

Розділ 1

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ШКОЛИ

CHAPTER 1

ACTUAL ISSUES OF THE HIGHER EDUCATION

УДК 378.147.227

DOI: 10.31376/2410-0897-2020-3-44-10-19

СОЦІАЛЬНО-ГУМАНІТАРНИЙ КОНТЕКСТ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ПОЛІТОЛОГА

Марусинець Мар'яна Михайлівна

доктор педагогічних наук, професор кафедри психології і педагогіки
Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова
e-mail: marusynetsm@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-9935-3337

Долгопол Олена Олександрівна

кандидат педагогічних наук, старший викладач кафедри мовної підготовки, педагогіки та психології
Харківський національний університет міського господарства імені О.М. Бекетова
e-mail: dolgop_helen@ukr.net
ORCID ID: 0000-0002-9545-2290

У статті розглянуто поняття «професійний імідж політолога». Проаналізовано особливості формування цього поняття: публічність професії, комунікативні здібності, особистісні риси. Визначено зовнішні (етикет, естетичний образ фахівця) та внутрішні (система цінностей, рівень інтелектуального і духовного розвитку, ерудиція) складники іміджу політолога. На основі проведеного анкетування студентів Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова спеціальності «Політологія» та соціологічного опитування респондентів різних вікових та соціальних груп виявлено загальні риси «ідеального» образу політолога; визначено вимоги до професійного іміджу: керованість, результативність, позитивність, гармонійність. Порушено проблему формування іміджу сучасного політолога під час вивчення дисциплін соціально-гуманітарного циклу. Доведено, що використання в навчальному процесі особистісно орієнтованих технологій навчання (технологій проблемного навчання, інтерактивних технологій, проєктних технологій), дидактичних та рольових ігор, а також індивідуалізація процесу навчання дозволяють сформувати імідж успішного політолога.

***Ключові слова:** імідж, професіоналізм, професійний імідж, підготовка політолога, педагогічні технології, функції іміджу.*

Постановка проблеми. У сучасному політичному житті особливе місце відведено політологам. Люди цієї професії, як правило, працюють в аналітичних центрах, громадських організаціях, інформаційних агенціях, реалізують свої компетентності в засобах масової інформації, на посадах консультантів, експертів, помічників народних депутатів різних рівнів та ін. Сучасний політолог – це не завжди публічна особа, яка прямо впливає на думку громадян промовами, публікаціями, інтерв'ю, участю в токшоу тощо. Часто це особа, яка публічно чи опосередковано впливає на настрої, поведінку, установки людей сучасними спеціальними засобами, серед яких блоги, веб-сайти, рекламні проспекти тощо. У зв'язку з цим актуальною є проблема іміджу політолога. Його формування починається з перших занять у закладі вищої освіти під час вивчення української та іноземної мов, соціології, економіки, культурології, конфліктології, історії, філософії, педагогіки, психології. Важливо навчити майбутнього політолога створювати позитивний образ за допомогою зовнішніх та внутрішніх показників. Таку можливість мають викладачі дисциплін соціально-гуманітарного циклу. Під час проведення семінарських та практичних занять педагоги мають змогу застосовувати інтерактивні технології, творчий, проблемно-пошуковий та частково-пошуковий, дослідницький методи. На лекціях для вирішення поставленого завдання ефективними є евристичні бесіди, проблемне викладання з опорою на самостійну, творчу пізнавальну діяльність студентів.

Аналіз останніх публікацій за проблематикою та визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проблема іміджу ділової людини досліджувалася з давніх часів. Відомо, що Платон, Арістотель, Н. Макіавеллі, З. Фрейд, М. Вебер порушували питання зовнішніх і внутрішніх ознак ідеального політика, позитивного іміджу політика, державотворця, викладали думки з приводу того, які чесноти та риси характеру потрібні можновладцю, правителю для успішної кар'єри та визнання.

Сучасні наукові публікації з проблем іміджу охоплюють як професійну діяльність особистості, так і соціальну сферу її життя; площину психології особистості фахівця, етики та етикету, ділової комунікації. В основу нашого дослідження покладено ідеї, висловлені в таких працях: Г. Ле Бона («Психологія мас»), в якій автор на підставі аналізу поведінки та особливостей сприйняття образів людським загалом запропонував образ ідеального політика [24]; В. Шепеля («Іміджологія. Як подобатися людям»), в якій дослідник виробив концепцію створення привабливого іміджу та надав рекомендації щодо гуманітарної складової освіти та правил поведінки викладачам, іміджмейкерам, менеджерам сервісного бізнесу, спеціалістам «паблік рілейшнз» як основи створення позитивного іміджу [25]; К. Плешакова («Політична реклама»), в якій автор сконцентрував увагу на особливостях сприйняття політиків аудиторією, аналізі текстів їхніх політичних виступів та програм, основах створення політичної реклами [5].

Серед досліджень, присвячених психологічним основам іміджу, можна виокремити праці харківських дослідниць: М. Мазоренко, в яких авторка розкриває питання соціально-психологічних механізмів створення іміджу, психологічної структури іміджу професіонала, психологічних складових іміджу сучасного фахівця [11; 12; 13]. Питання сутності, функції, структури професійного іміджу фахівця розкриває О. Митцева [16]. На важливість застосування активних методів у процесі підготовки фахівців соціономічних професій наголошує М. Марусинець [15].

