

УДК 378.4:005.73(477)

**Горбенко Н. В.**

аспірантка, завідувач НМЦ інформаційно–рекламної та профорієнтаційної діяльності, Київський університет ім. Бориса Грінченка (Україна, Київ), n.horbenko@kubg.edu.ua

**ЗНАЧЕННЯ ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ  
ДЛЯ СУЧАСНОГО УНІВЕРСИТЕТУ В УКРАЇНІ**

*Досліджується значення формування корпоративної культури в сучасному університеті, як складової публічної моралі – а саме, механізму координування інтересів певної спільноти людей (університету) і особистості. Розглядаються основні проблеми (зовнішнього та внутрішнього характеру), які є актуальними для розвитку вітчизняної університетської корпорації.*

**Ключові слова:** корпоративна культура, корпоративний кодекс, університет, сучасний університет, мораль, етика.

Етико–філософський аналіз корпоративної культури університету постає досить новим напрямом вітчизняної філософської думки, оскільки ще до середини ХХ століття етика як галузь філософського знання мала переважно метафізичний характер. І лише ближче до зламу тисячоліть в ній починає спостерігатися поворот досліджень до прикладних проблем та проблем публічної моралі (виникають біоетика, політична етика, бізнесова етика, етика в освіті тощо). Тепер етичні відносини носять характер переважно не міжособистісний, а відносин між групою людей і особистістю.

Таким чином, актуалізація прикладної етики в контексті теорії, практики і переосмислення багатьох соціальних проблем може стати підґрунтям подальшого реформування сучасного українського суспільства. І однією з нагальних потреб сьогодення постає відновлення культурного капіталу в Україні, забезпечення подальшого розвитку людського капіталу в умовах світових викликів. Провідна роль, на нашу думку, у розв'язанні окреслених проблем належить, перш за все, університетській системі освіти і науки.

Проте, сучасний університет в умовах генезису інформаційного суспільства та соціокультурних трансформацій потребує нової системи ціннісно–нормативних уявлень, що забезпечать його існування і зможуть виступити регулятивами суспільного життя, самореалізації особистості. Саме такою новою системою цінностей, на нашу думку, має стати корпоративна культура, щоб сприяти реалізації інтелектуального капіталу і творчого потенціалу особистості.

Корпоративна культура університету постає складовою більш широкого поняття корпоративної культури в сфері публічної моралі. Поняття “корпоративної культури”, питання моральності в організаційних та виробничих відносинах досліджено досить ґрунтовно: починаючи від соціологічних праць К. Маркса, Ф. Енгельса; продовжуючи на зламі ХІХ–ХХ ст. – Е. Дюркгеймом і Ф. Тьоннісом; та закінчуючи більш глобальною “теорією управління” початку ХХ ст., й поширеної теорії “розділних цінностей” (запозичена з японської культури ідея про створення організації з такими моральнісними цінностями, які б об'єднували весь колектив). Можливо, саме від цих останніх теорій і створюється корпоративна етика як певний інструмент реалізації даної ідеї.

Серед зарубіжних дослідників найбільш вагомий внесок у вивчення колективних взаємовідносин зробили такі вчені як Г. Блумер, М. Вебер, Х. Візенталь,

Г. Гарфінкель, І. Гофман, Р. Л. Дафт, Е. Дюркгейм, Дж. Ельстер, Дж. Коулмен, Дж. Г. Мід, Р. Міхельс, М. Олсон, К. Оффе, Т. Парсонс, А. Страус, Т. Шеллінг, А. Шютц та Т. Лукман, а також спеціалісти з теорії управління К. Грей, Г. Кунда, Г. Морган, С. Роббінз, Е. Шейн тощо. У дослідженні самого поняття “корпоративна культура” істотний внесок зробили М. Армстронг, Ф. Котлер, А. Маслоу, К. Томпсон та інші.

