

- 6.Воротеляк А., Дрегер О., Кравчук Н. Самоактуалізація та самореалізація особистості в гуманістичній психології. – Психолог. – 2007. – листопад. (№41). – С.13-19.
- 7.Степанов О.М. Психологічна енциклопедія. – Київ: Академ. Видав, 2006. – 422 с.
- 8.Щербатюк Б.А. Методика дослідження самовизначення особистості // Практична психологія та соціальна робота. – 2007. - №1. – С.18-21.

УДК 37.032

Медведєва О.А.

ВПЛИВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ВНЗ НА ФОРМУВАННЯ ПОТРЕБИ У САМОРЕАЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТОК ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СТУДЕНТІВ

У статті аналізується вплив корпоративної культури ВНЗ на потреби в самореалізації та творчому розвитку студентів. Наведені результати дослідження корпоративної культури студентської групи. Показано, що в групах з високим рівнем корпоративної культури такі високі цінності як самореалізація і творчість мають найвище значення.

Постановка проблеми. В сучасних умовах від працівників практично усіх сфер діяльності вимагається високий рівень творчої активності, вміння швидко орієнтуватися в нових технологіях і адаптуватися до них, дієво використовувати отримані знання в професійній діяльності. При підготовці фахівців вищої кваліфікації реалізація цих вимог об'єктивно вимагає формування спеціаліста як творчої особистості. Це відображено і у Національній доктрині розвитку освіти [1]. Основною метою державної політики в галузі освіти є створення умов для розвитку особистості та творчої самореалізації кожного громадянина України.

Головна роль у цьому процесі належить вищій школі. Відтворення інтелектуального та духовного потенціалу народу, вихід вітчизняної науки, техніки і культури на світовий рівень значною мірою залежить від того, наскільки ефективно у вищій школі формується нині творчий потенціал інженерів, конструкторів, технологів, керівників виробництва, вчених, педагогів лікарів і працівників культури. Сьогодні вища школа несе пряму відповідальність за кадрове забезпечення науково-технічного прогресу, підвищення ефективності суспільного виробництва, духовного життя, розвитку науки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань формування творчої особистості займалися такі вчені-педагоги як В. Алфімов [2, 3], В. Вербець [4], І. Волощук [5], С. Сисоєва [6], В. Стрельников [7] та ін. У їхніх працях підкреслюється, що для плідної професійної діяльності, крім глибоких знань, також потрібне розвинене творче мислення, здатність по-новому бачити звичайне та встановлювати асоціативний зв'язок з дійсністю, вміння долати заангажованість і функціональну фіксованість.

На жаль, поза увагою науковців залишився один вельми важливий чинник впливу на формування потреби в самореалізації та творчому розвитку студентів - це корпоративна культура ВНЗ. Адже саме корпоративна культура ВНЗ впливає на процес та якість навчання, викликає потребу в розвитку дослідницької роботи, яка сприяє розвитку творчих здібностей, формує цінності та комунікативні здатності студентів.

Ціль статті. Мета даної статті є дослідження впливу корпоративної культури ВНЗ на розвиток потреби у самореалізації та творчого потенціалу студентів.

Основний матеріал дослідження. Одним із об'єктів корпоративної культури ВНЗ є корпоративна культура студентської групи. Нами було проведено дослідження корпоративної культури студентських груп в Донбаської державної машинобудівної академії (ДДМА). В табл. 1. наведені значення узагальненого показника корпоративної культури та значущість високих цінностей студентських груп.

Цінності є ключовим елементом корпоративної культури будь-якої організації. На їх основі виробляються норми і форми поведінки, від них залежить згуртованість співробітників, формується єдність поглядів та дій, а отже забезпечується досягнення цілей організації.