В епоху науково-технічного прогресу, бурхливого розвитку ІТ-сфери на особливу увагу заслуговують праці з проблеми створення іміджу засобами масової інформації, серед них – книга А. Мозоліна, присвячена методичним основам аналізу іміджу та його ролі в інформаційному просторі [17].

На сьогодні велику кількість наукових праць присвячено іміджу викладача, вчителя: О. Гунченко «Імідж викладача вищої школи» [4]; М. Навроцька «Імідж педагога в освітньому просторі» [18]; І. Волинець «Особистісний імідж сучасного педагога загальноосвітнього навчального закладу» [3]; Г. Євтушенко «Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування» [6] та ін.

Для нашого дослідження важливими є наукові праці, присвячені іміджу політика, у яких віддзеркалені сутнісні характеристики понять «політик», «політолог», «політичний лідер»; функції, соціальна значущість і практична спрямованість (розвідки А. Акайомової, С. Денисюк, В. Корнієнко, Л. Малишенко, О. Симоненко). За вченими, політик і політолог – суттєво різні професії, тож на окрему увагу заслуговує як визначення поняття «імідж політолога», так і аналіз його специфічних рис особистості, особливостей діяльності та функцій. На сьогодні існує потреба у визначенні педагогічних технологій, методів та форм роботи зі студентами спеціальності «Політологія», які найбільше сприяють формуванню в них позитивного професійного іміджу. Вирішення цих проблем дозволить обрати оптимальні шляхи підготовки політологів, розробити більш ефективно-методично-дидактичне забезпечення соціально-гуманітарних дисциплін.

Мета статті – дати визначення поняття «імідж політолога», проаналізувати його специфічні зовнішні та внутрішні компоненти, визначити ефективні технології, методи та форми роботи зі студентами спеціальності «Політологія», що сприяють формуванню позитивного іміджу та успішній професійній кар'єрі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Успішно створений імідж – це запорука успіху, визнання, популярності, лідерських позицій, впливу на певну аудиторію. На сьогодні поняття іміджу вивчається філософами, політологами, психологами, соціологами, педагогами.

Визначення іміджу в загальному розумінні поняття дав П. Берд: «Імідж – це повний образ особистості, в якому найяскравіше втілене те, як особистість виглядає, говорить, одягається, діє; її вміння триматися, постава, поза і мова тіла, аксесуари» [2, с. 112]. Політолог вивчає владно-політичні відносини на місцевому, національному та глобальному рівнях (politics, policy, polity), зокрема політичні ідеї та концепції, проблеми влади та публічної політики, формальні та неформальні політичні інститути та процеси, політичну поведінку, політичну культуру та ідеологію, світову політику та політику окремих країн та регіонів [22, с. 125].

Специфіка діяльності політолога полягає у постійній комунікації з різними соціальними групами людей, у створенні публіцистичних текстів різних жанрів, у вмінні корегувати почуття, настрої, інтереси аудиторії та протистояти маніпулятивним впливам з боку опонентів тощо. У цьому випадку доцільно згадати визначення іміджу, що дав А. Панасюк: «Імідж людини – це думка про неї в групі людей на підставі сформованого в їхній психіці образу цієї людини, що виник внаслідок прямого контакту з цією людиною чи з інформації про цю людину, отриманої від інших людей; власне, імідж людини – це те, який вигляд вона має в очах інших людей» [20, с. 21]. Ураховуючи реалії сьогодення, у яких політолог активно взаємодіє у соціальних мережах, блогах, на сайтах, форумах, визначення В. Королька: «Імідж – це мислене уявлення про людину, товар чи інститут, який цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою publicity, реклами або пропаганди» [9, с. 87] повніше відображає специфіку діяльності зазначеного фахівця.

Важливим для нашого дослідження є визначення професійного іміджу, дане О. Митцевою: «Професійний імідж – уявлення про людину як представника певної професії; враження, створюване навколо конкретної особи з метою її популяризації як фахівця чи професіонала, здійснення емоційно-психологічного впливу на думку оточуючих (керівництва, колег, партнерів та ін.)» [16, с.191]. Дійсно, імідж політолог має велику емоційну силу, що проявляється у вмінні привертати увагу аудиторії до своєї позиції, не залишати сумнівів у викладених думках, «завойовувати» прибічників у конкурентів, робити зі слухачів і глядачів односторонніх. На підставі визначення іміджу, даного зазначеними дослідниками, під іміджем політолога розуміємо певний синтетичний образ, котрий створюється у свідомості людей відносно конкретної особи/професіонала; містить у собі значний обсяг емоційно забарвленої інформації про його сприйняття і спонукає до певної соціальної поведінки, реакції, активності. На наш погляд, таке визначення враховує специфіку діяльності фахівця та враховує його особистісні та фахові риси.