Дослідження корпоративної культури в нашій країні розпочалися на межі ХХ–ХХІ сторіччя. Різноманітні аспекти цієї проблематики розкриті у наукових працях російських та вітчизняних вчених, а саме: С. Абрамової, О. Віханського, Ю. Гончарова, О. Грішнкової, Є. Жеріхова, Г. Захарчин, В. Козлова, А. Колота, В. Кубко, О. Кузьміна, Д. Ліфінцева, В. Маслова, Г. Назарової, А. Наливайка, Ю. Палехи, І. Петрової, В. Разманова, Г. Хаєта, О. Харчишиної, А. Черпак та інших. Специфіка організаційної культури на українському просторі визначена у дослідженнях С. Баранової, І. Блохіної, І. Сняданко.

Серед українських вчених, які почали досліджувати особливості організаційної культури у закладах освіти, можна назвати Л. Карамушку, Ж. Серкіса, Т. Ткач, О. Філь; зокрема тему особливості організаційної культури вищого навчального закладу як важливої складової іміджу сучасного університету розвивали Л. Захарова, Т. Кирилова.

Утім недостатньо дослідженою у вітчизняній науковій літературі проблематика корпоративної культури як чинника інституційного становлення та розвитку сучасного університету. Використання ж іноземних розробок є неефективним через суттєві ментальні розбіжності у культурах. Хоча, при дослідженні проблематики корпоративної культури сучасного університету можна використати наукові розвідки таких сучасних російських дослідників в цій галузі як О. Алтайцев, Р. Апресян, Л. Белова, А. Гусейнов, О. Євченко, С. Кузичев, О. Дробницький тощо.

Серед усього кола проблем, що розв'язуються вищезгаданими дослідниками в галузі корпоративної культури, виокремлюються ті, що стосуються корпоративної культури сучасного університету. Дослідники звертають увагу на певні чинники, які впливають на формування корпоративної культури університету: суб'єктивні (соціально–демографічні характеристики професорсько–викладацького складу, їхній професійний досвід, особистісну систему цінностей і систему трудової мотивації), та об'єктивні (специфіка університету, історія його становлення і розвитку, тип керівництва).

Основні завдання дослідження вітчизняної корпоративної культури університету, які можна розділити на дві умовні групи:

1) внутрішні проблеми: локальні – особистість керівника, неадекватно визначені місія, цілі й завдання організації, кваліфікація, освіта, загальний рівень педагогів; глобальні – формування та легітимізація університетської корпорації зі створенням її нормативної (формальної) бази: кодексу, правила, зразки поведінки, умови співіснування, а також створення системи відносин, які б захищали права автора (запобігання запозиченням без посилання на автора) та запобігання фальсифікації фактів;

2) зовнішні проблеми: локальні – національні особливості, традиції, економічні реалії, панівна культура у навколишньому середовищі; глобальні – коло проблем, які можна розв'язати тільки за активної участі всіх учасників створеного корпоративного середовища (докладно розглянемо нижче).

Стосовно розв'язання внутрішніх проблем, можна зазначити, що формування і побудова освітнього простору університету, як будь-якої системної та ієрархічної організації, відбувається за звичайною схемою, коли система містить складові (підсистеми), де співробітники та студенти групуються відповідно до структури організації з їхньою основною функцією. На рівні кожного конкретного університету основна організаційна культура трансформується в субкультуру під впливом суб'єктивних і внутрішньоорганізаційних чинників, яким притаманні неформульовані цінності, неформальні норми.

Все це визначає відмінність в нормах, цінностях і зразках поведінки як між субкультурами різних університетів, факультетів і кафедр всередині одного університету, так і між субкультурами окремого університету і основною організаційною культурою інституту вищої професійної освіти.

Отже, завдання полягає в тому, аби формалізувати та легітимізувати ці норми і змусити співіснувати всі групи за єдиними правилами (створюються Кодекси корпоративної етики, Правила внутрішнього розпорядку, Колективні договори тощо). Наприклад, сьогодні наочний потужний процес формування кодексів корпоративної етики, який притаманний багатьом університетам Російської Федерації: Московському державному університету імені М. В. Ломоносова, Південному федеральному університету, Казахському національному університету ім. аль-Фарабі, Північному державному медичному університету, Владимирському університету [Див.: 10] тощо.

