

В статье рассматриваются способы формирования музыкальной культуры студентов музыкально-педагогических факультетов в свете реформы профессионального образования и потребности самореализации личности в современном украинском обществе.

**Ключевые слова:** музыкальная культура, музыкальное искусство, музыкальное воспитание и обучение, ценностные музыкальные ориентации.

The article presents the methods of development of musical culture among students of music-pedagogical faculties according to the reform of professional training and importance of self-realization of personality in the modern Ukrainian society.

**Key words:** musical culture, musical art, musical education and training, valuable musical orientations.

УДК 377.8+378

**Кондратенко Г.Г.,**

*заступник директора з науково-педагогічної та соціально-гуманітарної роботи*

*Інституту мистецтв*

*Київського університету імені Бориса Грінченка,*

*кандидат педагогічних наук*

## ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНЬОГО ВЧИТЕЛЯ МУЗИКИ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНОЇ РОБОТИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті розкрито актуальну проблему формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики. Визначено специфіку та значення соціально-гуманітарної роботи вищого навчального закладу у формуванні корпоративної культури, розглянуто педагогічні умови формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики.

**Ключові слова:** корпоративна культура, соціально-гуманітарна робота, майбутній вчитель музики, цінності.

Сьогодні зміни в освітньому середовищі українських вищих навчальних закладів характеризуються інноваційністю та інтенсивністю. Трансформується модель освіти, впроваджуються принципи

студентоцентризму, ціннісного розвитку креативної особистості, створюються умови для максимальної самореалізації студентів. Актуальним стає питання дослідження аксіологічних основ професійної мистецької освіти та проблеми формування університетської спільноти на засадах корпоративної культури.

Сучасні реалії вимагають вивчення цієї низки питань, адже спостерігається формування принципово нових умов функціонування університету як самостійної конкурентоспроможної організації, яка забезпечує сучасний рівень і якість підготовки фахівців. Науковий інтерес викликають питання формування корпоративної культури майбутніх учителів музики в умовах соціально-гуманітарної роботи вищого навчального закладу, де відбувається розвиток студента як високоосвіченої, соціально активної особистості, сповненої національної гідності, високої духовності, здатної до самовдосконалення і самореалізації.

Аналіз наукової літератури засвідчує підвищення інтересу до проблеми формування корпоративної культури в сучасних університетах. Досліджено деякі її аспекти: суть корпоративної культури та її структура (К. Кравченко, Т. Соломадіна, В. Співак та ін.), значення корпоративної культури в діяльності організації та окремої особистості (В. Воронін, І. Грошев, Ю. Резник, В. Томілов та ін.), педагогічні умови формування корпоративної культури у майбутніх фахівців різного профілю у вищих навчальних закладах (В. Кубко, П. Куделя, О. Мала, Г. Хаєт та ін.).

Питання корпоративної культури активно досліджують також зарубіжні учені (Р. Акофф, А. Кенеді, Н. Крилов, Ф. Клукхон, Т. Пітері, Л. Розенштіл, Р. Рюттінгер, У. Оухи, С. Ханді, Р. Хошфед, Е. Шайн та ін.).

Формування корпоративної культури має чітко виражені педагогічні аспекти. У дослідженнях (М. Ахмедова, О. Мала, О. Романовський, Ю. Романовська та ін.) розглядаються різні складові корпоративної культури, в тому числі в умовах сучасного університету, а вищий навчальний заклад виступає як специфічний тип корпорації.

Проблема формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики потребує подальшого наукового осмислення та вирішення низки суперечностей між потребою сучасного суспільства у їх якісній фаховій підготовці та недостатньою розробленістю зміс-

ту професійно-особистісної технології, необхідністю організації навчально-виховного процесу на засадах корпоративної культури та відсутністю системи її впровадження. Серед окреслених проблем дослідження науковий інтерес викликають питання формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики в умовах соціально-гуманітарної роботи вищого навчального закладу.

