторная работа по педагогике в педагогическом институте*. Киев: Высшая школа, 1998. 160 с.
158. Коновальчук С. А. *Методика інтегрованого навчання професійно орієнтованого англомовного писемного спілкування майбутніх журналістів*: автореф. дис. ... канд. пед. наук, 13.00.02. К., 2017. 19 с.
159. Концепція виховання дітей та молоді у національній системі освіти № 641 від 16.06.2015. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0641729-15/sp:max20#Text>

160. *Корпоративна культура Київського університету імені Бориса Грінченка*. URL: <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporatyvna-kultura-universytetu.html>
161. *Корпоративна культура: навчальний посібник* / під заг. ред. Г. Л. Хаєта. Київ: Центр навчальної літератури, 2003. 403 с.
162. Косогорова Л.В. Образовательная среда как ресурс качества подготовки специалиста декоративно-прикладного искусства в вузе культуры и искусств. *Фундаментальные исследования*. 2011. № 8–3. С. 528–531.
163. *Краткий психологический словарь* / под ред. В. А. Петровского М. Г. Ярошевского. Москва: Политиздат, 1985. 431 с.
164. Кричевский Р. Л. *Если вы руководитель. Элементы психологии менеджмента в повседневной работе*. Москва: Дело. 193 с.
165. Крутій К. *Освітній простір дошкільного навчального закладу: монографія: у 2-х ч.* Ч. I. Київ: Освіта, 2009. 302 с.
166. Кубко В. П. Формування корпоративної культури вищих навчальних закладів України. *Культура народів Причорномор'я*. 2014. № 267. С. 213–216.
167. Кузьмина Н.В. *Акмеологическая теория повышения качества подготовки специалистов образования*. Москва: Исследовательский центр проблем качества подготовки специалистов, 2001. 144 с.
168. Кулюткін Ю. Н., Тарасов С. В., *Образовательная среда и развитие личности*. URL: http://znanie.org/jornal/n1_01/obraz_sreda.html
169. Лазарев С. В., Лазарев М. С. Корпоративна культура і управління знаннями в організації. *Управління розвитком персоналу*. 2009. № 2. С.108–112.
170. Лапина Т. А. *Корпоративная культура: учебно-методическое пособие*. Омск: Изд-во ОмГУ, 2005. 96 с.
171. Лаппо В. В. Особливості формування духовних цінностей студентської молоді в позааудиторній діяльності закладу вищої освіти. *Науковий часопис національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 5. Педагогічні науки: реалії та перспективи*. 2018. Вип. 64. С. 115–120.

172. Лаппо В. В. Формування духовних цінностей студентської молоді в координатах системного підходу. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика: збірник наукових праць: Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції «Культурна особистість у світлі виховання, освіти і духовної безпеки»* (23 травня 2018 року). Ч. II / гол. редактор Г.П. Шевченко. Вип. 3 (84). Сєвєродонецьк: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2018. С. 111–120.
173. Лаппо В. В. *Теоретико-методичні засади формування духовних цінностей студентської молоді в навчально-виховному процесі вищого навчального закладу*: дис. ... докт. пед. наук 13.00.07. Інститут проблем виховання Національної академії педагогічних наук України. Київ, 2018. 475 с.
174. Левківський М. В. Інноваційні навчальні технології. *Технології професійно-педагогічної підготовки майбутніх учителів: навчальний посібник* / під ред. О. А. Дубасенюк. Житомир: Житомир. держ. пед.ун-тет, 2001. С. 12–18.
175. Лекторский В. А., Садовский В. Н. О принципах исследования систем. *Вопросы философии: науч. – теор. журнал*. 2009. №5. С. 12.
176. Леонтьев А. Н. *Деятельность. Сознание. Личность*. Москва: Смысл: Академия, 2004. 346 с.
177. Линенко А. *Теория и практика формирования готовности студентов педагогических вузов к профессиональной деятельности*: дис. докт. пед. наук: 13.00.04. Київ, 1996. 371 с.
178. Линенко А. Ф. Формування корпоративної культури майбутнього вчителя. *Науковий вісник Південноукраїнського державного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського: зб. наук. пр. Спецвипуск. Сучасні тенденції в педагогічній науці України та Ізраїлю: шлях до інтеграції*. 2010. С. 200–204.
179. Лихачев Б. Т. Педагогика: курс лекцій / под ред. В.А. Сластенина. Москва: Гуманитар, изд. центр ВЛАДОС, 2010. 647 с.
180. Лозова В. І., Троцко Г.В. *Теоретичні основи виховання і навчання: навчальний посібник*. 2-ге вид., випр. і доп. Х. : ОВС, 2002. 400 с.

181. Лукашевич Н. П. *Социология воспитания: краткий курс лекций*. Киев: МАУП, 1996. 180 с.
182. Лысова И. И. *Динамика эффективности процесса формирования гендерной культуры будущего специалиста в вузе: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08*. Белгород, 2009. 25 с.
183. Магзумова Н.В., Колесник А.Е., Аванесов А.С. Нематериальная мотивация персонала в целях повышения эффективности деятельности организации. *Научный вестник Южного института менеджмента*. 2019. № 1. С. 71–75.
184. Макаренко А.С. *Педагогічна поема. Вибрані твори у 2-х т.* Т. 2. К., 1950. 534 с.
185. Макаркин Н. П., Томилин О. Б., Бритов А. В. Роль организационной культуры в эффективном менеджменте высшего учебного заведения. *Университетское управление: практика и анализ*. 2004. № 3. С. 152–162.
186. Малихін О. В., Гриценко І. С. *Формування загальнокультурної компетентності студентів філологічних спеціальностей: монографія*. Київ: Видавництво ТОВ, 2015. 492 с.
187. *Маніфест лідерства як служіння*.
URL: <http://kubg.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/korporativna-kultura-universytetu/1782-manifest-liderstva-iak-sluzhinnia.html>
188. Мануйлов Ю. С. *Средовой поход в воспитании: дисс. ... докт. пед. наук: 13.00.01*. Москва, 1997. 193 с.
189. Марк Туллий Цицерон. Избранные сочинения / пер. М. Л. Гаспарова. Москва. «Художественная литература», 1975. 1905 с.
190. Маркарян Э. *Очерки теории культуры*. Ереван: Издательство АН Армянской ССР, 1969. 228 с.
191. Мартиненко С. М., Хоружа Л. Л. *Загальна педагогіка: навч. посіб.* Міжрегіон. акад. упр. персоналом. Київ, 2002. 175 с.
192. Маслоу А. *Мотивация и личность*. Санкт-Петербург: Евразия, 1999. 479 с.
193. Мацумото Д. *Психология и культура*. Санкт-Петербург: Прайм. Еврознак, 2002. 416 с.

194. Машкіна С.В., Усатенко Т.П., Хомич Л.О., Шахрай Т.О. *Теоретичні засади культурологічного підходу у підготовці педагога до виховної діяльності: монографія*. ІООД НАПН України, 2016. 168 с.
195. Межуев В. М. *Культура и история*. Москва, 1981. 497 с.
196. Мертон Р. К. Социальная теория и социальная структура. *Социологическое исследование*, 1992, № 3. С. 104–114.
197. Мескон М., М. Альберт, Ф. Хедоури *Основы менеджмента*. Москва: Дело, 2004. 800 с.
198. Мирончук Н. М. Технології формування у старших підлітків культури міжособистісних взаємин. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. 2008. Випуск 40. С. 125–128.
199. Митч Э. *Тренинг эффективных продаж: Уникальные подходы к использованию эмоционального интеллекта* / пер. с англ. Е. С. Пархоминой. Москва: ООО «Вершина», 2004. 304 с.
200. Михельсон-Ткач В. Л., Скляр Е. Н. Процесс согласования ценностей: проблемы и оценка. *Менеджмент в России и за рубежом*. 2002. № 1. С. 71–77.
201. Мілерян В. Є. *Методичні основи підготовки і проведення навчальних занять в медичних вузах: методичний посібник*. Київ, «Хрещатик», 2003. 80 с.
202. Могильний А. П. *Культура і особистість: монографія*. Київ: Вища школа, 2002. 303 с.
203. Могутнова Н. Н. Корпоративная культура: понятия, подходы. *Социологические исследования*. 2005. № 4. С. 147.
204. Мойсеюк Н. Є. *Педагогіка: навч. посібник*. 3-тє вид., доп. Київ: Гранма, 2001. 608 с.
205. Мольтке фон *Минный офицерский класс* / под ред. К. И. Величко. Военная энциклопедия : в 18 т. Санкт-Петербург. 1914. Т.16. С. 383–387.
206. Монастирський Г. Л. *Теорія організації: навчальний посібник*. Київ: Знання, 2008. 319 с.
207. Монахов В. М. Проектирование и внедрение новых технологий обучения. *Сов. педагогика*. 1990. № 7. С. 17–23.

208. Мудрик А. В. *Роль социального окружения в формировании личности подростка*. Москва: Знание, 1979. 39 с.
209. Наказ МОН «Про затвердження Концепції національно-патріотичного виховання дітей і молоді, Заходів щодо реалізації Концепції національно-патріотичного виховання дітей і молоді та методичних рекомендацій щодо національно-патріотичного виховання у загальноосвітніх навчальних закладах» № 641 від 16.06.15 року. URL: http://osvita.ua/legislation/Ser_osv/47154/
210. Наконечна Н. В. Організаційна культура як соціально – психологічне явище. *Вісник післядипломної освіти ДВНЗ університет менеджменту освіти*. Київ. 2015. С.111–121.
211. *Научные основы теории систем и системного анализа. Проблемные вопросы теории систем: материалы докладов семинара* / под ред. Г.И. Андреева, В.А. Тихомирова. Тверь: ВУ ПВО, 2000.
212. Немцева І. А. *Організаційна культура в системі стратегічного управління вищими навчальними закладами України* : автореф. дис. канд. економ. наук: 08.00.04. Ужгород, 2011. 22 с.
213. Николина В. В. *Духовные ценности и воспитание личности: психолого-педагогический аспект*. Новгород: НГЦ, 2002. 143 с.
214. *Новий тлумачний словник української мови (у трьох томах)* / укладачі: В. В. Яременко, О.М. Сліпущко. Київ, Вид-во «АКОНІТ», 2006. Том 1. А-К. 926 с.
215. Новиков В. Н. Образовательная среда вуза как профессионально и личностно стимулирующий фактор. *Электронный журнал «Психологическая наука и образование»*. 2012. № 1. С. 1–10.
216. Новикова Л. И. Воспитание как педагогическая категория. *Педагогика*. 2000. №6. С. 28–35.
217. Новикова Л. И. Воспитательная система школы: исходные позиции. *Сов. педагогика*. 1991. № 11. С. 61–64.
218. Носков В., Кальянов А., Єфросиніна О. Психологічні детермінанти корпоративної культури. *Політичний менеджмент*. 2006. № 17. С. 76–88.

219. Ньюмен Дж. Г. *Ідея Університета* / пер. с англ. С. Б. Бенедиктова; под общ. ред. М. А. Гусаковського. Минск: БГУ, 2006. 208 с.
220. Огнев'юк В. О. Інвестиції у людський акме-капітал – шлях України до процвітання. *Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти: моногр.* / редкол.: В.О. Огнев'юк, С.О. Сисоєва, Я.С. Фруктова. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. 912 с.
221. Одегов Ю. Г., Руденко Г. Г., Апенько С. Н., Мерко А. І. *Мотивація персоналу: навчальний посібник. Практичні завдання (практикум)*. Москва: Видавництво «Альфа-Прес». 2010. 640 с.
222. Опольська М. В. *Формування гуманістичної спрямованості майбутніх менеджерів-економістів у процесі професійної підготовки: автореф. дис... канд. пед. наук: 13.00.07*. Нац. пед. ун-т ім. М.П.Драгоманова. Київ, 2009. 21 с.
223. Орбан-Лембрик Л. Е. Структура комунікативного потенціалу особистості. *Психологічні перспективи*. 2002. Вип. 2. С. 53–61.
224. Орбан-Лембрик, Л. Е. *Психологія управління: навч. посіб.* Київ: Академвидав, 2010. 543 с.
225. Ортинський В. Л. *Педагогіка вищої школи*. URL: <http://westudents.com.ua/glavy/50417-tslsnst-protsesu-vihovannya-studentv-vzamozelejnst-yogo-komponentv.html>
226. Остапенко Г. І., Євтух М. Б. *Формування гуманізму в системі особистісних якостей студентів, курсантів, слухачів: монографія*. Харків: Основа, 1995. 255 с.
227. Павлов С. Н. *Организационно-педагогические условия формирования общественного мнения органами местного самоуправления: автореф. дисс. канд. пед. наук: 13.00.01*. Магнитогорск, 1999. 23 с.
228. Паламар С. П. Ціннісні орієнтації майбутніх вчителів як передумова інтеграції до європейського освітнього простору. *Освітологічний дискурс: електронне наукове фахове видання*. 2018. № 3–4 (22–23). С. 129–138.

229. Паламар С. П. Проблема формування духовно-моральних цінностей студентів в умовах освітнього середовища. *Освітологічний дискурс*. 2017. № 3–4 (18–19). С. 221–233.
230. Паламар С. П., Желанова В. В. Leadership Qualities of a Modern University Student in the Reflexive Dimension. *Published by Atlantis Press SARL*. 2019. № 368. С. 102–108.
231. Паламар С. П., Порядченко Л. А. Psycholinguistic Aspects of Formation of Culture of Dialogical Communication. *Психолінгвістика. Серія: Філологія*. 2019. № 26 (2). С. 11–26.
232. Пальчевський С. С. Акмеологія – покликання майбутнього. Акмеологія в Україні : наукове видання. 2010. №1. С. 7–13.
233. Панов В. И. *Психодидактика образовательных систем: теория и практика*. Санкт-Петербург: Питер, 2007. 352 с.
234. Пантелеев С. Р. *Самоотношение как эмоционально-оценочная*. Москва: Изд-во МГУ, 1991. 108 с.
235. Панченко Л. Ф., Адаменко Е.В. *Компьютерный анализ данных : учебное пособие для студентов высших учебных заведений*. Луганск, Изд-во ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2010. 188 с.
236. Парсонс Т. *Человек в современном мире*. Москва. 1985. 429 с.
237. Парсонс Т. *О социальных системах* / под ред. В. Ф. Чесноковой и С. А. Белановского. Москва: Академический проект, 2002. 832 с.
238. Парсяк В. Н., Драгомірова І. Корпоративна культура вищих навчальних закладів: сутність і складові. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. №2. С. 97–104.
239. Петриченко Л. Система позааудиторної роботи, спрямованої на підготовку майбутнього вчителя до творчої професійної діяльності. *Гуманізація навчально-виховного процесу: зб. наук. праць*. Слов'янськ, 2010. Вип. 11. С. 33–40.
240. Петровская Л. А. Компетентность в общении. Социально-психологический тренинг. Москва: Изд-во МГУ, 1989. 216 с.

241. Петровский В. А. Личность в психологии: парадигма субъектности. Ростов-на-Дону, 1996. 512 с.
242. Петько Л. В. Виклики ХХІ століття для освітнього простору України. *Наукові праці ЧНУ: наук. журнал. Педагогіка*. 2017. Т. 303. Вип. 291. С. 10–14.
243. Петько Л. В. Особистість. Соціум. Навчальне Середовище. *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький держ. педагогічний університет імені Г.С.Сковороди»*. Педагогіка. Психологія. Філософія: зб. наук. пр. Переяслав-Хмельницький, 2014. Вип. 35. С. 101–109.
244. Петько Л. В. Педагогічна сутність у визначенні поняття «освітнє середовище». *Гуманітарний вісник ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди»: збірник наукових праць*. Переяслав-Хмельницький, 2014. Вип. 34. С. 109–118.
245. Петько Л. В. Філософсько-лінгвістичні ідеї розуміння міжлюдської комунікації у соціальному середовищі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія». Серія «Філологічна»: зб. наук. праць*. Острог: Вид-во Національного ун-ту «Острозька академія», 2015. Вип. 53. С. 309–312.
246. Петько Л. В. Принципи виховання в освітньому середовищі ВНЗ. *Сучасні технології розвитку професійної майстерності майбутніх учителів: зб. наук. праць за матеріалами ІХ Всеукраїнської інтернет-конференції (27 жовтня 2016 року)*. Умань: ФОП Жовтий. 2016. 27 жовтня. С. 142–146.
247. Підласий І. П. *Педагогіка. Новий курс*. Книга 1. Загальні основи. Процес навчання, 2010. 256 с.
248. Погорілий О. І., Собацький М. А. *Культурологія. Словник термінів і понять*. Київ: Вид. дім КМ «Академія», 2003. 316 с.
249. Погребняк В. А. Культура организации как объект регулярного управления (начало). *Вопросы управления предприятием*. 2004. №4. С. 57–58.
250. Положення «Про студентське самоврядування у вищих навчальних закладах». *Інформаційний вісник вищої освіти*. 2002. №7.

251. Пономарьова Г. Ф. *Система виховної роботи у вищих педагогічних навчальних закладах*: дис. ... д-ра пед. наук: 13.00.07. Східноукр. нац. ін-т імені Володимира Даля. Сєверодонецьк, 2016. 540 с.
252. Попович М. В. *Нарис історії культури України*. Київ: АртЕк, 1998. 728 с.
253. Похолков Ю. П., Пушных В. А., Митрофанова М. В. Корпоративная культура российских технических университетов. *Вестник высшей школы*. 2011. № 9. С. 66–71.
254. *Практикум до навч. посіб. «Я студент»* / Огневюк В. О., Жильцов О. Б., Морзе Н. В. та ін.; за заг. ред. Огнев'юка В. О. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. 84 с.
255. *Професійна педагогічна освіта: особистісно орієнтований підхід: монографія* / за ред. О. А. Дубасенюк. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. 436 с.
256. *Психодіагностика толерантності личности* / под ред. Г. У. Солдатовой, Л. А. Шайгеровой. Москва: Смысл, 2008. 172 с.
257. *Психологічний словник* / за ред. В. І. Войтка. Київ: Вища школа, 1982. 216 с.
258. *Психологія діяльності та навчальний менеджмент: навч.-метод. посіб. для самост. вивч. дисципліни* / за заг. ред. В. А. Козакова; В. А. Козаков, М. В. Артющина, О. М. Котикова. Київ: КНЕУ, 2003. 829 с.
259. Рихліцька О. Д. До питання корпоративної етики в сучасній організації. *Гуманітарний часопис*. 2011. № 1. С. 89–97.
260. *Робоча навчальна програма з дисципліни «Університетські студії: Лідерствослужіння»*. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/21502/>
261. *Робоча навчальна програма з дисципліни «Університетські студії: Я – студент»*. URL: <http://elibrary.kubg.edu.ua/id/eprint/18622/>
262. Романовський О. Корпоративна підприємницька культура ВНЗ. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія № 18. Економіка і право*. 2010. Вип. 10. С. 35–45.

263. Романовський О., Романовська Ю., Романовська О. Корпоративна культура вищого навчального закладу. *Рідна школа*. 2010. № 11. С. 69–74.
264. Романюк Т. И. *Формирование корпоративной культуры средствами языка у будущих специалистов сервиса* : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Москва, 2011. 239 с.
265. Рубинштейн С. Л. *Проблемы общей психологии* / отв. ред. Е. В. Шорохова. 2-е изд. Москва: Педагогика, 1976. 416 с.
266. Руссо Ж. Ж. *Диалоги*. М. Л., 1972, 494 с.
267. Саблук Р. П., Коваленко О. В. Малі підприємства в системі корпоративних фінансів. *Агроінком*. 2011. №1–3. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/Agroin/2011_1-3/SABLUK.pdf
268. Савченко О. Я. *Особистісно-орієнтоване спілкування. Навчання і виховання учнів 3 класу: метод. посіб. для вчителів*. Київ: Вид-во «Початкова школа», 2004. 512 с.
269. Садохин А. П. *Культурология: теория и история культуры: учебное пособие*. Москва: Эксмо, 2007. 624 с.
270. Свириденко І. М. *Педагогічні умови виховання вірності в особистих взаєминах студентів вищих навчальних закладів*: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.07. Вінницький держ. пед. ун-т ім. М. Коцюбинського. Вінниця, 2012. 20 с.
271. Свириденко І. М. *Педагогічні умови виховання вірності в особистісних взаєминах студентів вищих навчальних закладів*: дис. канд. пед. наук: 13.00.07. Житомирський державний ун-т імені Івана Франка. Житомир, 2012. 273.
272. Селевко Г. К. *Сучасні освітні технології: навчальний посібник*. Москва: Народна освіта, 1998. 256 с.
273. Селиванова Н. Л. *Воспитательная среда как объект педагогического исследования*. Калуга: Институт повышения квалификации учителей. 2000. 248 с.
274. Селіванова Н. Л., Зимня І. О. *Виховна система і виховний простір – ефективні механізми виховання особистості*. Стратегія виховання в освітній

- системі Росії: підходи і проблеми / за ред. проф. І. О. Зимньої. М: Агентство «Издательский сервис», 2004. С. 242–259.
275. Семёнов Ю. И., Тайлор Э. *Культурология*. XX век: Энциклопедия. Т. 2: М-Я / гл. ред., сост. С. Я. Левит. Санкт-Петербург: Университетская книга, 1998. 447 с.
276. Семенов С. Н., Семенова А. Н. Российская высшая школа в условиях глобализации. *Философия образования*. 2005. С. 31–33.
277. Семиченко В. А. *Психологія емоцій*. Київ: «Магістр – S», 1998. 68 с.
278. Сенека Л. *Моральні листи до Луцілія* / пер. А. Содомора. Київ: Апріорі, 2017. С. 552.
279. Сериков В. В. *Личностно-ориентированное образование: поиск новой парадигмы: монографія*. Москва: Педагогика, 1988. 182 с.
280. Сидоренко Е.В. *Методы математической обработки в психологии*. Санкт-Петербург: ООО «Речь», 2000. 350 с.
281. Синкина Е. А. Организационно-педагогические условия формирования профессиональных компетенций студентов технического вуза. *Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Машиностроение, материаловедение*. 2012. URL: http://www.vestnik.pstu.ru_engine/get_file.php?.
282. Сисоєва С. О., Алексюк А. М., Воловик П. М. та ін. *Педагогічні технології у неперервній професійній освіті: монографія* / за ред. С.О.Сисоєвої. Київ, 2001. 502 с.
283. Сисоєва С. О. Педагогічні технології: коротка характеристика сутнісних ознак. *Педагогічний процес: теорія і практика: зб. наук. пр.* 2006. Вип. 2. С. 127–131.
284. Сластенин В. А., Мищенко А. И., Руденко Н. Г. Некоторые аспекты формирования технологической культуры учителя. *Педагогика*. 1999. № 7. С. 83.

