

# ФІЛОСОФІЯ ОСВІТИ PHILOSOPHY OF EDUCATION

УДК 808.5:[378.011.3-051:159.923.33-028.46]:[174:005.95/96]

DOI <https://doi.org/10.26661/hst-2022-12-89-09>

## СУЧАСНІ ЕТАЛОНИ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ВИКЛАДАЧА ВИЩОЇ ШКОЛИ

ОЛЕКСАНДР, ТУРЧАК<sup>1</sup>  
МАРІЯ, ПОЦЮРКО<sup>2</sup>  
ІРИНА, ГУЗЕНКО<sup>3</sup>  
АНАСТАСІЯ, ГУЗЕНКО<sup>4</sup>

### Анотація

Творчі та ініціативні викладачі постійно оновлюють власні професійні компетентності. Систематично займаючись саморозвитком, викладач успішно реалізовує свої вміння. Критерії професійності викладачів аналізували такі науковці, як В. Андрєєв, Д. Богоявленська, Н. Вишнякова, А. Деркач, Ю. Орлов, Д. Чернілевський. Про саморозвиток особистості дізнаємось із праць К. Абульханової-Славської, В. Зінченко, В. Кан-Калика, С. Максименко, В. Маралова, Б. Мастерова, Н. Нікітіної, М. Поташника, С. Сисоєвої, В. Сластьоніна, Л. Хомич. **Метою статті** є дослідження емпіричної складової особистісних можливостей викладача вищої школи, який є творцем педагогічної дійсності. **Завдання статті**: висвітлити сутність та зміст показників корпоративної культури викладача вищої школи. **Аналіз сучасних досліджень**: результатом самовдосконалення викладача вищої школи є зростання ефективності навчального процесу. У професійному зростанні викладача беруться до уваги особистісні характеристики, а саме: індивідуальний стиль, творчий підхід, спосіб мислення та властивості мовлення. **Метами дослідження** було обрано метааналіз інформаційних джерел, емпіричні спостереження, системний підхід. **Постановка проблеми**: проаналізувати сформовані еталони корпоративної культури викладача. Результат дослідження. Корпоративна культура є системою, що мотивує співробітників, орієнтована на створення і використання знань через макроуправління (програми для організації) і мікроуправління (індивідуальний підхід). Корпоративна культура є тією силою внутрішнього середовища організації, що визначає групову та індивідуальну поведінку співробітників. Тому доцільно говорити про корпоративність, яка характеризує найвищий ступінь інтеграції. Це об'єднання не тільки за функціями діяльності, а й за людськими відносинами всередині організації та за ставленням до організації загалом, її місії, цілей та стану. Корпоративні цінності регулюють взаємовідносини з колегами, це повага, толерантність, комунікабельність, співпраця, партнерство, взаємодопомога, уважність, а у спільній діяльності складаються групові цінності.

**Ключові слова**: викладач вищої школи, корпоративна культура, мовлення, професіоналізм, заняття, аудиторія.

### Corresponding author:

<sup>1</sup> доктор юридичних наук, професор кафедри гуманітарних дисциплін, Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського (Львів, Україна)  
E-mail: [turchak71@ukr.net](mailto:turchak71@ukr.net)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-1806-5289>

<sup>2</sup> кандидат філософських наук, старша викладачка кафедри гуманітарних дисциплін, Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського (Львів, Україна)  
E-mail: [maryzakala@gmail.com](mailto:maryzakala@gmail.com)

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7767-719X>

<sup>3</sup> старша викладачка кафедри гуманітарних дисциплін, Львівський державний університет фізичної культури ім. І. Боберського (Львів, Україна)  
E-mail: [huzenko.i@gmail.com](mailto:huzenko.i@gmail.com) ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0822-065X>

<sup>4</sup> випускниця біологічного факультету, бакалавр, Львівський національний університет ім. І. Франка (Львів, Україна)  
E-mail: [huzenko.i@gmail.com](mailto:huzenko.i@gmail.com)  
ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4882-9577>

**Актуальність теми дослідження.** Професійна компетентність професорсько-викладацького складу проявляється через інноваційну й організаційну діяльність. Інновації у вищій школі зумовлюють нововведення у навчальному процесі. Найперше, таким чином, зростає рівень підготовки молодих спеціалістів. У навчальний процес завдяки інноваціям інтегровані такі компоненти, як методологія творчості, принципи інноваційної діяльності.