У таких документах формуються єдині для всієї організації моральні цінності і моральні вимоги для запобігання можливої шкоди від аморальних дій її членів. Ці документи мають відбивати механізми запровадження як всередині університетського співтовариства, між усіма його учасниками, розробляється система санкцій.

Також необхідно відзначити, що організаційна культура українських сучасних університетів більшою мірою орієнтована на взаємодію із зовнішнім законодавством, ніж на внутрішню нормотворчість. Це тривалий процес, який часто зустрічає опір з боку носіїв організаційної культури – викладачів, більша частина яких дотримується цінностей організаційної культури минулого; а також з боку студентів, яким притаманний анархізм (йдеться не про нездатність організуватися в “бунтівні” спільноти, а саме про самоорганізацію і самодисципліну). Як один із закономірних результатів цього – масова проблема сучасного наукового співтовариства – проблема запозичень без посилань на автора (плагіат), замовлених робіт та фальсифікації даних. Плагіат в епоху доступу інформації online стає буденною справою, починаючи від шкільних рефератів і закінчуючи захистом дисертацій.

Зрозуміло, що “чистота” дослідження, методів наукового дослідження, довіра до автора – запорука розви-

тку науки та набуття нового знання. Для запобігання плагіату, замовленим роботам та фальсифікаціям наукових даних потрібно сформувати культуру і норми як на моральному, так і законодавчому рівнях. Наприклад, у світі широко використовуються наукометричні бази (WOS, SCOPUS, Ulrich's Periodicals Directory, РИНЦ тощо), як інструменти для оцінки вчених чи наукових організацій на підставі цитування. Для запобігання поширення запозичень без посилань на автора також вводяться програми на перевірку і вміст плагіату (Advego Plagiatus, Антиплагиат, ПЛАГИАТ.net, Детектор плагиата тощо).

Отже, відносити вище проаналізовану проблему до “внутрішньої” при побудові корпоративної культури сучасного університету, було б не зовсім коректно; вона стає більш глобальною і виходить за межі конкретної установи. До таких – зовнішніх – відноситься і таке коло проблем, які можна розв'язати тільки за активної участі всіх учасників створеного корпоративного середовища:

- 1) проблема “гуманітарних факультетів”,
- 2) проблема комерціалізації освіти (ринкових відносин) і “кадрового голоду”,
- 3) проблема хибного розуміння “елітарності” окремих спеціальностей або університетів.

Проблема “гуманітарних факультетів” не нова: ще Ж. Бодрійар у праці “Символічний обмін та смерть” (глава “Травень 1968 року: ілюзія виробництва”) зазначає, що переламним моментом в переході виробництва у відтворення став сучасний університет, а саме його гуманітарні факультети (які, начебто нічого не виробляють – і це очевидно, бо вони лише відтворюють). Це спонукало до студентських виступів 1968 року як пошук відповідей на ті питання, на які студенти намагалися віднайти відповіді: про потрібність у суспільстві і безвідповідальність, про соціальну неповноцінність тощо [Див.: 2].

Розв'язком цієї проблеми стало звернення до інституціонального підходу у визначенні університету, який дозволяє трактувати його як багатofункціональний, багатoproфільний соціокультурний інститут, що взаємодіє з державою на певній легітимній основі і виконує функцію трансляції наукового знання і культурних цінностей, а також підготовки професійних кадрів. Тобто університет не лише має служити виробництву, а й відтворювати професійність викладачів, знання й культуру, які самі стають факторами відтворення системи в цілому.