У 90-х роках ХХ століття виокремилася галузь наукового дослідження – іміджологія – «сучасна наука про формування професійного іміджу, технології самопрезентації, без чого неможливий успіх в будь-якій професійній сфері діяльності» [24, с. 285]. Професійний політолог повинен знати її основи, за необхідності звертатися за порадами до професіоналів у сфері іміджмейкінгу. Для того щоб політолог уже на початку кар'єри був обізнаний з основами іміджології, програмою підготовки фахівця передбачено спеціальні курси «Основи іміджології», «Іміджологія та паблік-релішнз (система зв'язків з громадськістю)», в яких майбутні фахівці вивчають публічний імідж-образ, створений об'єктом, суб'єктом для отримання зворотного зв'язку з масовою аудиторією. Також великі можливості для цього є у дисциплін соціально-гуманітарного циклу.

На сьогодні 42 українські виші здійснюють підготовку здобувачів вищої освіти за спеціальністю «Політологія». Анкетування студентів 1–2 курсів спеціальності «Політологія», проведене на базі Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова, соціологічне опитування респондентів різних вікових та соціальних груп (усього взяли участь в опитуванні 120 осіб), аналіз наукових джерел дали змогу окреслити позитивний імідж політолога. На основі спостережень студентів за роботою відомих політологів на загальнонаціональних каналах телебачення та радіомовлення визначено імідж «ідеального», «середнього» і «поганого» політолога. Середньостатистичний ідеальний політолог має не лише привабливий, доглянутий зовнішній вигляд, а й знає та розуміє емоції, прагнення, уподобання, пріоритети та проблеми аудиторії; уміє формувати стратегію поведінки з різними

віковими та соціальними групами людей, безпосередньо та опосередковано впливати на думку електорату; а також переконливо й аргументовано залучає на свій бік майбутніх послідовників.

Позитивний імідж політолога підкріплюється фактами його публічного життя як чесною, справедливою людиною, професіоналом, психологом, який розуміє, приймає і поважає достоїнства інших людей. Як показали результати дослідження, зовнішні атрибути і риси (приваблива зовнішність, акуратність, модний стиль одягу, почуття гумору, артистичність, енергійність, культура мовлення, виразність жестів і міміки) залишаються для аудиторії не менш важливими за гуманістичну спрямованість у відносинах (такт, емпатія, справедливість, порядність, об'єктивність, толерантність, доброзичливість, щедрість, готовність надати психологічну підтримку). Виявлено, що учасники опитування та анкетування під поняттям «імідж політолога» розуміють багатоаспектний професійно-особистісний образ з урахуванням соціальних особливостей фаху, що розкривається переважно в комунікативному компоненті діяльності. Таке бачення образу політолога дає змогу викладачам вишів обрати не знанневоцентристський, а особистісно орієнтований підхід до навчання політологів.

Стандарт вищої освіти за спеціальністю 052 «Політологія» галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти, прийнятий у 2020 році [25], визначає загальні та професійні компетентності випускника зазначеного фаху.

Таблиця 1

Загальні та професійні компетентності випускника спеціальності «Політологія»

Загальні компетентності	Професійні компетентності
здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу;	вміння написати аналітичний документ з аналізу політичних подій та процесів.
уміння виявляти, ставити і розв'язувати дослідницькі питання;	вміння надати професійний коментар в мас-медіа стосовно політичних подій та процесів.
здатність застосовувати набуті знання та навички у практичних ситуаціях;	обізнаність зі здобутками класичної та новітньої політичної думки.
здатність діяти відповідально із дотриманням етичних засад у професійній діяльності;	обізнаність зі здобутками української політичної науки.
здатність до навчання та опанування нових сучасних знань;	уміння аналізувати, інтерпретувати та оцінювати політичні явища та політичні процеси в Україні та світі, використовуючи теоретичні підходи та методи політичної науки.
здатність до роботи із джерелами, до пошукової роботи, обробки та аналізу інформації;	обізнаність з політичними вченнями, теоріями та методологічними підходами, які застосовуються у політології.
формування навичок використання інформаційних і комунікаційних технологій;	вміння орієнтуватися у питаннях внутрішньої та зовнішньої політики держав та у питаннях міжнародних відносин.
презентаційні навички, здатність доказово та аргументовано викладати результати власного дослідження;	обізнаність з типами та способами ухвалення політичних рішень.
комунікаційні навички, здатність спілкуватися із представниками професійної спільноти.	уміння розв'язувати конфлікти, вести переговори.

Учасники опитування та анкетування надали безперечну перевагу професіоналізму політолога, розуміючи під цим поняттям глибину і широту знань, фахову й загальну ерудицію, здібність доступно пояснювати складні суспільні явища і процеси, креативність мислення. Зважаючи на підсилену увагу суспільства до думки професіоналів щодо суспільно-політичних процесів у країні та за кордоном, зростає увага як до вербальних, так і до невербальних засобів

спілкування політолога. Відомості про позитивний імідж політолога дали можливість створити його збірний негативний образ, складовими якого є погані відносини з оточенням, недовіра й засудження з боку інших, порушення моральних норм професійної діяльності, а також непривабливий зовнішній вигляд. Аналіз отриманих у ході анкетування та опитування відомостей дав змогу визначити завдання щодо формування позитивного іміджу політолога для викладачів, які забезпечують викладання соціально-гуманітарних дисциплін студентам спеціальності «Політологія».