Викладач вищої школи є носієм корпоративної культури закладу. Його знання і поведінка уніфіковані у термінах нових розділів наукових знань. Сучасний викладач набуває певні вміння, просторові знання у процесі комунікації (проксемика); удосконалює жести, рухи, вирази обличчя

(кінестетика); розподіляє час та обирає життєві цінності (хронеміка); застосовує невербальні елементи голосу, такі як сміх, інтенсивність і немовні висловлювання на кшталт «ех», «гм» (парамова); мовчання; послуговується доторками для комунікації (хаптика); має власну систему поглядів у процесі комунікації (окулістика); підбирає стиль одягу та формує зовнішній вигляд відповідно до ситуації (Nikitenko et al., 2017).

У корпоративній культурі викладача вищої школи береться до уваги його вміння вести професійну діяльність, а також його особистісні цінності, які проявляються у вмінні привернути увагу студента, подати інформацію лаконічно, просто і зрозуміло, сформулювати мотивацію до засвоєння теми.

### **Виклад основного матеріалу**

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій, з яких започатковано розв'язання даної проблеми**

У професійному зростанні викладача беруться до уваги особистісні характеристики, а саме: індивідуальний стиль, творчий підхід, спосіб мислення та властивості мовлення. Науковиця А. Маркова вводить у професійні компетентності мотиваційну складову. Творчий потенціал викладача вивчали Л. Бандура, І. Зязюн, О. Абдуліна, Ю. Кулькоткін, М. Євтух, Б. Шиян, А. Макаренко та ін.), мовну грамотність – І. Бех (Бех, 1998), І. Барановський (Барановський, 2001), С. Світлична (Світлична, 2012), становлення та розвиток розумного суспільства як високорозумної, високотехнологічної та високоінтелектуальної спільноти, яка потребує відповідної корпоративної культури викладача вищої школи (Andriukaitiene et al., 2017).

В освітньому середовищі заохочується креативність, психологічна й інтелектуальна самостійність студентів. «Студент – ключова особа у виші, його навчання доцільно проводити в атмосфері творчості, з акцентом на таких діях: «збережи», «допоможи», «навчи», «не завадь», «не зашкодь» (Барановський, 2001).

Емоційне й чітке мовлення викладача на занятті створює настрій і контролює увагу. Викладач використовує різноманітні тональності спілкування, стежить за поставою; враховує рівень уваги студентів. В утримуванні уваги діє правило контрасту. Викладач, відновлюючи увагу аудиторії, може дещо сповільнювати мову, акцентувати на слові або ж говорити слово по складах. Будь-яка зміна ритму і мовлення посилює увагу,

тема має бути простою, але цікавою. Зміст сприйметься легко, коли у темі є дві-три смислові частини. Скажемо словами Сократа: «Заговори, щоб я тебе побачив».

Особливості аудиторії, які викладач постійно аналізує, – це вік, освітній рівень, підготовка, знання теми. На утримування уваги аудиторії впливає її чисельність. У групі з 15-20 осіб діалог зі студентами триваліший.

Від початку заняття викладач керує увагою аудиторії: розповідаючи цікавий сюжет чи випадок, запитує у студентів їхню думку, наводить приклад авторитетного джерела, скажімо, науковця, громадського діяча чи письменника. Успішна тема – це тема, насичена фактами, в якій викладач подає особисте ставлення до фактів, дає їм оригінальну інтерпретацію, формуючи відповідну європейську гуманістичну візію в управлінні людським розвитком як основа досягнення прогресу та формування корпоративної її культури (Воронкова та ін., 2021).

Загалом викладач, підготувавши тему, запитує себе: Чи зрозуміло буде студенту головна думка теми? Чи розкрита тема? Чи є актуальною? Чи витримана структура? Чи нормативною є мова у підготовленому тексті? (беремо до уваги: норми літературної вимови, правильність мовлення, виразність, чіткість, тембр голосу, невербальні засоби спілкування...). Чи цікавим є виклад теми? Чи є розкриття теми переконливим? Чи вдасться утримати увагу аудиторії? Чи добре спланований контакт з аудиторією? Чи використані цитати, поетичні рядки?

