

дики навчання дошкільників інших типів активного мовлення.

Список використаної літератури:

1. Дудко Л.М., Трунова В.А. Розширення лексичного запасу молодших школярів на уроках математики // Початкова школа. — 1994. — № 2. — С. 25-27.

2. Король Я.А. Піднесення культури математичної мови // Початкова школа. — 1995. — № 1. — С. 10-12.

3. Саприкіна О. В. Методика розвитку активного мовлення дітей третього року життя у процесі художньо-предметної діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук: спец. 13.00.02 «Теорія і методика навчання (українська мова) / О.В. Саприкіна. — О., 2008.

4. Управління шкіл Міністерства освіти України. Єдині вимоги до усного і писемного мовлення, письмових робіт і перевірки зошитів (методичний лист), — К., 2004.

КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА ЯК ОБ'ЄКТ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

УДК 303.82:130.2

Ногінська А.О.

У статті розглядаються різні погляди і підходи вчених до питання наукового дослідження корпоративної культури в підготовці майбутніх фахівців.

Ключові слова: корпоративна культура, організаційна культура, корпорація, культура, корпоративізм.

КОРПОРАТИВНАЯ КУЛЬТУРА КАК ОБЪЕКТ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Ногинская А.А.

В статье рассматриваются разные взгляды и подходы ученых к вопросу научного исследования корпоративной культуры в подготовке будущих специалистов.

Ключевые слова: корпоративная культура, организационная культура, корпорация, культура, корпоративизм.

CORPORATIVE CULTURE AS OBJECT OF SCIENTIFIC RESEARCHES

Noginskaya A. A.

In the article different views and approaches to the issue of scientific research of corporative culture have been considered. Has been conducted analysis of components of the notion "corporative culture"

Key words: corporative culture, organizational culture, corporation, culture, corporatism.

Актуальність дослідження зумовлена процесом інтеграції освіти України до європейського освітнього простору, зокрема, підготовкою майбутніх фахівців, підвищенням їх професійного та загальнокультурного рівня.

Дослідження в галузі культури організації мають досить тривалу історію. У науковий обіг термін «корпоративна культура» був введений у XIX ст. німецьким фельдмаршалом Мольтке, який застосував означений термін, коли аналізував взаємовідносини в офіцерському середовищі.

Першою спробою дослідження діяльності корпорації у культурному аспекті були роботи групи американських учених на чолі з Е. Мейо на початку 30-х років XX ст. при проведенні відомого Хоуторнського експерименту в компанії Western Electric у Чикаго.

У 50-60-х рр. минулого століття з'явилися перші спроби щодо розробки концепції корпоративної культури як галузі організаційно-управлінської науки. Саме тоді поняття «корпоративна культура» набуло поширення у зв'язку з тим, що виникла необхідність упорядкування взаємин усередині великих фірм і корпорацій, а також усвідомлення їх місця в інфраструктурі економічних, торгових і промислових зв'язків. Так, у 1969 р. у США була опублікована монографія, підготовлена групою дослідників з Корнельського університету на чолі з Х. Трайсом, присвячена різним виробничим традиціям і обрядам.

На рубежі 80-90-х років феномен корпоративної культури був уже в центрі уваги великого кола дослідників. У зарубіжній літературі з'явилися численні публікації, зокрема, відомі книги-бестселери: «Теорія Z» (У. Оучі) і «У пошуках ефективного керування» (Пітерс і Уотерман), в яких підкреслювалось, що організаційна культура є важливим чинником економічної ефективності фірми, а також її адаптації до навколишнього середовища.

Відтоді й до сьогодні пропонувалися різні підходи до визначення поняття «корпоративна культура».

Метою статті є аналіз різних поглядів на визначення поняття «корпоративна культура» та сучасних підходів вчених до питання наукового дослідження корпоративної культури в підготовці майбутніх фахівців.