Формування більшості загальних та окремих професійних компетентностей можливо забезпечити у процесі вивчення дисциплін соціально-гуманітарного циклу шляхом упровадження особистісно орієнтованих технологій з урахуванням проблемного навчання, інтерактивних та проєктних технологій.

Технологія проблемного навчання (на сьогодні деякі вчені визначають як метод, методику, тип навчання) належить до групи особистісно орієнтованих технологій навчання, дозволяє на заняттях з соціально-гуманітарних дисциплін навчити студентів вирішувати проблемні питання на прикладі зразків рішень, аналізувати проблеми і виробляти рішення, будувати й аргументувати докази, освоїти алгоритми виходу з проблемних ситуацій. У межах технології проблемного навчання на семінарських та практичних заняттях з соціально-гуманітарних дисциплін доцільно застосовувати такі методи:

1. Проблемний виклад матеріалу, який полягає у сформульованих викладачем проблемних питаннях і ситуаціях, демонстрації варіантів їх аналізу та вирішення, а також у з'ясуванні ставлення студентів до запропонованих версій аналізу і прийнятого рішення.

2. Частково-пошуковий (евристичний) метод, який реалізується включенням суб'єктів у процес обговорення, аналізу та вирішення проблемної ситуації; пошукова діяльність студентів здійснюється під контролем викладача.

3. Дослідницький метод полягає у залученні студентів до процесу формулювання проблемного завдання, у виборі інструментів і методів вивчення, визначенні цілей і завдань, а також розробленні програми дослідження, відборі бази, визначенні учасників взаємодії і обробці отриманих результатів [19, с. 78].

Лекції в класичній (очній) формі дозволяють викладачам застосовувати діалогові форми роботи, активізувати діяльність студентів проблемними питаннями. Дистанційний формат у системах Moodle, Google Classroom, Teams для студентів спеціальності «Політологія» дає змогу викладачам опанувати більшу кількість проблемних методів. Проблемні ситуації на лекціях дозволяють спрямувати розумову діяльність студентів на вирішення складних проблем шляхом «творчого мислення, активізації інтелектуального, творчого та мотиваційного капіталу» [19, с. 75]. Лекція в дистанційному форматі дозволяє реалізувати такі методики проблемної технології навчання: проблемний виклад, спільне навчання, дослідження, творче навчання.

Набуття нових знань і конкретних компетентностей майбутнім політологом є найефективнішим за умови використання в навчальному процесі *інтерактивних технологій*. Практичні та семінарські заняття з психології, соціології, економіки, культурології, історії, філософії, педагогіки та української й іноземної мов дозволяють навчити студентів-політологів аналізувати інформацію, творчо підходити до засвоєння навчального матеріалу; формулювати власну думку, чітко й правильно її висловлювати; доводити свою позицію, аргументувати й дискутувати, поважаючи альтернативну думку опонента; моделювати соціальні ситуації, збагачуючи власний соціальний досвід шляхом включення в життєві ситуації, їх моделювання; будувати конструктивні взаємини у групі з перспективою вибудови таких відносин у майбутній трудовій діяльності, уникаючи конфліктів, знаючи шляхи їх розв'язання, уміючи шукати компроміси. Одним із ефективних методів інтерактивного навчання є *брейнстормінг* – інтерактивний мозковий штурм, ефективний для створення креативних ідей. На заняттях з соціально-гуманітарних дисциплін він реалізується в таких різновидах: структуровані та неструктуровані обговорення; реверсивне мислення; будівництво номінальних групових відносин;

онлайн-штурми (чати, форуми, листування у соцмережах); створення мап командних ідей; загальні групові походи; індивідуальний брейнстормінг. Ефективними є такі види організації навчання: робота в парах, групові дискусії, аналіз реальних проблем, сесія «запитання – відповідь». Наприклад, семінарські заняття із соціології відбуваються у форматі токшоу (за прикладом телеканалів «UA: Перший» програма «Зворотній відлік», «Інтер» програма «Велика політика з ...»), Перший Національний «Дебати PRO»), у процесі підготовки до яких студенти розподіляють ролі, готують відповіді на запитання в межах заявленої теми, а під час проведення – вчать публічних виступів, майстерності самопрезентації, етики дискусії тощо.