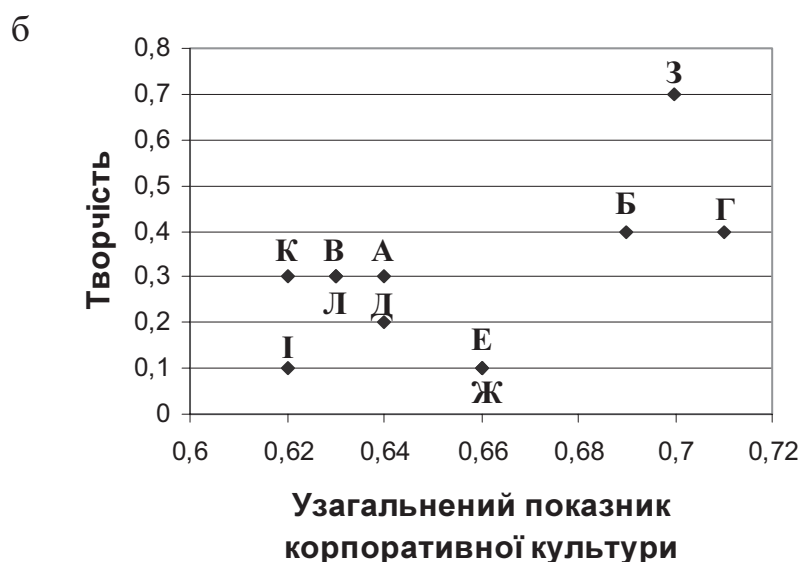
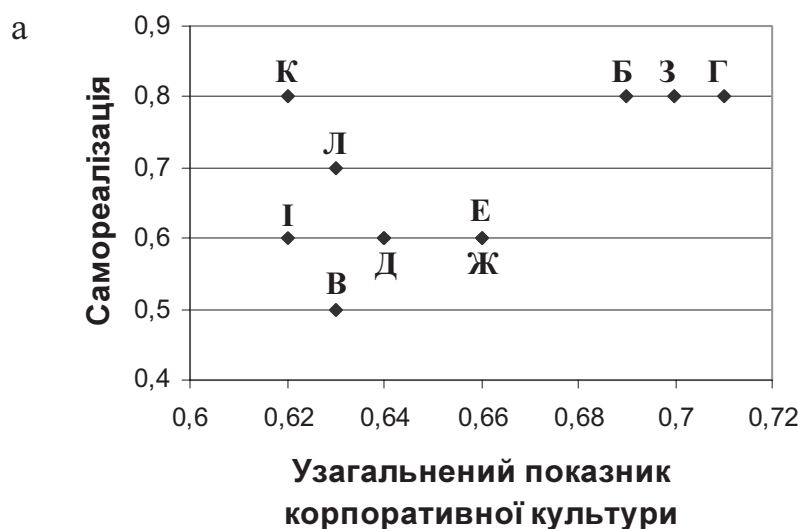
З точки зору аксіології, система цінностей виражає змістовне відношення людини до соціальної дійсності і в цій якості визначає мотивацію його поведінки, робить істотний вплив на всі сторони його діяльності. Як елемент структури особи ціннісні орієнтації характеризують внутрішню готовність до здійснення певної діяльності по задоволенню потреб і інтересів, вказують на спрямованість її поведінки. Згідно з теоріями А. Маслоу, Д. Мак-Клеланда, Е. Фрома до високих цінностей, які визначають поведінку людини, відносять досконалість в роботі, творчість, користь для суспільства, самореалізацію та досягнення цілей.

Розглянемо відмінності у ціннісних орієнтаціях груп. Відносне число респондентів, які вважають відповідні цінності високозначущими (бали 8, 9, 10) стосовно досконалісті в роботі коливається від 0,4 до 1,0, творчості – від 0,1 до 0,7, користі суспільству – від 0,2 до 0,6, самореалізації – від 0,5 до 0,8 і досягнення цілей – від 0,7 до 1,0. В більшості випадків групи, що є «кращими» за однією цінністю, мають достатньо високі показники і за іншими, хоча кожній групі притаманні свої особливості. Так, наприклад, група Г – це група з яскраво вираженою орієнтацією на досягнення досконалісті в роботі, на якнайповнішу самореалізацію в процесі трудової діяльності. За прийнятою нами трудовою типологією [8] – це «майстри». Приємно те, що свою працю студенти планують скерувати на користь суспільства.