Аналіз науково-методичної літератури, зокрема, словників, довідників, посібників і т. ін. дозволив констатувати, що єдиного підходу до визначення сутності поняття «корпоративна культура» серед науковців не існує. Ряд науковців (А. Єгоршин, Е. Капітонов, А. Радутін та ін.) при визначенні сутності поняття «корпоративна культура» пропонували застосовувати метод термінологічної реструктуризації, тобто визначати складові його змісту [5; 8; 11 та ін.]; інші (Н. Зубрева; Л. Карташов, Ю. Семенов, А. Силін, О. Родін, Е. Шейн та ін.) отожднювали поняття «корпоративна культура» і «організаційна культура» [6; 10; 12; та ін.]. Окрему групу складають науковці (М. Ахмедова, О. Бала, Л. Белова, О. Бетіна, А. Єгоршин, М. Іонцева та ін.), які визначають сутність поняття «корпоративна культура» в контексті окремих галузевих проблемних питань. Розглянемо ці підходи більш детально [1; 3; 4; 5; 7 та ін.].

Так, для розуміння сутності поняття «корпоративна культура» науковці пропонують передусім проаналізувати такі його складові, як: «культура» «корпорація», «корпоративізм». Зазначимо, що культура в широкому розумінні цього слова визначається ними як специфічний спосіб організації та розвитку людської життєдіяльності, представлений у продуктах матеріальної і духовної праці, в системі норм та закладів, у духовних цінностях, у сукупності ставлення людей до природи та до самих себе. У вужчому розумінні культура — це сфера духовного життя суспільства, що охоплює насамперед систему виховання, освіти, духовної творчості, а також установи й організації, які забезпечують їх функціонування (школи, ВНЗ, засоби масової інформації тощо)

[14]. У довіднику з естетичного виховання подається таке визначення: «культура (лат. cultura – виховання, освіта, розвиток) – це сукупність практичних, матеріальних та духовних надбань людства, які виражають історично досягнутий рівень розвитку суспільства й людини і втілюються в результатах продуктивної діяльності» [14].

Під культурою також розуміють рівень освіченості, вихованості людей, оволодіння певною галуззю знань або діяльності (культура виробництва, культура праці, культура мови тощо) [5, с. 9]. За Е. Тейлором, культура – це «цілісний комплекс, що містить у собі знання, вірування, мистецтво, владу, право, звичаї та інші здібності, характерні риси і звички, сформовані у людини як члена суспільства»; за М. Удальцовою, це «навчання, виховання, освіта» [13, с. 32]; за А. Брауном, це «модель переконань, цінностей і вивчених засобів, що сформувалася в процесі розвитку організації і закріпилася в її статуті і поведінці співробітників». У контексті нашого дослідження більше схилимося до розуміння культури у Є. Ходаковського, це «феномен неприродного походження, створений руками та розумом людини, групою людей, організації, суспільства в процесі соціалізації та історичного розвитку» [15, с. 54]. Отже, соціальний феномен культури виражається в тому, що культура – це спосіб людського ества, ставлення людини до довкілля.

Традиційно у словниках і довідниках поняття «корпорація» трактується як «об'єднана група, коло осіб однієї професії, одного стану, замкнений кордонами корпорації». Е. Капітонов акцентує увагу на тому, що при дослідженні корпоративної культури слід розглядати поняття «корпоративізм», а не «корпорація», оскільки поняття «корпорація» звужує його рамки тільки діяльністю корпорації (це організація, яка об'єднує підприємців, акціонерів і яка створюється для захисту інтересів, привілей її учасників). Саме «корпоративізм» є ядром нової форми культури, що визначає її нормативні, стильові та функціональні особливості. У сучасному світі корпоративізм є соціальною реальністю – одним із способів взаємодії організаційних інтересів у системі соціальних відносин. Корпоративізм передбачає стійкі моделі колективної поведінки людей, які мають різноманітні групи інтересів.

Як бачимо, культура закріплює соціальні якості діяльності людини як творця вона наділяє матеріальні і духовні продукти позитивними соціально значимими характеристиками. Корпоративізм є показником групової ідентифікації індивідів. Своїм змістом корпоративізм може впливати як позитивно, так і негативно на культуру. Культура завжди гуманізує прояв корпоративізму і сприяє добровільному узгодженню функціональних груп інтересів з метою прийняття взаємовигідних рішень. Саме перетинання культури з корпоративізмом, еталоном якого виступають цінності соціального партнерства, веде до утворення нової форми соціальної культури – культури корпоративної.