Упровадження *проектних технологій* на заняттях із соціально-гуманітарних дисциплін мотивує студентів до вирішення певних соціальних проблем, що мають проєкцію на майбутній фах. Робота над проєктом передбачає розв'язання однієї або цілої низки проблем, дозволяє студентам усвідомити практичне застосування знань. Особистісно орієнтоване навчання (ООН) найбільше проявляється в процесі роботи студента над проєктом. В основі ООН вільний вибір проблеми з урахуванням інтересів студента. Самостійні пошуки істини і знаходження правильної відповіді на проблемні питання краще запам'ятовуються студентами. Під час індивідуальної проєктної діяльності студент вчиться приймати самостійні рішення, моделювати складні професійні ситуації. Якщо проєкт парний або груповий, майбутній фахівець із політології вчиться виробляти спільну стратегію, узгоджувати дії, відповідати за прийняті колективом рішення. Ефективними при такій організації роботи є методи «коло ідей», «броунівський рух», «джиг-со», метод вільних дебатів. Публічний захист проєктів формує вміння триматися на публіці, переконливо доводити думку. Застосування проєктної технології в підготовці політологів дозволяє викладачеві поєднувати пояснювально-ілюстративний, пошуковий, експериментальний методи. Уміння, набуті студентами під час роботи над проєктом та його захистом, допомагають у формуванні іміджу майбутнього політолога. Проєктна робота студента-політолога – це дослід, пошук, творчість із застосуванням усієї відомої йому інформації, тобто демонстрація вміння застосовувати набуті під час вивчення інших дисциплін знання на практиці. Зокрема, викладачі-філологи, задіяні в підготовці майбутніх політологів, реалізували ідеї В. Каліти [7], впровадили в індивідуальну, групову та колективну роботу студентів міждисциплінарні проєкти (англійська мова+політологія, історія+українська мова, українська, англійська мови+соціологія тощо), серед яких:

1. Конструктивно-практичні проєкти (Construction and Practical Projects) – створення студентами колажу, ведення щоденника спостережень, «придумування гри» (персонажі, умови, результати та досягнення).

2. Ігрові та рольові проєкти (Role and Games Projects) – розігрування гри, драматизація, вигадкування власної п'єси, концерт.

3. Інформаційні і дослідницькі проєкти (Information and Research Projects) – вивчення окремого регіону або якої-небудь країни (геополітичних умов, історії, національного складу населення тощо), українська мова та її використання як мови міжнаціонального спілкування, англійська мова як засіб міжнародного спілкування, іноземні мови в житті людей.

4. Проєкти конкретного соціологічного обстеження (Survey Projects), наприклад, проєкти на теми «Вплив американської і британської культур на спосіб життя в нашій країні», «Створення позитивного іміджу політика у передвиборчий період» або «Відношення іноземців до моєї країни».

5. Видавничі проєкти (Production Projects), результатом яких є випуск стіннівок, відеороликів, репортажів та іншої медіапродукції, таких як відеоролики «Політична реклама», «Я обіцяю...», «Самопрезентація» тощо.

6. Сценарні проєкти (Performance and Organizational Projects) – створення та реалізація сценаріїв вечорів, стрим-шоу, таких як «Зірка Університету», «Один вечір без політики», «Поza очі».

7. Творчі проєкти (Creative Works) – вільна літературна творчість, результатом якої є казка, розповідь, комікс, рольова гра.

Таким чином, застосування особистісно орієнтованих технологій (проблемне,

інтерактивне навчання, проєктні технології навчання) у підготовці політологів допомагає формувати в них майбутній позитивний імідж.

Висновки і перспективи подальших досліджень. На сьогодні поняття «імідж політолога» є недостатньо визначеним. Убачаємо доцільним розглядати у його визначенні професійну та особистісну складові. Імідж політолога – це певний штучно створений образ у свідомості людей відносно конкретної особи/професіонала. Ураховуючи специфіку діяльності політолога, цей образ містить значний обсяг емоційно забарвленої інформації, що має спонукати до певної соціальної поведінки, реакції, активності. На нашу думку, великий потенціал у формуванні іміджу майбутнього політолога міститься у змісті та формах проведення соціально-гуманітарних дисциплін, насамперед у технологіях навчання. Убачаємо найбільш ефективними для формування іміджу майбутніх політологів особистісно орієнтовані технології: проблемне, інтерактивне навчання, проєктні технології. Набуті у процесі вивчення соціально-гуманітарних дисциплін із застосуванням зазначених технологій компетентності допоможуть студентам-політологам у майбутній експертно-аналітичній, науково-дослідницькій, політико-організаційній діяльності, що дозволить сформувати образ компетентного професіонала й особистості. Однак обсяг і завдання наукової публікації не вичерпали тему формування іміджу політолога. Перспективними для подальшого дослідження та висвітлення у науковій літературі вбачаємо широкий опис наукового експерименту щодо формування іміджу політолога, опис застосування конкретних технологій навчання під час вивчення студентами-політологами фахових дисциплін.