**Мета статті** полягає у дослідженні процесу і педагогічних умов формування корпоративної культури майбутнього вчителя музики у ході соціально-гуманітарної діяльності вищого навчального закладу.

У педагогіці корпоративна культура розглядається як багатофункціональна система впливу на морально-вольову сферу й ціннісні орієнтації особистості, що сприяє утворенню оптимального освітнього середовища.

Корпоративна культура у вищих навчальних закладах, об'єднуючи культуру (національну, професійну, студентську), цінності, традиції, інтереси, впливає на професійно-особистісне зростання майбутнього фахівця, адже формує моральність, етичне ставлення до інших, уміння працювати в колективі. Ми наголошуємо, що для студентів-музикантів надзвичайно важливо навчитися дотримуватися корпоративних стандартів ще й тому, що специфікою їх фахової підготовки передбачено поєднання індивідуальних та групових форм занять, обов'язкову участь у хорових та оркестрових колективах у межах навчального процесу.

На підставі наукових джерел ми визначаємо корпоративну культуру сучасного університету як систему духовних і матеріальних цінностей, традицій, норм і зразків поведінки, яку поділяють всі суб'єкти навчально-виховного процесу, що визначає їх дії та взаємодію в освітньому середовищі вищого навчального закладу.

Основою корпоративної культури університету, її ядром виступають цінності, які є засобом реалізації його стратегічних завдань та відрізняють університет від інших організацій. Сповідуючи такі цінності, як компетентність, професіоналізм, творча спрямованість, готовність до роботи в команді, корпоративна культура посилює злагодженість студентського та викладацького колективів, сприяє творчій співпраці.

Одним із напрямів формування корпоративної культури є залучення студентів до її норм і цінностей засобами соціально-гума-

нітарної роботи вищого навчального закладу. Тобто відбувається створення сприятливого навчально-виховного середовища, умов для професійно-особистісного розвитку студентів, спрямованих на задоволення їхніх потреб в інтелектуальному, культурному та професійному зростанні. Система соціально-гуманітарної роботи у вищому навчальному закладі визначає формування корпоративної культури студентів як один із пріоритетних векторів розвитку особистості поруч із іншими складовими виховного процесу. Така діяльність є ефективною соціально-гуманітарною взаємодією між студентами і викладачами, сприяє формуванню корпоративної єдності та університетської родини, створенню сприятливого психологічного мікроклімату та умов для гармонійного розвитку та особистісно-професійного становлення.

Вважаючи найвищою цінністю людину, всі форми соціально-гуманітарної роботи спрямовуються на визнання та підтримку самобутності, неповторності, людської гідності кожного студента. Разом з тим формується здатність до інтеграції всіх суб'єктів навчально-виховного процесу, які разом стають членами єдиної університетської родини. Формування вишівського патріотизму є підґрунтям корпоративної культури, а основним виховним завданням — виховання поваги та гордості за належність до університетської спільноти, до її історії, культурних надбань.

У формуванні корпоративної культури майбутнього вчителя музики важливо дотримуватися принципів систематичності і безперервності, гуманітаризації та гуманізації виховного процесу (гуманні стосунки між викладачами і студентами), співробітництва і партнерства, індивідуалізації виховного процесу, інтеграції традиційних та інноваційних форм роботи.

На теперішній час відсутня уніфікована методика формування корпоративних цінностей студентів. Хоча більшість науковців наголошують на двох способах залучення до корпоративних цінностей, а саме: постійній і широкій пропаганді корпоративних норм поведінки; щомиттєвій демонстрації лідерами того, що вони дотримуються корпоративних цінностей.

Ми вважаємо, що процес формування корпоративної культури майбутніх учителів музики найбільш ефективно буде відбуватися за дотримання таких умов: створення корпоративного освітньо-виховного середовища; організація цілеспрямованої діяльності

кураторів і керівників творчих колективів з метою формування корпоративних цінностей студентів; систематична участь майбутніх учителів музики в різних видах музично-сценічної діяльності, що є формою реалізації корпоративних традицій; застосування керованої рефлексії в організації роботи зі студентами.

