

**ЛИДЕРЫ И ПОСЛЕДОВАТЕЛИ ДЕЙСТВУЮЩИХ НАУЧНЫХ ШКОЛ КАФЕДРЫ  
ПЕДАГОГИКИ НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА БИОРЕСУРСОВ  
И ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ УКРАИНЫ**

**П.А. Смоляк**

**Аннотация.** В статье освещена деятельность современных научных школ кафедры педагогики Национального университета биоресурсов и природопользования Украины. Раскрыта роль их лидеров и последователей в процессе формирования сообщества ученых на основе единого направления исследований и самобытной методологии. Осуществлен анализ методологических принципов на которых базируется исследовательско-поисковая деятельность научной школы. Показаны достижения научных школ, их потенциал, результаты научных исследований, защищенные диссертационные работы, приводятся количественные показатели изданных лидерами и последователями научных школ монографий, статей, учебных и учебно-методических пособий, публикаций в журналах входящих в международные наукометрические базы *Index Copernicus*, *Scopus Web of Science*.

**Ключевые слова:** научная школа, лидер научной школы, ученики и последователи научной школы, методология научной школы.

**LEADERS AND FOLLOWERS OF ACADEMIC SCHOOLS OF THE PEDAGOGY OF THE  
NATIONAL UNIVERSITY OF BIORESURS AND NATURAL USE OF UKRAINE**

**P.A. Smolyak**

**Abstract.** The article highlights the activities of modern scientific schools of the Chair of Pedagogics of the National University of Bioresources and Nature Management of Ukraine. The role of their leaders and followers in the process of forming a community of scientists on the basis of a single direction of research and an original methodology is revealed. The analysis of methodological principles on which the research and search activity of the scientific school is based is carried out. The achievements of scientific schools, their potential, the results of scientific research, defended dissertational works are shown, quantitative indicators of monographs, articles, educational and methodical manuals published by leaders and followers of scientific schools, publications in journals of the international scientometric databases *Index Copernicus*, *Scopus Web of Science*.

**Keywords:** scientific school, leader of a scientific school, pupils and followers of a scientific school, methodology of a scientific school.

УДК 005.32 : 378.03 : 502/504

**ВПЛИВ ЗАСОБІВ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА ФОРМУВАННЯ ЦІННІСНОГО  
СВІТОГЛЯДУ ОСОБИСТОСТІ В УНІВЕРСИТЕТАХ  
НАУК ПРО ЖИТТЯ І НАВКОЛИШНЄ СЕРЕДОВИЩЕ**

**Р. В. СОПІВНИК**, доктор педагогічних наук, доцент, завідувач кафедри педагогіки  
**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

E-mail: [rvsop@meta.ua](mailto:rvsop@meta.ua)

**Анотація.** У статті на основі аксіологічного підходу розкривається процес формування особистості зануреної у корпоративну культуру університетів наук про життя і навколишнє середовище. Реконструюється етимологія та дається дефініція поняттю «корпоративна культура». Підкреслюється, що особистість засвоює, переводить у внутрішній план надбання корпоративної культури університету, а від так стає її ретранслятором та продукує її нову якість у власній суб'єктивній інтерпретації. Зауважується, що особливе місце у корпоративній культурі університетів наук про життя та навколишнє середовище належить валеоекологічним цінностям (цінності людського здоров'я та живої природи). Проведено аналогії між педагогікою паралельної педагогічної дії А.С.Макаренка та впливом корпоративних цінностей на формування соціально затребу-

© Р. В. Сопівник, 2017

ваних психологічних утворень особистості. Підкреслюється роль лідерів (авторитетних керівників) у формуванні корпоративної культури університету.

**Ключові слова:** корпоративна культура, аксіологічний підхід, лідер як суб'єкт формування корпоративної культури університету, корпоративна культура університетів наук про життя та навколишнє середовище, валеоекологічні цінності корпоративної культури.

