

середнього росту), особливостей його тілобудови (худорлява, схильна до повноти, гладка), характеристики постави й ходи (оратор має гарну чи сутулу поставу, легку ходу чи шкучильгає). Добиралися найбільш ефективні з позиції психологічного й етичного впливу на публіку рухи – енергійні, різкі чи повільні.

Окремо тренувалися певний вираз обличчя і міміка залежно від тематики й змісту промови. Наприклад, виголошуючи вітальні промови акцент робився на привітному й усміхненому виразі обличчя, навпаки у жалобних промовах перевага надавалась серйозній і стриманій міміці. Відповідно добирався темп промови – жвавий, енергійний чи повільний, приглушений.

У практичний завданнях знайшли відображення поведінка й мова промовців у незручних ситуаціях публічних виступів. З кожним трапляється, що під час промовипадають на підлогу аркуші паперів із нотатками, окуляри, олівець тощо. Тому студенти вчилися не розгублюватись і поводитись тактовно у таких змодельованих незручних ситуаціях. Особливих труднощів завдавало студентам публічне спілкування з категорією слухачів, які мають особливі потреби. Зокрема, тактовним уважається під час зустрічі з людиною, у якої права рука чи кисть ампутована або деформована, все одно подається їй своя правиця на ознаку ставлення до неї як до повноцінного члена суспільства без принизливих знижок на каліцтво.

Усне опитування і виконання контрольних вправ по закінченню вивчення цих тем з риторики дають підстави стверджувати, що студенти достатньою мірою засвоїли етикетні методи риторичного аргументування, принципи безконфліктного спілкування і безконфліктної полеміки, прийоми мовленневої культури оратора з етикетними формулами звертання, ввічливості, вибачення, погодження, непогодження, набули вмінь коректно здійснювати комунікацію за незручних ситуацій спілкування.

#### **Список використаних джерел:**

1. Робоча програма з риторики для студентів усіх напрямів підготовки: затв. на засіданні кафедри культурології Херсонського державного університету протокол від 28.08.2019 р. № 1 / розроб. Н. І. Чабан. Херсон: ХДУ, 2019. 20 с.
2. Чабан Н.І. Навчально-методичний посібник з риторики. Херсон: ХІОІ ХНУВС, 2007. 101 с.

**Чеботаєва О.М.,**  
кандидат історичних наук, доцент кафедри  
культурології ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

## **КОРПОРАТИВНА КУЛЬТУРА В СИСТЕМІ ПІДГОТОВКИ МЕНЕДЖЕРІВ СОЦIAЛЬНО-КУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ**

Універсальний характер прояву культури в людському бутті обумовлює необхідність виокремлення найрізноманітніших видів, форматів й конфігурацій культури в якості самодостатніх предметів культурологічного дослідження. Один з таких форматів позначається поняттям «корпоративна культура» й розглядається в якості ціннісно-нормативної основи соціального управління будь-яким підприємством, установою або організацією. **Культурологічний підхід в управлінні** сформувався як відповідь на потребу **консолідації** всього персоналу установи навколо її основних цілей і завдань при необхідності постійних змін в діяльності установи в умовах сучасного динамічного ринку. На практиці корпоративна культура проявляється в системі цінностей, притаманних конкретній організації, наприклад: в загальних принципах ведення справи; в традиціях організації та особливостях її життєдіяльності; в специфічних нормах міжособистісних стосунків; в офіційній місії установи та неформальних переконаннях її співробітників; в системі комунікацій та навіть в так званому корпоративному «фольклорі», тобто в основних трендах обговорення виробничих ситуацій у неформальній, неофіційній обстановці.

Поняття «корпорація» є достатньо широким, багатозначним. Цим поняттям позначаються не лише великі суб'єкти міжнародних господарчих зв'язків, а й інші інститути трудової сфери, зокрема, й будь-які **союзи, товариства або сукупності осіб, що об'єдналися для досягнення спільної мети й мають статус юридичної особи** [ 8, с. 13]. Дослідники висловлюють одностайну думку, що значення корпоративності в соціальній філософії та соціології управління суттєво посилюється у зв'язку з переходом суспільства від **культури промислового виробництва** епохи модерна до **культури виробництва послуг** епохи постмодерна. В контексті цього переходу формується корпоративна організаційна структура, призначена здійснювати інтеграцію економічної ефективності з господарською **етикою** та **естетикою**. Саме тому відомий німецький соціальний філософ Петер Козловські визначальною рисою духу сучасної економіки вважає корпоративізм, впроваджений гаслом **«Корпорація понад усе!»** [Див.: 8, с. 37].

Виконання менеджерських функцій в різних соціально-культурних установах, так само як і управління власними турфірмами, івент-агентствами, підприємствами готельного й ресторанного бізнесу і т.д. вимагатимуть від випускників Миколаївської філії Київського національного університету культури і мистецтв певного рівня компетентності в питаннях корпоративної культури. Тому висвітлення відповідних питань в контексті навчального процесу доцільно передбачити при формуванні навчальних планів і робочих програм для студентів менеджерських спеціальностей. Спроба ж практичної реалізації цієї ідеї дозволяє краще прояснити як наявний стан, так і перспективи подальшої розробки проблем корпоративної культури в сучасній культурологічній науці.

Серед першочергових завдань науковців ми б назвали, передовсім, **необхідність уточнення понятійного апарату**. Адже сьогоднішня ситуація характеризується відсутністю єдиного розуміння дослідниками змісту поняття «корпоративна культура». Показником цього є, наприклад, той факт, що поняття «корпоративна культура» в літературі досить часто ототожнюють з поняттями «організаційна культура», «підприємницька культура», «виробнича культура», «ділова культура» тощо. Багато авторів акцентують увагу на тому, що всі ці поняття близькі, тісно пов'язані, але нетотожні [8, с. 45, 58]. Проте, в жодному джерелі нам поки що не вдалося знайти більш-менш переконливий варіант їхнього розмежування.

