

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»**

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ»**

*Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису*

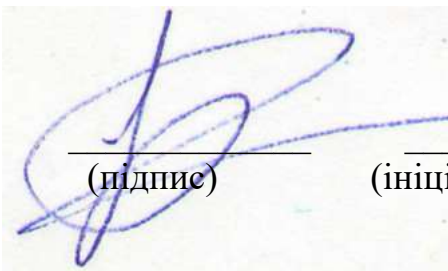
КРАВЕЦЬ РОСТИСЛАВ ЕДУАРДОВИЧ

УДК 378.147

**ДИСЕРТАЦІЯ
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТОЛОГА В
ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ**

Спеціальність 015 – Професійна освіта

Подається на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук.
Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело



(підпис)

Р.Е. Кравець

(ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник: **Резван Оксана Олексіївна**, доктор педагогічних наук,
професор

Дніпро – 2021

АНОТАЦІЯ

Кравець Р.Е. Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки. – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії зі спеціальності 015 – Професійна освіта. – Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля», Дніпро, 2021.

Дисертація є теоретико-експериментальним дослідженням проблеми формування професійного іміджу політолога у процесі фахової підготовки.

Актуальність обраної теми дослідження зумовлена значущістю фахівців-політологів у процесах формування політичної свідомості суспільства на сучасному етапі економіко-політичних змін та інтеграції України у європейський простір. У зв'язку з цим значно зростають вимоги до особистості політолога, його професійної культури та професійного іміджу. У період модернізації вітчизняної системи вищої освіти, розпочатих інноваційних перетворень у галузі професійного навчання можливим стає формування професійного іміджу майбутніх політологів під час їхньої фахової підготовки, що має значний, але майже нереалізований потенціал в аспекті вирішення означеної проблеми.

У дисертаційній роботі обґрунтовано актуальність і доцільність обраної теми, визначено об'єкт, предмет, мету, завдання й методи дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення одержаних результатів роботи, наведено відомості про структуру дисертації, її апробацію та публікації.

На основі аналізу фундаментальних досліджень у галузі філософії, соціології, психології і педагогіки у дисертації розглянуто стан проблеми формування професійного іміджу у студентів – майбутніх політологів, проаналізовано наукові підходи вітчизняних та зарубіжних авторів до базового поняття дослідження – «професійний імідж», обґрунтовано понятійно-категоріальний апарат, визначено сучасні тенденції формування

професійного іміджу студентів як важливої мети та результату їхньої професійної підготовки, схарактеризовано компонентну структуру досліджуваного поняття.

Професійний імідж позиціонується як персоніфікований образ професії, образ професійної ролі, що формується ще у процесі спеціальної підготовки студента у закладі вищої освіти і доповнюється його власним професійним досвідом, індивідуальним іміджем фахівця у процесі взаємодії з колегами, клієнтами, соціальним оточенням. Він залежить від особистісних і професійних якостей фахівця, забезпечує індивідуальний стиль його професійної діяльності, що усвідомлено створюється ним з метою досягнення професіоналізму. Цей узагальнений емоційно забарвлений образ типового професіонала має символічну природу та здійснює психологічний вплив на оточуючих.

Поняття «професійний імідж політолога» визначається як інтегральний образ, що цілеспрямовано створений з метою особистісного і професійного самовдосконалення і поєднує в собі усвідомлений світогляд, зовнішній вигляд і сформовані професійно значущі характеристики, активне виявлення яких забезпечує індивідуальний стиль професійної діяльності і професійну самопрезентацію політолога.

Здійснено дослідження стосовно відображення змісту феномену «професійний імідж політолога» у програмі його фахової підготовки у закладі вищої освіти. Надано характеристику особливостей професійної підготовки політологів у закладах вищої освіти України, виокремлено елементи програми підготовки фахівців-майбутніх політологів, що є актуальними для формування їх професійного іміджу.