**Актуальність (Introduction).** В умовах ескалації глобальних конфліктів, загроз національній безпеці, поляризації соціальних відносин, детермінованих політичними та економічними чинниками, девальвації традиційних загальнолюдських і національних цінностей все більшої ваги набувають питання формування загальної культури особистості, її ціннісного світогляду та соціально схвалюваної поведінки. Це значною мірою можна реалізувати, насамперед, у різних державних організаціях установах чи на підприємствах. Важливу роль серед таких установ відіграють університети, освітнє середовище яких пропонує широкий спектр інструментів виховного впливу на особистість кожного члена колективу шляхом формування педагогічно спрямованої корпоративної культури. Інтерес педагогічної науки до корпоративної культури детермінований тим, що освітні установи стали автономними, самоврядними організаціями, отримали чималі права й відносну економічну самостійність, тобто вони стали суб'єктами конкуренції і змушені відстоювати свої інтереси на ринку надання освітніх послуг. Як зазначає Т.Сергеєва «неможливо уявити собі ситуацію, коли суспільство буде свої структури за принципом корпоративних інтересів, а освітні установи залишаються поза межами цих відносин» [1].

Корпоративна культура є складним, інтегративним утворенням, включає цілий комплекс наукових проблем розв'язання яких можливе на міждисциплінарному рівні із застосуванням методології педагогіки, психології, соціології, менеджменту, лідерології, культурології тощо.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications).** Вивченням питань формування корпоративної культури займалися, як українські, так і зарубіжні учені серед яких: А. Блінов, М. Богдан, Е. Капітонов, К. Гнезділова, О. Жорнова, Л. Захарова, О. Медведва, А. Мороз, Т. Персикова, Т. Соломанідіна, Р. Сопівник [2], В. Співак, О. Тихомирова, В. Томілов, Г. Хаєт, Е. Шейн, J. Heskett, J. Kotter, H. Oden та ін.

**Мета (Purpose) статі** полягає у визначенні сутності поняття «корпоративна культура закладу вищої освіти» та розкритті механізмів її впливу на формування ціннісного світогляду членів колективів університетів наук про життя та навколишнє середовище.

**Методи (Methods).** У процесі дослідження застосовано наступні методи: аналіз наукової літератури з метою реконструкції історії походження терміну «корпоративна культура», систематизація та узагальнення для генералізації ідей, думок і поглядів учених щодо впливу корпоративної культури на формування особистості.

**Результати (Results).** Науковці стверджують, що в основі змістову частину виховання складають цінності (І.Бех, О.Вишневський, П.Підкасистий, В.Франкл, Г.Шевченко, Е.Шпранглер), тому завдання виховання полягає у формуванні системи ставлень людини до загальнолюдських і національних цінностей, інтеріоризація яких визначатиме її поведінку [5]. Ключовими тут є поняття «ставлення», «цінність», «ціннісне ставлення». Ставлення – це вибірково встановлений у свідомості суб'єкта зв'язок із об'єктом оточуючого світу, що проявляється в раціональній (вербальна), емоційній (переживання, психічні стани), практичній (вчинок, поведінка) формі; цінність – це поняття, яке вказує на людську, соціальну і культурну значимість певних явищ та предметів дійсності. Цінність є світоглядною орієнтацією людини, уявленнями, які склалися в тій чи іншій культурі про ідеал, моральність, добро, красу. Відомо, що будь-які події та явища в природі, суспільстві, житті індивіда сприймаються ним не лише за допомогою науково обґрунтованих теорій, а й пропускаються через призму власного ставлення до них (емоційно-почуттєва сфера). Таким чином ціннісне ставлення – це такий зв'язок людини з різними предметами і явищами дійсності, що характеризується усвідомленням їх значимості, емоційно-позитивною оцінкою та виявляється у соціально-корисній діяльності суб'єкта. Це коли людина бачить у певних об'єктах, предметах, сутностях особисту, загальнолюдську чи національну значимість. Певні предмети та явища об'єктивного світу

оцінюються людиною крізь призму добра і зла, істини чи хибності, краси чи потворності, допустимого чи забороненого, справедливого чи несправедливого. У результаті, такі предмети набувають вартості чи девальвуються, тобто визначається, що є добрим чи поганим, красивим чи потворним, важливим чи малозначимим. В основі корпоративної культури відповідні цінності. Потрапляючи у ту чи іншу організацію індивід мусить прийняти її цінності, які пропагуються громадською думкою членів колективу, його лідерами.