Проблема комерціалізації освіти (ринкових відносин) і “кадрового голоду” у сучасному університеті полягає в тому, що на відміну від промислових підприємств, результат роботи університету має умовний потенціал економічного прибутку для держави. Адже основний продукт виробництва університету – професійні знання, вміння та навички фахівців з дипломами. Тут є серйозна небезпека переродитися на підприємницькі структури з виробництва знань, які вбачають мету тільки в підприємницькому менеджменті й залишили ідею набуття зв'язків у площині культури, діалогу культур. Звісно, сучасні українські університети (зважаючи на їхню кількість) в своєму розвитку підпорядковуються цінностям і законам ринкового виживання, нормам підприємництва, підлаштовуються під

вимоги носіїв влади і відступають від справжніх цілей і цінностей вищої освіти, тим самим закладаючи основу соціальних конфліктів в університетському співтоваристві.

Тому однією з головних тенденцій нового століття стають активні заходи щодо розширення освітнього простору. Освіта все більше усвідомлюється як потреба, що визначає форми безперервної освіти. Український ринок освітніх послуг – це відгук на зростаючі потреби суспільства у вищій освіті.

Досить поширеною на теренах нашої країни є проблема хибного розуміння “елітарності” окремих спеціальностей або університетів, вона пов’язана з розумінням студентами освіти як ключа до кар’єри (звісно, успішної), набуття високого соціального статусу, можливості самореалізації в підприємницькій, фінансовій, соціальній діяльності. Це призводить до розшарування й диференціації в самій освітній структурі, причому не тільки, і не стільки за ознакою і наявністю наукового таланту.

Розуміння і актуалізація вищезазначених проблем висуває необхідність формування корпоративної культури університету на передній план, коли вона має виступити не тільки об’єктом проектування, але і проектною основою для побудови освітнього простору, включаючи організацію освітнього процесу, виховної роботи, вибору стратегій взаємодії викладачів зі студентами, форм, методів, технологій навчання і виховання. За таких обставин організаційна культура визначає роль і статус університету в культурно-освітньому просторі регіону [1].

Побудова цього освітнього простору університету, як будь-якої системної та ієрархічної організації, відбувається за звичайною схемою, коли система містить складові (підсистеми), де співробітники та студенти групуються відповідно до структури організації з їхньою основною функцією. У підсистемах зароджуються субкультури, несформульовані цінності, неформальні норми. На думку В. Давидова, всі види виховної роботи мають бути спрямовані на формування у молоді “корпоративного духу”, високої лояльності до вузу, його досягнень і програм розвитку [4].

Дослідниця О. Мітчикіна вважає, що до всіх вищезазначених та проаналізованих моментів, при формуванні корпоративної культури університету не менш важливою видається його організаційна структура, яка “складається з трьох рівнів: соціального (географічне розташування, вигляд будівлі, символіка, зв’язки з громадськістю, імідж організації, якість послуг чи продукції, національні риси культури організації), організаційного (зовнішній вигляд робітників, обладнання приміщень, засоби роботи, організаційний клімат, комунікативні процеси, норми поведінки, місія та цілі організації) та особистісного (процедури прийому до організації та виходу з неї, система заохочень та санкцій, мотивація діяльності, колективістська ідентифікація, цінності)” [7, с. 245–246].

Університет є організацією, якій притаманні всі якісні характеристики універсальної організації, коли і персонал, і його студенти виступають як носії корпоративної культури даного закладу. Цей принцип виражається також в подвійності ролі організаційної культури всередині університету, тобто у знаннях та поведінко-

вих нормах студента, який одночасно є і продуктом діяльності вищого навчального закладу, і носієм його організаційної культури. Потрібно зауважувати, що невтручання до процесу формування організаційної культури у студентів може негативно вплинути на роботу всього вищого навчального закладу, імідж його випускників, їхню подальшу професійну успішність.

Таким чином, відбувається дещо, що не має нічого спільного з “навчанням, освітою, вихованням і розвитком”, як це розумілося в попередні часи, а в першу чергу – адаптація до нових умов соціалізації та нових умов ринку. Отже, корпоративна культура як чинник освітнього середовища може розглядатися як умова можливості існування, функціонування і професійно-особистісного розвитку всіх учасників освітнього процесу.