Список використаних джерел

1. Акаймова А. Політичний імідж та основні його характеристики. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5 (38). С. 29–35.
2. Берд П. Тайм-менеджмент: Планирование и контроль времени Москва: Гранд-Фаир, 2004. 288 с.
3. Волинець І. Особистісний імідж сучасного педагога загальноосвітнього навчального закладу. *Народна освіта*: електронне наукове фахове видання. 2016. Вип. 1 (28). С. 32–36.
4. Гунченко О. Г. Імідж викладача вищої школи. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2014. № 4 (63). С. 79–85.
5. Егорова-Гатман Е. В., Плешаков К. В. Политическая реклама. Москва: Центр политического консультирования «Никколо М», 1999. 240 с.
6. Євтушенко Г. В. Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 11, С. 630–634.
7. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. *Освіта та розвиток обдарованості особистості*. 2014. № 9–10 (28–29). С. 41–44.
8. Каліта В. В. Застосування методу проєктів у викладанні іноземної мови як засіб створення навчальної середовища формування та розвитку життєвих компетентностей учнів: навчально-методичний збірник. Харцизьк, 2010. 61 с.
9. Королько В. Г. Стратегія і тактика комунікацій із громадськістю для організацій третього сектора: методичний посібник. Київ, 2003. 216 с.
10. Корнієнко В. О., Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації: монографія. Вінниця: УНІВЕРСУМ Вінниця, 2009. 145 с.
11. Мазоренко М. О. Діловий імідж – професійно важлива якість спеціаліста. *Проблеми екстремальної та кризової психології*: зб. наук. праць. Харків: УЦЗУ, 2010. Вип. 7. С. 319–327.
12. Мазоренко М. О. Психологічні складові іміджу сучасного фахівця. *Вісник національного університету оборони України* 2012. № 4 (29). С.184–186.
13. Мазоренко М. О. Психологічна структура іміджу професіонала. *Проблеми екстремальної та кризової психології*. 2011. Вип. 9. С.177–184.
14. Малишенко Л. О. Політичний імідж: питання визначення та класифікації. *Сучасне суспільство: політичні науки*. 2014. С. 95–104.
15. Марусинець М. М. Метод дебатів у формуванні комунікативної компетентності фахівців педагогічного спрямування. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 17 Теорія і практика навчання та виховання*: зб. наук. праць / за наук. ред. акад. В. І. Бондаря. Київ: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2017. Вип. 28. С.110–116.
16. Митцева О. С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. *Педагогіка та психологія*: зб. наук. праць. Харків, 2018. Вип. 59. С. 191–200.
17. Мозолин А. В. Методика анализа имиджа и его положения в информационном пространстве. Екатеринбург, 2004. 44 с.
18. Навроцька М. М. Імідж педагога в освітньому просторі. *Таврійський вісник освіти*. 2014. № 1 (45). Ч. І. С. 8–12.

19. Павленко В. В. Методи проблемного навчання. *Нові технології навчання: наук.-пед. зб.* / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти Міністерства освіти і науки, Академія міжнародного співробітництва з креативної педагогіки. Київ, 2014. Вип. 81 (спецвипуск). С. 75–79.
20. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. 2-е изд., стереотип. Москва: Омега-Л, 2008. 266 с.
21. Прус Н. О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Дніпро, 2017. 21 с.
22. Симоненко О. В. Інформаційні основи у формуванні іміджу сучасних політичних лідерів України. *Питання філософії: гуманітарний журнал*. 2014. № 3–4. С. 124–131.
23. Скалацька О. В. Іміджологія в контексті сучасного наукового дискурсу: філософський аспект. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Теорія культури і філософія науки»*, (1114). С. 141–147.
24. Шепель В. Г. Имиджология. Как нравиться людям: учебное пособие. Москва: Народное образование, 2002. 576 с.
25. Gustave Le Bon. *Psychologie der Massen*. 15. Aufl.– Stuttgart: Kröner, 1982. ISBN 3-520-09915-2.
26. Наказ Міністерства освіти і науки України «Про затвердження стандарту вищої освіти за спеціальністю 052 «Політологія» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. № 911 від 10.07.2020 р. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2020/07/052%20Politolohiya.pdf>

SOCIO-HUMANITARIAN CONTEXT OF THE FUTURE POLITICAL SCIENTIST'S IMAGE-MAKING

Marusynets Mariana

Doctor of Pedagogical Sciences, Professor
National Pedagogical Dragomanov University

Dolhopol Olena

Candidate of Pedagogical Science, Senior Lecturer of Language Learning, Pedagogy and Psychology Department
O.M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv

Introduction. *Political scientists have a special place in modern political life. People of this profession, as a rule, work in think tanks, public organizations, news agencies, exercise their competencies in the media, as consultants, experts, assistants to MPs at various levels, and others. A modern political scientist is not always a public figure who directly influences the opinion of citizens through speeches, publications, interviews, participation in talk shows, etc. This is often a person who publicly or indirectly influences people's moods, behavior, and attitudes by modern special means, including blogs, websites, brochures, and so on. In this regard, the problem of the image of a political scientist is relevant. Its creation begins with the first classes in Higher Education Institution during the study of Ukrainian and foreign languages, sociology, economics, cultural studies, conflict studies, history, philosophy, pedagogy, psychology. It is important to teach the future political scientist to create a positive image using external and internal indicators. During seminars and practical classes, teachers of socio-humanitarian disciplines have the opportunity to use interactive technologies, creative, problem-solving and partial-search, research methods.*

Purpose. *Define the concept of «political scientist image», analyze its specific external and internal components, and identify effective technologies, methods and forms of work with students of the specialty «Political Science», contributing of a positive image-making and a successful professional career.*

Methods. *Theoretical and methodological analysis of recent publications on the issue, synthesis and systematization, questionnaire and survey, pilot.*

Results. *The article considers the concept of «the political scientist's professional image». The specificity of the formation of this concept is analyzed: professional publicity, soft skills and personal qualities. The study identifies external (etiquette, the specialist's aesthetic image) and internal (a value system, an intellectual and spiritual development level, erudition) components of the political scientist's image. On the basis of a questionnaire of students and a sociological survey of respondents of different age and social groups, the general features of the «ideal» image of a political scientist were revealed; requirements for a professional image were determined: manageability, efficiency, positivity and harmony. The problem of modern political scientist image-making while learning social*

and humanitarian cycle disciplines is considered. It has been proven using of person-centered learning technologies (problem-based learning, interactive and project-based technologies), didactic games and role-playing, as well as individualization of the learning process, allow the formation of the successful political scientist's image. The article verifies the effectiveness of the implementation of methods of problem presentation of the material. The study shows a positive effect of «Spectrum of Ideas», «Brownian motion», «Jigsaw», free debate method as well as individual, group and collective interdisciplinary projects of future political scientists' professional image.