Зосередимо увагу на походженні поняття «корпоративна культура». Поняття «корпоративна культура» складається із двох конструктів «корпорація» і «культура». Корпорація (від лат. «corpus» – тіло) – об'єднання, співтовариство, форма існування підприємства в якому сконцентровані виробничі потужності, капітали, людські ресурси [6]. Слово «культура» зафіксоване в праці Марка Порція Катона Старшого «De agri cultura» (III ст. до н. е.), присвяченій турботам землевласника, який обробляв землю з використанням рабської праці [7]. Поняття «культура» має багато визначень, походить від латинського «cultura» – обробіток, означає сукупність матеріальних та духовних цінностей, створених людством протягом його історії. Висловлюючись узагальнено, на наш погляд вдале визначення культурі дав італійський філософ доби Відродження Піко делла Мірандола, який зазначав, що усе створене людиною охоплюється поняттям «культура», те що не є продуктом творчості людини називаємо «природа».

Словосполучення «корпоративна культура» вперше використав у XIX столітті у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для визначення відносин в офіцерському середовищі [8]. Багато авторів визначають корпоративну культуру як систему загальної думки та цінностей, що сприймається всіма членами організації; як характерну рису, що відрізняє одну організацію від іншої. Наведемо кілька визначень поняття «корпоративна культура». Так, О. Крилов вважає, що корпоративна культура – це комплекс норм поведінки, філософії, ідеології та ціннісних орієнтацій організації, бездоказово прийнятих усіма її членами, що задає загальні рамки комунікації, прийняті більшістю колективу. Вона регламентує поведінку людини і дає можливість прогнозувати її реакції в критичних ситуаціях [9, с. 75].

У контексті педагогічної науки, корпоративна культура засвоюється людиною. Вона є її носієм. З огляду на це, предметом вивчення стає корпоративна культура особистості як інтегративне психологічне утворення. Таким чином, корпоративна культура інтериоризується особистістю, стає її внутрішнім надбанням, перетворюється у якість її душі і визначає поведінку. Враховуючи наукову традицію у руслі обраної теми, під поняттям «корпоративна культура члена колективу освітнього середовища аграрного університету» ми будемо розуміти інтегративне психологічне утворення, що включає усвідомлення індивідом приналежності до колективу університету, засвоєні знання про норм і правила етичної, відповідальної поведінки в освітянській спільноті, орієнтацію на загальнолюдські, національні та академічні цінності, мотив високих досягнень у засвоєнні та виробленні нових знань, освоєнні нових технологій конкурентоздатного, екологічнобезпечного виробництва, сталого розвитку суспільства, ефективних способів передачі досвіду і наукових надбань від покоління до покоління, навички і звички поведінки що приймаються і схвалюються в освітньому середовищі університету.

Важливою функцією корпоративної культури є підтримка кожного члена колективу, розкриття його індивідуальності, талантів. Таким чином корпоративна культура визначає ефективність функціонування тієї чи іншої організації та відповідно соціальне благополуччя, психологічний комфорт членів її колективу.

Формуючи корпоративну культуру університету реалізується «паралельна педагогічна дія» (А.Макаренко) коли ми опосередковано впливаємо на кожного члена університетського колективу. Корпоративна культура є візиткою кожного підприємства, організації, компанії у бізнесовому середовищі. У науково-освітньому просторі корпоративна культура виступає як система цінностей, іміджу вищих навчальних закладів, яка передбачає відповідальність кожного члена колективу один перед одним за реалізацію місії університету; наявність символіки (герб, прапор, гімн ВНЗ); традицій (відзначення свят, пам'ятних дат, відвідування концертів, виставок та інших культурно-просвітницьких заходів); побудову стосунків на засадах взаєморозуміння, співробітництва, гуманізації, етичних норм; здійснення якісної професійної підготовки, створення умов для розвитку професорсько-викладацького складу, студентів

відповідно до їх нахилів і обдарованості через залучення до участі у різних формах роботи таких як наукові конференції, гуртки, спортивні секції, студентське самоврядування, клуби за інтересами, семінари підвищення кваліфікації, педагогічної майстерності тощо [2].