У наукових дослідженнях (Л. Виготський, Ю. Кулюткін, Д. Познер, І. Семенов, С. Степанов) говорять про мовну грамотність, зокрема про її функції під час спілкування: інформаційно-пізнавальні (важлива інформація, соціальний досвід та культурна спадщина формують світогляд); регульовально-комунікативні (взаєморозуміння між суб'єктами навчального процесу); розвивальні (позитив у стосунках: взаємодоповнення, взаємозбагачення, взаємоповага, співпраця, співпереживання); рефлексивні (самореалізація, саморозвиток) (Чайка, 2011).

Запитання упродовж заняття концентрують увагу і спонукають замислитися. Втому чи напругу в аудиторії зніме жарт, цікава історія. На завершення теми викладач повторює основні думки, робить висновки і відповідає на запитання.

На думку французів, кращий експромт готують заздалегідь. Однак досвідчені педагоги застосову-

ють імпровізований текст. У невимушеному спілкуванні з аудиторією встановлюється позитивний контакт. Природа людини здебільшого візуальна. У мисленні слово замінює образ. Візуальними на занятті є наочні матеріали, слайди з використанням проєктора.

Допомагають підтримувати увагу такі програмні продукти: інформаційно-пошукові системи, електронні таблиці, системи управління базами даних, а також електронні записники і календарі. Мультимедійному продукту притаманний ефект присутності, у якому взаємодіють візуальні й аудіоефекти. Працює правило: «краще один раз побачити, ніж сто разів почути».

У корпоративній культурі викладача вітається правильно поставлений голос, дихання, відпрацьована чітка дикція (Шеломенцев, 2003). Доцільно використовувати вправи для тренування виразного мовлення. Скажімо, фразу промовляємо з різними інтонаціями. Наприклад, кажемо слово «вітаю» радісно, оптимістично, здивовано, нейтрально, задіюємо палітру відтінків емоцій – і текст звучатиме значно емоційніше, цікавіше.

Функція скоромовок – розвивають дикцію, виробляють вміння вимовляти уривки текстів з чіткою артикуляцією, швидко, з різною інтонацією (здивування, цікавість). Правила дикції скоромовок добре засвоюються тихим голосом. Поступово тон і ритм підвищують. Приємний текст скоромовки додає настрою.

У четвер четвертого числа о четвертій дня у центрі столиці садівник розсадивникувався. Та так розсадивникувався, що разом з садом троянд висадив ще й сад азалій.

За годину були у печі смачні та гарячі пшеничні калачі. І хвалили молодці ті млинці на молоці і гарячі калачі, що пеклися у печі.

Коржі – з медом, коржі – з маком, і смаження – з пастернаком, і галушки – з лютим перцем, господиню з добрим серцем. Тож хочеш їсти калачі – не лежи на печі!

Після кількох тренувань темп читання скоромовок збільшують і доводять до найшвидшого, стежачи за якісною артикуляцією.

Рухи тіла «промовляють» до аудиторії. Мовою тіла демонструють увагу до співрозмовника, наприклад, зосереджують погляд, посміхаються при вітанні. Незацікавлення співрозмовників один одним проявляється у відсутності зорового контакту. Коли розмова викликає втому та нудьгу, то людина штучно позіхає чи зітхає. Ознакою надмірного контролю є охоплення усієї аудиторії

поглядом. Підготовлений лектор проявляє емоцію задоволення.

Розпрацьовують голос вправою «людина-оркестр». Протяжно вимовляємо голосні – цей образ має назву «естонець». Швидко начитуємо – цей образ має назву «коментатор». Говоримо максимально монотонно – цей образ має назву «зануда». Промовляємо короткі фрази і кожну завершуємо гучно – цей образ має назву «конференсьє».

У комунікативних вправах передбачаються ситуативні мовленнєві дії студентів. Визначальні риси цього типу вправ – наявність мовленнєвого завдання (наприклад, з'ясувати щось, дати комусь пораду, висловити захоплення). Найчастіше використовують умовні ситуації. Головною їхньою ознакою є наявність мовленнєвого стимулу, який повинен викликати відповідні реакції, тобто необхідність у комунікації. Отже, комунікативні завдання містять мовний матеріал з мовленнєвими ситуаціями, найбільш типові – розпитати, запропонувати, повідомити, заперечити, пояснити, оцінити, обґрунтувати. Створення ситуації – це важливий початок професійної практики. Навчальна ситуація заохочує студента до ведення діалогу. Виникає мовленнєвий стимул висловити прохання, згоду, згогад, запевнення, вибачення, привітання, подяку. При правильно створеній ситуації мовлення природне, як і в процесі звичайного спілкування. З досвіду можна стверджувати, саме тоді студенти легко підбирають потрібні репліки, їхня мовленнєва реакція, зазвичай, невимушена. Наведені складні питання переходять у цікаву, активну дискусію.