285. Сластенин В. А., Чижакова Г.И. *Введение в педагогическую аксіологію: учебное пособие для студентов педагогических вузов*. Москва: Академия, 2003. 192 с.
286. Сластенин В. А., Елисеєв В. К. Рефлексивная культура учителя как субъекта педагогической деятельности. *Педагогическое образование и наука*. 2005. № 5. С. 37–42.
287. *Словник іншомовних слів* / за ред. члена-кореспондента АН УРСР О. С. Мельничука. Київ: Гол. редактор УРЕ АН УРСР, 1974. 775 с.
288. *Советский энциклопедический словарь* / гл. ред. А. М. Прохоров. 4-е изд. Москва: «Советская энциклопедия», 1988. 1100 с.
289. *Сократ Філософський енциклопедичний словник* / під ред. В.І. Шинкарук. Київ: Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України: Абрис, 2002. С. 592. 742 с.
290. Соломанидина Т. О. *Организационная культура компании: учеб. пособие*. 2-е изд., перераб. и доп. Т. О. Соломанидина. Москва: ИНФРА-М, 2007. 624 с.
291. Сорокин П. А. *Социальная и культурная динамика; пер. с англ., вступ.ст. и коммент.* В. В. Сапова. Москва: Академический проект, 2017. 964 с.
292. Сорокин П. А. *Социальная и культурная динамика*. Человек. Цивилизация. Общество / общ. ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов: Пер. с англ. Москва: Политиздат, 1992.
293. Сохань Л. В. *Жизненный путь личности*. Київ: Наук. Думка, 1987. 227 с.
294. Спивак В. А. *Корпоративная культура*. Санкт-Петербург: Питер, 2001. 352 с.
295. Сухомлинський В. О. Розмова з молодим директором школи. *Вибрані твори* : В 5-ти т. Т. 4. Київ: Рад. Школа, 1977. С. 391–626.
296. Тайлор Э. Б. *Первобытная культура*. Москва: Издательства политической культуры, 1989. 573 с.
297. Тараненко Т. М. Синергетичний підхід в організації навчально-виховного процесу. *Таврійський вісник освіти: зб. наук. пр.* Вип. № 1(45). Ч. 2. 2014. С. 10–15.

298. Тарасова О. В. Корпоративна культура як інструмент ефективного менеджменту підприємства. *Економіка харчової промисловості*. 2013. № 3(19). С. 28–32.
299. Терентьева Н. О. Проектування змісту навчальної дисципліни «Університетські студії» для студентів спеціальності «Педагогіка вищої школи». *Science and Education a New Dimension. Pedagogy and Psychology*. II (14), Issue: 27. 2014. С. 67–70.
300. Тернопільська В. І. *Соціально-комунікативна культура школяра: шляхи сходження: монографія*. Житомирський держ. ун-т ім. Івана Франка. Житомир, 2008. 300 с.
301. Тернопільська В. І. Сучасні тенденції мотивації навчально-професійної діяльності студентів. *Вісник Національного університету оборони України*. 2012. 5(30). С. 141–144.
302. Тернопільська В. І. Культура особистісного самовизначення як предмет наукового дослідження. *Нові технології навчання*. 2015. Т. 1. Вип. 86. 2015. С. 160–163.
303. Тернопільська В. І. *Формування соціальної відповідальності старшокласників у позанавчальній діяльності: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.07*. Київ, 2003.
304. Тернопільська В. І. Підготовка куратора академічної групи до організаційно-виховної роботи зі студентами ВНЗ. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 16: Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики*. 2012. Вип. 17. С. 140–143.
305. Тернопільська В. І., Коломієць Т.В., Піонтківська І. О. *Довідник з виховної роботи зі студентами*. Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2014. 264 с.
306. Тихомирова О. Г. *Организационная культура: формирование, развитие и оценка*. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гос. ун-т ИТМО, 2008. 156 с.
307. Ткачова Н. О. *Аксіологічний підхід до організації педагогічного процесу в загальноосвітньому навчальному закладі: монографія*. Луганськ: ЛНПУ імені Тараса Шевченка; Харків: Вид-во «Каравела», 2006. 300 с.

308. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ Л. Л., РОМАНОВСЬКИЙ О. Г., ПОНОМАРЬОВ О. С., ЧЕРВАНЬОВА З. О. *Педагогіка управління: навч. посібник*. Харків: НТУ «ХПІ», 2003. 408 с.
309. Указ Президента України «Про Національну доктрину розвитку освіти від 17.04.2002». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002>
310. Указ Президента України «Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» від 25 червня 2013 року № 344/2013. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/344/2013>
311. Указ Президента України «Про Стратегію національно-патріотичного виховання від 18.05.2019» № 286/2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/286/2019>
312. Уледов А. *Философия: учеб. пособие* / под ред. В. Н. Лавриненко. Москва: Юрастч. 1996. 512 с.
313. Ухтомский А. А. *Избранные труды* / под ред. акад. Е. М. Крепса. Л.: Наука. Ленинградское отделение, 1978. 358 с.
314. Ушаков К. М., Селектор С. С. Символы наших ценностей и нашего поведения: их значение, типы и функции. *Директор школы*. 2000. № 4. С. 17–24.
315. Ушинський К. Д. Людина як предмет виховання. Спроба педагогічної антропології. *Вибрані педагогічні твори*: В 2 тт. Т.1. Київ: Рад. шк., 1983. С. 192–471.
316. Файоль А., Тейлор Ф., Форд Г. *Из истории развития менеджмента*. Москва, 1992. 142 с.
317. Фетискин Н. П., Козлов В. В., Мануйлов Г. М. *Диагностика «эмоционального интеллекта» (Н. Холл). Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп*. Москва: Изд-во Института Психотерапии, 2002. С.57–59.
318. *Философский энциклопедический словарь*. 2-е изд. Москва: Сов. энциклопедия, 1989. 815 с.
319. Фрадкин Ф. А. *Педагогическая технология в исторической перспективе*. М.: Народное образование, 1996. 160 с.

320. Франк С. Л. *Предмет знания. Душа человека*. Минск: Харвест; Москва: АСТ, 2000. С. 631–990.
321. Хитрова И. В. *Педагогическое взаимодействие как средство развития культуры межличностных отношений в образовательном процессе вуза*: автореф. дис. канд. пед. наук: 13.00.01. Рязань, 2006. 22 с.
322. Хоружа Л. Л. *Педагогічна дентологія: навч-методич. посіб.* Київ: КМПУ імені Б. Д. Грінченка, 2008. С. 19
323. Хоружа Л. Л. Ethic development of modern teacher. *Естетика і етика педагогічної дії*. 2011. № 2. С. 14–21.
324. Хоружа Л. Л. Людські цінності і толерантність у сучасному світі: міжконтинентальний діалог інтелектуалів: *Матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф.* (16 листопада 2011 року). Київ. 2011. 16 листопада. С. 52–53.
325. Хоружа Л. Л. Педагогическая культура и профессиональная этика как ценностная основа деятельности учителя (по материалам работ В. А. Сухомлинского). *Педагогічна освіта: теорія і практика*. 2018. № 29. С. 11–15.
326. Хоружа Л. Л., Мельниченко О. В., Братко М. В., Котенко О. В., Прошкін В. В. Вивчення компетенції викладача вищої школи в Україні: діагностика та аналітика. *The New Education Review*. 2019. (55(1)) . С. 233–245.
327. Хоружа Л. Л. The Values of Modern Ukrainian Students. *Studia Paedagogica Ignatiana*. 2016. (4). С. 141–149.
328. Хоружа Л. Л. *Соціологія виховання особистості: навчально-методичний посібник*. Київ : Київ. ун-т ім. Бориса Грінченка, 2017. 146 с.
329. Хриков Є. М. *Управління навчальним закладом: навч. посіб.* Київ: Знання, 2006. 365 с.
330. Хуторський А.В. Ключевые компетенции как компонент личностно-ориентированного образования. *Народное образование*. 2003. № 2. С. 55–60.
331. Чернишова Т. О., Немченко Т. А. Деякі аспекти корпоративної культури організації. *Наукові праці КНТУ. Економічні науки*. 2010. Вип. 17. С. 25–31.

332. Чернуха Н.М. Пріоритети успішної соціалізації особистості: акмеологічний підхід. *Акмеологія – наука XXI століття*: Матеріали IV Міжнар. наук. - практ. Конф (30 травня 2014 року). Київ. 2014. 30 травня. С. 47–52.
333. Черри К. *Человек и информация : пер. с англ.* Москва: Изд-во Моск. ун-та, 1972. 368 с.
334. Чижевський Б. Г. *Організаційно-педагогічні умови становлення ліцеїв в Україні*. К. : Інститут педагогіки АПН України, 1996. 249 с.
335. Чижикова Е. С. *Формирование корпоративной культуры студенческого сообщества вуза* : автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08. Ин-т содержания и методов обучения Рос. акад. образования. Владикавказ, 2010. 23 с.
336. Чубук Р. В. Критерії, показники та рівні професійної компетентності соціальних педагогів. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»*. Серія: Психологія і педагогіка. 2008. Вип 11. С. 253–263.
337. Шабанов С., Алешина А. *Эмоциональный интеллект. Российская практика*. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2014. 448 с.
338. Шаполова В. В. Інтегрований зміст формування корпоративної культури майбутніх менеджерів як чинник підвищення якості професійної підготовки у ВТНЗ. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2016. Вип. 48. С. 456–463.
339. Шаполова В. В. Визначення педагогічних умов формування корпоративної культури у вищому технічному навчальному закладі. *Формування відповідальних і високодуховних лідерів-управлінців як один з пріоритетних напрямів формування національної гуманітарно-технічної еліти*. 2015. С. 107–116.
340. Шацкий С. Т. *Работа для будущего*. Москва: Просвещение, 1989. 223 с.
341. Шацький С. Т., Мамонтов Я. Зміст та методи педагогічної роботи. *Хрестоматія сучасних педагогічних течій*. Харків: Держвидав України, 1926. С. 84–91.
342. Шевченко В. С. Шляхи підвищення корпоративної культури підприємства. *Глобальні Та Національні Проблеми Економіки*. 2017. Випуск 16. С. 514–519.

343. Шевчук І. В. Педагогічні умови формування культури дозвілєвої діяльності студентів вищих педагогічних навчальних закладів. *Педагогіка вищої школи: методологія, теорія, технології*. Київ Ялта. 2013. Т. 2. С. 38–41.
344. Шейн Э. Х. Организационная культура и лидерство / перев. с англ.; под ред. В. А. Спивака. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 336 с.
345. Шендрик А. И. *Теория культуры: учеб. пособие для вузов*. Москва: ЮНИТИ-ДАНА, Единство, 2002. 519 с.
346. Штофф В. *Моделирование и философия*. Москва: Л.: Наука, 1966. 302 с.
347. Шутов В. Н. *Основы современной социологии: 15 фундаментальных законов*. Москва: Этерна, 2015. 224 с.
348. Щербакова М. В. Корпоративная культура студентов как результат современного профессионального воспитания. *Теория и практика образовательного процесса. Вестник ВГУ*. 2013. С. 151–157.
349. Элвессон М. *Организационная культура* / пер. с англ. Харьков: Гуманитарный Центр, 2005. 460 с.
350. Юсупов И. М. *Психология взаимопонимания*. Казань, 1991. 247 с.
351. Яблонскене Н. Л. Корпоративная культура современного университета. *Журнал университетское управление: практика и анализ*. 2006. № 2. 10 с.
352. *Як не заблукати у просторі студентського життя або правила виживання для студентів*. Збірка рекомендацій. Запоріжжя: Видавництво РВВ ЗДІА, 2008. 80 с.
353. Якиманська І. С. Разработка технология личностно ориентированного обучения. *Вопросы психологии*. 1995. № 2. С. 31–42.
354. Ярошинська, О. О. *Теоретичні і методичні засади проектування освітнього середовища професійної підготовки майбутніх учителів початкової школи*: автореферат дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Умань, 2015. 42 с.
355. Ясвин В. А. *Образовательная среда: от моделирования к проектированию*. Москва: Смысл, 2001. 365 с.

356. Apel K. O. *Normative Begrundung durch Rekurs auf lebensweltliche Sittlichkeit?*. A.Honneth und andere (Hg) Zwischenbetrachtungen. Im Prozess der Aufklärung, 1985. 340 S.
357. Benedict R. *Patterns of Culture*. Boston-New York: Houghton, Mifflin and Company, 1934. 260 p.
358. Bloom B. Taxonomy of educational objectives: The classification of educational goals. *Handbook 1: cognitive domain*. New York: David McKay Co., 1956. P. 187–215.
359. Brovko K. A. Technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. «*Intellectual Archive*»: Toronto: Shiny Word.Corp. (Canada). 2019. (January/February). Vol. 8. No. 1. PP. 99–107.
360. Brovko K. A., Zagorodnya A. A., Shaheid Anad Ali, Ternopilska V. I., Chernukha N. M. Diagnostics and features of forming corporate culture of students in university educational environment. *Utopia y Praxis Latinoamericana*. (ISSN 1316-5216-Venezuela.-Scopus). Vol. 25 (5), 95–105. DOI: 10.5281/zenodo.3984210.
361. Brovko K. A., Ternopilska V. I. Corporate culture of personality: psychological aspects. *Topical issues of contemporary science: Collection of scientific articles*. C.E.I.M., Valencia, Venezuela. 2017. P. 176–178.
362. Brovko, K. A., Ternopilska, V. I., Voznyk M. V., Zagorodnya, A.A., Bakhov, I. S. Research of motives for formation of corporate culture of students in the context of the paradigm of cognitive psychology. *Advanced Pharmacy Education and Research, India*. (ISSN 22493379). 2020. Vol 5. P. 241–245.
363. Cameron Kim. S., Quinn Robert E. *Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework*. Jossey-Bass San Francisco, 2006. 242 p.
364. Deal T., Kennedy A. Corporate Cultures: The Rites and Rituals of Corporate Life: Addison-Wesley. *Business Horizons*. Reading, Mass. 1983. Vol. 26, issue 2. P. 82–85.

365. Fralinger B., Olson V. Organizational Culture at The University Level: A Study Using The OCAI Instrument. *Journal of College Teaching and Learning*. 2007. Vol. 4. № 11. P. 85–97.
366. Geertz C. *The Interpretation of Cultures*. Basic Books, 1973. C. 470.
367. Habermas J. *Faktizität und Geltung: Beiträge zur Diskurstheorie des Rechts und Staatstheorie*. Suhrkamp, Frankfurt am Main, 1994. 704 S.
368. Hall A. D. *A methodology for systems engineering*. Princeton. 1962. 346 p.
369. Hodgkinson, G. and Johnson, G. 'Exploring the Mental Models of Competitive Strategists: The Case for a Processual Approach'. *Journal of Management Studies*. 1994. (June). P. 525–551.
370. Hofstede G. H. *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions, and organizations across nations 2001* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. 454 p.
371. Isahrabiu, U. The role of personnel management and worker's motivation in an organization. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 2018. 20(4). P. 22–32.
372. Jaspers K. *Existenzerhellung*. Philosophie in 3 Bänden; 3 Aufl. Bd. 2. Berlin: Springer, 1956. 440 S.
373. Jaspers K. Über Bedingungen und Möglichkeiten eines neuen. *Rechenschaft und Ausblick. Reden und Aufsätze*. München: Piper, 1951. S. 265–292.
374. Jung C. *Mann und seine Symbole*. Silberfäden, 2017. 352 S.
375. Kaufman J. A. *Organizational Culture as a Function of Institutional Type in Higher Education: theses dissertations, 2013 and Other Capstone Projects*. P. 86.
376. Kovalevskyy S.V., Kosheva L.V. Research the Corporate Culture of Students Using Neural Network Models. *American Journal of Neural Networks and Applications*. 2015. Vol. 1, No. 2. P. 43–47.
377. Koycheva T. Novel approaches to form the corporate culture in pedagogical universities. *Computer Modelling and New Technologies*. 2014. Vol.18. №2. P. 286–289.
378. Kroeber A., C. Kluckhohn Culture: A Critical review of concepts and definitions. New York: Vintage Books, 1952. P. 81.

379. Lappo V. V. Technology of attraction of film art works in the spiritual values education process of high school students. *Pedagogika*. 2017. Vol. 127. No. 3. P. 23–31.
380. Lappo V. V. Use of Internet Resources as a Means of Spiritual Education of Classical University Students. *The New Educational Rewive*. 2015. Vol. 42. No. 4. P. 123–133.
381. Linton R. *Cultural Background or Personality*. New York, 1945. P. 1–26.
382. Makushkin S. Company's personnel motivation. *Revista Ecpacios*. 2019. Vol. 40 (Issue 40). P. 23.
383. Mayo E. The irrational factor in human behavior: The 'night-mind' in industry. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*. 1923. No 110. P. 117–130.
384. Newman J. *The Idea of a University* / Edited by Martin J. Svaglic. San Francisco, Rinehart Press, 1960. 428 p.
385. Oiserman T. *The Main Trends in Philosophy. A Theoretical Analysis of the History of Philosophy* / Translated by H. Campbell Creighton. M.A. (Oxon). Moscow: Progress Publishers, 1988. 324 p.
386. Olport G. Tolerance. *Natsionalnyi psikhologicheskii zhurnal*. 2011. Vol. 2 (6). P. 155–159
387. Palamar S, Golota N, Mashovets M, Formation of leadership qualities of future teachers of primary school in professional preparation. *Atlantis Press*. 2019. 220 p.
388. Pet'ko L. About socio-culturological content in teaching subjects. *Development strategy of science and education: Collection of scientific articles*. Fidelite editions, Namur, Belgique, 2017. P. 316–319.
389. Peters T. J. Management Systems: The Language of Organizational Character and Competence. *Organizational Dynamics*, Summer 1980. P. 9–26.
390. Pet'ko L., Harashchenko L., Komarovska O., Matviienko O., Ovsiienko L., Shcholokova O., Sokolova O. Models of corporate education in the United States of America. *Journal of Entrepreneurship Education (JEI)*. USA. 2019. Vol: 22 Issue: 3. P. 1–7.

391. Pet'ko L., Bodnarchuk O., Ersozoglu R., Kanishevskaya L., Turchynova G., Vyshnivska N. Model of entrepreneurial corporate education and prospects of professional development of managers in Ukraine. *Journal of Entrepreneurship Education (JEE)*. USA. 2019. Vol: 22 Issue: 2. P. 1–2.
392. Rogers C. *On Becoming a Person: A Therapist's View of Psychotherapy*. Boston, 1961. 420 p.
393. Rokeach M. *The nature of human values*. New York, Free Press, 1973. 438 pp.
394. Syngaivska I. Corporate culture as a mean of motivation work with person. *Knowledge: International Journal Scientific and applicative papers*. 2014. Vol. 1, 2. P. 168–172.
395. Tapper T. The Collegian Tradition in the Age of Mass Higher Education. *Springer Science + Business Media B. V.* (United Kingdom). 2010. P. 190.
396. Ternopil'ska V. 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, Madrid, Espana, 2016. P. 341–344.
397. Ternopil'ska V., Guk O., Zavorodnia Ye., Ryzhykov V.; Snitka Ye.; Chernukha N. Variants of the educational paradigm in training of managers. *Revista ESPACIOS*. 2019. Vol. 40 (29). P. 9.
398. Velecka S. *Gibt es slowakische Unternehmenskultur? – Eine explorative Studie anhand von halbstandardisierten Interviews mit slowakischen Führungskräften*. Verlag: Diplomica (Februar 2004), Hamburg, 2004. 115 pp.
399. Watson D., Clark L. A., Tellegen A. Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*. 1988. Vol. 54(6). P. 1063–1070.
400. Wheatley M. J. *Leadership and the New Science: Discovering Order in a Chaotic World: Best Business Books–2011*. *Київстар Бізнес. Дайджест*. 2013. №17. 54 с.
401. Wickart T. *Der Nutzen der corporate identity*. New Work, Digitale Kommunikation. XING Insider, WICKART.DIGITAL, 2017. URL: <https://www.xing.com/news/insiders/articles/der-nutzen-der-corporate-identity-684833>.

ДОДАТКИ

Анкета «Корпоративна культура»

(Джерело: власна розробка)

Шановний студент!

Звертаємось до Вас з проханням взяти участь в опитуванні стосовно Ваших знань про корпоративну культуру студента, закладу вищої освіти. Нам цікава Ваша особиста думка!

Просимо обрати той номер відповіді, який збігається з Вашою думкою, у вільному для відповіді полі висловити власну думку. Ми гарантуємо конфіденційність Ваших відповідей. Заздалегідь вдячні за допомогу!

1. Корпоративна культура – це _____

2. Які, на Вашу думку, знання і вміння включає в себе корпоративна культура?

3. Які, на вашу думку вміння корпоративної культури притаманні Вам?

4. Які вміння з перерахованих ви використовуєте у своїй поведінці? _____

5. Ви виявляєте корпоративну культуру у взаєминах:

а) з ровесниками, одногрупниками, іншими студентами університету

завжди	досить часто	у деяких ситуаціях	не виявляю

Чому? _____

б) з викладачами

завжди	досить часто	у деяких ситуаціях	не виявляю

Чому? _____

6. Знання про корпоративну культуру необхідні, щоб:

- а) завоювати позитивне ставлення серед оточуючих, авторитет серед значимих людей;
- б) уникнути неприємних ситуацій;
- в) не створювати незручностей іншим, не псувати їм настрій;
- г) виділитися із загальної маси;
- д) задовольнити потребу у спілкуванні, взаємодії;
- е) досягти успіху у житті;
- є) зробити успішну кар'єру;
- ж) створити імідж висококультурної людини;
- з) формувати корпоративну культуру університету.

Оберіть одну відповідь.

Ваш варіант

7. Чи вважаєте Ви, що корпоративна культура університету, в якому Ви навчаєтесь є регулятором поведінки студентів, викладачів?

- а) так;
- б) не зовсім так;
- в) ні;
- г) вагаюсь відповісти.

8. В чому вбачаєте Ви важливість формування корпоративної культури студента університету ?_____

9. Яку систему цінностей сповідують студенти/викладачі у Вашому університеті ?_____

10. Чи вважаєте Ви, що викладачі відтворюють ту систему цінностей, яка сформована в університеті?

- а) так;
- б) скоріше так;
- в) вагаюсь відповісти;
- г) скоріше ні;
- д) ні.

11. Чи вважаєте Ви, що студенти відтворюють ту систему цінностей, яка сформована в університеті?

- а) так;
- б) скоріше так;
- в) вагаюсь відповісти;
- г) скоріше ні;
- д) ні.

Анкета «Ставлення до корпоративної культури»

(Джерело: власна розробка)

Шановний студент!

Звертаємось до Вас з проханням взяти участь в опитуванні стосовно Ваших знань про корпоративну культуру студента, закладу вищої освіти. Нам цікава Ваша особиста думка!

Просимо обрати той номер відповіді, який збігається з Вашою думкою, у вільному для відповіді полі висловити власну думку. Ми гарантуємо конфіденційність Ваших відповідей. Заздалегідь вдячні за допомогу!