Саме опанування співробітниками і студентами корпоративної культури означає здатність діяти на свій розсуд, спираючись на усталені цінності та норми, спрямовувати свої зусилля на створення атмосфери формування сильної організаційної культури з інноваційним змістом. Крім того, “важливим елементом організаційної культури вищого навчального закладу є цінності наукової діяльності, і одним із способів підвищення лояльності студентів до організаційної культури свого закладу представляється включення їх у науково-дослідну діяльність” [7, с. 245–246].

Таким чином, основними ознаками корпоративної культури університету є досвід, особливе середовище спілкування і взаємодії людей в єдиному творчому і мотиваційному полі: всі працюють самостійно і в той же час разом. В ідеалі, спільна справа усвідомлюється як власна. Іншими словами, змістом формування організаційної культури виступає діяльність.

Ми вважаємо, що хоч процес актуалізації підприємницьких цінностей серед вищих навчальних закладів і нестримний, й вони мусять йти шляхом розвитку підприємницьких організацій, все ж таки класичні університети продовжують залишатися носіями і трансляторами класичних цінностей вищої освіти. Адже, як зазначив В. Таран, “Україна не відродиться з нікчемності, в яку зараз вона занурена, поки не дозріє громадська ідея її відновлення. І ця ідея стане критерієм “якості” всього, у тому числі й освіти” [9].

#### Список використаних джерел

1. Беляева М. И. Корпоративная культура вуза как ресурс организационного развития / М. И. Беляева // *Alma mater: Вестник высшей школы*. – М. : Научный мир, 2011. – № 4. – С. 45–48.
2. Бодрийяр Жан. Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
3. Гусейнов А. А. В каком смысле мы можем говорить о кризисе образования? / А. А. Гусейнов // *Наука и образование на пороге третьего тысячелетия: Коллективная монография* (науч. ред. Н. Г. Копылова, Е. Р. Губа). – Минск : ООО “ЛТД”, ЮЛИЙ, 2010. – С. 123–150.
4. Давыдов В. Н. Корпоративная культура как способ социального взаимодействия и воспитания в вузе / В. Н. Давыдова // *Образование и наука*. – Екатеринбург : ФГАОУ ВПО, 2008. – № 1 (49) 17. – С. 19–45.
5. Евченко О. С. Корпоративный кодекс университета как инструмент управления качеством / О. С. Евченко // *Управление качеством образования в современной России*: Сборник статей III Всероссийской научно-практической конференции. – Пенза, 2008. – С. 33–34.
6. Евченко О. С. Нравственное регулирование организационного поведения / О. С. Евченко // *Облики современной морали*. В

связи с творчеством академика РАН А. А. Гусейнова: Материалы международной научной конференции МГУ им. М. В. Ломоносова (16–19 марта 2009 г.). – М.: МАКС Пресс, 2009. – С. 213–214.

7. Мітчикіна О. О. Соціально–психологічні особливості організаційної культури закладу вищої освіти / О. О. Мітчикіна // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – 2013. – № 1 (30). – С. 243–249.

8. Серкіс Ж. В. Про організаційну культуру закладу освіти / Ж. В. Серкіс // Практична психологія та соціальна робота. – К.: НАПН України, 2002. – № 9–10. – С. 4–9.

9. Таран В. О. Ідеологія перехідного суспільства: (соціально–філософський аналіз ідеологічного процесу в пострадянській Україні): Монографія / В. О. Таран. – Запоріжжя: ЗІОІ МВС України, 2000 – 316 с.

10. Деякі Кодекси корпоративної етики університетів Російської Федерації. – [Електронні ресурси]. Режим доступу: МДУ ім. М. В. Ломоносова: <http://www.phys.msu.ru/rus/education/students/documents/MSU-ethical-code.pdf>; ЮФУ: [http://sfedu.ru/www/sfeduNews\\$.show\\_full?p\\_nws\\_id=36446](http://sfedu.ru/www/sfeduNews$.show_full?p_nws_id=36446); КазНУ ім. аль–Фарабі: <http://www.kaznu.kz/ru/12205>; Північний держ. мед. університет: [http://www.nsmu.ru/general/docs/korp\\_ietika.pdf](http://www.nsmu.ru/general/docs/korp_ietika.pdf); Владимирський університет [http://www.vlsu.ru/fileadmin/news/2012/public/Obshchaja/kodeks\\_ektiki.pdf](http://www.vlsu.ru/fileadmin/news/2012/public/Obshchaja/kodeks_ektiki.pdf).