Оволодіння новими риторичними конструкціями – елемент професійної підготовленості і загальної культури. Форми передачі знань, такі як діалог, ділові ігри, бесіди, дискусії, виголошення промов розвивають мовлення студентів, вчать їх правильно мислити, обґрунтовано висловлювати думки, активізують пізнавальну діяльність, поглиблюють знання, професійні якості, підвищують інтелектуальний, культурний, творчий потенціал студентів і мовну грамотність (Товарніченко, 2020).

Відомий філософ Конфуцій висловлювався щодо мовної проблематики: «Якщо мова не є правильна, то вона не означає того, що має означати, а тоді моральність і всяке мистецтво почнуть занепадати, справедливість зійде на манівці» (Конфуцій, 2012).

На переконання вчених, під час спілкування недоречними є: погрози; негативна критика; образливі порівняння, прізвиська; нагадування про обов'язки: «ти не повинен»; «ти не маєш права»; натяки: «поводься належно і я допоможу тобі»; упереджений діагноз мотивів поведінки: «у тебе нема бажання займатися тренуванням»; зміна теми: «це цікаво, але пропоную поговорити про спорт».

Викладачі звертаються до студентів на «Ви», уникають наказового тону, підвищення голосу, викладач тактовно запитує: «Чи є у Вас труднощі з відповіддю?» або «Чи не надати Вам ще час, щоб обміркувати відповідь?».

Організовані, самостійні, здібні студенти стають успішними в отриманні знань, умінь, навичок, які раніше могли бути відсутні. Здібності проявляються в усіх видах діяльності (загальні розумові здібності, пам'ять, увага) (Voronkova et al., 2020). Засвоєння знань шляхом активізації мовленнєвого процесу формує у студентів високу мовленнєву культуру, розвиває індивідуальні здібності й таланти. Викладачі вищої школи систематично удосконалюють та індивідуалізують навчальний процес. Вони збільшують обсяг індивідуальної роботи із студентами та удосконалюють форму контрольних занять, виділяють максимальну кількість часу фаховим умінням, навичкам з метою здобуття належного обсягу знань. Усе це сприяє якісному підходу до навчального процесу, в якому активізується саморозвиток особистості студента, удосконалюється його мовна грамотність.

Повнота засвоєння теми залежить від зацікавленості студентів предметом, від наукового і педагогічного досвіду викладача, від низки методичних прийомів, якими користується досвідчений викладач, щоб тримати увагу аудиторії.

Студент у соціумі використовує нові знання й ділиться навиками з колегами, дискутує, переконує. Викладач мотивує студента до застосування отриманих у процесі навчання вмінь, навичок, знань і якостей.

Вміння працювати з інформацією й надалі підтримувати рівень компетентності додає кваліфікації. Мотиваційним стимулом діяльності є професійне визнання.

Корпоративні цінності регулюють взаємовідносини з колегами, це повага, толерантність, комунікабельність, співпраця, партнерство, взаємодопомога, уважність. Цінності людини є одним із джерел мотивації поведінки. У спільній діяльності складаються групові цінності. Поняття «цін-

нісні орієнтації» за змістом є близьким до таких термінів, як «цінності», «мотив», «потреби», «установка», «диспозиція», «особистісний сенс», «переконання». Особливості побудови і змістове наповнення ціннісних орієнтацій (за М. Раїтіною) визначають світоглядні орієнтири особистості.

На думку В. Беніна, професійний колектив викладачів продукує власні культурні цінності, відбувається формування і розвиток професійної свідомості. Цінності освіти зумовлюють здатність відтворювати кращі зразки матеріальної і духовної культури європейської візії пізнання людини як найвищої цінності гуманізму (Воронкова та ін., 2022). Ефективні комунікації є запорукою рейтингових показників вищої школи. На ринку освітніх послуг появились нові формати документів, такі як кодекс корпоративної культури, кодекс корпоративної етики та ін. Корпоративна культура виконує два важливих завдання: зовнішня адаптація до змін у навколишньому середовищі і внутрішня інтеграція.