У створенні корпоративного музично-педагогічного середовища важливим є відчуття родини на основі різнопланового неформального, особистісного спілкування. Для таких стосунків характерні діалогічна доброзичливість, співтворчість педагога і студентів в межах занять та поза ними, утвердження позиції студента як рівноправного учасника навчально-виховного процесу; як наслідок — виникнення неформального, доброзичливого мікроклімату.

Важливим є усвідомлення студентами та викладачами корпоративних цінностей, їх дотримання, розробка відповідного методичного забезпечення, безперервність та послідовність процесу формування цінностей на засадах корпоративної культури, сприяння самореалізації студентів через їх участь у творчих колективах та різних формах музично-сценічної діяльності.

У дотриманні корпоративних цінностей особистий приклад майбутнім педагогам мають надавати всі члени професорсько-викладацького колективу. Разом з тим значна роль у цьому процесі належить кураторам академічних груп та керівникам творчих колективів, які є посередниками між суб'єктами навчально-виховного процесу. Саме вони важливим напрямом своєї роботи з академічною групою, хором, ансамблем, оркестром мають обрати формування корпоративної культури студентів, розвиток відчуття єдності з університетом, його традиціями, цінностями та створити педагогічні умови для утворення комфортного середовища як ключового компонента соціального розвитку особистості. Поєднуючи викладацькі та виховні функції, куратор або керівник творчого колективу сам має бути зразком у дотриманні корпоративних цінностей, еталоном в етикеті спілкування, володіти відповідними знаннями й уміннями. У спілкуванні з такими особистостями у спільній творчій діяльності утворюється довіра, взаєморозуміння, що є складовою гармонійного професійно-особистісного становлення майбутнього вчителя-музиканта. Недопустимими у такому спілкуванні є принизливий тон, крик, образи у бік студентів або інших колег.

Важливою місією куратора є сприяння трансформації існуючих музично-педагогічних цінностей у мотиваційну сферу особистості, усвідомленню студентами, що ці цінності входять до їх професійної характеристики. Наступним етапом є організація процесу рефлексії, коли формування корпоративних цінностей стає завданням саморозвитку кожного студента.

Формування ключових корпоративних цінностей майбутніх учителів музики відбувається через долучення їх до системи позааудиторних заходів та традицій, до різних видів музично-сценічної діяльності. Участь у творчих колективах, сольні виступи крім формування професійної майстерності надають також основи корпоративної культури у позанавчальний час. Це іміджеві заходи та брендові проекти, унікальність яких – у неповторності та оригінальності завдяки корпоративній тематиці, репертуарній політиці або складу учасників.

У Київському університеті імені Бориса Грінченка корпоративним об'єднуючим чинником є творча спадщина Б.Д. Грінченка. Майбутні вчителі музики залучаються до художнього виконання творів на слова Бориса Грінченка, створюють власні твори. Варто зазначити, що участь студентів-музикантів у позанавчальних заходах корпоративного спрямування складає певний тематично-корпоративний цикл і сприяє прояву відчуття гордості, патріотизму, єднання. Різноманітність форм дає можливість залучити велику кількість студентів, враховуючи при цьому рівень їхнього музичного розвитку.

Хоровий фестиваль (Всеукраїнський хоровий фестиваль-конкурс до 150-річчя з дня народження Б. Грінченка), конкурс хорових диригентів, конкурс авторської пісні на слова Б. Грінченка, тематичні концертні програми та театралізовані концерти («Променад епохою Грінченка»), літературно-музичні проекти («Поезія і музика в житті Бориса Грінченка») поширюють атмосферу творчої співпраці, дружби, зближують студентів, викликають почуття єдності, толерантності у музичному просторі, сприяють формуванню і розвитку корпоративних цінностей всього колективу.