### References

1. Beljaeva M. I. Korporativnaja kul'tura vuza kak resurs organizacionnogo razvitija / M. I. Beljaeva // Alma mater: Vestnik vysshej shkoly. – М.: Nauchnyj mir, 2011. – № 4. – С. 45–48.

2. Bodrijar Zhan. Simvolicheskiy obmen i smert' / Zhan Bodrijar. – М.: Dobrosvet, 2000. – 387 s.

3. Gusejnov A. A. V kakom smysle my mozhem govorit' o krizise obrazovanija? / A. A. Gusejnov // Nauka i obrazovanie na poroge tret'ego tysjacheletija: Kollektivnaja monografija (nauch. red. N. G. Kopylova, E. R. Guba). – Minsk: OOO "LTD", JuLij, 2010. – S. 123–150.

4. Davydov V. N. Korporativnaja kul'tura kak sposob social'nogo vzaimodejstvija i vospitanija v vuze / V. N. Davydova // Obrazovanie i nauka. – Ekaterinburg: FGAOU VPO, 2008. – № 1 (49) 17. – S. 19–45.

5. Evchenko O. S. Korporativnyj kodeks universiteta kak instrument upravlenija kachestvom / O. S. Evchenko // Upravlenie kachestvom obrazovanija v sovremennoj Rossii": Sbornik statej III Vserossijskoj nauchno–prakticheskoj konferencii. – Penza, 2008. – S. 33–34.

6. Evchenko O. S. Nравственное регулирование организационного поведения / O. S. Evchenko // Obliki sovremennoj morali. V svyazi s tvorčestvom akademika RAN A. A. Gusejnova: Materialy mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii MGU im. M. V. Lomonosova (16–19 marta 2009 g.). – М.: МАКС Пресс, 2009. – С. 213–214.

7. Mitichkina O. O. Social'no–psichologični osoblyvosti organizacijnoi' kul'tury zakladu vyshhoi' osvity / O. O. Mitichkina // Teoretyčni i prykladni problemy psichologii'. – 2013. – № 1 (30). – S. 243–249.

8. Serkis Zh. V. Pro organizacijnu kul'turu zakladu osvity / Zh. V. Serkis // Praktyčna psichologija ta social'na robota. – К.: NAPN Ukraїny, 2002. – № 9–10. – С. 4–9.

9. Taran V. O. Ideologija perehidnogo suspil'stva: (social'no–filosofs'kyj analiz ideologičnogo procesu v postradjans'kij Ukraїni): Monografija / V. O. Taran. – Zaporizhzhja: ZJul MVS Ukraїny, 2000 – 316 s.

10. Dejaki Kodeksy korporativnoi' etyky univertsytetiv Rosijs'koi' Federacii'. – [Elektronni resursy]. – Rezhymy dostupy: MDU im. M. V. Lomonosova: <http://www.phys.msu.ru/rus/education/students/documents/MSU-ethical-code.pdf>; JuFU: [http://sfedu.ru/www/sfeduNews\\$.show\\_full?p\\_nws\\_id=36446](http://sfedu.ru/www/sfeduNews$.show_full?p_nws_id=36446); KazNu im. al'–Farabi: <http://www.kaznu.kz/ru/12205>; Pivnichnyj derzh. med. univertsytet: [http://www.nsmu.ru/general/docs/korp\\_ietika.pdf](http://www.nsmu.ru/general/docs/korp_ietika.pdf); Vladymyr's'kyj univertsytet [http://www.vlsu.ru/fileadmin/news/2012/public/Obshchaja/kodeks\\_ektiki.pdf](http://www.vlsu.ru/fileadmin/news/2012/public/Obshchaja/kodeks_ektiki.pdf).