Специфічний зміст поняття корпоративної культури, як і будь-якої іншої культури взагалі, важко піддається оформленню в стислу вербалну дефініцію (в стислий варіант визначення) через те, що ми маємо справу із структурно складним утворенням, компоненти якого знаходяться між собою в непростих нелінійних зв'язках.

Корпоративна культура – це достатньо складна система різнопланових соціокультурних компонентів, що, в кінцевому рахунку, посилює цілісність соціальної організації й співпричетність всіх працівників до реалізації її цілей і завдань. Корпоративну культуру можна визначити як комплекс думок, еталонів поведінки й способів ведення справи, настроїв, символів, відносин, що поділяються абсолютною більшістю членів організації й обумовлюють її відмінність від інших компаній. Корпоративна культура базується як на загальнолюдських моральних принципах, так і на специфічно професійних цінностях, нормах, традиціях і т.д. Вона пояснює й виправдовує сенс існування того чи іншого напряму професійної діяльності (в нашому випадку – соціокультурної діяльності).

Корпоративна культура консолідує членів колективу й надає їм спільне бачення основних виробничих проблем та способів їх вирішення на основі визнаних досягнень та взірців поведінки. Функціональне призначення корпоративної культури полягає в **посиленні ефективності** процесів зовнішньої адаптації й внутрішньої інтеграції працівників. Це робить корпоративну культуру одним з ключових інструментів управління людськими ресурсами й обумовлює доцільність уваги до корпоративної культури в навчально-виховному процесі підготовки майбутніх менеджерів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Биков В., Пичко Н. Корпоративная культура в системе социально-трудовых отношений // Общество и экономика. – 2009. – № 3. – С. 136–144.

2. Бок Л. Робота рулить! Уроки Googl: правила гри у команді мрії / Пер. з англ. А. Дудченко. – Київ : Наш Формат, 2007. – 424 с.
3. Гавкалова Н. Л. Організаційна та корпоративна культура: визначення та особливості // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 19. – С. 4–6.
4. Капитонов Э.А., Зинченко Г.П., Капитонов А.Э. Корпоративная культура: теория и практика. – Москва : Альфа-Пресс, 2005. – 352 с.
5. Козлов В.В. Корпоративная культура: Учебно-практ. пос. – М.: Изд-во «Альфа-Пресс», 2009. – 304 с.
6. Колесников А.В. Корпоративная культура современных организаций: Курс лекций. – Москва :Альфа-Пресс, 2011. – 448 с.
7. Корпоративная культура : навч. посібн. / Під заг. ред. Г.Л. Хаєта. – Київ: Центр навч. літ-ри, 2003. – 403 с.
8. Макеев В.А. Корпоративная культура как фактор эффективной деятельности организации: Монография / Под ред. В.Д. Грибова. – Москва : ЛИБРОКОМ, 2012. – 248 с.

**Шеремет В. В.,**  
викладач кафедри музичного мистецтва  
ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

## **БАЯННО - АКОРДЕОННЕ МИСТЕЦТВО ХХІ СТОЛІТТЯ ПІВНІЧНОГО ПРИЧОРНОМОР'Я**

Художня культура Північно-причорноморського регіону України представлена багатьма жанрами мистецтва, зокрема музичного, розвиток яких на теренах регіону зумовлений певними історичними та соціокультурними-чинниками. Одним з таких жанрів виступає баянно-акордеонне інструментальне мистецтво, яке у ХХІ столітті набуло новітніх форм, синтезувало художні традиції культури регіону та акумулювало у собі здобутки національного та світового музично-виконавського інструменталізму і тому посідає значне місце в культурі регіону.

Питання функціонування виконавства на народних інструментах, зокрема на баяні та акордеоні, в контексті вивчення традиційних культур північнопричорноморського регіону розглянуті у роботах О.Макаренка [1], В.Другальова [2], В.Іванова [3], у спеціальному дослідженні І.Мацієвського[4].

Роль народно-інструментального жанру в освітньому процесі мистецьких навчальних закладів, вивчали П.Вакулин[5]. В.Євдокімов [6], О.Макаренко[7].

Проблеми розвитку академічного народно-інструментального мистецтва регіону, з яких питому вагу складає коло питань саме баянно-акордеонного виконавства, – представляють публікації викладачів Одеської національної музичної академії В.Власова [8], В.Євдокімова [6], В.Мурзи[9], І.Єргієва [10], А.Черноіваненко [11].

Баянно-акордеонне мистецтво входить в культурне життя мешканців регіону і на художньо-побутовому рівні, – як елемент організації дозвілля людей, і на мистецько-освітньому рівні, – як простір для залучення молоді до світу музики, музичної самодіяльності та канал для самовираження і самореалізації, а також, на високому музично-естетичному рівні, що продовжує попередній рівень, – як сформована школа баянно-акордеонного мистецтва із повним комплексом характерних ознак. Серед таких ознак, – наявність на теренах регіону повної ланки спеціальної музичної освіти від початкової до вищої фахової, наявність професійних концертних виконавців та кола композиторів, які пишуть музику для баяна та акордеона, а також, розвиток конкурсно-фестивального руху, який є однією з рушійних сил професіоналізації та популяризації баянно-акордеонного мистецтва в регіоні.

Функціонування баянно-акордеонного виконавства на аматорському рівні представлено участю зазначених інструментів у складі багатьох самодіяльних колективів Херсонщини, Миколаївщини, Одеської, які за напрямком представляють здебільшого фольклоризм (вторинний фольклор, проте в