Культурне поле колективу, на думку Т. Соломанідіної та В. Соломанідіна, є частиною соціального простору суспільства. Соціально-психологічну сутність корпоративної культури розкривають через такі параметри: інтеграція (створення ефективних ділових відносин); диференціація (як уточнення поняття «унікальність») та адаптація, яка забезпечує стабільність у змінних умовах.

Корпоративною пресою є: газети, журнали, також радіопередачі. У практиці формування корпоративної культури інтернет-ресурси, зокрема сайти, форуми, групи у вайбер, телеграм, месенджері фейсбуку, забезпечують як зовнішні, так і внутрішні комунікаційні процеси колективу. Корпоративні медіа формують комунікаційні процеси, серед найновіших: шерінг (Knowledge Sharing розподілення знань) і партиципація (Participation).

Згідно з основними положеннями Knowledge Management (управління знаннями) – одного з напрямів менеджменту закладу – корпоративна культура діє як посередник між особистісним і організаційним знанням, визначаючи, які знання належать закладу, а які – особистостям і групам. До освітнього колективу, на думку японських дослідників І. Нонака та Х. Такеучі (Нонака, 2003), мають входити практики, організатори та ідеологи знання.

В основу діяльності освітньої установи покладені трудові взаємовідносини між адміністрацією



і викладачами, між колегами викладачами, між викладачами та студентами, між викладачами та іншими співробітниками.

У колективі формуються шаблони взаємодії (М. Лоуїс): 1. Відкрите пряме запитання. 2. Опосередковане запитання. 3. Запитання третій особі. 4. Непряма розмова, що спонукає до відвертості. 5. Аналіз поведінки особи у певних ситуаціях. 6. Загальне спостереження за процесами у колективі (Д. Ньюстром і К. Дейвіс).

З позиції менеджменту, «виноградна лоза» – це стійкий канал зворотного зв'язку, за яким керівник аналізує діяльність викладачів навчального закладу, а викладачі мають сформовану думку про стиль керівництва.

У корпоративних організаціях поширення набув такий вид комунікації як *networking* або *networks* – «створення кола знайомств». Це тактика налагоджування необхідних зв'язків, знайомства з людьми і подальше використання цих знайомств.

Комунікація всередині навчального закладу – це двобічний потік інформації інтелектуального чи емоційного змісту з урахуванням зворотного зв'язку, коли одна сторона отримує інформацію й одночасно відповідає на неї.

Особливий спектр засобів налагоджування комунікації у вищій школі простежується у міжособистісному спілкуванні. У такому спілкуванні переважає емоційна інформація (Череп А., 2020).

У діловому спілкуванні основна інформація є предметною, раціональною. У неофіційному спілкуванні є не соціальна роль, а особисті якості людини, світ її інтересів та почуттів, її індивідуальність.

У системі вищої освіти переважно використовується етичне регулювання корпоративної поведінки викладачів. Законодавчі норми регулюють лише зовнішні межі корпоративної культури, а всі інші аспекти мають етико-культурній регуляції. Корпоративна поведінка співробітника регулюється ставленням інших людей (колеги, адміністрації), їх очікуванням від працівників певних дій, що відповідають ситуації, яка склалась. Соціальні, рольові очікування (експектації) – це, зазвичай, неформалізовані вимоги, приписи моделей соціальної поведінки, відносин та ін., які набувають форми очікування певної поведінки. Очікування відображають моделі поведінки, відносин, без яких група не може функціонувати. Ці очікування можуть бути зумовлені кількома чинниками: вимогами, що

висуваються до певних соціальних ролей у конкретному колективі викладачів і зумовлені специфікою функціонування вищого навчального закладу, груповими нормами, цінностями, традиціями; вимогами, які висувають один одному учасники спільної діяльності і які залежать від їхніх індивідуально-психологічних особливостей (Л. Карамушка).

Створення у навчальному закладі умов для підтримки автономності викладача, його компетентності сприяє його задоволенню роботою, а отже, можна говорити про його психологічне благополуччя. Такі засоби, як подяка, винагорода та ін. підсилюють мотивацію.

Отже, з одного боку, корпоративна культура впливає на зміну ціннісних орієнтацій, а відтак, і на мотивацію, з іншого, людина визначає наскільки прийнятними для неї є цінності закладу.