Вам пропонується 10 тверджень, що відображають Ваше ставлення до інституту (факультету), в якому Ви навчаєтесь, і до університету в цілому. Оцініть, на скільки Ви погоджуєтесь з нижче наведеними твердженнями за п'ятибальною шкалою:

- 5 – «повністю погоджуюсь»;
- 4 – «скоріше погоджуюсь, чим ні»;
- 3 – «вагаюсь відповісти»;
- 2 – «скоріше не погоджуюсь»;
- 1 – «абсолютно не погоджуюсь».

Поставте відповідну цифру навпроти кожного пункту:

Твердження		
п/п	Моє уявлення про єдність факультету	бал
1.	Я вважаю, що факультет, на якому я вчусь, є єдиним та цілісним союзом викладачів та студентів, які тісно співпрацюють між собою.	
2.	Мені здається, що насправді об'єднані викладачі й та частина студентів, які дійсно ставлять за мету одержати професію і гарні знання.	
3.	Факультет складають два різних об'єднання: викладачі та студенти.	
4.	На мою думку, студенти більше об'єднані між собою, ніж викладачі.	
5.	На мою думку, на факультеті викладачі та студенти живуть і працюють нарізно, не об'єднуючи свої зусилля.	
Чи є викладачі представниками університету як єдиної освітньої корпорації?		

1.	Так, вважаю, що вони дійсно об'єднані між собою і підтримують одне одного в межах університету в усьому.	
2.	Так, вважаю, що вони підтримують одне одного, але й не критикують одне одного в межах університету.	
3.	Так, вважаю, що вони об'єднані між собою і підтримують одне одного хоча б стосовно єдності вимог до студентів.	
4.	Вважаю, що сильніше об'єднання і спільність викладачів відчувається в межах факультету, аніж університету.	
5.	На мою думку, викладачі не підтримують одне одного в межах університету, вони мало знайомі між собою. Найкращим аргументом є різні вимоги викладачів до студентів.	

Опитувальник для викладачів закладів вищої освіти

(Джерело: власна розробка)

Шановний викладачу!

Звертаємось до Вас з проханням взяти участь у науково-дослідній роботі, результати якої будуть використані з метою поліпшення підготовки майбутніх викладачів вищої школи. Пропонуємо Вам відповісти на анкету.

Заздалегідь вдячні Вам!

Загальний стаж роботи в освітніх установах _____

Стаж роботи в організації _____

Інструкція: оберіть для кожного із запропонованих нижче тверджень один із 4-х варіантів продовження, який, на Вашу думку, є найбільш правильним (за принципом «це мені підходить»). У випадку утруднення (наприклад, підходить декілька варіантів відповіді), обирайте той варіант, який би Ви відмітили у першу чергу.

1. В основу діяльності нашої освітньої установи покладені цінності, які

- ☐ декларуються безпосередньо керівником
- ☐ є надбанням усього педагогічного колективу
- ☐ є загальноприйнятими, характерними для всіх освітніх установ
- ☐ постійно узгоджуються й обговорюються всіма членами колективу

2. Вважаю, що декларовані цінності організації

- ☐ повністю узгоджуються з особистісними цінностями викладачів і реалізуються ними у повсякденній діяльності у реальній поведінці
- ☐ сприймаються і поділяються більшістю викладачів, але частково реалізуються ними у реальній поведінці
- ☐ сприймаються, але не поділяються викладачами, тому або частково реалізуються у реальній поведінці, або не реалізуються узагалі
- ☐ не сприймаються і не поділяються викладачами

3. Норми і правила поведінки в освітній установі

- ☐ чітко сформульовані й офіційно задекларовані в документах (наприклад, Корпоративному кодексі, Кодексі етичної поведінки та ін.)
- ☐ чітко сформульовані й офіційно задекларовані, але їх дотримується незначна кількість співробітників
- ☐ не сформульовані й офіційно не задекларовані, але їх чітко знає і дотримується в організації більшість співробітників
- ☐ не сформульовані й офіційно не задекларовані, але їх знає і дотримується незначна кількість співробітників

4. Вважаю, що успіхи колективу, в якому я працюю

- ☐ обумовлені моїми особистісними заслугами
- ☐ обумовлені спільними зусиллями мене і більшості моїх колег
- ☐ є заслугою керівника
- ☐ є результатом злагодженої роботи керівника і членів колективу

5. Радіють науковим і професійним успіхам один одного

- ☐ більшість моїх колег
- ☐ половина моїх колег
- ☐ меншість моїх колег
- ☐ майже ніхто

6. Можу зі впевненістю сказати, що у моєму колективі

- ☐ більшість викладачів допомагають один одному у вирішенні професійних задач і в інших справах
- ☐ майже половина викладачів допомагають один одному у вирішенні професійних задач і в інших справах
- ☐ тільки деякі з викладачів допомагають один одному
- ☐ для викладачів є неприйнятним допомагати один одному у вирішенні професійних і інших задач

7. Для виявлення особистої ініціативи у нашій організації

- ☐ створюються всі умови, насамперед у процесі розв'язання суто професійних задач
- ☐ створюються всі умови, але тільки під час організації різних заходів
- ☐ створюються умови тільки з дозволу керівництва
- ☐ не створюються умови

8. Про зміни та впровадження різноманітних інновацій в організації

- ☐ я і більшість моїх колег дізнаються з інформації, яку безпосередньо представляє керівник, або з об'яв, які розміщені на дошках, сайті установи та ін.
- ☐ я і більшість моїх колег дізнаємось від інших колег, по так званих «неформальних» комунікаціях
- ☐ кожний співробітник дізнається по «власним» каналам
- ☐ завжди дізнаюсь із запізненням, оскільки неналагоджена система сповіщення інформації

9. Вважаю, що систему комунікацій (передачі інформації) в нашій організації

- ☐ необхідно докорінно змінювати, оскільки не вся інформація доходить безпосередньо до кожного співробітника
- ☐ необхідно змінювати шляхом введення контролю за донесенням інформації до кожного співробітника
- ☐ залишити такою, якою вона є, але удосконалити систему доведення лише потрібної інформації безпосередньо до кожного співробітника
- ☐ варто залишити такої, якою вона є, без змін

10. Взаємодія викладачів між собою

- ☐ має суто діловий характер
- ☐ у більшості будується на емоційній підтримці, побудованій на «сімейних» стосунках
- ☐ має характер відкритості, допомоги, спільного розгляду існуючих проблем

- ☐ має суто формальний характер, що є нормою в організації

11. Під час виконання дорученої мені та іншим справи, я:

- ☐ більше довіряю своїм колегам, аніж собі, тому не маю заперечень, якщо мої колеги частково контролюють виконаною мною роботу
- ☐ не повністю довіряю своїм колегам і намагаюсь, при нагоді, хоча б частково контролювати зроблену ними роботу
- ☐ більше довіряю собі, аніж моїм колегам, але контролюю і несую відповідальність лише свою ділянку роботи
- ☐ нікому не довіряю, зокрема і собі

12. Під час виконання спільної справи (розробка проектів, підготовка нормативних документів, організація і проведення конференції, науково-методичних семінарів та ін.)

- ☐ у мене виникає прагнення до ефективного встановлення позитивних взаємовідносин з іншими людьми і я всіляко намагаюсь їх досягти, але якщо відносини шкодять справі, я поступлюся ними
- ☐ для мене більш важливими є відносини з колегами, ніж справа
- ☐ я намагаюсь коректувати відносини з колегами і досягти необхідного результату
- ☐ мені байдуже, який характер взаємовідносин, аби справа була зроблена

13. У нашому освітньому закладі

- ☐ існують різні способи мотиваційного заохочення викладачів, зокрема подяка з боку керівництва, матеріальна винагорода, перехід на вищу посаду тощо; вони застосовуються об'єктивно і однаково для всіх
- ☐ система мотивації діє частково і не всіх викладачів, лише для «обраних»
- ☐ складається враження, що адміністрація намагається заощаджувати способи мотиваційного заохочення викладачів
- ☐ відсутня система мотивації викладачів

14. Якщо мають місце конфлікти у колективі, то їх розв'язання здійснюється

- ☐ за активною участю керівництва

- ☐ керівництво лише частково залучається до розв'язання конфліктів, у більшості випадків відбувається замовчування або уникнення конфліктів
- ☐ конфлікти розв'язуються за участю керівництва, всіх або більшості колег, шукаються компроміси для їх вирішення
- ☐ конфлікти розв'язуються за участю лише колег, які намагаються їх вирішити без залучення керівництва

15. У нашому закладі

- ☐ я маю свободу вибору у прийнятті важливих рішень, які безпосередньо стосуються не лише моєї професійної діяльності, але й діяльності інституту (факультету) і університету у цілому
- ☐ свобода вибору у прийнятті важливих рішень часткова, як у професійній, так і громадській діяльності
- ☐ маю свободу вибору лише у професійній діяльності, стосовно інших аспектів існують обмеження з боку керівництва
- ☐ не маю свободи вибору ні в професійній, ні в іншій діяльності

16. Оцініть за 5-ти бальною шкалою наскільки Ви були відвертими, відповідаючи на поставлені в анкеті запитання: 1 – не був відвертим, 5 – був повністю відвертим.

Методика «Ціннісні орієнтації» (автор М. Рокич)

Адаптований варіант методики використовують для дослідження системи цінностей особистості, які класифіковано на термінальні (цінності – цілі) та інструментальні (цінності – засоби).

Інструкція. Пронумеруйте цінності за ступенем їх значущості у вашому житті (від 1 до 18).

Термінальні цінності:

Активне, діяльне життя

Здоров'я

Краса природи та мистецтва

Матеріально забезпечене життя

Спокій у країні, мир

Пізнання, інтелектуальний розвиток

Незалежність суджень, оцінок

Щасливе сімейне життя

Впевненість у собі

Життєва мудрість

Цікава робота

Любов

Хороші та добрі друзі

Суспільне визнання

Рівність (у можливостях)

Свобода вчинків та дій

Творча діяльність

Отримання задоволень

Інструментальні цінності:

Акуратність

Життєрадісність

Непримиренність до своїх та чужих недоліків

Відповідальність

Самоконтроль

Сміливість у відстоюванні своєї думки

Терпимість до думок інших

Чесність

Вихованість

Виконавська дисципліна

Рационалізм (уміння ухвалювати обдумані рішення)

Працелюбність

Високі запити

Незалежність

Освіченість

Тверда воля

Широта поглядів

Чуйність

Методика «Дослідження сприйняття індивідом групи»

(автор Є. В. Залюбовська)

Інструкція: Вам пропонується перелік незакінчених речень (тверджень), по кожному з них можливі три варіанти закінчення (відповіді), які позначені літерами А, Б, В. Оберіть ту відповідь, яка найбільш точно відображає Вашу точку зору з цього твердження. Пам'ятайте, що «поганих» або «хороших» відповідей у цьому опитувальнику немає. По кожному номеру може бути обрана тільки одна відповідь!

Текст опитувальника

1. Найкращими партнерами в групі я вважаю тих, хто?

- А – знає більше за мене;
- Б – всі питання намагається вирішити спільно;
- В – не відволікається від справи.

2. Найкращими керівниками є ті, хто:

- А – мають індивідуальний підхід;
- Б – створюють умови для допомоги з боку інших;
- В – створюють в колективі атмосферу, при якій ніхто не боїться висловлюватися.

3. Я радий, що мої друзі:

- А – вміють самостійно, не заважаючи іншим, досягати успіхів;
- Б – завжди допомагають іншим;
- В – допомагають іншим при нагоді.

4. Більше всього мені не подобається, коли в групі:

- А – нікому допомагати;
- Б – мені заважають при виконанні задачі;
- В – інші підготовлені слабше за мене.

5. Мені вважається, що я здатний на максимальне, коли:

- А – можу отримати допомогу і підтримку з боку інших;
- Б – можу зайнятися своєю справою без перешкод з боку інших;

В – є можливість проявити ініціативу, корисну для всіх.

6. Мені подобаються колективи, в яких:

А – кожний зацікавлений в покращенні результатів всіх;

Б – кожний зайнятий своєю справою і не заважає іншим;

В – кожний може використовувати інших для вирішення своїх задач.

7. Співробітники оцінюють як самих поганих таких керівників, які:

А – створюють дух суперництва між співробітниками;

Б – не приділяють їм достатньої уваги;

В – не створюють умов, щоб група їм допомагала.

8. Більш за все задоволення у житті дає:

А – можливість працювати, коли ніхто тобі не заважає;

Б – можливість отримати допомогу від інших людей;

В – можливість зробити корисне іншим людям.

9. Основна роль школи повинна полягати у:

А – вихованні людей з розвинутим почуттям обов'язку перед іншими;

Б – підготовці пристосованих до самостійного життя людей;

В – підготовці людей, які вміють отримувати радість від спілкування з іншими людьми.

10. Якщо перед групою постає яка-небудь проблема, то я:

А – віддаю перевагу тому, щоб краще її вирішили інші;

Б – віддаю перевагу тому, щоб працювати самостійно, не покладаючись на інших;

В – намагаюсь внести свій вклад в її рішення.

11. Я працював би краще, якщо б керівник:

А – мав би до мене індивідуальний підхід;

Б – створював би умови для надання мені допомоги з боку інших;

В – заохочував ініціативу, спрямовану на досягнення загального успіху.

12. Немає нічого гіршого того випадку, коли:

А – ти не в змозі самостійно досягати успіху;

Б – відчуваєш себе непотрібним в групі;

В – тобі не допомагають оточуючі.

13. Більше за все я ціную:

А – особистий успіх, в якому є доля заслуги моїх друзів;

Б – спільний успіх, в якому є моя заслуга;

В – успіх, досягнутий ціною власних зусиль.

14. Я хотів би працювати:

А – в колективі, в якому застосовуються міри і методи спільної роботи;

Б – індивідуально;

В – з ведучими у цій галузі людьми.

Обробка та інтерпретація результатів

На підставі відповідей респондентів за допомогою ключа робиться підрахунок балів за кожним типом спрямованості особистості. Кожній обраній відповіді приписується 1 бал. Слід мати на увазі, що тип спрямованості має відносний характер і проявляється в деякому переважанні одного типу над іншими двома, тобто дослідник найчастіше має справу не з чистими, а зі змішаними типами спрямованості.

Ключ для розшифровки відповідей та висновки

Індивідуалістична спрямованість людини характеризується відповідями за наступними номерами: 1 В, 2А, 3Б, 4Б, 5Б, 6Б, 7Б, 8А, 9Б, 10Б, 11А, 12А, 13В, 14Б.

Колективістична спрямованість – 1Б, 2В, 3В, 4А, 5В, 6А, 7А, 8В, 9А, 10В, 11Б, 12Б, 13Б, 14А.

Прагматична спрямованість – 1А, 2Б, 3А, 4В, 5А, 6В, 7В, 8Б, 9В, 10А, 11В, 12В, 13А, 14В.

Колективістична спрямованість – характеризується тим, що студенти сприймають групу як самостійну одиницю. На першому плані у них стоять проблеми групи і окремих її членів. Спостерігається зацікавленість, як успіхами окремих одногрупників так і групи в цілому; прагнення внести свій вклад в групову діяльність. Значна роль відводиться колективним формам роботи.

Індивідуалістична спрямованість – характеризується тим, що студенти сприймають групу, як заваду у своїй діяльності або ж ставиться до неї нейтрально. Група не має самостійної цінності в їхніх очах. Це проявляється в намаганні

ухилитися від спільних форм діяльності; в наданні переваги індивідуальній роботі; в обмеженні контакту з групою.

Прагматична спрямованість — характеризується тим, що студенти сприймають групу, як засіб досягнення власних цілей. Одногрупники сприймаються та оцінюються з точки зору їх корисності для індивіда. Перевага надається більш компетентним членам групи, здатним прийти на допомогу, взяти на себе вирішення складних проблем і стати джерелом інформації.

Методика діагностики рівня емпатійних здібностей В. Бойко

Інструкція. Оцініть властиві вам особливості, чи згодні ви з наведеними твердженнями (відповідь «так» або «ні»).

1. У мене є звичка уважно вивчати обличчя та поведінку людей, щоб зрозуміти їх характер, здібності
2. Якщо оточуючі виявляють ознаки знервованості, я зазвичай залишаюся спокійним
3. Я більше довіряю своєму розуму, ніж інтуїції
4. Я вважаю доречним цікавитися домашніми проблемами одногрупників
5. За потреби я можу легко увійти в довіру до людини
6. Зазвичай я з першої зустрічі вгадую споріднену душу в новій людині
7. Я першим розпочинаю розмову про життя, роботу, політику з випадковими людьми в поїзді, літаку
8. Я втрачаю душевну рівновагу, якщо оточуючі чимось пригнічені
9. Моя інтуїція – більш надійний засіб розуміння оточуючих, ніж знання та досвід
10. Цікавитися внутрішнім світом іншої особистості – нетактовно
11. Часто своїми словами я ображаю близьких людей, не помічаючи цього
12. Я легко можу уявити себе будь-якою твариною, відчувати її поведінку та стан
13. Я рідко розмірковую про причини вчинків людей, які мають безпосередні взаємини зі мною
14. Я рідко близько беру до серця проблеми своїх друзів.
15. Зазвичай за декілька днів я відчуваю: щось повинно статися з близькою мені людиною – і очікування виправдовуються
16. У спілкуванні з діловими партнерами я намагаюся уникнути розмов про особисте
17. Іноді близькі докоряють мені за черствість, неувагу до них
18. Мені легко вдається копіювати інтонацію, міміку людей
19. Мій зацікавлений погляд часто бентежить нових партнерів

20. Чужий сміх зазвичай заражає мене
 21. Часто, діючи навмання, я знаходжу підхід до людини
 22. Плакати від щастя безглуздо
 23. Я можу повністю зіллятися з будь-якою людиною, ніби розчинитися в ній
 24. Мені рідко зустрічалися люди, яких би я розумів без зайвих слів
 25. Я мимоволі або через цікавість підслуховую розмови інших людей
 26. Я можу залишатися спокійним, навіть якщо всі навколо мене нервують
 27. Мені простіше підсвідомо відчути сутність людини, ніж зрозуміти її, детально аналізуючи її вчинки, внутрішній світ
 28. Я спокійно ставлюся до дрібних неприємностей, які трапляються в будь-кого з членів сім'ї
 29. Мені було б важко задушевно, довірливо розмовляти з настороженою, замкнутою людиною
 30. У мене творча натура – поетична, художня, артистична
 31. Я без особливої зацікавленості вислуховую сповіді нових знайомих
 32. Я засмучуюся, якщо бачу людину, яка плаче
 33. Моє мислення відрізняється більше конкретністю, строгістю, послідовністю, ніж інтуїцією
 34. Коли друзі починають говорити про свої неприємності, я намагаюся перевести розмову на іншу тему
 35. Якщо я бачу, що комусь із близьких погано на душі, то зазвичай утримуюсь від розпитування
 36. Мені важко зрозуміти, чому дрібниці можуть так сильно засмучувати людей
- Опрацювання даних.* За ключем підраховують кількість правильних відповідей по кожній шкалі, а далі визначають сумарну оцінку (бали сумують).

Результати:

Раціональний канал емпатії: +1,+7,-13,+ 19,+25,-31;

Емоційний канал емпатії: -2,+8,-14,+20,-26,+32;

Інтуїтивний канал емпатії: -3,+9,+15,+21,+27,-33;

Установки, що сприяють емпатії: +4,-10,-16,-22,-28,-34;

Проникаюча здібність в емпатії: +5,-11,-17,-23,-29,-35;

Ідентифікація в емпатії: +6,+ 12,+18,-24,+30,-36.

Інтерпретація результатів. Аналізують показники окремих шкал і загальну оцінку рівня емпатії. Оцінки за кожною шкалою можуть коливатися від 0 до 6 і вказувати на значимість конкретного параметру в структурі емпатії. Оцінки за шкалою виконують допоміжну роль в інтерпретації основного показника – рівня емпатії. Сумарний показник теоретично може змінюватися від 0 до 36 балів. Згідно з попередніми результатами, що можна вважати; 30 балів і вище – дуже високий рівень емпатії, 29–22 – середній, 21–15 – занижений, менше 14 балів – дуже низький.

Раціональний канал емпатії характеризує направленість уваги, сприйняття і мислення емпатуючого на сутність будь-якої іншої людини – на стан, проблеми, поведінку. Це спонтанна зацікавленість щодо іншого емоційного та інтуїтивного відображення партнера. У раціональному компоненті емпатії не слід шукати логіку чи мотивацію інтересу до іншого. Партнер привертає увагу своєю самотністю, що дозволяє емпатуючому неупереджено виявляти його сутність.

Емоційний канал емпатії. Фіксується здатність емпатуючого входити в емоційний резонанс із оточуючими – співпереживати, співчувати. Емоційна чутливість у цьому випадку стає засобом «входження» в енергетичне поле партнера. Зрозуміти його внутрішній світ, прогнозувати поведінку та ефективно впливати можливо тільки в тому випадку, якщо відбулося енергетичне налаштування на емпатуючого. Співучасть та співпереживання виконують роль ланцюжка, провідника від емпатуючого до об'єкта емпатії.

Інтуїтивний канал емпатії. Респондент має здібності бачити поведінку партнерів, діяти в умовах дефіциту вихідної інформації про них, спираючись на досвід, який зберігається в підсвідомості. На рівні інтуїції узагальнюють різноманітні відомості про партнера. Інтуїція менше залежить від оціночних стереотипів, ніж осмислене сприйняття партнерів.

Установки, які сприяють або не сприяють емпатії, відповідно полегшують чи ускладнюють дії всіх емпатичних каналів. Ефективність емпатії, можливо,

знижується, якщо людина намагається уникати особистісних контактів, вважає недоцільним проявляти зацікавленість до іншої особистості, переконавши себе спокійно ставитися до переживань і проблем оточуючих. Подібні настрої значно зменшують діапазон емоційного відгуку та емпатичного сприйняття. Навпаки, різні канали емпатії діють активніше та надійніше, якщо не існує перешкод зі сторони установок особистості.

Проникаюча здібність в емпатії розцінюється як важлива комунікативна властивість людини, яка дозволяє створювати атмосферу відкритості, довірливості, задушевності. Кожен із нас своєю поведінкою і ставленням до партнерів сприяє інформаційно-енергетичному обміну чи перешкоджає йому. Розслаблення партнера сприяє емпатії, а атмосфера напруги, неприродності, підозрілості перешкоджає відкритості та емпатійності.

Ідентифікація – ще одна обов'язкова умова успішної емпатії. Це – уміння зрозуміти іншого на основі співпереживань, усвідомлення себе на місці партнера. В основі ідентифікації – легкість, рухливість і гнучкість емоцій, здатність до наслідування.