Важливу роль у формуванні корпоративної культури відіграє феномен лідерства. Лідер – це і керівник організації, і його помічники за різними напрямками роботи і очільники різних структурних підрозділів університету. Корпоративна культура є стратегічним інструментом лідера організації. За його допомогою він орієнтує персонал на загальні цілі, місію організації, підвищує ініціативу членів колективу, забезпечує відданість загальній справі, полегшує спілкування. Лідер привносить в організацію цінності, норми, ідеї. Підлеглі наслідують його поведінку, стиль спілкування і керівництва. Згодом означені атрибути стають традицією організації. Так формується відданість корпоративним цілям та переконанням. Корпоративну культуру лідер формує з того моменту, коли наймає персонал для втілення генерованої ним ідеї або цілей, коли налагоджує комунікацію з підлеглими, розподіляє обов'язки, тому що корпоративна культура передбачає ієрархію і делегування повноважень [2].

Лідер здійснює значний вплив на засвоєння членами університетського колективу елементів корпоративної культури, насамперед цінностей, завдяки своїм комунікативним якостям, що дозволяють йому сприймати, засвоювати, передавати інформацію у процесі взаємодії з іншими індивідами [3]. Це підтверджують теорія рис, ситуативна теорія, цілий ряд гуманістичних теорій лідерства (ціннісного обміну, сервант-лідерства) [4]. Важливу роль у вихованні особистості студента відіграє саме керівник-лідер (менеджер підрозділу – декан, проректор, завідувач кафедри, наставник академічної групи) [11, 13].

В умовах сьогодення, важливим елементом корпоративної культури мають бути національні та патріотичні цінності. Будь-яке виховання завжди має бути національним, а від так ідеали варто пронизувати національно-патріотичним змістом. У цьому зв'язку доречним буде запитання, що слід вкладати у поняття «нація». Нацією вважають єдність поколінь людей – сучасних, минулих і майбутніх. Націю творить спільність походження (крові), території, мови, культури, традицій (О.Вишневський). Важлива ознака нації – це усвідомлення народом своєї окремоті. Іван Лисяк-Рудницький вважав, що нація – це народ, який хоче бути державою. Націю можна також розуміти, як спільноту людей, що населяють певну територію, об'єднані спільним минулим, походженням, культурою, мовою, вшануванням своїх героїв, відзначенням національних свят і пам'ятних дат.

Патріотизм (від гр. patriotes – Батьківщина) – любов до своєї Батьківщини, відданість своєму народу. Важливим для популяризації національно-патріотичних цінностей, актуалізації їх рамок корпоративної культури є знання лідером національної історії. Історична пам'ять дозволяє членам колективу університету визначитись щодо вибору майбутнього. У структурі національно-патріотичних цінностей мають бути не тільки трагічні сторінки нашого минулого. Як сильно підносять нас у національно-патріотичних почуттях перемоги наших героїв (Битва на Синіх Водах, Конотопська битва, Перемоги П. Сагайдачного тощо). Але національно-патріотичні цінності це не тільки перемоги, а й повсякденна праця в ім'я зміцнення і розбудови держави. Як писав І. Франко, «наш голосний, фразеологічний та в більшій частині нещирий, бо ділами не потертий патріотизм мусить уступити місце поважному, мовчазному, але глибоко відчутому народолюбству, що виявляє себе не словами, а працею». таким чином у контексті формування ціннісних орієнтирів членів колективу засобами корпоративної культури важливо звертати увагу на два пріоритети: 1) пантеон героїв; 2) свята і пам'ятні дати [12].

У частині формування корпоративної культури студентів університетів наук про життя і навколишнє середовище важливо приділяти увагу екологічним цінностям. Це впливає з того, що університету наук про життя і навколишнє середовище готують фахівця біономічних професій типу «людина-природа». З огляду на це, у членів колективу таких університетів корпоративна культура має розвивати здатності гармонійного співжиття з живою природою, довкіллям. Корпоративна культура має підкреслювати, що світ природи є середовищем існування людини, тому вона має бути зацікавлена в збереженні його цілісності, чистоти. Таким чином, екологічні цінності корпоративної культури університетів наук про життя і навколишнє середовище мають включати: потребу в гармонійному співжитті із природою, розумінні нероздільної цілісності людини, як частини біосфери, екологічні знання, уміння і

навички екологобезпечної поведінки, заходи із санації природного середовища. Сучасні біо-технології у веденні агрогосподарства не можна ввіряти аморальній людині, яка молиться «Золотому тельцю» – це небезпечно для майбутнього планети Земля. Генна інженерія, зміна автентичності живої природи згубно позначається на людині і перспективах її виживання. Екологічні цінності корпоративної культури університетів наук про життя і навколишнє середовище мають базуватись на філософсько-педагогічному принципі Йонаса, який гласить: «Людство має існувати», і сталого розвитку суспільства, що передбачає збереження екологічного балансу та використання природних ресурсів темпами, що дозволяють їм відновлюватись [14].