#### **Висновки з дослідження і перспективи**

На професійне зростання викладача й реалізацію його як творчої особистості впливає такий важливий чинник як корпоративна культура вищого навчального закладу. Ефективність викладача як представника освітньої корпорації залежить від його взаємодії зі студентами, з колегами, з адміністрацією у межах корпоративної культури закладу.

Корпоративна культура є тією силою внутрішнього середовища організації, що визначає групу та індивідуальну поведінку співробітників. Тому доцільно говорити про корпоративність, яка характеризує найвищий ступінь інтеграції: це об'єднання не тільки за функціями діяльності, а й за людськими відносинами всередині організації та за ставленням до організації загалом, її місії, цілей та стану (Е. Коротков).

На практиці перевіряють істинність знань, їхню корисність, коли набувають нового досвіду. Стимулюють використання викладачами нових знань різними формами визнання та матеріальними заохоченнями, кар'єрним зростанням (Voronkova and Kyvliuk, 2017).

Організаторами знання є менеджери середніх ланок, ідеологами – керівництво, а практиками знання найчастіше є викладачі та інші працівники освітніх установ. Викладачі накопичують, генерують та оновлюють знання, вони володіють новітньою інформацією з освітніх тем, нових технологій. Практик знання має професійні якості: високі інтелектуальні показники; впевненість; досвід; комунікабельність, вміння розвивати діалог; відвертість. Організатори знання змінюють

реальність, трансформуючи знання, тобто перетворюючи неформалізовані образи та уявлення у формалізовані: це нові дії, технології, продукти, послуги. Якщо практики знання повинні знати «що є», то ідеологи знання повинні знати, що має бути. Ідеологи знання працюють із системою цінностей (Курчученко, 2019).

Корпоративна культура є системою, що мотивує співробітників, вона орієнтована на створення

і використання знань через макроуправління (програми для організації) і мікроуправління (індивідуальний підхід). Освітні установи замінюють лінійно-функціональну організаційну структуру на гнучкіші: матричні, дивізійні і проєктні. Західні дослідники аналізують застосування адаптаційних методів у менеджменті навчальних закладів з 1980-х рр. і реалізують свої напрацювання (Чепелюк, 2014).

#### Список використаних джерел

Andriukaitiene Regina, Voronkova V.H., Kyvliuk O.P., Nikitenko V.A. Formation and development of smart society as high-minded, high-tech and high-intelligent community. *Humanities Bulletin of Zaporizhzh State Engineering Academy*, 2017. Вип.71. С. 17-25.

Барановський І. Напрями духовного оновлення українського виховання: Духовні засади українського виховання. Зб. наук. праць. Львів, 2001. С. 2-17.

Бех, І. Особистісно зорієнтоване виховання: Науково-метод. посіб. Київ: ІЗМН, 1998. 204 с.

Воронкова В.Г., Нікітенко В.О., Череп А.В., Череп О.Г. Європейська гуманістична візія в управлінні людським розвитком як основа досягнення прогресу. *Modern trends in science and practice. Volume 1 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services*, 2021. С. 24-30.

Воронкова В. Г., Череп А.В., Череп О.Г. Європейська візія пізнання людини як найвищої цінності гуманізму. *Modern trends in science and practice. Volume 2 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services*, 2022. С. 71-80.

Voronkova Valentyna, Puchenko Oleg, Azhazha Marina. Globalization and global governance in the fourth industrial revolution (industry 4.0). *Humanities Studies*, 2020. Вип. 4(81), С. 182-20.

Voronkova Valentina and Kyvliuk Olga, Individual at the educational space of smart-society, *Interdisciplinary Studies of Complex Systems*, 2017. 10-11 P. 88-95

Курчученко Микола. The impact of digital technologies on the development of human and social capital in the conditions of the digitalized society. *Humanities Studies*. 2019. Вип. 1(78), С. 108-129

Конфуцій. Изречения / Перев. И. Семененко. Харьков: Фолио, 2012. С. 132.

Nikitenko Vitalina, Andriukaitiene Regina, Puchenko Oleg. Formation of sustainable digital economical concept: challenges, threats, priorities. *Humanities Studies*. 2019. Випуск 1(78). С. 140-153.