Опитувальник емоційного інтелекту Шабанова та Альошиної (EISAI)

Ключове завдання цього опитувальника - допомогти визначити, які навички емоційного інтелекту розвинені у особистості, а які ще варто розвивати.

Інструкція: Для кожного з тверджень оберіть цифру від 1 до 10. Чим менша цифра, тим більше ви згодні з твердженням в **ЛІВІЙ** колонці, а чим більше цифра, тим більше вам підходить твердження з **ПРАВОЇ** колонки.

УСВІДОМЛЕННЯ ВЛАСНИХ ЕМОЦІЙ

Я не звертаю уваги на свій емоційний стан.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я постійно відслідковую власний емоційний стан.
Мені складно визначити та якимось чином назвати свій емоційний стан.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	У будь-який час я можу точно визначити, яку емоцію (спектр емоцій) я відчуваю.
Я не помічаю коли мій емоційний стан змінюється.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я завжди усвідомлюю зміни у своєму настрої.
Я не можу визначити які причини викликають ту чи іншу емоцію, або взагалі не замислююсь над причинами своїх емоцій.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я легко та швидко визначаю вірогідну причину виникнення тієї чи іншої емоції.
Я не можу визначити якими відчуттями у тілі супроводжується та чи інша емоція.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я знаю, якими відчуттями у тілі супроводжується поява тієї чи іншої емоції.
Я не розумію впливу власних емоцій на власну поведінку.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я розумію як, як та чи інша емоція може вплинути на власну поведінку.
Я не помічаю коли «вибухаю» злістю, усвідомлюю це тільки через певний час.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я розумію, коли емоція, яку я відчуваю підходить до того рівня інтенсивності, після якого я «вибухаю» злістю.
При прийнятті рішень я звертаю увагу тільки на факти, цифри та аргументи.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я усвідомлюю та враховую власні емоції при прийнятті рішень або будь-якому виборі.

УСВІДОМЛЕННЯ ЕМОЦІЙ ІНШИХ ЛЮДЕЙ

Я не помічаю, коли настрій оточуючих змінюється.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я одразу помічаю, коли настрій оточуючих змінюється.
Емоції іншої людини для мене – загадка.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я завжди здатний зрозуміти які емоції відчуваю інша людина.
Я не розумію як мої слова або дії можуть змінити емоційний стан іншої людини.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я точно розумію яким чином мої слова або дії можуть змінити емоційний стан іншої людини.
Знаходячись серед групи людей я не можу визначити загальний настрій.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Знаходячись серед групи людей я легко можу визначити загальний настрій, що панує в групі.
Я не помічаю, коли співрозмовник починає сердитися.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я одразу помічаю коли інша людина починає сердитися.
Я не помічаю коли своїми словами та діями пригнічую або ображаю інших людей.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я одразу помічаю коли мої слова та дії пригнічують або ображають інших людей.
Я не розумію які причини емоційного стану людини.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я можу впевнено припустити які причини емоційного стану людини.
Я не розумію як емоція іншої людини може відобразитися на мені.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я розумію до яких наслідків у поведінці може призвести емоція іншої людини.

УПРАВЛІННЯ ВЛАСНИМИ ЕМОЦІЯМИ

Емоції пов'язані із зовнішніми обставинами, і як наслідок керувати ними не можливо.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Тільки я сам відповідаю за свій емоційний стан.
Є такі емоції, відчувати які неприпустимо для мене.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я думаю, що можу відчувати будь-які емоції.
Бувають ситуації коли емоції повністю мною оволодівають.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	В будь-якій ситуації я здатний діяти керуючись власним розумом.
Я не вмію та не розумію як використовувати тіло для	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я вмію керувати власними емоціями за допомогою

управління емоціями.	власними	свого тіла.
Я не вмію змінювати своє відношення до ситуації, а також не бачу в цьому жодного сенсу.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я вмію швидко та легко керувати власними емоціями, змінювати хід своїх думок відносно певної ситуації.
Я не вмію викликати у себе необхідні емоційні стани.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я без значних зусиль можу викликати у себе необхідні емоційні стани в залежності від ситуації.
Я не здатний викликати у себе ентузіазм, мотивувати себе коли це необхідно	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я без значних зусиль можу викликати у себе драйв та ентузіазм коли це необхідно.
Якщо справи йдуть не дуже добре, мені складно припинити відчувати негативні емоції.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я здатний підтримувати у себе позитивний настрій навіть коли справи йдуть не дуже добре.

УПРАВЛІННЯ ЕМОЦІЯМИ ІНШИХ ЛЮДЕЙ

Я не вмію свідомо впливати на емоційний стан іншої людини.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я вмію свідомо впливати на емоційний стан іншої людини.
Я не майстер красномовства, необхідність сказати комплімент або добре слово викликає у мене деякі труднощі.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я вмію говорити компліменти, бути вдячним, говорити добрі слова так, що інша людина буде зворушеною.
Я не вмію розмовляти з агресивними людьми.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Коли інша людина відчуває сильний гнів, я можу знизити інтенсивність емоцій співрозмовника, допомогти йому відчувати себе більш спокійним.
Якщо співрозмовник почав дратуватися, я не звертаю на це жодної уваги.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Якщо співрозмовник почав дратуватися, я можу йому допомогти повернутися до спокійного стану і продовжити конструктивний діалог.
Якщо людина засмучена, я ніяк не можу вплинути на її емоційний стан.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я можу підбадьорити засмучену або втомлену людину.

Я не знаю, як можна викликати драйв та ентузіазму інших людей.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Завдяки власним словам я без значних зусиль можу викликати позитивні емоції та ентузіазм у інших людей.
Я не вмію повідомляти погані новини.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Я вмію повідомляти погані новини, відмовляти таким чином, щоб максимально зберегти емоційний стан іншої людини.
Я не вмію підтримувати розмову про емоції.	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	Можу розмовляти з іншими людьми про їх емоційний стан.

Інтерпретація результатів:

Менше 128 балів – низький рівень емоційного інтелекту. Швидше за все, ви не дуже багато уваги приділяєте своєму емоційному життю і ще поки не так багато уваги приділяли розвитку свого емоційного інтелекту. Почніть з розвитку навичок усвідомлення своїх емоцій та загального знайомства з темою. Наприклад, оберіть якусь книгу або подивіться яке-небудь відео про емоційний інтелект.

Від 128 до 280 балів – середній рівень емоційного інтелекту. Означає, що ви перебуваєте в досить хорошому контакті зі своєю емоційною сферою. Подивіться, по яким твердженням набрані вами бали менше - можливо, це потенційні зони розвитку для вас. Подумайте, для вирішення яких робочих чи особистих завдань які навички емоційного інтелекту вам більш важливі (комусь, наприклад, важливо навчитися керувати емоціями інших, а кому-то більш важливо управляти своїм станом).

Більше 280 балів – високий рівень емоційного інтелекту. Ви відноситеся до тих небагатьох людей, які дійсно дружать зі своєю емоційною сферою і вміють використовувати свої емоції й емоції інших як ресурс для позитивної та успішної взаємодії. При цьому ви можете подивитися, за якими твердженнями ви поставили собі менше балів і спланувати свій подальший розвиток в цій галузі.

**Тест Н. Холла
на визначення рівня емоційного інтелекту**

Емоційний інтелект – здібність розуміти відносини особистості, що репрезентовані в емоціях, і керувати емоційною сферою на базі прийняття рішень

Інструкція: в тесті вам будуть запропоновані висловлювання, які так чи інакше відображають різні аспекти вашого життя. Будь ласка, відзначте зірочкою або будь-яким іншим знаком той стовпець з відповідним балом справа, який найбільше відображає ступінь вашої згоди з висловлюванням.

Повністю не згоден (–3 бали)

В основному не згоден (–2 бали)

Частково не згоден (–1 бал)

Частково згоден (+1 бал)

В основному згоден (+2 бали)

Повністю згоден (+3 бали)

№	Висловлювання	Бал (ступінь згоди)					
		–3	–2	–1	+1	+2	+3
1.	Для мене як негативні, так і позитивні емоції є джерелом знання про те, як робити вчинки у житті						
2.	Негативні емоції допомагають мені зрозуміти, що я маю змінити у своєму житті						
3.	Я спокійний, коли відчуваю тиск з боку інших						
4.	Я здатний спостерігати зміну своїх почуттів						
5.	Коли необхідно, я можу бути спокійним і зосередженим, щоб діяти у відповідності до запитів життя						
6.	Коли необхідно, я можу викликати в собі широкий спектр позитивних емоцій, таких як веселощі, радість, внутрішній підйом і гумор						
7.	Я слідкую за тим, як я себе почуваю						
8.	Після того, як щось зіпсувало мені настрій, я можу легко оволодіти своїми почуттями						

9.	Я здатний вислухати проблеми інших людей						
10.	Я не зациклююсь на негативних емоціях						
11.	Я чуйний до емоційних потреб інших						
12.	Я можу діяти на інших людей заспокійливо						
13.	Я можу змусити себе знову і знову встати обличчям перед перешкодами						
14.	Я намагаюсь підходити до життєвих проблем творчо						
15.	Я адекватно реагую на настрої та бажання інших людей						
16.	Я можу легко входити в стан спокою, готовності й зосередженості						
17.	Коли дозволяє час, я звертаюсь до своїх негативних почуттів і розбираюсь, в чому проблема						
18.	Я здатний швидко заспокоюватись після неочікуваного засмучення						
19.	Знання моїх справжніх почуттів важливо для підтримки «гарного настрою»						
20.	Я добре розумію емоції інших людей, навіть коли вони не виявлені відкрито						
21.	Я можу добре розпізнавати емоції за виразом обличчя						
22.	Я можу легко відкинути негативні почуття, коли необхідно діяти						
23.	Я добре реагую певні знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують						
24.	Люди вважають мене добрим знавцем переживань інших людей						
25.	Люди, які усвідомлюють свої дійсні почуття, краще управляють своїм життям						
26.	Я здатний покращити настрої інших людей						
27.	Зі мною можна порадитися з питань відносин між людьми						
28.	Я добре налаштовуюсь на емоційний стан інших людей						
29.	Я допомагаю іншим використовувати їх прагнення для досягнення особистих цілей						

30.	Я можу легко пригнічувати емоції щодо переживань та неприємностей						

Обробка й інтерпретація результатів.

Шкала «емоційна обізнаність» – пункти 1, 2, 4, 17, 19, 25.

Шкала «управління своїми емоціями» – пункти 3, 7, 8, 10, 18, 30.

Шкала «самотивація» – пункти 5, 6, 13, 14, 16, 22.

Шкала «емпатія» – пункти 9, 11, 20, 21, 23, 28.

Шкала «розпізнавання емоцій інших людей» – пункти 12, 15, 24, 26, 27, 29.

Підрахунок результатів тесту EQ. По кожній шкалі підраховується сума балів з урахуванням знака відповіді (+ або -). Чим більша плюсова сума балів, тим більше виражений даний емоційний прояв.

Інтерпретація:

Методика Н. Холла дозволяє визначити 2 рівні емоційного інтелекту: парціальний та інтегративний. Парціальний рівень визначається за числовим значенням кожної шкали окремо (їх всього є 5: шкала «емоційна обізнаність – визначає розуміння людиною власних емоцій, які вона конкретно зараз відчуває і чому», «управління своїми емоціями – чи властиво людині вміння підпорядковувати власні емоції й використовувати їх для досягнення тих чи інших цілей», «самотивація – вміння людини мотивувати себе з використанням власних емоцій», «емпатія – характеризується вмінням людини співпереживати, співчувати, але в даному контексті важливіше інше значення - розуміння, які почуття і емоції відчувають інші люди в даний момент і чому» та шкала «розпізнавання емоцій інших людей – характеризується вмінням особистості впливати на почуття інших людей, використовувати їх емоції для досягнення власних цілей, цілей організації й т.д»), інтегративний – вираховується згідно до суми відповідей на усі твердження методики та виражає загальний рівень розвитку емоційного інтелекту людини.

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності до знаку результатів шкали «емоційна обізнаність». Якщо ваш тест набрав:

14 і більше – високий. Притаманний людям, що мають однаке позитивне

ставлення, як до негативних, так і позитивних емоцій, так як вони можуть слугувати джерелом накопичення знань та життєвого досвіду. Особистість, що має високий рівень розвитку емоційної обізнаності досить часто звертається до своїх почуттів й аналізує їх, що у свою чергу стає запорукою для підтримки гарного настрою та емоційного самопочуття. Такі люди здатні спостерігати зміни у своїх почуттях та вміло ними оперувати, що значно полегшує їм життя.

8–13 – середній. Люди із середнім рівнем розвитку емоційної обізнаності по-різному сприймають негативні та позитивні емоції, що у свою чергу подовжує час накопичення знань та життєвого досвіду. Особистість, що має середній рівень розвитку емоційної обізнаності час від часу звертається до своїх почуттів й аналізує їх, проте це не завжди приносить їй очікуваний результат. Такі люди здатні спостерігати зміни у своїх почуттях, але їм бракує логіки та чіткості в оперуванні ними.

7 і менше – низький. Такий рівень притаманний людям, які не вбачають у негативних та позитивних емоціях джерела знань та життєвого досвіду. Не навчаючись на власних помилках та не змінюючи власне ставлення до тієї чи іншої емоції, таке ставлення призводить до повторення певних негативних життєвих ситуацій у житті людини. Вони не здатні спостерігати зміну власних почуттів, аналізувати їх та в подальшому вміло ними оперувати.

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності до знаку результатів шкали «управління своїми емоціями». Якщо ваш тест набрав:

14 і більше – високий. Притаманний людям, що спокійно реагують на тиск з боку інших, а також вдало слідкують за власним емоційним самопочуттям й легко володіють ним. Такі люди у більшій мірі оптимістично налаштовані, так як вони не зациклюються на негативних емоціях й досить легко пригнічують власні переживання і неприємності.

8–13 – середній. Властивий людям, що спокійно можуть реагувати на тиск з боку інших лише без зловживання іншою людиною власних можливостей впливу. Люди з середнім рівнем розвитку управління власними емоціями дивляться на світ реалістично, якщо щось зіпсувало їм настрій, то не деякий час це може їх

пригнітити та змінити настрій у гіршу сторону. Це у свою чергу ускладнює та робить довготривалим процес самозаспокоєння. Такі люди мають звичку «копирсатися у собі», аналізувати негативні емоції, від чого ж й самі потім страждають.

7 і менше – низький. Характеризується роздратованістю та неспокійним станом особистості, коли вона відчуває тиск з боку інших. Такі люди досить довго оговтуються від невдач та негативних почуттів. Мають нав'язливі думки та заиклення на негативних емоціях.

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності до знаку результатів шкали «самотивація». Якщо ваш тест набрав:

14 і більше – високий. Характеризується зібраністю людини по відношенню до управління власним емоційним станом. Такі люди можуть з легкістю викликати широкий спектр власних емоцій, які будуть доцільними в тій чи іншій життєвій ситуації. Вони не бояться життєвих перешкод, так як підходять до них творчо.

8–13 – середній. Визначається складністю оперування власним емоційним станом. Такі люди з певними ускладненнями викликають свої емоції у відповідності до запитів життя. Негативні почуття можуть заважати їм сконцентруватися для вирішення певних життєвих ситуацій. Неохоче долають перешкоди.

7 і менше – низький. Притаманний людям, що не можуть оперувати власним емоційним станом. Такі люди важко проявляють власні емоції. Уникають життєвих перешкод. Через негативні почуття досить важко заспокоюються та зосереджуються.

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності до знаку результатів шкали «емпатія». Якщо ваш тест набрав:

14 і більше – високий. Визначається здатністю людини вислуховувати проблеми інших людей, бути чуйним до їх потреб та налаштовуватися на їх емоції за виразом обличчя або іншими невербальними знаками.

8–13 – середній. Притаманний людям, що неохоче вислуховують проблеми інших людей, адже власні проблеми для них більш значущі. Складно розпізнають

емоції людей та невербальні знаки, що використовуються людьми під час спілкування.

7 і менше – низький. Люди з низьким рівнем розвитку емпатії зациклюються на власних негативних емоціях. Вони байдужі по відношенню до емоцій та проблем інших людей. Не розпізнають невербальні знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують.

Рівні парціального емоційного інтелекту у відповідності до знаку результатів шкали «розпізнавання емоцій інших людей». Якщо ваш тест набрав:

14 і більше – високий. Характеризується умінням людини заспокоїливо діяти на інших. Такі люди визначаються адекватною реакцією на настрій та бажання інших людей, вони здатні покращити їх настрій, з ними можна порадитись відносно питань міжособистісних відносин. Такі люди допомагають іншим використовувати їх прагнення для досягнення особистих цілей.

8–13 – середній. Для людей із середнім рівнем розпізнавання емоцій інших людей властиве незначне зациклення на власному настрої, емоціях та бажаннях. Вони не охоче підтримують теми розмов щодо міжособистісних відносин.

7 і менше – низький. Притаманний людям, що не розуміються на переживаннях інших людей. Вони не здатні налаштуватися на емоції оточуючих та покращити їх настрій.

Інтегративний рівень емоційного інтелекту визначається за наступними кількісними показниками:

70 і більше – високий. Притаманний людям, що мають однаке позитивне ставлення, як до негативних, так і позитивних емоцій, так як вони можуть слугувати джерелом накопичення знань та життєвого досвіду. Така особистість досить часто звертається до свої почуттів й аналізує їх, що у свою чергу стає запорукою для підтримки гарного настрою та емоційного самопочуття. Такі люди здатні спостерігати зміни у свої почуттях та вміло ними оперувати, що значно полегшує їм життя. Вони спокійно реагують на тиск з боку інших, а також вдало слідкують за власним емоційним самопочуттям й легко володіють ним.

Оптимістично налаштовані, так як вони не заціклюються на негативних емоціях й досить легко пригнічують власні переживання і неприємності. Вони характеризуються зібраністю людини по відношенню до управління власним емоційним станом. З легкістю викликають широкий спектр власних емоцій, які будуть доцільними в тій чи іншій життєвій ситуації. Не бояться життєвих перешкод, так як підходять до них творчо. Відзначаються здатністю вислуховувати проблеми інших людей, бути чуйним до їх потреб та налаштовуватися на їх емоції за виразом обличчя або іншими невербальними знаками. Вміють заспокоїливо діяти на інших. Адекватно реагують на настрій та бажання інших людей, вони здатні покращити їх настрій, з ними можна порадитись відносно питань міжособистісних відносин. Допомагають іншим використовувати їх прагнення для досягнення особистих цілей.

40–69 – середній. Люди із середнім рівнем розвитку емпатії по-різному сприймають негативні та позитивні емоції, що у свою чергу продовжує час накопичення знань та життєвого досвіду. Вони час від часу звертається до своїх почуттів й аналізує їх, проте це не завжди приносить їй очікуваний результат. Такі люди здатні спостерігати зміни у своїх почуттях, але їм бракує логіки та чіткості в оперуванні ними, також відзначаються спокійною реакцією на тиск з боку інших лише без зловживання іншою людиною власних можливостей впливу. Люди з середнім рівнем розвитку емпатії дивляться на світ реалістично, якщо щось зіпсувало їм настрій, то не деякий час це може їх пригнітити та змінити настрій у гіршу сторону. Це у свою чергу ускладнює та робить довготривалим процес самозаспокоєння. Такі люди мають звичку «копирсатися у собі», аналізувати негативні емоції, від чого ж й самі потім страждають. Їм складно оперувати власним емоційним станом. Такі люди з певними ускладненнями викликають свої емоції у відповідності до запитів життя. Негативні почуття можуть заважати їм сконцентруватися для вирішення певних життєвих ситуацій. Неохоче долають перешкоди та вислуховують проблеми інших людей, адже власні проблеми для них більш значущі. Складно розпізнають емоції людей та невербальні знаки, що використовуються людьми під час спілкування. При розпізнаванні емоцій інших

людей властиве незначне зациклення на власному настрої, емоціях та бажаннях. Вони не охоче підтримують теми розмов щодо міжособистісних відносин.

39 і менше – низький. Такий рівень притаманний людям, які не вбачають у негативних та позитивних емоціях джерела знань та життєвого досвіду. Не навчаючись на власних помилках та не змінюючи власне ставлення до тієї чи іншої емоції, в свою чергу це призводить до повторення певних негативних життєвих ситуацій у житті людини. Вони не здатні спостерігати зміну власних почуттів, аналізувати їх та в подальшому вміло ними оперувати. Характеризуються роздратованістю та неспокійним станом особистості, коли вона відчуває тиск з боку інших. Такі люди досить довго оговтуються від невдач та негативних почуттів. Мають нав'язливі думки та зациклення на негативних емоціях. Вони не можуть оперувати власним емоційним станом. Важко проявляють власні емоції. Уникають життєвих перешкод. Через негативні почуття досить важко заспокоюються та зосереджуються. Зациклюються на власних негативних емоціях. Вони байдужі по відношенню до емоцій та проблем інших людей. Не розпізнають невербальні знаки у спілкуванні, які вказують на те, в чому інші потребують. Не розуміються на переживаннях інших людей. Вони не здатні налаштуватися на емоції оточуючих та покращити їх настрій.

Методика діагностики схильності до емпатії (за І. Юсуповим)

Інструкція: «Для виявлення рівня емпатійних тенденцій Вам необхідно, відповідаючи на кожне з 36 тверджень, приписувати відповідям наступні числа: якщо Ви відповіли «не знаю» – 0; відповіли «ні, ніколи» – 1; «іноді» – 2; «часто» – 3; «майже завжди» – 4; «так, завжди» – 5. Відповідати потрібно на всі пункти.

Бланк опитувальника:

1. Мені більше подобаються книги про подорожі, ніж книги з серії «Життя видатних людей».
2. Дорослих дітей дратує турбота батьків.
3. Мені подобається міркувати про причини успіхів і невдач інших людей.
4. Серед усіх музичних напрямків віддаю перевагу сучасним ритмам.
5. Надмірну дратівливість і несправедливі докори хворого треба терпіти, навіть якщо вони тривають роками.
6. Хворій людині можна допомогти навіть словом.
7. Стороннім людям не слід втручатися в конфлікт між двома особами.
8. Старі люди, зазвичай, вразливі без причини.
9. Коли в дитинстві я слухав(ла) сумну історію, на мої очі самі по собі наверталися сльози.
10. Роздратований стан моїх батьків впливає на мій настрій.
11. Я байдужий до критики в мою адресу.
12. Мені більше подобається розглядати портрети, ніж пейзажі.
13. Я завжди вибачав батькам усе, навіть якщо вони були не праві.
14. Якщо кінь погано тягне, його потрібно бити.
15. Коли я читаю про драматичні події в житті людей, то відчуваю, немов це відбувається із мною.
16. Батьки ставляться до своїх дітей справедливо.
17. Якщо я стаю свідком сварки, я втручаюся.
18. Я не звертаю уваги на поганий настрій своїх батьків.
19. Я подовгу спостерігаю за поведінкою тварин, відкладаючи інші справи.