Таблиця 1 - Зведені дані про корпоративну культуру студентських груп

Факультет	Група	Узагальнений показник корпоративної культури		Узагальнений показник значущості високих цінностей		Значущість високих цінностей									
						Досконалість в роботі		Творчість		Користь для суспільства		Самореалізація		Досягнення цілей	
						<i>K</i>	<i>R</i>	<i>K</i>	<i>R</i>	<i>K</i>	<i>R</i>	<i>K</i>	<i>R</i>	<i>K</i>	<i>R</i>
інженерно-економічний	А	0,64	7,5	0,74	7	0,4	11	0,3	7,5	0,3	9,5	0,6	9,5	0,9	4,5
	Б	0,69	3	0,78	4	0,7	8,5	0,4	2,5	0,6	1,5	0,8	3,5	0,9	4,5
	В	0,63	9,5	0,71	9,5	0,7	8,5	0,3	7,5	0,4	7,5	0,5	11	0,8	8,5
	Г	0,71	1	0,86	1	1	1	0,4	2,5	0,6	1,5	0,8	3,5	1	1
	Д	0,64	7,5	0,80	3	0,7	8,5	0,2	8	0,5	4,5	0,6	9,5	0,9	4,5
	Е	0,66	4,5	0,71	9,5	0,6	10	0,1	10,5	0,4	7,5	0,6	9,5	0,8	8,5
	Ж	0,66	4,5	0,76	5	0,8	4,5	0,1	10,5	0,5	4,5	0,6	9,5	0,8	8,5
	З	0,70	2	0,84	2	0,8	4,5	0,7	1	0,3	9,5	0,8	3,5	0,8	8,5
інженерної механіки	І	0,62	10,5	0,67	11	0,9	12	0,1	10,5	0,2	11	0,6	9,5	0,7	10,5
	К	0,62	10,5	0,71	9,5	0,8	4,5	0,3	7,5	0,4	7,5	0,8	3,5	0,7	10,5
	Л	0,63	9,5	0,75	6	0,7	8,5	0,3	7,5	0,5	4,5	0,7	5	0,9	4,5
Позначення		<i>K</i> – оціночний (відносний) показник; <i>R</i> – ранг; - домінуюча складова													

Трохи менш, але теж досить високою є значущість високих цінностей у групі Б. Але на відміну від групи Г в групі Б така складова корпоративної культури як колективізм



Малюнок 1 – Вплив корпоративної культури

на цінності студентів:

а – самореалізацію;

б – творчість

має найвище значення. Тут навчаються екстраверти, для яких велике значення має аффіліація, друзі, товариші, можливість спілкування. По згаданій вище типології це – «колективісти».

Привертає на себе увагу група З. У ній зібралися творчі особи, для яких можливість пошуку нових нестандартних рішень в навчанні або роботі, можливість винахідництва, творчості займає перше місце в системі цінностей. По згаданій вище типології – це «новатори», для яких головне – новизна.