Нонака И. Компания – создатель знания. Зарождение и развитие инноваций в японских фирмах / И. Нонака, Х. Такеучи; пер. с англ. Москва: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2003. 384 с.

Світлична С. Педагогічні принципи у гуманістичній виховній парадигмі. Основні парадигми педагогіки та психології в XXI столітті: матер. міжнар. наук.-практ. конф. (Одеса, Україна 22–23 червня 2012 р.). Одеса: Південна фундація педагогіки, 2012. С. 89-92.

Tovarnichenko Vladimir. Pseudoscience and information security in smart – society. *Humanities Studies*. 2020. Випуск 1(78). С. 15-26.

Чайка В. Основы дидактики. Київ: Академія, 2011. С. 115-235.

Чепелюк М. І. Дослідження змісту поняття «корпоративна культура» у відповідності до сучасних економічних реалій. Економічний розвиток держави та регіонів в умовах трансформаційних змін: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Дніпро, 26 – 27 вересня 2014 року). Дніпро: НО «Перспектива», 2014. С. 125-126.

Шеломенцев В. М. Етикет і сучасна культура спілкування: Навч. посібн. Київ: Лібра, 2003. С. 117-156.

Cherch A., Voronkova V., Andriukaitiene R., Nikitenko V. The concept of creative digital technologies in the tourism business in the conditions of digitalization *Humanities Studies*. 2020. Випуск 5(82). С. 196-209.

#### References

Andriukaitiene, Regina, Voronkova, V.H., Kyvliuk, O.P., Nikitenko, V.A. (2017). Formation and development of smart society as high-minded, high-tech and high-intelligent community. *Humanities Bulletin of Zaporizhzh State Engineering Academy*. Вип.71. 17-25.

Baranovskyi, I. (2001). Directions of spiritual renewal of Ukrainian education: Spiritual principles of Ukrainian education // *Collection. of science works Lviv*. 2-17.

Beh, I. (1998). Personally oriented education: Scientific method. manual K.: IZMN. 204.

Воронкова, В.Г., Нікітенко, В.О., Череп, А.В., Череп, О.Г. (2021). Європейська гуманістична візія в управлінні людським розвитком як основа досягнення прогресу. *Modern trends in science and practice. Volume 1 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing Services.* 24-30.

Воронкова, В. Г., Череп, А.В., Череп, О.Г. (2022). Європейська візія пізнання людини як найвищої цінності гуманізму. *Modern trends in science and practice. Volume 2 : collective monograph / Compiled by V. Shpak; Chairman of the Editorial Board S. Tabachnikov. Sherman Oaks, California : GS Publishing. Services.* 71-80

Voronkova, Valentyna, Puchenko, Oleg, Azhazha, Marina (2020). Globalization and global governance in the fourth industrial revolution (industry 4.0). *Humanities Studies. Вип. 4(81).* 182-20.

Voronkova Valentina, Kyvliuk Olga (2017). Individual at the educational space of smart-society, *Interdisciplinary Studies of Complex Systems.* 10-11. 88-95

Kyrychenko, Mykola (2019). The impact of digital technologies on the development of human and social capital in the conditions of the digitalized society. *Humanities Studies. Вип. 1(78), С. 108-129*

Confucius (2012). *Sayings / Trans. I. Semenenko. Kharkiv: Folio.* 132.

Nikitenko, Vitalina, Andriukaitiene, Regina, Puchenko, Oleg (2019). Formation of sustainable digital economical concept: challenges, threats, priorities. *Humanities Studies. Випуск 1(78).* 140-153.

Nonaka, I. (2003). The company is a creator of knowledge. Origin and development of innovations in Japanese firms / I. Nonaka, H. Takeuchi; trans. with English Moscow: CJSC Olymp – Business. 384.

Svitlichna, S. (2012). Pedagogical principles in the humanistic educational paradigm / S. Svitlichna // Basic paradigms of pedagogy and psychology in the 21st century: Mater. international science and practice conf. (Odesa, Ukraine, June 22–23, 2012). Odesa: Southern Foundation of Pedagogy. WITH. 89-92.

Tovarnichenko, Vladimir (2020). Pseudoscience and information security in smart – society. *Humanities Studies. 2020. Випуск 1(78).* 15-26.

Chaika, V. (2011). *Basics of didactics. Kyiv: Academy.* 115-235.