20. Фільми й книги можуть викликати сльози лише в несерйозних людей.
21. Мені подобається спостерігати за виразом обличчя і поведінкою незнайомих людей.
22. У дитинстві я приводив додому бездомних кішок і собак.
23. Усі люди необґрунтовано озлоблені.
24. Дивлячись на сторонню людину, я хотів би вгадати, як складеться її життя.
25. У дитинстві молодші за віком ходили за мною по п'ятах.
26. Побачивши покалічену тварину, я намагаюся їй чимось допомогти.
27. Людині полегшає, якщо уважно вислухати її скарги.
28. Побачивши вуличну пригоду, я намагаюся не потрапити до числа свідків.
29. Молодшим подобається, коли я пропоную їм свою ідею, справу або розвагу.
30. Люди перебільшують здатність тварин відчувати настрій свого господаря.
31. Зі скрутної конфліктної ситуації людина має виходити самотужки.
32. Якщо дитина плаче, на те є причини.
33. Молодь повинна завжди задовольняти будь-які прохання й дивацтва старих.
34. Мені хотілося розібратися, чому деякі мої однокласники іноді були замислені.
35. Безпритульних свійських тварин слід відловлювати й знищувати.
36. Якщо мої друзі починають обговорювати із мною свої особисті проблеми, я намагаюся перевести розмову на іншу тему.

Ключ:

Перш ніж підрахувати отримані результати, перевірте ступінь відвертості, з якою Ви відповідали. Якщо відповіді «не знаю» дані на твердження № 3, 9, 11, 13, 28, 36, а відповіді «так, завжди» на № 11, 13, 15, 27, та їх чотири і більше, слід сумніватися у вірогідності всіх відповідей. Підсумуйте всі бали, приписані відповідям на пункти № 2, 5, 8, 9, 10, 12, 13, 15, 16, 19, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 29 і 32.

Співвіднесіть результат зі шкалою розвиненості емпатійних тенденцій:

82–90 балів. Це дуже високий рівень емпатійності. У вас хворобливо розвинуте співпереживання. У спілкуванні ви як барометр – тонко реагуєте на настрій співрозмовника, який не встиг сказати й слова. Вам нелегко від того, що оточуючі використовують вас, як громовідвід, перекладаючи на вас свій емоційний стан. Ви

погано відчуваєте себе в присутності «важких людей». Дорослі й діти довіряють вам свої таємниці та звертаються за порадами. Досить часто відчуваєте комплекс вини, не бажаєте завдати людям прикрощів; не тільки словом, але й поглядом остерігаєтесь зачепити їх. Водночас ви дуже вразливі. Можете страждати, побачивши поранену тварину. Не знаходите собі місця від випадкового холодного вітання знайомого чи керівника. Ваша вразливість іноді довго не дає заснути. Перебуваючи в пригніченому стані, маєте потребу в емоційній підтримці зі сторони. Через таке ставлення до життя ви близькі до невротичних зривів. Потурбуйтеся про своє здоров'я.

63–81 бал. Висока емпатійність. Ви чутливі до потреб і проблем оточуючих, великодушні, схильні багато пробачати людям. З інтересом ставитеся до людей. Вам подобається «читати» їхні обличчя і «підглядати» в їхнє майбутнє. Ви емоційно чутливі, комунікабельні, швидко встановлюєте контакти й знаходите спільну мову. Оточуючі цінують вас за душевність. Ви намагаєтесь не допускати конфліктів і можете знаходити компромісні рішення. Добре переносите критику на свою адресу. В оцінці подій більше довіряєте своїм почуттям та інтуїції, ніж аналітичним висновкам. Постійно маєте потребу в соціальному схваленні своїх дій. Незважаючи на всі перераховані якості, ви не завжди акуратні в точній роботі. Вас можна легко вивести з рівноваги.

37–62 бали. Нормальний рівень емпатійності, властивий більшості людей. Оточуючі не можуть назвати вас «товстошкірим», але водночас ви не відноситеся до числа особливо чутливих людей. У міжособистісних стосунках більше схильні засуджувати вчинками інших, ніж довіряти особистим враженням. Вам властива емоційність, але в більшості випадків ви контролюєте. У спілкуванні уважні, прагнете зрозуміти більше, ніж сказано словами, але при надто довгому вияву почуттів співрозмовника втрачаєте терпіння. Якщо ви не впевнені, що вас зрозуміють, то вочевидь, не висловлюватимете свої міркування. Під час читання художніх творів і перегляду фільмів частіше спостерігаєте за дією, ніж за переживаннями героїв. Вам важко прогнозувати розвиток стосунків між людьми, тому їх вчинки можуть бути для вас неочікуваними.

12–36 балів. Низький рівень емпатійності. Ви зазнаєте труднощів під час установлення контактів з людьми, незатишно почуваете себе в компанії. Емоційні прояви у вчинках оточуючих здаються вам незрозумілими та без-змістовними. Надаєте перевагу займатися конкретною справою, а не співпраці з людьми. Ви – прихильник точних формулювань і раціональних рішень. Мабуть, у вас мало друзів, а ті, хто є, більше цінують вас за ділові якості та ясний розум, ніж за чуйність. Інколи відчуваєте розпач, однак інші здебільшого не звертають на це увагу. Та це можна виправити, якщо ви відкриєтеся людям і станете уважніше вдивлятися в поведінку близьких, приймати їх потреби за свої.

11 балів і менше. Дуже низький рівень. Емпатійні тенденції особистості не розвинуті. Вам тяжко першим розпочати розмову. Ви тримаєтесь усамітнено серед співробітників. Особливо вам важко контактувати з дітьми і людьми, які старші за вас. У міжособистісних стосунках часто знаходитеся в незручному становищі. Багато в чому не знаходите взаєморозуміння з оточуючими. Любите гострі відчуття, надаєте перевагу спортивним змаганням, аніж мистецтву. У діяльності в основному сконцентровані на собі. Ви можете бути продуктивними в індивідуальній роботі, а у взаємодії з іншими не завжди виглядаєте добре. З іронією ставитесь до сентиментальних проявів. Хворобливо переносите критику в свою адресу, хоча можете на неї бурхливо не реагувати. Вам необхідна гімнастика почуттів.

Опитувальник «Тест толерантності» (В. В. Бойко)

Інструкція: Вам належить відповісти на 45 питань, поділених на 9 блоків, кожен з яких відображає особливості вашої поведінки в певних умовах спілкування. Скористайтеся оцінками від 0 до 3 балів, щоб висловити, наскільки вірні нижче наведені судження по відношенню до вас.

- 0 – зовсім невірно;
 1 – вірно в деякій мірі;
 2 – вірно в значній мірі;
 3 – вірно у найвищій мірі.

Шкала 1

Неприйняття і нерозуміння індивідуальності іншої людини

№	Твердження	Бали
1	Повільні люди зазвичай діють мені на нерви	
2	Мене дратують метушливі, непосидючі люди	
3	Я насилу переносю галасливі дитячі ігри	
4	Оригінальні, нестандартні, яскраві особистості найчастіше діють на мене негативно	
5	Бездоганна в усіх відношеннях людина насторожила б мене	
Всього:		

Шкала 2

Використання себе в якості еталона
під час оцінювання поведінки і образу мислення інших людей

№	Твердження	Бали
1	Мене зазвичай виводить з рівноваги нетямущий співрозмовник	
2	Мене дратують балакучі люди	
3	Мене обтяжує розмова з байдужим для мене попутником в поїзді (літаку), розпочата за його ініціативою	
4	Мене обтяжує розмова випадкового попутника, який поступається мені по рівню знань і культурі	
5	Мені важко порозумітися з партнерами іншого інтелектуального рівня, ніж у мене	
Всього:		

Шкала 3
Категоричність або консерватизм в оцінці інших людей

№	Твердження	Бали
1	Сучасна молодь викликає неприємні відчуття своїм зовнішнім виглядом (зачіски, косметика, вбрання)	
2	Так звані «бізнесмени» зазвичай справляють неприємне враження або безкультурністю, або рвацтвом	
3	Представники деяких національностей у моєму оточенні відверто мені несимпатичні	
4	Є тип чоловіків (жінок), який мені відверто неприємний	
5	Терпіти не можу ділових партнерів з низьким інтелектуальним або професійним рівнем	
Всього:		

Шкала 4
Невміння скривати або пригнічувати неприємні почуття під час зіткнення з некомунікабельними якостями партнерів

№	Твердження	Бали
1	Вважаю, що на грубість треба відповідати тим же	
2	Мені важко приховати, якщо людина мені чим-небудь неприємна	
3	Мене дратують люди, які прагнуть в суперечці наполягати на своєму	
4	Мені неприємні самовпевнені люди	
5	Зазвичай мені важко стриматися від зауваження в адресу озлобленої або нервової людини, яка штовхається в транспорті	
Всього:		

Шкала 5
Прагнення переробити, перевиховати партнерів

№	Твердження	Бали
1	Я маю звичку повчати оточуючих	
2	Невиховані люди обурюють мене	
3	Я часто ловлю себе на тому, що намагаюся кого-небудь виховувати	
4	Я за звичкою постійно роблю кому-небудь зауваження	
5	Я люблю командувати близькими	
Всього:		

Шкала 6
Прагнення підігнати партнера під себе, зробити його «вигідним»

№	Твердження	Бали
1	Мене дратують люди похилого віку, коли вони у час «пік» опиняються в міському транспорті або в магазинах	
2	Жити в номері готелю зі сторонньою людиною для мене просто тортур	
3	Коли партнер не погоджується в чомусь з моєю правильною позицією, то зазвичай це дратує мене	
4	Я проявляю нетерпіння, коли мені заперечують	
5	Мене дратує, якщо партнер робить щось по-своєму, не так, як мені того хочеться	
Всього:		

Шкала 7
Невміння прощати іншим помилки, незручність, ненавмисне заподіяння вам неприємності

№	Твердження	Бали
1	Зазвичай я сподіваюся, що мої кривдники отримають по заслугах	
2	Мені часто докоряють в буркотливості	
3	Я довго пам'ятаю образи від тих людей, яких я ціную або поважаю	
4	Не можна прощати співробітникам нетактовні жарти	
5	Якщо діловий партнер ненавмисно зачепить мою самолюбивість, я все ж такі на нього ображуся	
Всього:		

Шкала 8
Нетерпимість до фізіологічного або психологічного дискомфорту, що створюється іншими людьми

№	Твердження	Бали
1	Я засуджую людей, які плачуться в чужий жилет	
2	Внутрішньо я не схвалюю своїх знайомих, які при слухній нагоді розповідають про свої хвороби	
3	Я прагну уходити від розмови, коли хто-небудь починає скаржитися на своє сімейне життя	
4	Зазвичай я без особливої уваги вислуховую сповіді друзів (подруг)	
5	Мені інколи подобається позлити кого-небудь з рідних або друзів	
Всього:		

Шкала 9

Невміння прилаштовуватися до характеру, звичок і бажанням інших

№	Твердження	Бали
1	Як правило, мені важко йти на поступки партнерам	
2	Мені важко ладнати з людьми, які мають поганий характер	
3	Зазвичай я важко пристосовуюсь до нових партнерів зі спільної роботи	
4	Я прагну не підтримувати стосунки з трохи дивними людьми	
5	Найчастіше я з принципу наполягаю на своєму, навіть якщо розумію, що партнер прав	
Всього:		

Ключ до тесту Бойко.

Підраховується сума балів, отриманих за всіма дев'ятьма ознаками. Максимальне число балів – 135, по кожному з блоків – 15.

1–45 – високий ступінь толерантності

45–85 – середній ступінь толерантності

85–125 – низький ступінь толерантності

125–135 – повне неприйняття оточуючих

Інтерпретація методики Бойко.

Чим більше балів, тим нижче рівень комунікативної толерантності, що свідчить про абсолютну нетерпимості до оточуючих і високу ймовірність конфліктів. Зверніть увагу на те, за яким поведінковим блоком отримані високі сумарні оцінки. Чим більше балів за конкретною ознакою, тим менше опитуваний терпимий до людей в даному аспекті відносин з ними, йому складніше налагодити ефективний процес спілкування. Навпаки, чим менша оцінка за тією чи іншою поведінковою ознакою, тим вищий рівень загальної комунікативної толерантності по даному аспекту відносин.

Розшифровка блоків:

1. Неприйняття або нерозуміння індивідуальності людини: виражає ступінь розуміння або прийняття людиною індивідуальних особливостей інших людей.
2. Використання себе як еталону при оцінках інших: показує чи може людина оцінюючи поведінку, образ думок або окремі характеристики людей розглядати себе

як еталон.

3. Категоричність або консерватизм в оцінках людей: виражає ступінь категоричності або консервативності в оцінках людей, відображає чи вистачає їй гнучкості та широти кругозору.
4. Невміння приховувати або згладжувати неприємні почуття: демонструє ступінь враженості уміння приховувати або хоча б згладжувати неприємні почуття, які виникають при зіткненні з некомунікабельними якостями у партнерів.
5. Прагнення переробити, перевиховати партнера по спілкуванню: показує прийняття або неприйняття людиною свого співрозмовника.
6. Прагнення підігнати інших учасників комунікації під себе: свідчить про те, чи приймає людина характер та звички інших людей.
7. Невміння прощати іншому помилки: виражає міру схильності людини до уміння вчиняти по совісті стосовно інших.
8. Нетерпимість до дискомфортних (хвороба, втома, відсутність настрою) станів партнера по спілкуванню: характеризує здатність людини до співчуття, реакцію на фізичний або психічний дискомфорт, в якому опинився інший.
9. Невміння пристосовуватися до інших учасників спілкування: окреслює здатність людини ладнати з іншими, встановлювати контакти.

Інтерпретація результатів:

1–45 – високий ступінь толерантності. Представники цієї групи мають виражені риси толерантної особистості. У той же час необхідно розуміти, що результати, що наближаються до верхньої межі (більше 115 балів), можуть свідчити про розмивання у людини «кордонів толерантності», що пов'язано, наприклад, з психологічним інфантилізмом, тенденціями до потурання, поблажливості чи байдужості. Також важливо враховувати, що опитувані, які потрапили в цей діапазон, можуть демонструвати високу ступінь соціальної бажаності (особливо якщо вони мають уявлення про погляди дослідника й цілі дослідження).

45–85 – середній ступінь толерантності. Такі результати показують опитувані, для яких характерне поєднання як толерантних та інтолерантних рис. В одних соціальних ситуаціях вони ведуть себе толерантно, в інших можуть проявляти

інтолерантність. Це насамперед залежить від того з яким людиною має справу або в якій ситуації знаходиться.

85–125 – низький ступінь толерантності. Такі люди не вміють, або не хочуть розуміти або приймати індивідуальність інших людей. Оцінюючи поведінку, образ думок або окремі характеристики людей, вони розглядають як еталон самого себе. В цьому випадку вони відмовляють партнеру в праві на індивідуальність й втискають партнера в ту чи іншу підструктуру своєї особистості. Більш того, в прямому або завуальованому вигляді вони вважають себе «істиною в останній інстанції», осуджують партнера, керуючись своїми звичками, установками і настроями. Такі люди категоричні або консервативні в оцінках людей. Таким способом вони показують прояв індивідуальності партнерів й вимагають від них пріоритетної для себе одноманітності, що відповідає їх внутрішньому світові - сформованим цінностям і смакам. Вони не вміють приховувати або хоча б згладжувати неприємні почуття, які виникають при зіткненні з некомунікабельними якостями у партнерів. Вони прагнуть переробити, перевиховати свого партнера. Спроби перевиховати партнера проявляються в жорсткій або м'якій формі, але в будь-якому випадку, вони зустрічають його опір. Жорстка форма відзначається, наприклад, у звичці читати мораль, повчати, дорікати в порушенні правил і етики. М'яка зводиться до вимог дотримуватися правил поведінки і співпраці, до зауважень з різних приводів. Такі люди хочуть підігнати партнера під себе, зробити його зручним, в даному випадку вони прагнуть регламентувати його вчинки або добитися схожості із собою, наполягають на прийнятті власної точки зору. Вони не вміють прощати іншим їх помилки, незручність, ненавмисно заподіяні неприємності. Прагнуть ускладнити відносини з партнером, надавати особливий неприємний сенс його вчинкам і словам. Нетерпимі до фізичного або психічного дискомфорту, в якому опинився партнер. Таке спостерігається в тих випадках, коли партнер нездужає, скаржиться, вередує, нервує або шукає співпереживання. Людина з низьким рівнем комунікативної толерантності - душевно черства і тому або не помічає подібних станів, або вони її дратують. При цьому вона ігнорує те, що сама теж буває в дискомфортних станах і зазвичай розраховує на розуміння й підтримку оточуючих. Погано

пристосовується до характерів, звичок, установок або цілей інших. Дана обставина вказує на те, що адаптація до самого себе для неї є функціонально важливішою і досягається простіше, ніж адаптація до партнерів. У всякому разі, такі люди спробують змінити та переробити насамперед партнера, а не себе самого себе.

125–135 – повне неприйняття оточуючих. Такі результати свідчать про високу інтолерантність людини і наявність у неї виражених інтолерантних установок по відношенню до навколишнього світу і людей. Людина з подібним рівнем загальної комунікативної толерантності зазвичай демонструє некеровані негативні реакції у відповідь на некомунікабельні якості партнера. Неприйняття в іншому найчастіше викликають некомунікабельні типи осіб, некомунікабельні риси особистості й некомунікабельні манери спілкування.

Тест Ч. Хенді

на виявлення типу організаційної культури

На думку Ч. Хенді (англ. С. Handy) існує декілька видів сил, що діють в організаціях, - це сила положення, сила розпорядження ресурсами, сила володіння знаннями і сила особистості. Залежно від того, які сили чинять переважний вплив в організації, формується і розвивається певна ідеологія відносин між складовими частинами і членами організації й відповідна цим відносинам організаційна культура.

На основі своїх досліджень Ч. Хенді виділив 4 типи організаційної культури: культура влади, рольова культура, культура завдання і культура особистості. Вони будуть розглянуті нижче.

Для визначення типу культури Ч. Хенді розробив тест, за результатами якого можна зрозуміти не тільки те, якою бачать суб'єкти освітнього процесу організаційну культуру, але й як вона співвідноситься з їх очікуваннями. Тест за типами культур Ч. Хенді.

1. Рішення приймаються тими, хто:

- А) має більшу, ніж у інших, владу
- Б) уповноважений за посадою
- В) більш компетентний в питанні
- Г) прагне взяти на себе відповідальність

2. Ресурси розподіляються, виходячи з:

- А) одноосібного рішення керівника
- Б) існуючих правил і процедур
- В) інтересів справи
- Г) зручності виконавців роботи

3. Хороший лідер - це:

- А) виконавчий, дисциплінований
- Б) чітко виконує свої обов'язки
- В) ініціативний, мотивовану на результат
- Г) лояльний, приємний в спілкуванні

4. Заохочення і покарання визначаються, виходячи з:

- А) рішення керівника
- Б) існуючої описаної системи мотивації і внутрішнього розпорядку
- В) специфіки ситуації і типу особистості студента
- Г) інтересів студентської групи

5. Хороший колектив - це:

- А) дисциплінований
- Б) добре структурований і професійний
- В) з атмосферою взаємодопомоги і підтримки
- Г) дружній, веселий

6. Успіху домагаються люди:

- А) добре розуміють установки керівництва
- Б) чітко виконують свої обов'язки і відповідні корпоративним установкам
- В) мотивовані і розвиваються
- Г) комунікабельні, мають хороші відносини з усіма

7. Студент виконує свою роботу не дуже добре при наявності у нього достатніх навичок, тому що:

- А) недостатньо контролю
- Б) недостатньо чітко складені права і свободи студента
- В) він недостатньо мотивований і орієнтований на результат
- Г) йому не надали достатніх ресурсів або він чимось то незадоволений

8. Хороший лідер:

- А) рішучий, авторитарний, користується великим впливом
- Б) який чітко ставить завдання в рамках цілей більш високого рівня
- В) який вміє мотивувати й розвивати людей і справу
- Г) який створює позитивну атмосферу в колективі

Інтерпретація: Для аналізу даних варто поррахувати кількість однакових відповідей на кожне запитання й вивести загальну статистичну відповідь у вигляді таблиці.

Наприклад:

Отримані відповіді		Середня статистична відповідь
1	Б; А; В; А; Б; Б	Б
2	В; А; Б; А; А; А	А
3	В; Б; Б; Б; В; А	Б
4	В; Б; А; В; Б; Б	Б
5	В; В; В; Б; В; В	В
6	В; В; А; Б; Г; В	В
7	В; Г; А; Г; Г; А	Г
8	В; В; Г; В; Б; В	В

Кожен варіант відповіді відноситься до певного типу організаційної культури, а саме:

- А** – культура влади
- Б** – культура ролі
- В** – культура вирішення завдань
- Г** – культура особистості

А. Культура Влади (Культура «Зевса»)

У такій культурі особливу роль відіграє лідер, його особистісні якості та здібності. Як джерело влади важливе місце належить ресурсам, що знаходяться в розпорядженні керівника. Організації, як правило, мають жорстку ієрархічну структуру. Є єдиний чітко виділений центр прийняття рішень. Контроль завжди проводиться з центру. Організації характеризуються неформальною структурою влади, незначним числом правил і процедур, що формалізують діяльність. Даний тип культури дозволяє організації швидко реагувати на зміну ситуації, швидко приймати рішення й організовувати їх виконання. Тут часто дотримуються принципу: «Мета виправдовує засоби». Ці культури схильні до розвитку ривками. Вона характерна для організацій, керованих харизматичними лідерами. Мінус такої культури в тому, що вона стає вкрай нестійкою, коли у лідера виникають проблеми. Просування по щаблях ієрархічної градації здійснюються досить часто за критеріями особистої відданості. Для організацій з культурою «Зевса» найбільш підходять особистості, що мають такі характеристики: здатність працювати в середовищі з високим рівнем невизначеності; прагнення до ризику; орієнтованість на владу.

Б. Рольова культура (Культура «Апполона»)

Це найбільш широко поширена культура. Вона характеризується суворим функціональним розподілом ролей і спеціалізацією ділянок (кожен суб'єкт освітнього процесу хороший не сам по собі, а «свого часу і на своєму місці»). Є чітка спеціалізація, добре прописані окремі функції, для викладачів та студентів. Основним джерелом є положення, займане в ієрархічній структурі. Така організація здатна успішно працювати в стабільній навколишньому середовищі. Оскільки право приймати рішення широко розподілено по організації, ця культура достатня стійка, консервативна; в ній складно проводити нововведення. Слабкість даної культури в знеособленості членів організації, в недопущенні ініціативи і блокуванні новацій. Але там, де стабільність важливіша гнучкості, цей тип корпоративної культури не має собі рівних по ефективності. В таких організаціях чітко описані рольові процедури (посадові інструкції, порядок документообігу, способи обміну інформацією і т. д.) Існують жорсткі вимоги до суб'єктів освітнього процесу. Для організацій з культурою «Апполона» найбільш підходять особистості, що володіють наступними особистісними характеристиками: старанність; прагнення до стабільності.