У процесі визначення сутності поняття «корпоративна культура» в контексті окремих галузевих проблемних питань звертаємо увагу на розгалуженість наукового пошуку. Так, корпоративну культуру розглядають: як систему притаманних цій корпорації матеріальних і духовних цінностей, що взаємодіють між собою і відображають її індивідуальність; це проявляється в поведінці та культивується керівником (Т. Базаров, О. Зима, О. Співак); як правила гри, що діють в організації, прийоми і навички, яких повинен дотри-

муватися новачок, щоб бути прийнятим у члени організації (Н. Кабушкін); як повторювані моделі поведінки, що спостерігаються у взаєминах людей (А. Кібанов); філософію, що визначає політику організації стосовно службовців і замовників (В. Ліпатов); набір важливих припущень, які приймаються членами організації і відображаються в цінностях, які орієнтують їх поведінку і дії (О. Родін); систему зв'язків, взаємодій і відношень (А. Радугін, К. Радугін); норми, які виникли в робітничій групі (З. Румянцева, Н. Соломатін); психологічний клімат роботи, який склався в компанії (А. Шадрін); систему цінностей, переконань, вірувань, уявлень очікувань, традицій, ритуалів, які приймаються більшістю співробітників (Г. Хаст, В. Ярьсько); набуті досвідченим шляхом методи рішення проблем (О. Виханський).

Отже, ми бачимо, що при майже однаковому контексті поняття «корпоративна культура» у різних авторів виникають істотні різнителі у визначеннях і коментарях цього явища. З більшістю авторів можна погодитися у визначенні поняття «корпоративна культура».

За висновками С. Вітвицької, Л. Розенштиля, поняття «корпоративна культура» значною мірою відбиває засвоєні норми, що визначають поведінку працівників цієї фірми. Антрополог М. Мід характеризує культуру, в тому числі корпоративну, як основу засвоєної поведінки, як групу людей, що мають спільне минуле і передають його новим членам колективу. Ю. Красовський зазначає, що зміст організаційної культури впливає на спрямованість поведінки і визначається не звичайною сумою припущень, а тим, як вони зв'язані між собою і як вони формують певні зразки поведінки. За його словами, в одній організації може бути багато «локальних» культур. При цьому існує одна головна культура, притаманна всій організації, і культура її частин (рівнів; підрозділів) – професійних, регіональних, національних, вікових, статевих. Ці різні субкультури можуть існувати під дахом однієї загальної культури.

Як видно з аналізу, головними елементами корпоративної культури більшість авторів називає: людський фактор; лояльність працівника до фірми; набір норм поведінки і традицій, покликаних зміцнювати внутрішню структуру організації. Корпоративна культура створює у свідомості людей точні і яскраві образи, що дозволяють працівникам реально відчувати себе частиною єдиної корпорації. Дослідники (Н. Зубрева, Т. Кицак, В. Усачова та ін.) поняття корпоративної культури вважають, що стан певної культури корпорації визначальним чином впливає на поведінку персоналу та його реакцію на будь-які зміни в діяльності першої.

Як засвідчує аналіз наукового фонду, вчені досить докладно і різнобічно розглядали проблему розвитку корпоративної культури. Серед українських дослідників, які зверталися до проблеми корпоративної культури, можна назвати: в економічній галузі – О. Балу, Т. Кицак, В. Усачову та ін. [3 та ін.]; в державному управлінні – О. Бабица [2], в соціологічних дослідженнях – Н. Зубреву та ін. [6].

Аналіз дисертаційних досліджень засвідчив, що науковці вивчали формування різних видів культур та їх складових у процесі навчання студентів різних спеціальностей.

Так, проблема аксеологічних засад формування загальної культури студентів вищих технічних навчальних закладів вивчалася О. Картавих. Автор визначив