Chepelyuk, M. I. (2014). Researching the content of the concept of "corporate culture" in accordance with modern economic realities. Economic development of the state and regions in conditions of transformational changes: materials of the international scientific and practical conference (Dnipro, September 26-27, 2014). Dnipro: BUT «Perspektiva». 125-126.

Shelomentsev, V. M. (2003). *Etiquette and modern culture of communication: Education. Manual. K.: Libra.* 117-156.

Cherap, A., Voronkova, V., Andriukaitiene, R., Nikitenko, V. (2020). The concept of creative digital technologies in the tourism business in the conditions of digitalization *Humanities Studies. Вип. 5 (82).* 196-209.

**TURCHAK, OLEKSANDR** – Doctor of Law, Professor of the Department of Humanities

Ivan Boberskyi Lviv State University of Physical Culture (Lviv, Ukraine)

E-mail: [turchak71@ukr.net](mailto:turchak71@ukr.net)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-1806-5289>

**POTSYURKO, MARIA** – a senior lecturer at the Department of Humanities

Lviv State University of Physical Culture named after I. Boberskyi (Lviv, Ukraine)

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

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7767-719X>

**GUZENKO, IRYNA** – a senior lecturer at the Department of Humanities

Lviv State University of Physical Culture named after I. Boberskyi (Lviv, Ukraine).

E-mail: [huzenko.i@gmail.com](mailto:huzenko.i@gmail.com)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-0822-065X>

**GUZENKO, ANASTASIYA** – bachelor of the Faculty of Biology, Lviv National University named after I. Franka, str. 1 Universytetska St., Lviv, Ukraine

E-mail: [huzenko.i@gmail.com](mailto:huzenko.i@gmail.com)

ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-4882-9577>

## MODERN STANDARDS OF THE CORPORATE CULTURE OF A HIGH SCHOOL TEACHER

### Abstract

Creative and proactive teachers constantly update their professional competences. By systematically engaging in self-development, the teacher successfully implements his skills. The criteria of teachers' professionalism was analyzed by such scientists as V. Andreev, D. Bogoyavlenska, N. Vyshniakova, A. Derkach, Yu. Orlov, D. Chernilevsky. Self-development as a part of individual person was researched in the works of K. Abulkhanova-Slavka, V. Zinchenko, V. Kan-Kalyk, S. Maksymenko, V. Maralov, B. Masterov, N. Nikitina, M. Potashnyk, S. Sysoeva, V. Slastyonin, L. Khomych. **The purpose** of the article is to study the empirical component of the personal capabilities of a teacher of a higher school, who is the creator of pedagogical reality. **The task** of the article is to highlight the essence and content of indicators of the corporate culture of a teacher of a higher school. **Analysis of modern research:** the result of self-improvement of a higher school teacher is an increase in the effectiveness of the educational process. In the professional growth of a teacher, personal characteristics are taken into account, namely: individual style, creative approach, way of thinking and speech properties. Meta-analysis of information sources, empirical observations, systematic approach were chosen as **research** methods. Statement of the problem: to analyze the established standards of the corporate culture of the teacher. Research result. Corporate culture is a system that motivates employees, oriented to the creation and use of knowledge through macro-management (programs for the organization) and micro-management (individual approach). Corporate culture is the force of the internal environment of the organization that determines the group and individual behavior of the employees. Therefore, it is appropriate to talk about corporativeness, representing the highest level of integration. This integration is not only about the functions of the activity, but also about the human relations within the organization and the attitude to the institution as a whole, its mission, goals, and status. Corporate values regulate the interaction with colleagues, respect, tolerance, communication, cooperation, partnership, mutual assistance, respect, and group values are formed in a joint activity.

**Key words:** teacher of a higher school, corporate culture, speech, professionalism, classes, audience.

© The Author(s) 2022

This is an open access article under  
the Creative Commons CC BY license

Received date 12.07.2022

Accepted date 01.08.2022

Published date 12.08.2022

**How to cite:** Турчак, Олександр, Поцюрко, Марія, Гузенко, Ірина, Гузенко, Анастасія. Сучасні еталони корпоративної культури викладача вищої школи. Humanities studies: Collection of Scientific Papers / Ed.V. Voronkova. Zaporozhzhia: Publishing house "Helvetica", 2022. 12 (89). P. 84–91.  
doi: <https://doi.org/10.26661/hst-2022-12-89-09>