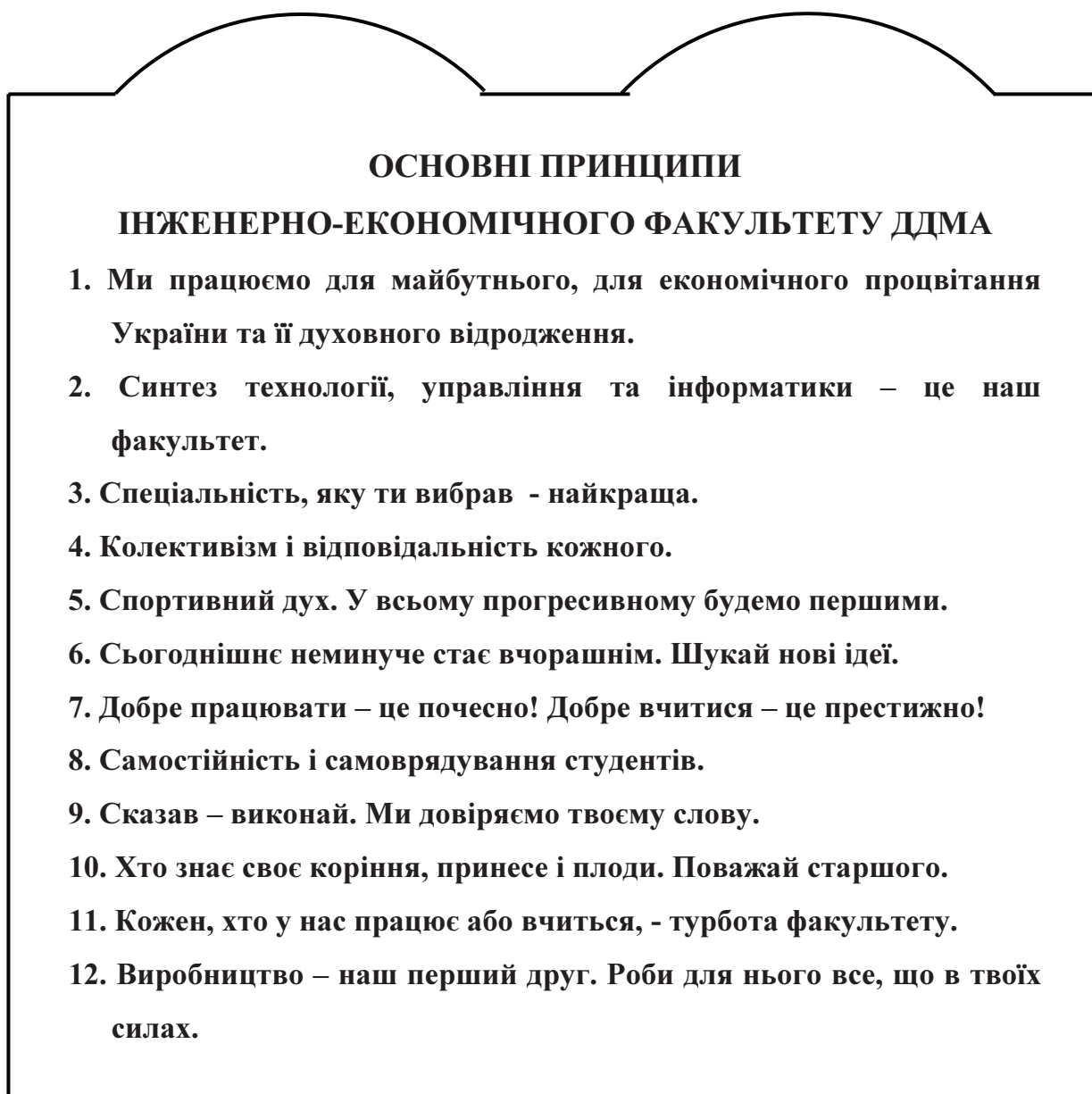
Одержані дані про корпоративну культуру студентських груп (див. табл. 1) показують, що рівень корпоративної культури групи впливає на потребу в самореалізації (коефіцієнт кореляції – 0,57) та творчому розвитку (коефіцієнт кореляції – 0,59) студентів. Показовим є те, що найбільшу значущість самореалізація має в групах з найвищими значеннями узагальненого показника корпоративної культури – групи Б, Г, З (мал. 1, а). У цих же групах спостерігаємо й найвищу

значущість творчості (мал. 1, б). Це доводить той факт, що студенти, які прагнуть до самореалізації, мають високу потребу і у творчому розвитку. А формуються ці властивості, в тому числі, і під впливом корпоративної культури ВНЗ, та корпоративної культури групи, у якій навчаються студенти.

У Донбаській державній машинобудівній академії з 2001 року проводиться велика робота стосовно формування корпоративної культури. За цей час розроблено Положення про корпоративну культуру ДДМА, в результаті загального обговорення професорсько-викладацьким складом сформульовані місія, «зухвала мета» та основні принципи роботи академії, прийняті до обов'язкового дотримання кодекси честі викладача і студента ДДМА, створена концепція фірмового стилю, розроблені зовнішні атрибути

корпоративної культури (герб, прапор, гімн, емблема). Проводиться робота і на факультетах. Найактивнішу участь у формуванні корпоративної культури бере інженерно-економічний факультет. Сформульовані основні ділові принципи (мал. 2) факультету, які визначають стиль роботи і навчання всього колективу.