В. Культура вирішення завдань (Культура «Афіни»)

Ця культура заснована на володінні специфічними знаннями і призначена для вирішення специфічних завдань. Ефективність діяльності організацій з такою культурою багато в чому визначається високим професіоналізмом членів організації. Великими владними повноваженнями в таких організаціях має той, хто в даний момент є експертом у провідній галузі діяльності і володіє максимальною кількістю інформації. Вона почала формуватися у зв'язку з виконанням великих військових і аерокосмічних проектів і розвитком системно-кібернетичної школи в теорії менеджменту.

У подібних організаціях робота оцінюється за результатами вирішення поставлених завдань. Найефективніше тут проявляють себе люди, що володіють самомотивацією, що орієнтуються на різноманітну роботу.

Г. Культура особистості (Культура «Діоніса»)

Організація типу «Діоніс» «самодостатня». Вона об'єднує людей орієнтованих на досягнення власних цілей. Влада ґрунтується на близькості до ресурсів, професіоналізмі, на силі особистісних якостей, здібностей і обдарувань і здатності домовлятися. Ця культура властива організаціям, що складається з об'єднань індивідуальностей, кожна з яких є незалежною, має своєю власною силою особистості і впливом. У таких організаціях люди ніколи не роблять те, що суперечить їх системі цінностей, щоб не втратити себе як особистість. У членів таких організацій дуже велика потреба в незалежності. Культура особистості конфліктна, нестійка. Вона рідко зустрічається в явній формі.

Діагностична методика А. В. Карпова, В. В. Пономарьової на визначення індивідуальної міри вияву рефлексивності

Інструкція: Вам потрібно дати відповіді на декілька тверджень опитувальника.

В бланку відповідей номера питання проставте, будь ласка, цифру, відповідну варіанту вашої відповіді: 1 – абсолютно невірно; 2 – невірно; 3 – мабуть невірно; 4 – не знаю; 5 – мабуть вірно; 6 – вірно; 7 – цілком вірно.

Не замислюйтеся довго над відповідями. Пам'ятайте, що правильних або неправильних відповідей в даному випадку бути не може. Перша відповідь, яка спала на думку і є вірною.

Тест опитувальника

1. Прочитавши хорошу книгу, я завжди потім довго думаю про неї, хочу її з кимось обговорити.	
2. Коли мене раптом несподівано про щось запитують я можу відповісти перше, що прийшло в голову	
3. Перш ніж зняти трубку телефону, щоб подзвонити у справі, я зазвичай в думках планую майбутню розмову	
4. Зробивши якийсь промах, я довго потім не можу відвернутися від думок про нього	
5. Коли я роздумую над чимось або розмовляю з іншою людиною, мені буває цікаво раптом пригадати, що послужило початком ланцюжка думок	
6. Приступаючи до важкого завдання, я прагну не думати про майбутні труднощі	
7. Головне для мене – уявити кінцеву мету своєї діяльності, а деталі мають другорядне значення	
8. Буває, що я не можу зрозуміти, чому хтось незадоволений мною	
9. Я часто ставлю себе на місце іншої людини	
10. Для мене важливо в деталях уявляти собі хід майбутньої роботи	
11. Мені було б важко написати серйозний лист, якби я заздалегідь не склав план	
12. Я вважаю за краще діяти, а не роздумувати над причинами своїх невдач	
13. Я досить легко ухвалюю рішення стосовно дорогої покупки	
14. Як правило, щось задумавши, я прокручую в голові свої задуми, уточнюю деталі, розглядаю всі варіанти	
15. Я хвилююся про своє майбутнє	
16. Думаю, що в більшості ситуацій треба діяти швидко, керуючись	

першою думкою, що прийшла в голову	
17. Деколи я ухвалюю необдумані рішення	
18. Закінчивши розмову, я, буває, продовжую вести її подумки, приводячи все нові і нові аргументи в захист своєї точки зору	
19. Якщо відбувається конфлікт, то, роздумуючи над тим, хто в нім винен, я в першу чергу починаю з себе	
20. Перш ніж ухвалити рішення, я завжди стараюся все ретельно обдумати і зважити	
21. У мене бувають конфлікти тому, що я деколи не можу передбачити, якої поведінки чекають від мене оточуючі	
22. Буває, що, обдумуючи розмову з іншою людиною, я ніби в думках веду з нею діалог	
23. Я прагну не замислюватися над тим, які думки і відчуття викликають в інших людях мої слова і вчинки	
24. Перш ніж зробити зауваження іншій людині, я обов'язково подумаю, в яких словах це висловити, щоб не образити її	
25. Вирішуючи важке завдання, я думаю над ним навіть тоді, коли займаюся іншими справами	
26. Якщо я з кимось сварюся, то в більшості випадків не вважаю себе винним	
27. Рідко буває так, що я шкодую про сказане	

Ключ до методики

Методика містить 27 тверджень, з яких 15 є прямими (номери запитань: 1, 3, 4, 5, 9, 10, 11, 14, 15, 18, 19, 20, 22, 24, 25). Решта 12 – зворотних тверджень, що необхідно враховувати при обробці результатів, коли для отримання підсумкового балу підсумовуються в прямих питаннях цифри, відповідні відповідям випробовуваних, а в зворотних – значення, замінені на ті, що виходять при інверсії шкали відповідей. Тобто 1=7, 2=6, 3=5, 4=4, 5=3, 6=2, 7=1.

Всі пункти групуються в чотири групи:

1) **ретроспективна рефлексія діяльності (РРД)** – твердження №: 1, 4, 5, 12, 17, 18, 25, 27. *Ретроспективна рефлексія* виявляється в схильності до аналізу вже виконаної в минулому діяльності та подій, що відбулися. Така рефлексія виражається у частоті й тривалості аналізу та оцінки суб'єктом минулої події.

2) **ситуативна рефлексія (СРД)** – твердження №: 2, 5, 13, 14, 16, 17, 18, 26. *Ситуаційна рефлексія* виявляється у самоконтролі поведінки людини в певній ситуації, осмислення її елементів, аналіз співвідношення своїх дій із ситуацією

відповідно до мінливих умов. Така рефлексія виражається в обмірковуванні суб'єктом своєї поточної діяльності, у розгортанні процесів ухвалення рішення, у схильності до самоаналізу у певних життєвих ситуаціях.

3) рефлексія майбутньої діяльності (РМД) – твердження №: 3, 6, 7, 10, 11, 14, 15, 20. *Перспективна рефлексія* виявляється у співвідношенні аналізу майбутньої діяльності, поведінки з плануванням, прогнозуванням ймовірних результатів. Основними характеристиками такої рефлексії є – деталізація планування поведінки, частота звернення до майбутніх подій, орієнтація на майбутнє.

4) рефлексія спілкування і взаємодії з іншими людьми (РС) – твердження №: 8, 9, 19, 21, 22, 23, 24, 26. *Рефлексія спілкування і взаємодії з іншими людьми* виявляється у розумінні світогляду, характеру, мотивів та емоційних станів інших людей.

Переведення тестових балів у стіни

Стіни	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Тестові бали	80 і нижче	80 - 100	100 - 107	108 - 113	114 - 122	123 - 130	131 - 139	140 - 147	148 - 156	157 - 171	171 і вище

При інтерпретації результатів доцільно виходити з диференціації індивідів на три основні категорії. Результати методики, рівні або великі, ніж 7 стін, свідчать про високий рівень рефлексивності. Результати в діапазоні від 4 до 7 стін – індикатори середнього рівня рефлексивності. Нарешті, показники, менші 4-х стін – свідоцтво низького рівня розвитку рефлексивності.

Високий рівень рефлексивності – свідчить про схильність до аналізу власної діяльності, а також вчинків інших людей, з'ясування причини і наслідків своїх дій як в минулому, так в сьогоденні й в майбутньому. Такі студенти можуть планувати свої дії і прогнозувати їх можливі наслідки, здатні приймати нестандартні рішення, що призводять до ефективного вирішення поставленого завдання.

Середній рівень рефлексивності – свідчить про те, що особистість здатна до планування своїх дій, усвідомлення свого ставлення до ситуації, яка відбувається, аналізу своїх дій, а також вчинків інших людей, але рефлексивні процеси можуть

носити нерегулярний характер, а рефлексивний аналіз здійснюватися поверхнево.

Низький рівень рефлексивності – свідчить про несформованість особистісної рефлексії, виявлений у студентів. Студенти з низьким рівнем рефлексивності, як правило, відчують труднощі з плануванням своєї діяльності, схильні до шаблонного мислення, не виявляють здібності до аналізу скоєних помилок в минулому, не вміють використовувати набутий позитивний або негативний досвід в подоланні складних ситуацій, також вони зазнають труднощів у рефлексуванні поточної ситуації. Студентові з низьким рівнем рефлексивності проблематичного поставити себе на місце іншого й складно регулювати власну поведінку.

Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса*(орієнтаційна анкета)*

Інструкція. Анкета складається з 30 пунктів-суджень, у кожному з яких можливі три варіанти відповідей (А, Б, В), що відображають три типи спрямованості особистості. Респондент повинен вибрати одну відповідь, яка найбільшою мірою виражає його думку, і записати її на бланку для відповідей у стовпчику «Найбільш привабливо». Потім обрати одну відповідь, яка найменше відповідає реальності, і записати її на бланку для відповідей у стовпчику «Найменш привабливо».

1. Найбільше задоволення я отримую від:

- А. Схвалення моєї роботи;
- Б. Усвідомлення того, що робота виконана добре;
- В. Усвідомлення того, що мене оточують друзі.

2. Якщо б я грав у футбол (волейбол, баскетбол), то бажав би бути:

- А. Тренером, який розробляє тактику гри;
- Б. Відомим гравцем;
- В. Вибраним капітаном команди.

3. На мою думку, кращим педагогом є той, хто:

- А. Виявляє інтерес до студентів і до кожного з них знаходить індивідуальний підхід;
- Б. Викликає інтерес до предмета так, що студенти з задоволенням поглиблюють свої знання з цього предмета;
- В. Створює в колективі таку атмосферу, у якій ніхто не боїться висловити свою думку.

4. Мені подобається, коли люди:

- А. Радіють роботі, яку виконали;
- Б. Із задоволенням працюють у колективі;
- В. Прагнуть виконати свою роботу якнайкраще.

5. Я бажаю, щоб мої друзі:

- А. Були чуйними й допомагали людям, якщо для цього є можливість;

Б. Були вірні й віддані мені;

В. Були розумні та цікаві.

6. Найкращими друзями я вважаю тих:

А. З ким складаються добрі взаємини;

Б. На кого завжди можна покластися;

В. Хто може багато чого досягти в житті.

7. Більше за все я не люблю:

А. Коли в мене що-небудь не виходить;

Б. Коли псуються взаємини з друзями;

В. Коли мене критикують.

8. По-моєму, гірше за все, коли педагог:

А. Не приховує, що деякі студенти йому несимпатичні, насміхається з них;

Б. Викликає дух суперництва в колективі;

В. Недостатньо добре знає предмет, який викладає.

9. У дитинстві мені більше за все подобалось:

А. Проводити час із друзями;

Б. Відчуття виконаних справ;

В. Коли мене за що-небудь хвалили.

10. Я бажав би бути схожим на тих, хто:

А. Добився успіху в житті;

Б. По-справжньому захоплений своєю справою;

В. Virізняється дружелюбністю й доброзичливістю.

11. Передусім вища школа повинна:

А. Навчити вирішувати завдання, які ставить життя;

Б. Розвивати індивідуальні здібності студента;

В. Виховувати якості, що допомагають взаємодіяти з людьми.

12. Якщо б у мене було більше вільного часу, я використав би його:

А. Для спілкування з друзями;

Б. Для відпочинку та розваг;

В. Для своїх улюблених справ і самоосвіти.

13. Найбільших успіхів я досягаю, тоді коли:

- А. Працюю з людьми, які мені симпатичні;
- Б. У мене цікава робота;
- В. Мої зусилля добре винагороджуються.

14. Я люблю, коли:

- А. Інші люди мене цінують;
- Б. Відчуваю задоволення від добре виконаної роботи;
- В. Приємно проводжу час із друзями.

15. Якщо про мене вирішили б написати в газеті, я бажав би, щоб:

- А. Розповіли про яку-небудь цікаву справу, пов'язану з навчанням, спортом тощо, у якій мені довелося брати участь;
- Б. Написали про мою діяльність;
- В. Обов'язково розповіли про колектив, у якому я навчаюсь.

16. Найкраще я навчаюсь, тоді, коли викладач:

- А. Має до мене індивідуальний підхід;
- Б. Уміє викликати в мене інтерес до навчальних дисциплін;
- В. Влаштовує колективне обговорення проблем, що вивчаються.

17. Для мене немає нічого гіршого, ніж:

- А. Зневага власної гідності;
- Б. Невдача при виконанні важливої справи;
- В. Втрата друзів.

18. Найбільше я ціную:

- А. Успіх;
- Б. Можливість успішної спільної роботи;
- В. Здоровий практичний розум.

19. Я не люблю людей, які:

- А. Вважають себе гіршими за інших;
- Б. Часто сваряться й конфліктують;
- В. Заперечують усе нове.

20. Приємно, коли:

- А. Працюєш над важливою для всіх справою;
- Б. Маєш багато друзів;
- В. Викликаєш захоплення та всім подобаєшся.

21. По-моєму, у першу чергу, керівник має бути:

- А. Доступним;
- Б. Авторитетним;
- В. Вимогливим.

22. У вільний час я охоче прочитав би книги:

- А. Про те, як знаходити друзів і підтримувати з ними добрі взаємини;
- Б. Про відомих і цікавих людей;
- В. Про останні досягнення науки і техніки.

23. Якщо б у мене були здібності до музики, я став би:

- А. Диригентом;
- Б. Композитором;
- В. Солістом.

24. Я бажав би:

- А. Придумати цікавий конкурс;
- Б. Перемогти в конкурсі;
- В. Організувати конкурс і керувати ним.

25. Для мене найважливіше знати:

- А. Що я хочу зробити;
- Б. Як досягнути мети;
- В. Як організувати людей для досягнення мети.

26. Людина повинна прагнути до того, щоб:

- А. Інші були нею задоволені;
- Б. Перш за все, виконати своє завдання;
- В. Їй не дорікали за виконану роботу.

27. У вільний час я:

- А. Спілкуюся з друзями;

- Б. Переглядаю фільми;
- В. Займаюся улюбленою справою.

28. За умови однакової фінансового успіху я б із задоволенням:

- А. вигдав цікавий конкурс;
- Б. виграв би в конкурсі;
- В. організував би конкурс і керував ним.

29. Для мене найважливіше знати:

- А. що я хочу зробити;
- Б. як досягти мети;
- В. як залучити інших до досягнення моєї мети.

30. Людина повинна вести себе так, щоб:

- А. інші були задоволені ним;
- Б. виконати насамперед своє завдання;
- В. не треба було докоряти йому за роботу.

Обробка результатів: Якщо зазначена в бланку відповідей (Додаток 1) буква занесена в рубрику «Найбільше», то випробуваному ставиться знак «+» по даному виду спрямованості. Якщо ж вона розташована під індексом «Найменше», то йому ставиться знак «-». Потім підраховують кількість «+» і записують їх у підсумкову таблицю у відповідні стовпці Я, С, або Д залежно від ключа (Додаток 2). Так само підраховується кількість «-». Кількість «+» підсумовується з кількістю «-» (з урахуванням знаку!). Отриманий результат записується в підсумкову таблицю (Додаток Б) в рядок «Сума». Нарешті, до отриманого числа додається 30 (знову з урахуванням знаку!). Цей показник і характеризує рівень вираженості даного виду спрямованості. Загальна сума всіх балів за трьома видами спрямованості повинна дорівнювати 90. Бали, що набрані за 30 пунктами, сумують для кожного типу спрямованості окремо.

За допомогою запропонованої методики виявляють такі типи спрямованості:

Спрямованість на себе (Я) – орієнтація на пряму винагороду й задоволення без урахування інтересів оточуючих, на агресивність у досягненні статусу,

егоцентричність, схильність до суперництва, роздратованість, тривожність, інтегрованість.

Спрямованість на спілкування (С) – прагнення за будь-яких обставин підтримувати взаємини з людьми, орієнтація на спільну діяльність, але досить часто на шкоду виконанню конкретних завдань або відмову в ширій допомозі людям, орієнтація на соціальне схвалення, залежність від групи, потреба в прив'язаності та емоційних взаєминах з людьми.

Спрямованість на дію (Д) – зацікавленість у вирішенні ділових питань, виконання роботи якнайкраще, орієнтація на ділове співробітництво, здатність відстоювати в інтересах справи власну думку, яка корисна для досягнення спільної мети.

Додаток 1

Підсумкова таблиця до методики на визначення спрямованості особистості

	Я	С	Д
Кількість «+»			
Кількість «-»			
Сума			
+ 30			

Додаток 2

Бланк відповідей до методики на визначення спрямованості особистості

№	Найбільш привабило	Найменш привабило
1		
2		
3		
4		
5		

6		
7		
8		
9		
10		
11		
12		
13		
14		
15		
16		
17		
18		
19		
20		
21		
22		
23		
24		
25		
26		
27		
28		
29		
30		

Ключ

№	Я	С	Д	№	Я	С	Д
1.	А	В	Б	15.	Б	В	А
2.	Б	В	А	16.	А	В	Б
3.	А	В	Б	17.	А	В	Б
4.	В	Б	А	18.	А	Б	В
5.	Б	А	В	19.	А	Б	В
6.	В	А	Б	20.	В	Б	А
7.	В	Б	А	21.	Б	А	В
8.	А	Б	В	22.	Б	А	В
9.	В	А	Б	23.	В	А	Б
10.	А	В	Б	24.	Б	В	А
11.	Б	В	А	25.	А	В	Б
12.	Б	А	В	26.	В	А	Б
13.	В	А	Б	27.	Б	А	В
14.	А	В	Б	28.	Б	В	А
				29.	А	В	Б
				30.	В	А	Б

Методика дослідження самоствавлення

С. Р. Пантелєєв

Методика призначена для виявлення структури самоствавлення особистості, а також вираженості окремих компонентів самоствавлення: закритості, самовпевненості, самокерівництво, віддзеркаленого самоствавлення, самоцінності, самоприв'язаності, внутрішньої конфліктності та самозвинувачення.

Самоствавлення розуміється в контексті уявлень особистості про сенс «Я» як вираз сенсу «Я», як узагальнене почуття на адресу власного «Я». В основу розуміння самоствавлення покладена концепція самосвідомості В. В. Століна, який виділяв три виміри самоствавлення: симпатію, повагу, близькість. Методика допускає індивідуальне та групове застосування без обмеження часу. У разі групового обстеження кількість учасників не повинна перевищувати 15 осіб. Тривалість виконання завдання – 30–40 хвилин.

Інструкція. Вам запропоновано перелік суджень, які характеризують ставлення людини до себе, до своїх вчинків та дій. Уважно прочитайте кожне судження. Якщо Ви згодні зі змістом судження, то в бланку для відповідей, поруч з порядковим номером судження поставте «+», якщо не згодні, то «-». Працюйте швидко і уважно, не пропускайте жодного судження.

№	Судження	+	-
1.	Мої слова досить рідко розходяться з діями		
2.	Випадковій людині я швидше за все здамся приємною людиною		
3.	До чужих проблем я завжди ставлюся з тим же розумінням, що і до своїх		
4.	У мене нерідко виникає почуття, що те, про що я з собою в думках розмовляю, мені неприємно		
5.	Думаю, що всі мої знайомі ставляться до мене з симпатією		
6.	Найрозумніше, що може зробити людина в своєму житті, це не противитися власної долі		

7.	У мене досить здібностей і енергії втілити в життя задумане		
8.	Якби я роздвоївся, то мені було б досить цікаво спілкуватися зі своїм двійником		
9.	Я не здатний завдавати душевний біль найулюбленішим і рідним мені людям		
10.	Я вважаю, що не гріх іноді пожаліти самого себе		
11.	Зробивши якийсь промах, я часто не можу зрозуміти, як же мені могло прийти в голову, що із задуманого могло вийти щось добре		
12.	Найчастіше я схвалюю свої плани і вчинки		
13.	В моїй особистості є, напевно, щось таке, що здатне викликати у інших гостру неприязнь		
14.	Коли я намагаюся оцінити себе, я перш за все бачу свої недоліки		
15.	У мене не виходить бути для коханої людини цікавим тривалий час		
16.	Можна сказати, що я ціную себе досить високо		
17.	Мій внутрішній голос рідко підказує мені то, з чим би я, зрештою, не погодився		
18.	Багато моїх знайомих не приймають мене серйозно		
19.	Бувало, і не раз, що я сам гостро ненавидів себе		
20.	Мені дуже заважає нестача енергії, волі й цілеспрямованості		
21.	У моєму житті виникали такі обставини, коли я йшов на угоду з власною совістю		
22.	Іноді я сам себе погано розумію		
23.	Часом мені буває боляче спілкуватися з самим собою		
24.	Думаю, що я з легкістю зміг би знайти спільну мову з будь-якою розумною та знаючою людиною		
25.	Якщо я і ставлюся до кого-небудь з докором, то перш за все перед самим собою		
26.	Іноді я сумніваюся, чи можна любити мене по-справжньому		
27.	Нерідко мої суперечки з самим собою обриваються думкою, що все одно вийде не так, як я вирішив		
28.	Моє ставлення до самого себе можна назвати дружнім		
29.	Навряд чи знайдуться люди, яким я не до душі		
30.	Часто я не без глузування жартують над собою		
31.	Якби моє друге «Я» існувало, то для мене це був би досить нудний партнер для спілкування		