Originality. The material in this article can be used for a broad description of a scientific experiment of a political scientist image-making, a description of using specific learning technologies in the study of professional disciplines by political science students.

Conclusion. The competencies acquired in the process of studying social and humanitarian disciplines with the use of these technologies will help political science student in future expert-analytical, research, political and organizational activities, which will create the image of a competent professional and personality. But the scope and objectives of the scientific publication did not cover the topic of image-making of a political scientist. Promising for further research and coverage in the scientific literature we see a broad description of the scientific experiment on the formation of the image of a political scientist, a description of the use of specific learning technologies in the study of political science students.

Key words: image, professionalism, professional image, training of political scientists, pedagogical technology, image functions.

References

1. Akayomova A. (2009). Politychnyy imidzh ta osnovni yoho kharakterystyky [Political image and its main characteristics]. *Political Management*, 5 (38), 29-35. [in Ukrainian].
2. Bird P. (2004). Taym-menedzhment: Planirovaniye i kontrol vremeni [Time management: Planning and time control]. *Grand-Fair*, 288. [in Ukrainian].
3. Egorova-Gaatman E.V., Pleshakov K.V., (1999). Politicheskaya reklama [Political advertising]. *Center for political consulting «Niccolo M»*, 240. [in Russian].
4. Gunchenko O.G. (2014). The image of a high school teacher [Imidzh vykladacha vyshchoyi shkoly]. *Dukhovnist osobystosti: metodolohiya, teoriya i praktyka*, 4 (63), 79-85. [in Ukrainian].
5. Gustave Le Bon (1982). *Psychologie der Massen*. Aufl. Stuttgart: Kröner, 15. ISBN 3-520-09915-2. [in German].
6. Kalita V.V. (2010) *Zastosuvannya metodu proektiv u vykladanni inozemnoyi movy yak zasib stvorenniya navchalnoi seredy formuvannya ta rozvytku zhytlyevykh kompetentnostey uchniv [Application of the project method in teaching a foreign language as a means of creating a learning environment for the formation and development of students' life competencies]*. Kharkiv: Kharkiv, 61. [in Ukrainian].
7. Kornienko V.O., Denisyuk S.H. (2009). Imidzh politychnoho lidera: problemy formuvannya ta praktychnoi realizatsiyi [Image of a political leader: problems of formation and practical implementation]. Vinnytsia: UNIVERSUM, 145. [in Ukrainian].
8. Korolko V.H. (2003). *Stratehiya i taktyka komunikatsiy iz hromadskisty dlya orhanizatsiy tretoho sektora [Strategy and tactics of public relations for organizations of the third sector]*. Kyiv, 216. [in Ukrainian].
9. Malishenko L.O. (2014). Politychnyy imidzh: pytannya vyznachennya ta klasyfikatsiyi [Political image: issues of definition and classification]. *Modern society: political science*, 95–104. [in Ukrainian].
10. Marusinets M.M. (2017). Metod debatuv u formuvanni komunikativnoi kompetentnosti fakhivtsiv pedahohichnoho spryamuvannya [The method of debate in the formation of communicative competence of pedagogical specialists] *Scientific journal of the National Pedagogical University named after MP Drahomanov*, Kyiv: Drahomanov National Pedagogical University Publishing House, 110-116. [in Ukrainian].
11. Mazorenko M.O. (2010). Dilovyy imidzh – profesiyno vazhlyva yakist' spetsialista [Business image - professionally important quality of a specialist]. *Problems of extreme and crisis psychology: Bulletin of scientific works*. Kharkiv: UCZU, 7, 319-327. [in Ukrainian].
12. Mazorenko M.O. (2011). Psykholohichna struktura imidzhu profesionala [Psychological structure of professional image]. *Problems of extreme and crisis psychology*, 9. [in Ukrainian].
13. Mazorenko M.O. (2012). Psykholohichni skladovi imidzhu suchasnoho fakhivtsya [Psychological components of the image of a modern specialist]. *Bulletin of the National University of Defense of Ukraine*, 4(29), 184-186. [in Ukrainian].
14. Mittseva O.S. (2018). Profesiynyy imidzh fakhivtsya: sut, funktsiyi, struktura [Professional image of the specialist: essence, functions, structure]. *Pedagogy and psychology: collection of scientific works*. Kharkiv, 59, 191-200. [in Ukrainian].
15. Mozolin A. V. (2004). *Metodika analiza imidzha i yego polozheniya v informatsionnom prostranstve [Methodology of image analysis and its position in the information space]*. Yekaterinburg, 44. [in Russian].
16. Navrotska M.M. (2014). Imidzh pedahoha v osvithnomu prostori [The image of the teacher in the educational space]. *Tavriya Bulletin of Education*, 1 (45), 8-12. [in Ukrainian].