педагогічні умови та аксеологічні засади вдосконалення загальної культури особистості з використанням джерел вітчизняної та світової культури. У роботі описано педагогічні принципи, методи і форми підвищення загальної культури студентів вищого технічного навчального закладу. Висвітлено нові технології набуття студентами гуманітарних знань [9, с. 20]. Аналіз дисертаційних досліджень показав, що проблема корпоративної культури вищих навчальних закладів освіти досліджувалася значною кількістю російських дослідників, таких як: М. Іонцев, Л. Білова, О. Горбатько, О. Бетина, Г. Литовченко, М. Ахмедова, М. Шустова, О. Тишина та ін. [1; 4; 7 та ін.]. Більшість російських вчених проводили свої дослідження в рамках економіки, соціології, педагогіки, менеджменту, теорії організації, соціальної психології, культурології. М. Іонцева у своїй праці «Соціально-психологічні основи формування корпоративної культури вузу» вирішує проблеми вивчення і систематизації поглядів на формування корпоративної культури; розробляє модель корпоративної культури ВНЗ; виявляє й описує специфіку функціонування механізмів формування і розвитку корпоративної культури ВНЗ; розробляє методику вивчення корпоративної культури у ВНЗ; здійснює порівняльний аналіз корпоративної культури в нашій країні і за кордоном; виділяє різні типи вузівських корпоративних культур. Цікавим є дослідження автора про вплив корпоративної культури ВНЗ на адаптацію студентів до навчання і професійної діяльності. М. Іонцева стверджує, що корпоративна культура ВНЗ є керованою; основним соціально-психологічним фактором, що забезпечує вплив корпоративної культури ВНЗ на розвиток особистості його студентів, виступає їх залученням до діяльності, пов'язаної з майбутньою професією [7].

Кандидатська дисертація Л. Білової з культурології присвячена дослідженню корпоративної культури університету. Автор наголошує, що здебільшого дослідниками розглядалася корпоративна культура великих корпорацій, фірм, при цьому більшістю дослідників недооцінювався той факт, що носіями культури є люди, які працюють в організації. Дослідник наводить фактори формування корпоративної культури університету і говорить про необхідність вивчати корпоративну культуру як соціокультурний феномен. Автор зазначає, що складність тлумачення поняття «корпоративна культура» полягає в тому, що це поняття знаходиться на перетині кількох дисциплін, і вчені, досліджуючи цей феномен, мають на увазі різні його аспекти в залежності від поставленої мети. Автор застосовує міждисциплінарний підхід до вивчення корпоративної культури і розкриває природу корпоративної культури університету, виявляє найбільш суттєві соціокультурні фактори сучасності, що впливають на формування і розвиток корпоративної культури університету [4].

У дисертації О. Горбатько розглядаються теоретико-педагогічні особливості корпоративної культури освітнього закладу. Автор стверджує, що особливості корпоративної культури сучасних освітніх закладів слід розглядати як історико-педагогічний феномен і як культурно-освітній феномен. У роботі проаналізовано основні підходи до визначення корпоративної культури, виявлено джерела освітніх потреб, що впливають на формування корпоративних цінностей сучасного освітнього закладу, досліджено продуктивність традиційних педагогічних цінностей, що сприяють формуванню корпоративної культури сучасного освітнього закладу.

Для свого дисертаційного дослідження з проблем формування корпоративної культури Г. Литовченко вибрала студентів, які навчаються за напрямом підготовки «туризм». У даному дослідженні корпоративна культура розглядається в широкому і вузькому розумінні компетентнісного підходу до підготовки спеціаліста.

У дисертаційній роботі М. Ахмедової педагогічні умови формування корпоративної культури вузу досліджуються на прикладі факультету. Дослідниця стверджує, що вища школа є культуроформувальною організацією і її культура має багато складових, а тому вона є більш складною на відміну від виробничих організацій. У дослідженні розглядаються умови формування корпоративної культури факультету у вищому навчальному закладі освіти, автор стверджує, що однією з основних умов формування корпоративної культури є врахування динаміки соціальних функцій системи вищої освіти. М. Ахмедова не відходить від традиційного тлумачення поняття «корпоративна культура» як системи матеріальних і духовних цінностей. Вона виокремлює три основні етапи в механізмі формування корпоративної культури: вияв образу, корпоративних цінностей і норм успішної культури організації. Наголошує на провідній ролі керівника навчального закладу у формуванні корпоративної культури [1].

Дисертація О. Бетіної присвячена питанням корпоративної культури як фактора управління організаційною поведінкою (на прикладі вузу). У роботі поняття корпоративної культури розглядається як інструмент управління. В емпіричному дослідженні автор наводить різні стратегії поведінки студентів у вузі.

Темою оптимізації процесу формування корпоративної культури займалася М. Шустова. Автор вирішує проблеми узагальнення сучасного стану формування корпоративної культур, розробляє психолого-акмеологічну модель оптимізації процесу формування корпоративної культури, аналізує ефективність використання алгоритму і технологій оптимізації в рамках психолого-акмеологічної моделі.