**Висновки і перспективи (Discussion).** Таким чином, словосполучення «корпоративна культура» вперше використав у XIX столітті у військовій термінології німецький фельдмаршал Мольтке для визначення відносин в офіцерському середовищі. Корпоративна культура є складним, інтегративним утворенням, включає цілий комплекс наукових проблем розв'язання яких можливе на міждисциплінарному рівні із застосуванням методології педагогіки, психології, соціології, менеджменту, лідерології, культурології. Корпоративна культура виробляє у членів певного колективу систему ціннісних ставлень до дійсності, а від так і ціннісний світогляд. Потрапляючи у ту чи іншу організацію індивід мусить прийняти її цінності, що пропагуються громадською думкою членів колективу, його лідерами. Вона є її носієм. У контексті педагогічної науки, корпоративна культура засвоюється людиною з огляду на це, предметом вивчення стає корпоративна культура особистості як інтегративне психологічне утворення. Таким чином, корпоративна культура інтериоризується особистістю, стає її внутрішнім надбанням, перетворюється у якість її душі що і визначає поведінку індивіда. Особлива шкала цінностей корпоративної культури в університетах наук про життя і навколишнє середовище, тому під поняттям «корпоративна культура» такого університету ми будемо розуміти інтегративне психологічне утворення, що включає усвідомлення індивідом приналежності до колективу університету, засвоєні знання про норм і правила етичної, відповідальної поведінки в освітянській спільноті, орієнтацію на загальнолюдські, національні та академічні цінності, мотив високих досягнень у засвоєнні та виробленні нових знань, освоєнні нових технологій конкурентоздатного, екологобезпечного виробництва, сталого розвитку суспільства, ефективних способів передачі досвіду і наукових надбань від покоління до покоління, навички і звички поведінки що приймаються і схвалюються в освітньому середовищі університету. Важливу роль у формуванні корпоративної культури відіграє феномен лідерства. Лідер – це і керівник організації, і його помічники за різними напрямками роботи і очільники різних структурних підрозділів університету. Корпоративна культура є стратегічним інструментом лідера організації. За його допомогою він орієнтує персонал на загальні цілі, місію організації, підвищує ініціативу членів колективу, забезпечує відданість загальній справі, полегшує спілкування.

Перспективами подальших досліджень може бути вивчення питань, що стосуються розробки технології виховання корпоративної відповідальності членів колективу університетів наук про життя і навколишнє середовище.

#### **Список використаних джерел**

1. Сергеева, Т. Б. Особенности корпоративной культуры образовательного учреждения / Т. Б. Сергеева, О. И. Горбатько // Педагогика. – 2006. – № 10. – С. 11–21.
2. Сопівник Р. Лідер як суб'єкт формування корпоративної культури / Сопівник Р. // Духовність особистості: методологія, теорія і практика: Збірник наукових праць. – 2013 - . Вип. 4 (57). – С. 186-192
3. Сопівник Р.В. Еволюція ідей відбору та формування якостей лідера у процесі фахової підготовки майбутніх аграріїв // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені В.Гнатюка. Серія: Педагогіка. – 2012. – №3. – С. 13-18
4. Сопівник Р.В. Ретроспективний аналіз основних теорій лідерства / Р. В. Сопівник // Вісник Національного університету оборони України. – 2012. – Вип. 4 (29). – С. 104–109.
5. Сопівник Р.В. Ціннісні орієнтири екзистенціалізму в контексті виховання особистості. // Духовність особистості: методологія, теорія і практика: Збірник наукових праць. – 2015 - . Вип. 2 (65). – С. 164-173.