Результати не примусили себе чекати: впродовж останніх років за більшістю показників інженерно-економічний факультет займає перші місця. Якщо звернутися до табл. 1, то за показниками корпоративної культури та значущістю високих цінностей групи інженерно - економічного факультету значно перевершують групи факультету інженерної механіки, на якому практично не приділяється увага питанням корпоративної культури.



Малюнок 2 - Основні принципи інженерно-економічного факультету ДДМА

Висновки.

1. У зв'язку зі змінами у соціально-економічних відносинах фахова освіта спрямовується на забезпечення професійно-творчої самореалізації особистості.

2. Важливим чинником, який сприяє творчому розвитку та формує потребу у самореалізації студентів, є корпоративна культура ВНЗ, одним із об'єктів якої виступає корпоративна культура студентської групи.

3. Дослідження довели, що в групах з високим показником корпоративної культури спостерігається висока творча активність студентів та має велике значення потреба у самореалізації.

4. У ВНЗ необхідно проводити повномасштабну роботу стосовно формування корпоративної культури.

Література:

- 1 Національна доктрина розвитку освіти // Освіта України. – 2002. – № 33. – С. 4-6.
- 2 Алфімов В. Модель творчої особистості ліцеїста // Рідна школа. – 2005. – № 5. – С. 9-14
- 3 Алфімов В. Розробка і реалізація програми індивідуального розвитку і саморозвитку творчої особистості ліцеїста // Рідна школа. – 2005. – № 5. – С. 26-28
- 4 Вербець В. В. Теоретико-методологічні засади формування духовно-творчого потенціалу студентської молоді: Автореф. дис... д-ра пед. наук: 13.00.01 / Національний педагогічний ун-т ім. М. П. Драгоманова. — К., 2005. — 40с.
- 5 Волощук І. С. Науково-педагогічні основи формування творчої особистості. — К.: Педагогічна думка, 1998. — 160с.
- 6 Сисоєва С. О. Педагогічна творчість / АПН України; Інститут педагогіки і психології професійної освіти. — К., 1998. — 151с.
- 7 Стрельников В. Розвиток інтелектуальних та творчих здібностей студентів: Метод. рек. для слухачів пед. ф-ту МППК / Укоопспілка; Полтавський ун-т споживчої кооперації України. Міжгалузевий ін-т підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів. Кафедра історії та кооперативного руху. — Полтава: РВВ ПУСКУ, 2003. — 18с.
- 8 Хаєт Г. Л. Корпоративная культура и ценности человека / Г. Л. Хаєт, О. А. Медведева. – Краматорск: ДГМА, 2001. – 267 с.

УДК. 811.161.2:[372.46:81'243 – 057.874]
Ю.

Митнікова Ю.

ПРОБЛЕМА ЗБАГАЧЕННЯ СЛОВНИКОВОГО ЗАПАСУ МОЛОДШИХ ШКОЛЯРІВ ВИРАЖАЛЬНИМИ ЗАСОБАМИ У ШКОЛАХ З РОСІЙСЬКОЮ МОВОЮ ВИКЛАДАННЯ

У даній статті автор аналізує визначену проблему в методичній літературі та розкриває прийоми, які є найбільш ефективними у роботі зі збагачення українського словникового запасу молодших школярів виражальними засобами у школах з російською мовою викладання.

Актуальність проблеми. Збагачення словникового запасу у навчанні мови має дуже важливе значення, адже є невід'ємною складовою процесу розвитку усного та писемного мовлення. Ми досліджуємо проблему збагачення словникового запасу молодших школярів виражальними засобами у школах з російською мовою викладання. Для шкіл Криму українська мова є другою (близькоспорідненою), тому процес навчання української мови має свою специфіку. У Державному стандарті початкової загальної освіти мовленнєва лінія зазначена як провідна. Державні вимоги щодо рівня загальноосвітньої підготовки учнів відносно такого виду мовленнєвої діяльності як говоріння, передбачають володіння „частковомовленнєвими уміннями (орфоепічними,