Вирішувала проблеми керування соціальними конфліктами у вузі на основі корпоративної культури дослідниця О. Тишина. На думку автора, саме впровадження в навчально-виховний процес корпоративної культури вузу дозволить знизити конфліктогенність суб'єктів навчально-виховного процесу.

Отже, проведений нами аналіз дозволяє констатувати, що єдиного підходу до визначення сутності поняття «корпоративна культура» у науковців не існує. Вчені розглядають ці поняття в різних аспектах. Перспективи подальшого дослідження вбачаємо у більш ретельному вивченні робіт вчених присвячених формуванню корпоративної культури у майбутніх фахівців.

Література:

1. Ахмедова М. А. Педагогические условия формирования корпоративной культуры вуза (на примере факультета): дис. ... кандидата пед. наук: 13.00.01 / Ахмедова Мадина Ахмедовна. – Ульяновск, 2007. – 251 с.

2. Бабич О. Результативність функціонування суб'єктів державного управління та місцевого самоврядування на основі впровадження корпоративної культури: дис. ... кандидата наук з держ. упр.: 25.00.02 / Бабич Олександр Борисович. – Х., 2005. – 198 с.

3. Бала О. Економічне оцінювання та розвиток корпоративної культури машинобудівних підприємств : дис. ... кандидата економічних наук: 08.00.04 / Бала Ольга Іванівна. — Краматорськ, 2007. — 207 с.

4. Белова Л. И. Корпоративная культура российского университета как объект социокультурного анализа (на примере Южно-Уральского государственного университета) : дис. ... кандидата культурологии: 24.00.01 / Белова Людмила Ивановна. — Челябинск, 2009. — 186 с.

5. Егоршин А. П. Организация работы с персоналом / А. П. Егоршин // Управление персоналом. — 1998. — № 1. — С. 8–13.

6. Зубрева Н. В. Організаційна культура як соціальне явище : дис. ... кандидата соц. наук: 22.00.04 / Зубрева Надежда Владимировна. — Харків, 2003. — 192 с.

7. Ионцева М. В. Социально-психологические основы формирования корпоративной культуры вуза : дис. ... доктора псих. наук: 19.00.05 / Ионцева Мария Владимировна. — М., 2006. — 428 с.

8. Капитонов Э. А. Корпоративная культура: стратегическое направление развития социально-трудовых отношений / Э. А. Капитонов. — Ростов-на-Дону : Изд. РГУ, 2003. — 192 с.

9. Картавих О. В. Аксеологічні основи формування загальної культури студентів вищих технічних навчальних закладів: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 “Теор. і метод. професійної освіти” / О. В. Картавих. — Харків, 2002. — 20 с.

10. Карташов Л. В. Организационное поведение / Карташов Л. В., Никонова Т. В., Соломанидина Т. О. — М. : ИНФРА-М, 2002. — 220 с.

11. Радугин А. А. Введение в менеджмент: социология организаций и управления / А. А. Радугин, К. А. Радугин. — Воронеж, 1995. — 386 с.

12. Родин О. Концепция организационной культуры: происхождение и сущность / О. Родин — М. : 1998. — 470 с.

13. Удальцова М. В. Социология управления: [учеб. пособие] / М. В. Удальцова. — М. : ИНФРА-М, 1998. — 320 с.

14. Философский энциклопедический словарь / [Под ред. С. С. Аверинцева] — 2-е изд. перераб. и доп. — М. : Сов. Энциклопедия, 1989. — 785 с.

15. Ходаківський Є. І. Психологія управління / Ходаківський Є. І., Богоявленська Ю. В., Грабар Т. П. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 362 с.

ОПТИМІЗАЦІЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНЬОГО ОФЦЕРА ШЛЯХОМ АКТУАЛІЗАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ КУЛЬТОВОЇ СТРІЛЬБИ

УДК: 159.922.7:378.635.541.2.091.212.7.

Богуш О.Ю.

Статья представляет условия оптимизации психологического обеспечения огневой подготовки в процессе обучения курсантов военной академии. Даны характеристики качественной динамики психологического сопровождения учебы пулевой стрельбы.

Ключевые слова: психологическое сопровождение, обучение, пулевая стрельба, курсанты, военная академия.