6. Корпорація. Менеджмент, маркетинг. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/4282-korporatsiya.html>. – Назва з екрану
7. Культура. Походження поняття. Сутність культури. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Культура> – Назва з екрану.
8. Савчук, Л. Развитие корпоративной культуры в Украине / Л. Савчук, А. Бурлакова // Персонал. – 2005. – № 5. – С. 86–89.
9. Крылов А. Н. Корпоративная идентичность для менеджеров и маркетологов : учебное пособие / А. Н. Крылов. – М. : Издательство НИБ, 2004. – 226 с.
10. Сопівник Р. В. Експериментальна робота з удосконалення виховної роботи зі студентською молоддю / Р. В. Сопівник, І. В. Сопівник // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України / Серія «Педагогіка, психологія, філософія». – 2010. Вип. 155, Ч.1. – С. 282–286.
11. Сопівник Р.В. Планування виховної роботи у вищому навчальному закладі // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Педагогіка, психологія, філософія». – 2016. – № 239. – С. 229-234.
12. Сопівник, Р.В. Виховання і самовиховання на засадах національно-патріотичних цінностей: методичний посібник для студентів і науково-педагогічних працівників аграрних і природоохоронних ВНЗ / Р.В. Сопівник, Петрів Г.В. – К.: «ЦП «Компринт», 2014. –185 с.
13. Сопівник Р.В. Виховання особистості майбутнього фахівця агропромислової галузі крізь призму функцій наставника академічної групи // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія «Педагогіка, психологія, філософія». – 2015. – № 220. – С. 172-182.
14. Ніколаєнко С.М., Шинкарук В.Д., Рудень Д.М., Сопівник Р.В., Сопівник І.В., Петрів Г.В., Кушнір А.О., Мойсєєв В.В., Давидова О.П. Програма виховання студента: «Фахівець, громадянин, патріот». Навчально-методичний посібник / С.М.Ніколаєнко, В.Д.Шинкарук, Д.М.Рудень, Р.В.Сопівник, І.В.Сопівник, Г.В.Петрів, А.О.Кушнір, В.В.Мойсєєв, О.П.Давидова. – К.: «ACS-ACTIVE» 2016. – 76 с.

## References

1. Sergeeva, T.B., Gorbatko O.I. (2006) Osobennosti korporativnoy kulturyi obrazovatel'nogo uchrezhdeniya. Pedagogika. 10. 11–21.
2. Sopivnik R. (2013) Lider yak sub'ekt formuvannya korporativnoi kulturi. Duhovnist osobistosti: metodologiya , teoriya i praktika: Zbirnih naukovih prats. 4 (57). 186-192.
3. Sopivnyk R.V. (2012) Evoliutsiia idei vidboru ta formuvannya yakosti lidera u protsesi fakhovoi pidhotovky maibutnikh ahrariiv. Naukovi zapysky Ternopil'skoho natsionalnogo pedahohichnogo universytetu imeni V. Hnatiuka. Serii: Pedahohika. 3. 13–18.
4. Sopivnik R.V. (2012) Retrospektivniy analiz osnovnih teorii liderstva. Visnik Natsionalnogo Universitetu Oboroni Ukrayini. 4 (29). 104–109.
5. Sopivnyk, R.V. (2015) Tsinnisni oriientyry ekzystentsializmu v konteksti vykhovannia osobystosti [Valuable orientations of existentialism in the context of the education of the person] Duhovnist osobystosti: metodolohiia, teoriia i praktyka: Zbirnykh naukovykh prats, 2 (65), 164–173.
6. Korporatsiya. Menedzhment, marketing. Rezhim dostupu: <http://ukr.vipreshebnik.ru/entsiklopediya/4282-korporatsiya.html>.
7. Kultura. Pohodzhennya ponyattya. Sutnist kulturi. Rezhim dostupu: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Kultura>.
8. Savchuk, L., Burlakova A. (2005) Razvitie korporativnoy kulturyi v Ukraine. Personal. 5. 86–89.
9. Krylov A.N. (2004) Korporativnaia ydentychnost dlia menedzherov y marketolohov: uchebnoe posobyе. M.: Yzdatelstvo NYB. 226.
10. Sopivnyk, R.V., Sopivnyk I.V. (2010) Eksperymentalna robota z udoskonalennia vykhovnoi roboty zi studentskoiu moloddiu [Experimental work on improvement of educational work with students] Naukovyi visnyk Natsionalnogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy / Serii «Pedahohika, psykholohiia, filosofiia», 155/1, 282–286.