*Gorbenko N. V., graduate, head of the NMC information and advertising, and career-oriented activities, Kiev University Boris Grinchenko (Ukraine, Kiev), n.horbenko@kubg.edu.ua*

### Value of corporate culture to the modern university in Ukraine

*The article considers the importance of corporate culture in the modern university as a part of public morality – namely, a specific mechanism to coordinate the interests of community (university) and the individual. The main problems (both of external and internal nature) that are relevant for the development of national university corporations, are taken into account.*

*Keywords: corporate culture, corporate code, university, modern university, morality, ethics.*

*Gorbenko N. V., aspirantka, zavedujuča НМЦ інформаційно–рекламної та профорієнтаційної діяльності, Київський університет ім. Бориса Грінченка (Україна, Київ), n.horbenko@kubg.edu.ua*

### Значение формирования корпоративной культуры для современного университета в Украине

*Исследуется значение формирования корпоративной культуры в современном университете, как составляющей публичной морали – а именно, механизма координации интересов определенной общности (университета) и личности. Рассмотрены основные проблемы (внешнего и внутреннего характера), которые являются актуальными для отечественной украинской корпорации.*

*Ключевые слова: корпоративная культура, корпоративный кодекс, университет, современный университет, мораль, этика.*

\* \* \*

УДК 37.013.74

**Добровольська О.**  
здобувач, Національний педагогічний  
університет ім. М. П. Драгоманова  
(Україна, Київ), panyolga@ukr.net

### ЕСТЕТИЧНЕ В ДУХОВНОМУ СВІТІ ПЕДАГОГА: ПРОБЛЕМА ФОРМУВАННЯ

*Аналізується естетична культура в духовному світі педагога, виявлено складність естетичного виховання особистості у вищій освіті. Досліджено концепції “естетичне виховання” та “самовиховання”, які є одними з найважливіших духовних потреб особистості. Розглядається висока професійна культура вчителя, яка ґрунтується на досконалому знанні свого предмету, прагненні до самовдосконалення та саморозвитку.*

*Ключові слова: естетичний ідеал, духовний світ, моральні цінності, естетична культура, вчитель, особистість, професійна культура, естетичне виховання.*

Духовне багатство особистості характеризується не тільки її знаннями, уміннями й навичками. Важливими ознаками духовності й моральності особистості є також її погляди, переконання, світосприймання й світогляд, її спрямованість, вольові якості, духовні потреби, інтереси. Властивості формуються у процесі виховання морально–духовної свідомості. Як визначав В. О. Сухомилинський, завдання полягає не тільки в тому, щоб людина оволоділа достовірними знаннями про добро і зло, про моральні цінності. Завдання полягає в тому, щоб знання стали її переконаннями, щоб вона внутрішньо засуджувала зло в усіх його проявах і прагнула творити добро людям. Майстерність і мистецтво морального виховання особистості полягають у тому, щоб моральні цінності розкривалися перед юними серцями в яскравих образах, які захоплюють думку і хвилюють душу, пробуджують прагнення до ідеалу [10, с. 302]. Подібну ж роль відіграють естетичні якості особистості.

Прагнення до естетичного та морального ідеалу потребує забезпечення самоорієнтації особистості на подолання прагматизму і вульгаризмів й утвердження її орієнтацій на істину, добро і красу. З цього приводу треба зазначити, що естетичне самовиховання відбувається перш за все у суспільстві під впливом наявних соціокультурних форм усвідомлення дійсності. За свідченням дослідників, у естетичній культурі суспільства досить влучно виділяються дві сфери – естетична практика і естетична свідомість. Ці сфери тісно взаємопов'язані, хоча і не тотожні. Естетична свідомість є проявом внутрішньої, духовної активності суб'єкта (суспільства), яка породжується зовнішньою, матеріально–