32.	Мені здається, що я досить сформована особистість, і тому не витрачаю багато сил на те, щоб у чомусь стати іншим		
33.	В цілому мене влаштовує те, яким я є		
34.	На жаль, занадто багато хто не поділяє моїх поглядів на життя		
35.	Я цілком можу сказати, що поважаю сам себе		
36.	Я думаю, що маю розумного і надійного радника у своєму обличчі		
37.	Сам у себе я досить часто викликаю почуття роздратування		
38.	Я часто, але досить безуспішно намагаюся в собі щось змінити		
39.	Я думаю, що моя особистість набагато цікавіша і багатша, ніж це може здатися на перший погляд		
40.	Мої гідні сторони цілком переважають мої недоліки		
41.	Я рідко залишаюся незрозумілим в найважливішому для мене		
42.	Думаю, що інші в цілому оцінюють мене досить високо		
43.	Те, що зі мною трапляється, – це справа моїх власних рук		
44.	Якщо я сперечаюся з собою, то завжди впевнений, що знайду єдине правильне рішення		
45.	Коли зі мною трапляються неприємності, як правило, я кажу: «Так тобі й треба»		
46.	Я не вважаю, що досить духовно цікавий для того, щоб бути привабливим для багатьох людей		
47.	У мене нерідко виникає сумнів: а чи такий я насправді, яким собі представляюся?		
48.	Я не здатний на зраду навіть в думках		
49.	Найчастіше я думаю про себе з дружньою іронією		
50.	Мені здається, що мало хто може подумати про мене погано		
51.	Упевнений, що на мене можна покластися у найвідповідальніших справах		
52.	Я можу сказати, що в цілому я контролюю свою долю		
53.	Я ніколи не видаю сподобалися мені чужі думки за свої		
54.	Яким би я не здавався оточуючим, я то знаю, що в глибині душі я кращий, ніж більшість інших людей		
55.	Я хотів би залишатися таким, який я є		
56.	Я завжди радий критики у свою адресу, якщо вона обґрунтована і справедлива		
57.	Мені здається, що якби таких людей, як я, було більше, то		

	життя змінилося б на краще		
58.	Моя думка має велике значення в очах оточуючих		
59.	Щось заважає мені зрозуміти себе по-справжньому		
60.	У мені є чимало такого, що навряд чи викликає симпатію		
61.	У складних обставинах я зазвичай не чекаю, поки проблеми вирішаться самі по собі		
62.	Іноді я намагаюся видати себе не за того, хто я є		
63.	Бути поблажливим до власних слабкостей – цілком природно		
64.	Я переконаний, що глибоке проникнення в себе – малоприємне і досить ризиковане заняття		
65.	Я ніколи не дратуюся і не злюся без особливих на те причин		
66.	У мене бувають такі моменти, коли я розумів, що мене є за що зневажати		
67.	Я часто відчуваю, що мало впливаю на те, що зі мною відбувається		
68.	Саме багатство і глибина мого внутрішнього світу і визначають мою цінність як особистості		
69.	Тривалі суперечки з собою найчастіше залишають гіркий осад в моїй душі, ніж приносять полегшення		
70.	Думаю, що спілкування зі мною доставляє людям щире задоволення		
71.	Якщо говорити відверто, іноді я буваю дуже неприємний		
72.	Можна сказати, що я собі подобаюся		
73.	Я людина надійна		
74.	Здійснення моїх бажань мало залежить від везіння		
75.	Моє внутрішнє «Я» завжди мені цікаво		
76.	Мені дуже просто переконати себе не засмучуватися через дрібниці		
77.	Близьким людям властиво мене недооцінювати		
78.	У мене в житті нерідко бувають хвилини, коли я сам собі огидний		
79.	Мені здається, що я все-таки не вмію злитися на себе по-справжньому		
80.	Я переконався, що в серйозних справах на мене краще не розраховувати		
81.	Часом мені здається, що я якийсь дивний		
82.	Я не схильний пасувати перед труднощами		
83.	Моє власне «Я» не представляється мені чимось гідним		

	глибокої уваги		
84.	Мені здається, що, глибоко обдумуючи свої внутрішні проблеми, я навчився набагато краще себе розуміти		
85.	Сумніваюся, що викликаю симпатію у більшості оточуючих		
86.	Мені траплялося робити такі вчинки, яким навряд чи можна знайти виправдання		
87.	Десь в глибині душі я вважаю себе слабаком		
88.	Якщо я щиро і звинувачую себе в чомусь, то, як правило, викривального запалу вистачає ненадовго		
89.	Мій характер, яким би він не був, цілком мене влаштовує		
90.	Я цілком уявляю собі, що мене чекає попереду		
91.	Іноді мені буває важко знайти спільну мову зі своїм внутрішнім «Я»		
92.	Мої думки про себе здебільшого зводяться до звинувачень на власну адресу		
93.	Я не хотів би сильно змінюватися навіть в кращу сторону, тому що кожна зміна - це втрата якоїсь дорогої частки самого себе		
94.	В результаті моїх дій занадто часто виходить зовсім не те, на що я розраховував		
95.	Навряд чи в мені є щось, чого б я не знав		
96.	Мені ще багато чого не вистачає, щоб з упевненістю сказати собі: «Так, я цілком дозрів як особистість»		
97.	У мені цілком мирно уживаються як мої достоїнства, так і мої недоліки		
98.	Іноді я надаю «безкорисливу» допомога людям тільки для того, щоб краще виглядати у власних очах		
99.	Мені дуже часто і безуспішно доводиться виправдовуватися перед самим собою		
100.	Ті, хто мене не любить, просто не знають, яка я людина		
101.	Переконати себе в чомусь не складає для мене великих труднощів		
102.	Я не відчуваю нестачі в близьких і розуміють мене людей		
103.	Мені здається, що мало хто поважає мене по-справжньому		
104.	Якщо не розмінюватися на дрібниці, то в цілому мене немає в чому дорікнути		
105.	Я сам створив себе таким, який я є		
106.	Думка інших про мене цілком збігається з моїм власним		

107.	Мені б дуже хотілося багато в чому себе переробити		
108.	До мене ставляться так, як я того заслуговую		
109.	Думаю, що моя доля складеться все одно не так, як би мені хотілося тепер		
110.	Впевнений, що в житті я на своєму місці		

Обробка результатів і інтерпретація

При обробці використовується спеціальний «ключ», за допомогою якого отримують так звані «сирі» бали. Збіг відповідей опитуваного з «ключем» оцінюється в 1 бал. Спочатку підраховуються збіг відповідей за ознакою «згоден», потім – за ознакою «не згоден». Отримані результати підсумовуються. Потім сума «сирих» балів по кожній з шкал за допомогою спеціальної таблиці перекладається в стіни. Стіни служать підставою для інтерпретації.

Ключ

Шкала	Згоден	Не згоден
1. Замкнутість	1,3,9,48,53,56,65	21,62,86,98
2. Самовпевненість	7,24,30,35,36,51,52,58,61,73,82	20,80,103
3. Самокерівництво	43,44,45,74,76,84,90,105,106,108,110	109
4. Віддзеркалене самоствавлення	2,5,29,41,42,50,102	13,18,34,85
5. Самоцінність	8,16,39,54,57,68,70,75,100	15,26,31,46,83
6. Самоприйняття	10,12,17,28,40,49,63,72,77,79,88,97	-
7. Самоприв'язаність	6,32,33,55,89,93,95,101,104	96,107
8. Внутрішня конфліктність	4,11,22,23,27,38,47,59,64,67,69,81,91,94,99	-
9. Самозвинувачення	14,19,25,37,60,66,71,78,87,92	-

Таблиця переводу «сирих» балів у стіни

Шкала	Стіни									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. Замкнутість	0	0	1	2-3	4-5	6-7	8	9	10	11

2. Самовпевненість	0-1	2	3-4	5-6	7-8	9	10-11	12	13	14
3. Самокерівництво	0-1	2	3	4-5	6	7	8	9-10	11	12
4. Відзеркалене самоствавлення	0	1	2	3-4	5	6-7	8	9	10	11
5. Самоцінність	0-1	2	3	4-5	6-7	8	9-10	11	12	13-14
6. Самоприйняття	0-1	2	3-4	5	6-7	8	9	10	11	12
7. Самоприв'язаність	0	1	2	3	4-5	6	7-8	9	10	11
8. Внутрішня конфліктність	0	1	2	3-4	5-7	8-10	11-12	13	14	15
9. Самозвинувачення	0	1	2	3-4	5	6-7	8	9	10	10

Для перекладу «сирого» балу в стандартне значення (стіл) необхідно знайти в першому стовпці потрібну шкалу і рухатися по рядку до перетину зі стовпцем, в якому знаходиться індивідуальний «сирий» бал або інтервал індивідуальних «сирих» балів. У верхньому рядку знайденого стовпця вказаний відповідний стіл. Наприклад, якщо «сирий» бал за шкалою «само прийняття» дорівнює 7, то в рядку 6 знаходимо інтервал 6–7. У верхньому рядку даного стовпця вказано значення стіла – 5.

Самоствавлення розглядається як уявлення особистості про сенс власного «Я». Самоствавлення значною мірою визначається переживанням власної цінності, реалізований в досить широкому діапазоні почуттів: від самоповаги до самоприпинення.

Інтерпретація показників здійснюється в залежності від ступеня їх вираженості. При цьому значення 1-3 стіла умовно вважаються низькими, 4–7 – середніми, 8–19 – високими. Нижче наводиться коротка інтерпретація кожної зі шкал.

Шкала «Замкнутість» визначає переважання однієї з двох тенденцій: або конформності, вираженої мотивації соціального схвалення, або критичності, глибоко усвідомлення себе, внутрішньої чесності та відкритості.

Високі значення (8–10 стіли) відображають виражену захисну поведінку особистості, бажання відповідати загальноприйнятим нормам поведінки і взаємин з оточуючими людьми. Людина схильна уникати відкритих відносин з самим собою; причиною може бути або недостатність навичок рефлексії, поверхнєве бачення себе, або усвідомлене небажання розкривати себе, визнавати існування особистих проблем.

Середні значення (4–7 стіни) означають виборче ставлення людини до себе; подолання деяких психологічних захистів при актуалізації інших, особливо в критичних ситуаціях.

Низькі значення (1–3 стіна) вказують на внутрішню чесність, на відкритість відносин людини з самим собою, на досить розвинену рефлексію та глибоке розуміння себе. Людина критичний по відношенню до себе. У взаємовідносинах з людьми домінує орієнтація на власне бачення ситуації, що відбувається.

Шкала «Самовпевненість» виявляє самоповагу, ставлення до себе як до впевненої, самостійної, вольової та надійної людини, яка знає, що її є за що себе поважати.

Високі значення (8–10 стіни) характеризують виражену самовпевненість, відчуття сили власного «Я», високу сміливість у спілкуванні. Домінує мотив успіху. Людина поважає себе, задоволена собою, своїми починаннями і досягненнями, відчуває свою компетентність і здатність вирішувати багато життєвих питань. Перешкоди на шляху до досягнення мети сприймаються як ті, які можна подолати. Проблеми зачіпають неглибоко, переживаються недовго.

Середні значення (4–7 стіни) властиві тим, хто у звичних для себе ситуаціях зберігає працездатність, впевненість у собі, орієнтацію на успіх починань. З несподіваною появою труднощів впевненість у собі знижується, зростають тривожність, занепокоєння.

Низькі значення (1–3 стіна) відображають неповагу до себе, пов'язане з невпевненістю в своїх можливостях, з сумнівом в своїх здібностях. Людина не довіряє своїм рішенням, часто сумнівається в здатності долати труднощі й перешкоди, досягати намічені цілі. Можливі уникнення контактів з людьми, глибоке занурення у власні проблеми, внутрішня напруженість.

Шкала «Самокерівництво» відображає уявлення особистості про основне джерело власної активності, результати і досягнення, про джерело розвитку власної особистості, підкреслює домінування або власного «Я», або зовнішніх обставин.

Високі значення (8–10 стіни) характерні для тих, хто основним джерелом розвитку своєї особистості, регулятором досягнень і успіхів вважає себе. Людина

переживає власне «Я» як внутрішній стрижень, який координує та спрямовує всю активність, організовує поведінку і відносини з людьми, що робить його здатним прогнозувати свої дії і наслідки виникають контактів з оточуючими. Він відчуває себе здатним чинити опір зовнішнім впливам, опиратися долі і стихії подій. Людині властивий контроль над емоційними реакціями і переживаннями з приводу себе.

Середні значення (4–7 стіни) розкривають особливості ставлення до свого «Я» в залежності від ступеня адаптованості в ситуації. У звичних для себе умовах існування, в яких всі можливі зміни знайомі і добре прогнозовані, людина може проявляти виражену здатність до особистого контролю. У нових для себе ситуаціях регуляційні можливості «Я» слабшають, посилюється схильність до підпорядкування впливу середовища в якому людина перебуває.

Низькі значення (1–3 стіна) описують віру суб'єкта в залежність свого «Я» зовнішнім обставинам і подій. Механізми саморегуляції ослаблені. Вольовий контроль недостатній для подолання зовнішніх та внутрішніх перешкод на шляху до досягнення мети. Основним джерелом того, що відбувається з людиною визнаються зовнішні обставини. Причини, які полягають в собі, або заперечуються, або, що зустрічається досить часто, витісняються в підсвідомість. Переживання щодо власного «Я» супроводжуються внутрішнім напруженням.

Шкала «Віддзеркалене самоствавлення» характеризує уявлення суб'єкта про здатність викликати у інших людей повагу, симпатію. При інтерпретації необхідно враховувати, що означена шкала не відображає справжнього змісту взаємодії між людьми, це лише суб'єктивне сприйняття сформованих відносин.

Високі значення (8–10 стіни) відповідають людині, який сприймає себе прийнятим оточуючими людьми. Вона відчуває, що її люблять інші, цінують за особистісні та духовні якості, за здійснювані вчинки та дії, за прихильність груповим нормам і правилам. Вона відчуває у собі товариськість, емоційну відкритість для взаємодії з оточуючими, легкість встановлення ділових і особистих контактів.

Середні значення (4–7 стіни) означають виборче сприйняття людиною ставлення оточуючих до себе. З її точки зору, позитивне ставлення оточуючих поширюється лише на певні якості, на певні вчинки; інші особистісні прояви здатні

викликати у них роздратування і неприйняття.

Низькі значення (1–3 стіни) вказують на те, що людина ставиться до себе як до нездатної викликати повагу в оточуючих. Людині здається, що вона викликає у інших людей осуд. Схвалення, підтримка від інших годі чекати.

Шкала «Самоцінність» передає відчуття цінності власної особи і ймовірний цінність власного «Я» для інших.

Високі значення (8–10 стіни) належать людині, високо оцінює свій духовний потенціал, багатство свого внутрішнього світу, людина схильна сприймати себе як індивідуальність і високо цінувати власну неповторність. Впевненість у собі допомагає протистояти впливам середовища, раціонально сприймати критику в свою адресу.

Середні значення (4–7 стіни) відображають вибіркове ставлення до себе. Людина схильна високо оцінювати ряд своїх якостей, визнавати їх унікальність. Інші ж якості явно недооцінюються, тому зауваження оточуючих можуть викликати відчуття малоцінності, особистої неспроможності.

Низькі значення (1–3 стіни) говорять про глибокі сумніви людини в унікальності своєї особистості, недооцінки свого духовного «Я». Невпевненість в собі послаблює опір впливам середовища. Підвищена чутливість до зауважень і критики оточуючих в свою адресу робить людину вразливою, схильною не довіряти своїй індивідуальності.

Шкала «Самоприйняття» дозволяє судити про виразність почуття симпатії до себе, згоди зі своїми внутрішніми спонуканнями, прийняття себе таким, який є, незважаючи на недоліки і слабкості.

Високі значення (8–10 стіни) характеризують схильність сприймати всі сторони свого «Я», приймати себе у всій повноті поведінкових проявів. Загальний фон сприйняття себе позитивний. Людина часто відчуває симпатію до себе, до всіх якостей своєї особистості. Свої недоліки вважає продовженням достоїнств. Невдачі, конфліктні ситуації не дають підстави для того, щоб вважати, себе поганою людиною.

Середні значення (4–7 стіни) відображають вибіркковість ставлення до себе. Людина схильна приймати не всі свої достоїнства і критикувати не всі свої недоліки.

Низькі значення (1–3 стіна) вказують на загальний негативний фон сприйняття себе, на схильність сприймати себе надто критично. Симпатія до себе недостатньо виражена, виявляється епізодично. Негативна оцінка себе існує в різних формах: від опису себе в комічному світлі до самознищення.

Шкала «Самоприв'язаність» виявляє ступінь бажання змінюватися по відношенню до готівкового станом.

Високі значення (8–10 стіни) відображають високу ригідність «Я» - концепції, прагнення зберегти в незмінному вигляді свої якості, вимоги до себе, а головне - бачення і оцінку себе. Відчуття самодостатності і досягнення ідеалу заважає реалізації можливості саморозвитку та самовдосконалення. На заваді для саморозкриття може бути також високий рівень особистісної тривожності, схильність сприймати навколишній світ як загрозливий самооцінці.

Середні значення (4–7 стіни) вказують на вибіркковість ставлення до своїх особистісним властивостям, на прагнення до зміни лише деяких своїх якостей при збереженні інших.

Низькі значення (1–3 стіна) фіксують високу готовність до зміни «Я» - концепції, відкритість новому досвіду пізнання себе, пошуки відповідності реального і ідеального «Я». Бажання розвивати і вдосконалювати власне «Я» яскраво виражено, джерелом чого може бути, незадоволеність собою. Легкість зміни уявлень про себе.

Шкала «Внутрішня конфліктність» визначає наявність внутрішніх конфліктів, сумнівів, незгоди з собою, виразність до тенденції самоаналізу та рефлексії.

Високі значення (8–10 стіни) відповідають людині, у якого переважає негативний фон ставлення до себе. Він знаходиться в стані постійного контролю над своїм «Я», прагне до глибокої оцінки всього, що відбувається в його внутрішньому світі. Розвинена рефлексія переходить в самоаналізі, що приводить до знаходження засуджених в собі якостей і властивостей. Відрізняється високими вимогами до себе, що нерідко призводить до конфлікту між «Я» реальним і «Я» ідеальним, між рівнем домагань і фактичними досягненнями, до визнання своєї малоцінності. Справжнім джерелом своїх досягнень і невдач вважає перевага себе.

Середні значення (4–7 стіни) характерні для людини, у якого відношення до себе, установка бачити себе залежить від ступеня адаптованості в ситуації. У звичних для себе умовах, особливості яких добре знайомі і прогнозовані, спостерігаються позитивний фон ставлення до себе, визнання своїх достоїнств і висока оцінка своїх досягнень. Несподівані труднощі, що виникають додаткові перешкоди можуть сприяти посиленню недооцінки власних успіхів.

Низькі значення (1–3 стіна) найбільш часто зустрічаються у тих, хто в цілому позитивно ставиться до себе, відчуває баланс між власними можливостями і вимогами навколишньої дійсності, між домаганнями і досягненнями, задоволений ситуацією, життєвою ситуацією і собою. При цьому можливі заперечення своїх проблем і поверхнєве сприйняття себе.

Шкала «Самозвинувачення» характеризує ступінь виразності негативних емоцій на адресу свого «Я».

Високі значення (8–10 стіни) можна спостерігати у тих, хто бачить в собі перш за все недоліки, хто готовий поставити собі в провину всі свої промахи і невдачі. Проблемні ситуації, конфлікти в сфері спілкування актуалізують сформовані психологічні захисти, серед яких домінують реакції захисту власного «Я» у вигляді осуду, засудження себе або залучення пом'якшуючих обставин. Установка на самозвинувачення супроводжується розвитком внутрішньої напруги, відчуттям неможливості задоволення основних потреб.

Середні значення (4–7 стіни) вказують на вибіркове ставлення до себе. Звинувачення себе за ті чи інші вчинки іта дії поєднується з виразом гніву, досади на адресу оточуючих.

Низькі значення (1–3 стіна) виявляють тенденцію до заперечення власної провини в конфліктних ситуаціях. Захист власного «Я» здійснюється шляхом звинувачення переважно інших, перенесенням відповідальності на оточуючих за усунення бар'єрів на шляху до досягнення мети. Відчуття задоволеності собою поєднання з осудженням інших, пошуками в них джерел всіх неприємностей і негаразд.

Робоча навчальна програма курсу

«Особливості формування корпоративної культури студентів»

(Джерело: власна розробка)

Курс містить два змістових модулі (2 ECTS кредити):

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Теоретичні засади аналізу «корпоративної культури студентів» в галузі освіти і науки (8 годин лекційних занять, 4 години – семінарських, 2 години – індивідуальна робота, 18 годин – самостійна робота, 2 години – модульний контроль).

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II. Практичні аспекти формування «корпоративної культури студентів» (8 годин лекційних занять, 8 годин – семінарських, 2 години індивідуальна робота, 18 годин – самостійна робота, 2 години – модульний контроль).

Тематичний план курсу

«Особливості формування корпоративної культури студентів»

№ з/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин						
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Модульний контроль
ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ I. Теоретичні засади аналізу «корпоративної культури студентів» в галузі освіти і науки.								
1.	Етимологія поняття корпоративна культура: історичний та культурний контексти	8	4	2	1	2	5	2
2.	Наукові підходи до визначення змісту феномену «корпоративна культура»	8	4	2	1		4	

3.	Становлення та розвиток корпоративної культури	9	4	2	1		4	
4.	«Корпоративна культура», як одна з домінант педагогічної науки	9	4	2	1		5	
Разом за змістовим модулем I		34	16	8	4	2	18	2

ЗМІСТОВИЙ МОДУЛЬ II.

Практичні аспекти формування «корпоративної культури студентів».

5.	Проблема формування «корпоративної культури студентів» у глобалізованому світі	10	4	2	2		5	
6.	Впровадження інноваційних методів формування «корпоративної культури студентів» у ЗВО	9	4	2	2		4	
7.	Організаційно-педагогічні умови формування «корпоративної культури студентів» у ЗВО	10	4	2	2	2	4	2
8.	Розвиток корпоративної культури студентів у системі освіти як об'єктивна потреба сучасного суспільства	9	4	2	2		5	
Разом за змістовим модулем II		38	16	8	8	2	18	2
Семестровий контроль (залік)								
Всього годин		72	32	16	12	4	36	4

Структура семінарського заняття з використанням методу мозкового штурму:

Тема: «Етимологія поняття корпоративна культура: історичний та культурний контексти»

Мета: розширити знання студентів про зміст та сутність поняття корпоративна культура; підвищення активності та інтересу студентів до корпоративної культури.

Ключові поняття: культура, корпоративна культура, особистість, університет.

Обладнання: Smart дошка, комп'ютер, плакати, банери, корпоративна атрибутика.

Знання: сутності понять корпоративна культура; корпоративна культура студентів університету; історії розвитку та становлення корпоративної культури; роль корпоративної культури в студентському житті.

Уміння: використовувати здобуті знання в процесі освітньої та позааудиторної діяльності університету, мотиви розуміння призначення корпоративної культури; грамотно висловлювати свої думки та корегувати свою поведінку.

План заняття

1. Підготовчий етап

Ознайомитися з літературою, дослідити корпоративну культуру студентів університету, виявити та обґрунтувати фактори впливу на формування корпоративної культури студентів університету.

2. Підготувати інформаційні повідомлення на теми «Особливості формування корпоративної культури студентів університету», «Проблеми формування корпоративної культури студентів університету».

3. Хід проведення

- Інформаційне повідомлення про ролі ведучих.

Викладач проводить гру «мозкова атака», є модератором та мотором групи, дбає про дотримання правил та творчої атмосфери в групі. Записувач – швидко й правильно записує ідеї та пропозиції учасників групи. Адресати – учасники.