17. Panasyuk A.Yu. (2008). *Formirovaniye imidzha: strategiya, psikhotehnologii, psikhotehniki* [Image formation: strategy, psychotechnology, psychotechnics]. Moscow: Omega-L, 266. [in Russian].
18. Pavlenko V.V. (2014). Metody problemnoho navchannya [Methods of problem-based learning]. *New learning technologies: scientific-pedagogical bulletin, Institute of Innovative Technologies and Content of Education of the Ministry of Education and Science, Academy of International Cooperation in Creative Pedagogy*. Kyiv, 81, 75-79. [in Ukrainian].
19. Prus N.O. (2017). Formation of professional image of the future teacher of foreign languages: dissertation, theory and methods of professional education, Dnipro, 21 p.
20. Shepel V.G. (2002), Imidzhelohiya. Kak nravit'sya lyudyam [Imageology. How to please people]. Moscow: Public education, 576. [in Russian].
21. Simonenko O. B. Informatsiyni osnovy u formuvanni imidzhu suchasnykh politychnykh lideriv Ukrayiny [Information bases in the formation of the image of modern political leaders of Ukraine]. *Questions of philosophy: humanitarian journal*, 43-4, 124-131. [in Ukrainian].
22. Skalatska O.V. Imidzhelohiya v konteksti suchasnoho naukovoho dyskursu: filosofskyy aspekt [Imageology in the context of modern scientific discourse: philosophical aspect]. *Bulletin of Kharkiv National University. Series «Theory of Culture and Philosophy of Science»*, (1114), 141-147. [in Ukrainian].
23. Volynets I.M. (2016). Osobystisnyy imidzh suchasnoho pedahoha zahalnoosvitnoho navchalnoho zakladu [Personal image of a modern teacher of a secondary school]. *Narodna osvita: elektronne naukove fakhove vydannya*, 1 (28), 32-36. [in Ukrainian].
24. Yevtushenko G.V. (2016). Imidzh suchasnoho vykladacha: sutnist ta osoblyvosti formuvannya [The image of the modern teacher: the sense and features of formation]. *Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, 11, 630-634. [in Ukrainian].
25. Zatornyuk O.M. (2014). Formuvannya ta rozvytok profesiynoho imidzhu maybutnikh psykholohiv [Formation and development of professional image of future psychologists]. *Osvita ta rozvytok obdarovanosti osobystosti*, 9-10 (28-29), 41-44. [in Ukrainian].
26. Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrainy «Pro zatverdzhennia standartu vyshchoi osvity za spetsialnistiu 052 «Politolohiia» dlia pershoho (bakalavrskoho) rivnia vyshchoi osvity № 911 vid 10.07.2020 r. [Order of the Ministry of Education and Science of Ukraine «On approval of the standard of higher education in the specialty 052» Political Science «for the first (bachelor's) level of higher education №911 of 10.07.2020]. Retrieved from <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2020/07/052%20Politolohiya.pdf> [in Ukrainian].

Отримано редакцією 24.12.2020 р.

УДК 378

DOI: 10.31376/2410-0897-2020-3-44-19-26

МАЛІ АКАДЕМІЧНІ ГРУПИ: ФОРМИ ТА МЕТОДИ ПРОВЕДЕННЯ СЕМІНАРІВ З ГУМАНІТАРНО-СОЦІАЛЬНИХ ДИСЦИПЛІН У ТЕХНІЧНОМУ ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ (ЗВО)

Захарчин Наталія Геннадіївна

кандидатка історичних наук, доцентка кафедри історії України, економічної теорії та права

Національний лісотехнічний університет України

e-mail: zakharchyn@nltu.edu.ua

ORCID ID: 0000-0003-3000-2595

Researcher ID: AAG-3428-2019/

У статті висвітлено особливості роботи викладача та студентів у малій академічній групі. Представлено основні форми та методи роботи на семінарських заняттях із соціально-гуманітарних дисциплін у технічному закладі вищої освіти (ЗВО). Відзначено відмінності в підходах до навчального процесу в малій групі у період коронавірусу Covid-19. Виокремлено труднощі та проблемні елементи у роботі із малими групами, що впливають на навчальний процес у цілому.

Ключові слова: малі (малочисельні) академічні групи, форми, методи, студенти, викладач.

Постановка проблеми. В умовах пошуку інноваційних форм та методів навчання особливо важливими видаються ті форми, які відповідають сучасним тенденціям поведінки, поглядам молоді, студентів, які в суспільному середовищі прагнуть індивідуалізму, самовираження, самоствердження і лідерства. Саме такими, на нашу думку, постають різні форми роботи у малих групах, де створено середовище й умови щодо виявлення своєї індивідуальності, своїх поглядів та оригінальних підходів до вирішення проблемних питань. Цього можна домогтися шляхом формування різних моделей ситуацій, наближених до практичної діяльності, розподілом ролей, профільних посад, постановкою проблем, що мають