11. Sopivnyk, R.V. (2016) Planuvannia vykhovnoi roboty u vyshchomu navchal'nomu zakladi. Naukovyi visnyk Natsional'nogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Serii "Pedagogika. Psykhologia. Filozofia", 239, 229-234.

12. Sopivnyk, R.V. Petriv, H.V. (2014). Vyhovannia i samovyhovannia na zasadakh natsionalno-patriotychnykh tsinnosti: metodychni posibnyk dlia studentiv i naukovopedahohichnykh pratsivnykiv ahrarnykh i pryrodookhoronnykh VNZ [Vyhovannia i samovyhovannia na zasadakh natsionalno-patriotychnykh tsinnosti: metodychni posibnyk dlia studentiv i naukovopedahohichnykh pratsivnykiv ahrarnykh i pryrodookhoronnykh VNZ]. Kyiv: Kompynt, 185.

13. Sopivnyk, R. V. (2015) Vykhovannia osobystosti maibutn'ogo fakhivtsia agropromyslovoi haluzi kriz' pryzmu funktsii nastavnyka akademichnoi hrupy [Educating future specialist personality agro industry in the light of academic mentor functions] Naukovyi visnyk Natsional'nogo universytetu bioresursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy. Serii "Pedagogika. Psykhologia. Filozofia", 220, 172-182.

14. Nikolaienko S.M., Shynkaruk V.D., Ruden D.M., Sopivnyk R.V., Sopivnyk I.V., Petriv H.V., Kushnir A.O., Moisieiev V.V., Davydova O.P. Prohrama vykhovannia studenta: «Fakhivets, hromadianyn, patriot» [Student education program «specialist, citizen, patriot»]. Kiev: «Kompynt», 76.

## **ВЛИЯНИЕ СРЕДСТВ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ НА ФОРМИРОВАНИЕ ЦЕННОСТНОГО МИРОВОЗЗРЕНИЯ ЛИЧНОСТИ В УНИВЕРСИТЕТАХ НАУК О ЖИЗНИ И ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЕ**

**Р. В. Сопивнык**

**Аннотация.** В статье на основе аксиологического подхода раскрывается процесс формирования личности в среде корпоративной культуры университетов наук о жизни и окружающей среде. Реконструируется этимология и дается дефиниция понятию «корпоративная культура». Подчеркивается, что личность усваивает, переводит во внутренний план достижения корпоративной культуры университета, а потом становится ее ретранслятором и производит ее новое качество в собственной субъективной интерпретации. Отмечается, что особое место в корпоративной культуре университетов наук о жизни и окружающей среде отводится валеоэкологическими ценностям (ценности человеческого здоровья и живой природы). Проводятся аналогии между педагогией параллельной педагогического воздействия А.С.Макаренко и влиянием корпоративных ценностей на формирование социально востребованных психологических образований личности. Подчеркивается роль лидеров (авторитетных руководителей) в формировании корпоративной культуры университета.

**Ключевые слова:** корпоративная культура, аксиологический подход, лидер как субъект формирования корпоративной культуры университета, корпоративная культура университетов наук о жизни и окружающей среде, валеоэкологические ценности корпоративной культуры.

## **INFLUENCE OF CORPORATE CULTURE MEANS ON THE FORMATION OF A VALUABLE PEACE WORLDVIEW IN UNIVERSITY SCIENCE ON LIFE AND ENVIRONMENT**

**R.V. Sopyvnik**

**Annotation.** In the article, based on the axiological approach, the process of personality formation in the environment of corporate culture of the universities of life sciences and the environment is revealed. The etymology is reconstructed and the definition of "corporate culture" is given. It is emphasized that the personality assimilates, translates into the internal plan the achievements of the corporate culture of the university, and then becomes its repeater and produces its new quality in its own subjective interpretation. It is noted that a special place in the corporate culture of the universities of life sciences and the environment is given to valeoecological values (values of human health and wildlife). Analogy between the pedagogy of the parallel pedagogical influence of AS Makarenko and the influence of corporate values on the formation of socially demanded psychological personality formations is conducted. The role of leaders (authoritative leaders) in the formation of the corporate culture of the university is underlined.