Важливим результатом такої роботи є накопичення і вивчення «корпоративного репертуару», в якому значне місце належить кантаті «Дніпро реве» Д. Січинського, фрагментам із опери «На русалчин Великдень» М. Леонтовича (за фантастичною казкою

Б. Грінченка), творам сучасних композиторів В. Вишинського, В. Касьянова та ін.

Педагогічною умовою формування корпоративних цінностей майбутніх учителів музики ми також вважаємо застосування керованої рефлексії при організації роботи зі студентами. Ця умова дає змогу спрямувати їх на самоусвідомлення власної діяльності, формування стабільних ціннісних переконань, які у подальшому стануть основою свідомої поведінки. Систематично має визначатися стан сформованості корпоративної культури майбутніх учителів музики. Показниками можуть виступати стосунки в академічних групах, аналіз поведінки (зовнішній вигляд, мова, стиль спілкування), корпоративні цінності та їх дотримання, про що свідчать результати досліджень. Це дає можливість коригувати форми і методи соціально-гуманітарної роботи, визначати стратегічні завдання формування корпоративної культури.

Таким чином, єдність педагогічних умов і їх дотримання надасть змогу зробити процес формування корпоративних цінностей майбутніх учителів музики прогнозованим і керованим.

**Висновки та перспективи подальших розвідок.** Реалії сучасної вищої освіти засвідчують, що проблема формування корпоративної культури майбутніх учителів музики набуває своєї значущості та актуальності. Проте вищі навчальні заклади лише розпочинають процес створення корпоративного середовища та розробки стратегічних і тактичних засад проблеми формування корпоративної культури. Перспективи подальшого дослідження полягають у вивченні взаємозв'язку навчальної та соціально-гуманітарної роботи у процесі формування корпоративної культури майбутніх вчителів музики.

### **Джерела**

1. Баюра Д.О. Система корпоративного управління в Україні: стан та перспективи розвитку: [моногр.] / Д.О. Баюра. — К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2009. — 288 с.
2. Корпоративна культура : навч. посіб. / під заг. ред. Г.Л. Хаєта. — К. : Центр навч. л-ри, 2003. — 403 с.
3. Корпоративний кодекс Київського університету імені Бориса Грінченка [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://kmpu.edu.ua/prouniversitet/vizytivka/dokumenti.html?download=20:kod4ekskorpo ratyvnoi-kultury-kyivskoho-universytetu-imeni-borysa-hrinchenka>

4. Чижикова Е.С. О формировании корпоративной культуры студенческого сообщества / Е.С. Чижикова // Высшее образование в России. — 2009. — № 10. — С. 144–148.

В статье раскрыта актуальная проблема формирования корпоративной культуры будущего учителя музыки. Определены специфика и значение социально-гуманитарной работы высшего учебного заведения в формировании корпоративной культуры, рассмотрены педагогические условия формирования корпоративной культуры будущего учителя музыки.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, социально-гуманитарная работа, будущий учитель музыки, ценности.

The article deals with the problem of corporate culture of the future Music teacher. It determines the specificity and importance of social and humanitarian activity of higher education institution in the corporate culture development of the future Music teacher.

**Key words:** corporate culture, social and humanitarian activity, future Music teacher, values.

УДК [373.5+378]:75

**Кузьменко Г.В.,**

*старший викладач кафедри образотворчого мистецтва  
Інституту мистецтв  
Київського університету імені Бориса Грінченка*

## ПІДГОТОВКА МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ ДО ВИХОВАННЯ В УЧНІВ ОСНОВНОЇ ШКОЛИ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА

Дослідження присвячено визначенню сутності понять: «ставлення», «цінності», «ціннісне ставлення», — і розкриттю специфіки виховання ціннісного ставлення до образотворчого мистецтва. У статті автор порушує одне з найактуальніших питань сучасної педагогіки — проблему особливостей підготовки майбутніх учителів-художників до виховання в учнів основної школи ціннісного ставлення до образотворчого мистецтва.

**Ключові слова:** цінності, ставлення, ціннісне ставлення, образотворче мистецтво, виховання, учні основної школи, майбутні вчителі-художники.