- Проведення мозкової атаки.

- Рефлексивний самоаналіз та самооцінка.

Так, студентами були названі такі слова-асоціації, як: освіченість, моральність, вмотивованість, корпорація, що свідчать про дещо віддалене розуміння студентами сутності поняття «корпоративної культури».

Список публікацій здобувача

Наукові праці в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

1. Бровко К. А. Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості. *Вісник ЛНУ імені Тараса Шевченка*, 2016. № 6 (303). С. 132–138.
2. Бровко К. А., Чернуха, Н. М. Акмеологічний підхід виховання толерантності в міжособистісних відносинах суб'єктів освітнього процесу вищої школи. Сучасні акмеологічні дослідження: теоретико-методологічні та прикладні аспекти. (Монографія). К.: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2016. С. 201–219.
3. Бровко, К. А. Моделювання процесу формування корпоративної культури студентів вищих навчальних закладів. *Науковий журнал «Педагогічний процес: теорія і практика»*, 2017. № 2 (57). С. 125–129.
4. Бровко К. А. Особливості функціонування корпоративної культури вищого навчального закладу. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*, 2017. № 4 (147). С. 186–190.
5. Бровко К. А. Феномен корпоративної культури особистості в контексті освітологічних знань. *Наукове електронне видання «Освітологічний дискурс»*, 2017. № 3–4 (18–19). URL: <http://od.kubg.edu.ua/index.php/journal/article/view/475>
6. 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. С. 176–178.
7. Бровко К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Науково-практ журн. «Інженерні та освітні технології»*, 2017. № 3(19). С. 90–96.
8. Бровко К. А., Сопова Д. О., Дурдас А. П. Е–середовище як складова корпоративної культури в університетах Французької Республіки. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*, 2018. № 2 (157). С. 133–137.
9. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів. *«World Science»*. Warsaw: RS Global Sp. z O.O., 2018. Vol.5, March, 3(31). С. 16–20.

- 10.Бровко К. А. Діагностика стану сформованості корпоративної культури студентів університету. *Науково-пед. журн. «Молодь і ринок»*, 2019. № 2(169). С. 140–146.
- 11.Brovko K. A. Technology of formation of corporate culture of students in the educational environment of the university. *«Intellectual Archive»*: Toronto: Shiny Word.Corp. (Canada). (January/February), 2019. Vol. 8. No. 1. С. 99–107.
- 12.Бровко К. А. Змістові характеристики корпоративної культури студентів університету. *Збірник наукових праць «Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах»*, 2020. № 69. Т. 2. С. 42–46. DOI 10.32840/1992-5786.2020.69-2.7.
- 13.Бровко Е. А. Сформированность рефлексивного компонента корпоративной культуры студентов университета: эмпирический аспект исследования. *Научный журнал «Norwegian Journal of development of the International Science»*. Norway, 2020. No. 40. С. 38–42.
- 14.Brovko K. A., Zagorodnya A.A., Shaheid Anad Ali, Ternopilska V. I., Chernukha N.M. Diagnostics and features of forming corporate culture of students in university educational environment. *Utopia y Praxis Latinoamericana*. (ISSN 1316-5216- Venezuela.-Scopus), 2020. Vol. 25 (5), 95–105. DOI: 10.5281/zenodo.3984210.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

- 15.Бровко К. А. Особливості формування толерантності студентів університетів. *Класичний університет у контексті викликів епохи: матеріали українсько-польської міжнародної наукової конференції*, Київ (Україна), 22–23 вересня 2016 р. Київ: КНУ ім. Тараса Шевченка, 2016. С. 345–346.
- 16.Бровко К. А. Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості. *Трансформація національної системи вищої освіти України в умовах зовнішніх викликів: всеукраїнська науково-практична конференція*, Луганськ (Україна), 20–21 жовтня 2016 р. Старобільськ: ЛНУ ім. Тараса Шевченка.
- 17.Бровко К. А. Суб'єкт – суб'єктні відносини у процесі виховання толерантності в сучасному освітньому середовищі. *Акмеологія: наука XXI століття: V Міжнародна*

науково-практична конференція, Київ (Україна), 28 жовтня 2016 р. Київ: Київський ун-т ім. Б. Грінченка.

18. Бровко К. А. Позааудиторна діяльність університету як регулятор соціального розвитку студентської молоді. *Соціалізація і ресоціалізація особистості в умовах сучасного суспільства*: матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції, Київ (Україна), 11–12 листопада 2016 р. Київ: КУ ім. Тараса Шевченка, 2016. С. 16–17.
19. Бровко К. А. Компетентнісний підхід у формуванні корпоративної культури студентів. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: збірник матеріалів V Міжнародної науково-практичної конференції, Київ (Україна), 23 березня 2017 р. Київ: НАУ, 2017. С. 35–36.
20. Бровко К. А. Роль лідера у формуванні корпоративної культури університету. *Трансформації в українській освіті і наукових дослідженнях: світовий контекст*: збірник матеріалів Міжнародної наукової конференції, Умань (Україна), 25–26 травня 2017 р. Умань: Уманський держ. пед. ун-т ім. П. Тичини, 2017. С. 51–53.
21. Бровко К. А. Організаційно-педагогічні умови формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасні технології розвитку професійної майстерності майбутніх учителів*: збірник матеріалів I міжнародної Інтернет – конференції, 26 жовтня 2017 р. Умань: Уманський державний пед. ун-т імені Павла Тичини, 2017. С. 52–57.
22. Бровко К. А. Формування корпоративної культури особистості: психологічні аспекти. *Topical issues of contemporary science*: міжнародна наук.-практ. конференція, Valencia (Venezuela), May 26, 2017 year.
23. Бровко К. А. Основні трансформаційні зрушення вищої освіти України. *Освітологія – 2017*: наукова конференція, Київ (Україна), 18 травня 2017 р. Київ: Київський університет імені Бориса Грінченка.
24. Бровко К. А. Досвід формування корпоративної культури в університетах Європи. *Роль наукової молоді в розвитку національної освіти й науки*: круглий стіл, Київ (Україна), 18 травня 2017 р. Київ: Державна науково-педагогічна бібліотека України імені В.О. Сухомлинського.

25. Бровко, К. А. Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасна вища освіта: реалії, проблеми, перспективи*: II Міжнародна наук.-практ. конференція, Кременчук (Україна), 12–13 жовтня 2017 р. Кременчук, Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського.
26. Бровко К. А. Корпоративна культура сучасного університету. *Наука і вища освіта*: збірник матеріалів XXVI Міжнародної наукової конференції студентів і молодих учених, Запоріжжя (Україна), 15 листопада 2017 р. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2017. С. 210.
27. Бровко К. А. Акмеологічні аспекти формування корпоративної культури студентської молоді. *Сучасні стратегії педагогічної освіти в контексті розбудови суспільства сталого розвитку та концепції нової української школи*: міжнародна науково-практична конференція, Київ (Україна), 2–3 листопада 2017 р. Київ: Київський ун-т імені Бориса Грінченка.
28. Бровко К. А. Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів. *The goals of the World Science 2018: V International Scientific and Practical Conference*, Dubai (UAE).
29. Бровко К. А. Філософські аспекти формування корпоративної культури особистості. *Становлення і розвиток педагогіки*: збірник матеріалів II Міжнародної науково-практичної конференції, Херсон (Україна), 16–17 лютого 2018 р. Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2018. С. 132–134.
30. Бровко К. А. Формування корпоративної культури на засадах компетентнісного підходу. *Актуальні проблеми вищої професійної освіти*: збірник матеріалів VI Міжнародної науково-практичної конференції, Київ (Україна), 20 березня 2018 р. Київ: Національний авіаційний університет, 2018. С. 32–33.
31. Бровко К. А. Створення виховного середовища у студентській групі як ефективна умова формування корпоративної культури студентської молоді. *Диференціація у шкільній освіті: історичний досвід і сучасні технології*: збірник матеріалів Всеукраїнської науково-практичної Інтернет – конференції, Київ

(Україна), 16 травня 2018 р. Київ: Інститут педагогіки НАПН України, 2018. С. 108–113.

32. Бровко К. А. Роль емоційного інтелекту в формуванні корпоративної культури студентів. *Розвиток сучасної освіти і науки: результати, проблеми, перспективи*: збірник матеріалів IV-а Міжнародної науково-практичної конференції, Ужгород (Україна), 15 червня 2018 р. Ужгород: ДВНЗ «Ужгородський національний університет», 2018. С. 108-110.

33. Бровко К. А. Формування лідерських якостей майбутніх фахівців дошкільної освіти. *Ціннісні засади реалізації ідей Нової української школи*: всеукраїнська науково-практична конференція, 12 березня 2019 року. Біла Церква, Інститут проблем виховання НАПН України.

34. Бровко К. А. Роль спецкурсів у формуванні корпоративної культури студентів. *Освіта XXI століття: теорія, практика, перспективи*: I Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція, Київ (Україна), 18 квітня. 2019. Київ: Національна академія педагогічних наук України, 2019. С. 134–136.

35. Бровко К. А. Особливості формування корпоративної культури студентів університету в умовах Євроінтеграції. *Інновації у професійній підготовці педагога в умовах євроінтеграції освітнього процесу: погляд науковців і практиків*: всеукраїнська науково-практична конференція, Київ (Україна), 15 травня 2019 р. Київ. Київський університет імені Бориса Грінченка.

36. Бровко Е. А. Внеаудиторная деятельность как составляющая системы формирования корпоративной культуры студентов университета. VI *Международная научно-практическая конференция «Perspectives of world science and education»*, Секция 13. Педагогические науки, Осака (Япония), 26-28 февраля, 2020. С. 375–381.

37. Бровко К. А. Світовий досвід формування корпоративної культури студентів та можливості його адаптації в освітній процес ЗВО України. *Всеукраїнський науковий онлайн-форум «Якість професійної підготовки сучасного педагога: український та європейський виміри»*, 27 травня 2020 р. Київський університет імені Бориса Грінченка. м. Київ.

38. Бровко К. А. Корпоративний компонент викладача університету: *матеріали XVIII Міжнародної науковопрактичної конференції «MODERN SCIENCE, PRACTICE, SOCIETY»*, 25–26 травня 2020 р. Бостон, США, 2020. С. 238–241.

Відомості про апробацію результатів дисертації*Міжнародні науково-практичні конференції:*

1. Всеукраїнська науково-практична конференція «Трансформація національної системи вищої освіти України в умовах зовнішніх викликів» (м. Луганськ, 20–21 жовтня 2016 року). Доповідь: «Сутнісні характеристики феномену корпоративна культура особистості».
2. V Міжнародна науково-практична конференція «Акмеологія: наука XXI століття» (м. Київ, 28 жовтня 2016 року). Доповідь: «Суб`єкт – суб`єктні відносини у процесі виховання толерантності в сучасному освітньому середовищі».
3. Міжнародна наук.-практ. конференція «Topical issues of contemporary science» (Valencia (Venezuela), May 26, 2017 year.) Доповідь: «Формування корпоративної культури особистості: психологічні аспекти».
4. II Міжнародна наук.-практ. конференція «Сучасна вища освіта: реалії, проблеми, перспективи» (м. Кременчук, 12–13 жовтня 2017 року). Доповідь: «Освітнє середовище університету як чинник формування корпоративної культури студентської молоді».
5. Міжнародна науково-практична конференція «Сучасні стратегії педагогічної освіти в контексті розбудови суспільства сталого розвитку та концепції нової української школи» (м. Київ, 2–3 листопада 2017 року). Доповідь: «Акмеологічні аспекти формування корпоративної культури студентської молоді».
6. V International Scientific and Practical Conference «The goals of the World Science 2018» (Dubai (UAE). Доповідь: Вплив куратора академічної групи на формування корпоративної культури студентів.

Всеукраїнські науково-практичні конференції:

7. Наукова конференція «Освітологія – 2017» (м. Київ, 18 травня 2017 року). Доповідь: «Основні трансформаційні зрушення вищої освіти України».
8. Круглий стіл Бровко «Роль наукової молоді в розвитку національної освіти й науки» (м. Київ (Україна), 18 травня 2017 р.). Доповідь: «Досвід формування корпоративної культури в університетах Європи».

9. Всеукраїнська науково-практична конференція «Ціннісні засади реалізації ідей Нової української школи» (м. Біла Церква, 12 березня 2019 року). Доповідь: Формування лідерських якостей майбутніх фахівців дошкільної освіти.
10. Всеукраїнська науково-практична конференція «Інновації у професійній підготовці педагога в умовах євроінтеграції освітнього процесу: погляд науковців і практиків» (м. Київ, 15 травня 2019 року). Доповідь: «Особливості формування корпоративної культури студентів університету в умовах Євроінтеграції».
11. Всеукраїнський науковий онлайн-форум «Якість професійної підготовки сучасного педагога: український та європейський виміри» (м. Київ, 27 травня 2020 року). Доповідь: «Світовий досвід формування корпоративної культури студентів та можливості його адаптації в освітній процес ЗВО України».

Довідки про впровадження результатів дисертаційного дослідження

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА

Вул. Бульварно-Кудрявська, 18/2, м. Київ,
Україна, 04053, тел./факс: +380 44 272-19-02
e-mail: kubg@kubg.edu.ua, www.kubg.edu.ua

BORYS GRINCHENKO
KYIV UNIVERSITY

18/2 Bulvarno-Kudriavska St., Kyiv,
Ukraine, 04053, tel./fax: +380 44 272-19-02
e-mail: kubg@kubg.edu.ua, www.kubg.edu.ua

27.05.2020 № 09-11

На № _____ від _____ АКТ

про впровадження результатів дисертації

Бровко Катерини Андріївни

на тему «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі
університету», поданої на здобуття наукового ступеня доктора філософії
зі спеціальності 011 Науки про освіту

Упродовж 2016–2019 років на базі кафедри теорії та історії педагогіки і кафедри дошкільної освіти Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка здійснювалася апробація результатів дисертації К.А. Бровко з теми «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету».

Основні положення та висновки дисертації К.А. Бровко полягають у систематизації найвагоміших досягнень вітчизняних та зарубіжних учених, пов'язаних із питаннями формування корпоративної культури особистості.

Використовуючи теоретичні положення, дисертантка розробила технологію підвищення рівня сформованості корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, яка пройшла успішну апробацію на V Міжнародній науково-практичній конференції «Акмеологія: наука XXI століття» (28 жовтня, 2016 р.), Науковій конференції «Освітнологія – 2017» (18 травня 2017 р.), Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні стратегії педагогічної освіти в контексті розбудови суспільства сталого розвитку та концепції нової української школи» (2-3 листопада 2017 р.), I Міжнародній науково-практичній Інтернет-конференції «Освіта XXI століття: теорія, практика, перспективи» (18 квітня 2019 р.), та отримала позитивні відгуки від науково-педагогічного складу кафедри теорії та історії педагогіки і кафедри дошкільної освіти.

На основі фактичного матеріалу дослідження К.А. Бровко було розроблено та впроваджено в освітній процес спеціальностей 013 Початкова освіта, 012 Дошкільна освіта теми для вивчення, які доповнили обов'язкову навчальну дисципліну «Педагогіка», що сприяло підвищенню вмотивованості студентів у вивченні даної дисципліни.

Основні положення та висновки дисертації К.А. Бровко було обговорено на засіданнях кафедри теорії та історії педагогіки і кафедри дошкільної освіти, методологічних семінарах, апробовано на різноманітних конференціях.

Результати дисертації К.А. Бровко отримали високу оцінку при обговоренні й були затверджені на засіданні кафедри теорії та історії педагогіки (протокол № 10 від 17 квітня 2019 р.) і кафедри дошкільної освіти (протокол № 11 від 04 березня 2020 р.) Педагогічного інституту Київського університету імені Бориса Грінченка та рекомендовані до подальшого впровадження.

Проректор з наукової роботи



Наталія ВІННИКОВА



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКА ОБЛАСНА РАДА
ХМЕЛЬНИЦЬКА ГУМАНІТАРНО-ПЕДАГОГІЧНА АКАДЕМІЯ
вул. Проскурівського підпілля, 139, м. Хмельницький, 29013,
тел./факс: (0382) 72-09-23, 65-65-52, тел.: 79-53-55, 79-59-45
E-mail: kgpa@ukr.net Код ЄДРПОУ 02138872

11.09.2019 р. № 426 На № _____ від _____

ДОВІДКА

про впровадження результатів дослідження
здобувача наукового ступеня

кандидата педагогічних наук (доктора філософії)

Бровко Катерини Андріївни на тему: «Формування корпоративної культури
студентів у освітньому середовищі університету»
за спеціальністю 13.00.07 – теорія і методика виховання

З 2017 р. в освітній процес підготовки майбутніх фахівців педагогічних спеціальностей на факультеті початкової освіти та філології Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії впроваджуються матеріали дисертації «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» Бровко К. А.

Матеріали дисертації можуть бути використаними під час викладання таких навчальних дисциплін, як, от: «Педагогіка», «Вступ до спеціальності», «Методика виховної роботи», «Основи педагогічної майстерності», «Корпоративна освіта» у процесі самостійної роботи студентів, а також при підготовці й написанні студентами рефератів, дипломних та курсових робіт. Особливо значущими для освітнього процесу видаються матеріали щодо організаційно-педагогічних умов формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету.

Викладачі засвідчили їх корисність для оновлення лекційних курсів, написання нових навчально-методичних посібників. Було наголошено на тому, що використання матеріалів розширює дослідницьке поле самостійної роботи студентів, сприяє формуванню в них знань про корпоративну культуру закладів вищої освіти та особистості загалом.

Матеріали дисертації К.А. Бровко на тему: «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» обговорювалися і були затверджені на засіданні кафедри педагогіки Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії (протокол № 1 від 28 серпня 2019 року).

Ректор
Хмельницької гуманітарно-педагогічної академії
Доктор педагогічних наук, професор



І.М.Шоробура

ДОВІДКА
про впровадження результатів дисертаційного дослідження
Бровко Катерини Андріївни
в освітній процес Міжрегіональної академії управління персоналом
на тему: «Формування корпоративної культури студентів у освітньому
середовищі університету»

Сучасні умови, в яких діє і прагне розвиватися університет, вимагають удосконалення професійної підготовки студентів. Законодавчо надана автономія університетам спонукає до перегляду і проектування нових стратегічних напрямів для здійснення ними ефективної діяльності. Це можливо завдяки розвинутій корпоративній культурі закладу вищої освіти, а відповідно й корпоративній культурі студентської молоді.

Тому дослідження К.А. Бровко «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» є актуальним, своєчасним та необхідним для закладів вищої освіти.

Використання запропонованих результатів дисертаційної роботи К.А. Бровко Міжрегіональної академії управління персоналом за спеціальністю 073 «Менеджмент» при викладанні дисциплін «Менеджмент організацій в галузі освіти», «Проектування освітнього процесу у вищій школі», «Тренінг розвитку комунікативної компетентності викладача вищої школи (практикум)» дало позитивні результати і заслуговує як схвальної оцінки, так і широкого застосування у освітньому процесі закладів вищої освіти України.

Результати впровадження дисертаційного дослідження К.А. Бровко «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» обговорено і затверджено на засіданні кафедри професійної освіти та управління навчальним закладом Міжрегіональної академії управління персоналом (протокол № 4 від 19 березня 2019 року).

Проректор з наукової роботи
Міжрегіональної Академії
управління персоналом, доктор
наук з державного управління

Завідувач кафедри професійної освіти
та управління навчальним закладом





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

**ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ**

вул. Львівська, 11, м. Тернопіль, 46020; тел./факс +380 (352) 475051;
www.tneu.edu.ua; rektor@tneu.edu.ua; код ЄДРПОУ 33680120

№ _____

« _____ » _____ 20__ р.

На № _____

ДОВІДКА

**про впровадження результатів дослідження Бровко Катерини Андріївни
на тему: «Формування корпоративної культури студентів у освітньому
середовищі університету» в освітній процес Тернопільського
національного економічного університету**

Упродовж 2018–2019 н.р. в освітньому процесі Тернопільського національного економічного університету впроваджувалися матеріали кандидатської дисертації Бровко Катерини Андріївни на тему: «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету».

Актуальність проблеми формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету визначається необхідністю здійснення цілісного комплексного аналізу освітньої діяльності студентів як інтегрального процесу аудиторної та позааудиторної освітньої діяльності. Дисертанткою успішно апробовано технологію формування корпоративної культури студентів в освітньому середовищі університету за наступними етапами: орієнтувально-ціннісним, операційно-пізнавальним та контрольно-оцінковим. Також сформульовано завдання методичної роботи щодо формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету та визначено форми методичної роботи, які впливають на формування корпоративної культури студентів.

Результати впровадження дисертаційної роботи К.А. Бровко на тему: «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» було обговорено і затверджено на засіданні науково-координаційної ради НДІ методології та освітології Тернопільського національного економічного університету (протокол № 4 від 28 травня 2019 року).

Перший проректор



М.І. Шинкарик

Виконавець:
Крупник З.І. (тел. 097-6684086)

THEU
№ 126-32/1045 від 10.06.2019





МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПАВЛА ТИЧИНИ
20300, Черкаська обл., м. Умань, вул. Садова, 2, тел. (04744) 3-45-82, факс (04744)
3-45-82, E-mail: post@udpu.edu.ua УДПУ імені Павла Тичини р/р 35227252004420,
банк одержувача Державна казначейська служба України МФО 820172, код 02125639

20.03.2019 № 521/01
На № _____ від _____

Г

Г

Г

Г

ДОВІДКА

про впровадження в освітній процес
Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини
результатів дисертаційної роботи Бровко Катерини Андріївни
на тему: «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі
університету»

Результати дисертаційної роботи К.А. Бровко «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» впроваджувалися в освітній процес Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини впродовж осені 2018 року на кафедрі педагогіки та освітнього менеджменту.

Теоретична цінність дисертаційної роботи полягає у поглибленні знань майбутніх педагогів щодо змісту, сутності та особливостей формування корпоративної культури. Практичне значення полягає у методичному забезпеченні та апробації технології формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету, доповненні змісту дисциплін педагогічного циклу новими змістовими матеріалами. Зокрема здобувачем проведено цикл науково-методичних семінарів для викладачів кафедри педагогіки та освітнього менеджменту. Результати дослідження знайшли застосування у процесі професійної підготовки майбутніх викладачів, що навчаються за освітньо-науковою програмою «Педагогіка вищої школи».

Апробація результатів дисертаційної роботи К.А. Бровко свідчить про її високий теоретико-методологічний рівень та доцільність їх широкого використання у процесі підготовки майбутніх педагогів.

Результати впровадження дисертаційного дослідження К.А. Бровко «Формування корпоративної культури студентів у освітньому середовищі університету» обговорено і затверджено на засіданні кафедри педагогіки та освітнього менеджменту Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини (протокол № 11 від 18 березня 2019 року).

06854

Т.в.о ректора



А. М. Гедзик