**Keywords:** corporate culture, axiological approach, leader as a subject of formation of

УДК 373-053.5: 316.752

**ВИХОВАННЯ ЦІННІСНОГО СТАВЛЕННЯ ДО ЖИТТЯ  
В УЧНІВ МОЛОДШОГО ШКІЛЬНОГО ВІКУ**

**І. В. СОПІВНИК**, доктор педагогічних наук, доцент, професор кафедри  
соціальної педагогіки та інформаційних технологій в освіті

*E-mail:* [sopivnyk\\_i@nubip.edu.ua](mailto:sopivnyk_i@nubip.edu.ua)

**О.А. ОСТРОВСЬКА**, магістрант гуманітарно-педагогічного факультету

*E-mail:* [olenaostrovaska71@gmail.com](mailto:olenaostrovaska71@gmail.com)

**Національний університет біоресурсів і природокористування України**

**Анотація.** У статті розкрито аксіологічний підхід у вихованні дітей молодшого шкільного віку. Подано результати діагностики схильності до суїцидальної поведінки учнів четвертого класу. Обґрунтовано шляхи виховання ціннісного ставлення до життя в учнів молодшого шкільного віку: інтеграція зусиль фахівців різних галузей до роботи із учнями; формування сприятливо життєвого середовища навколо дітей; цілеспрямоване виховання ціннісного ставлення до життя під час аудиторної та поза аудиторної роботи; формування у школярів готовності до протидії життєвим труднощам, страхам, розвиток стресостійкості.

**Ключові слова:** цінності, аксіологія, ціннісна сфера особистості, ціннісне ставлення, ціннісне ставлення до життя, схильність до суїцидальної поведінки.

**Актуальність (Introduction).** Однією із найважливіших цінностей є життя людини. Проте, на різних етапах життєдіяльності трапляються різноманітні труднощі під впливом яких людина втрачає особистісні смисли життя та віру в свої сили. Результати соціально-психологічних досліджень свідчать, що 27,2% дітей віком 10-17 років іноді втрачають бажання жити, 17,8% – вважають, що нікому немає до них справ, 25,5% – не завжди можуть розраховувати на допомогу близької людини, 51,9% – не стримуються в ситуації конфлікту [2]. За даними державного комітету статистики щорічно в Україні покінчують життя самогубством близько 10000 осіб. Особливою групою ризику щодо суїцидів є підлітки та молодь. Саме тому необхідно вивчати схильність до суїцидальної поведінки в дітей молодшого шкільного віку та розробляти шляхи виховання ціннісного ставлення до життя у дітей.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій (Analysis of recent researches and publications).** Висвітленню аксіологічних питань присвячені праці таких дослідників як В. Абушенко, С. Анісімов, І. Бех, О. Бікла, Г. Васянович, О. Вишневський, О. Головаха, С. Гончаренко, Н. Дмитрук, І. Зязюн, А. Кавалеров, М. Каган, С. Кіреєв, О. Лимарчук, І. Мостова, Л. Овсянецька, В. Огнев'юк, В. Оржеховська, Г. Падалка, О. Савчук, М. Сметанський, Р. Сопівник, Н. Ткачова, Г. Шевченко, В. Шелепа та ін. Цінність людини відображена у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених (Є. Бондаревська, Б. Братусь, М. Боришевський, Т. Буякас, Є. Клімов, О. Кононко, С. Максименко, В. Роменець, Г. Шевченко та ін.)

**Мета (Purpose) статі** полягає в обґрунтуванні шляхів виховання ціннісного ставлення до життя в учнів молодшого шкільного віку.

**Методи (Methods).** У процесі дослідження застосовано ряд методів науково-педагогічного дослідження, зокрема: аналіз, узагальнення, опитування (діагностика схильності до суїцидальної поведінки за Горською М.В.).

**Результати (Results).** Дослідники виділяють десять основних мотивів суїцидальної поведінки серед молоді, зокрема: переживання образи, самотності, відчуженості, неможливість бути зрозумілим; реальна або уявна втрата батьківської любові, нерозділене кохання, ревності; переживання, пов'язані із смертю одного з батьків, розлученням батьків; почуття