Проведений компонентно-структурний аналіз феномена «професійний імідж політолога» дозволив виокремити в його складі компоненти, обумовлені особливостями змісту його професійної діяльності: ціннісно-рефлексивний, візуально-поведінковий, професійно-діяльнісний. Ціннісно-рефлексивний компонент професійного іміджу політолога виконує

мотиваційну, аксіологічну і рефлексивну функції та є мотиваційною основою формування професійного іміджу. Він складається з Я-концепції, самооцінки, установок, прагнення фахівця до активності в оволодінні професійною діяльністю, виявлення ціннісного ставлення до роботи, соціальної відповідальності, рефлексії, спрямованої на сприйняття й усвідомлення суб'єктом того, як його сприймають інші. До візуально-поведінкового компонента, що виконує естетичну, емотивну функції й функцію міжособистісної адаптації, належать його зовнішньо-поведінкові характеристики: вербальна та невербальна поведінка (міміка, жести, етикет, манери), культура поведінки, візуальна привабливість. Професійно-діяльнісний компонент містить професійні знання й уміння, професійний досвід особистості, професійну культуру, громадянську відповідальність, соціальну активність, працьовитість, здібність до міжособистісного спілкування, ведення діалогу. Професійно-діяльнісний компонент професійного іміджу політолога спрямований на виконання номінативної, інформаційної, конативної, когнітивної та креативної функцій.

Розглянуто основні положення системного, особистісно-діялісного, акмеологічного й аксіологічного методологічних підходів як теоретичного підґрунтя визначення педагогічних умов формування професійного іміджу політолога у процесі фахової підготовки. Розкрито й проаналізовано наукові підходи щодо підготовки майбутніх політологів до формування професійного іміджу, принципів об'єктивності, системності, свідомості, активності й самостійності, науковості й доступності, професійної спрямованості, варіативності, доцільності, зв'язку теорії з практикою в педагогічних дослідженнях. Визначено, що реалізація базових принципів цих підходів забезпечує формування мотиваційно-ціннісних орієнтирів особистості, розвиток її установок, рефлексії, професійної культури, сприяє самовдосконаленню й самореалізації, що є складниками поняття «професійний імідж політолога».

Представлено модель формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Розроблена модель містить методологічно-цільовий, структурно-змістовний, процесуально-технологічний і аналітико-результативний блоки. Методологічно-цільовий блок моделі представлено метою, науковими підходами і принципами. Основною метою є формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Реалізація означеної мети ґрунтується на методологічних підходах до організації процесу професійної підготовки студентів з урахуванням визначених принципів навчання. Структурно-змістовний блок формування професійного іміджу включає в себе знання, вміння і навички, що формуються в процесі навчання і досвіду волонтерської діяльності, та реалізуються в єдності аудиторної та позааудиторної роботи й впливають на якісну зміну компонентів професійного іміджу майбутніх політологів. Основне завдання процесуально-технологічного блоку полягає в чіткій організації процесу формування професійного іміджу майбутніх політологів. До цього блоку належать форми організації, методи, засоби навчання та педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх політологів. Аналітико-результативний блок передбачає дослідження результативності проведених заходів у ході взаємодії суб'єктів освітнього процесу. Основним завданням блоку є виявлення рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх політологів за потребовим, особистісним і когнітивно-праксіологічним критеріями.

Виокремлено і теоретично обґрунтовано педагогічні умови формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки.

Упровадження першої умови – *розвиток у майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки* – скеровує студентів на активність у побудові свого професійного шляху, сприяє виникненню в них бажання професійно й особистісно вдосконалюватися шляхом спрямування навчального процесу на

формування їхньої мотивації до саморозвитку і самоактуалізації, метою досягнення яких є побудова позитивного іміджу професіонала.

Реалізація першої умови здійснювалася шляхом застосування методів біографічного аналізу, вправ, аналізу ситуацій, кейс-методу, комунікативної атаки, доведення, переконання тощо. На практичних заняттях у режимі обговорень використовувалися результати тестування, опитування, структуроване інтерв'ю, діагностичні тести, інформаційні, аудіовізуальні технічні засоби. У процесі самостійної роботи студенти виконували завдання з пошуку літератури, пов'язаної з аналізом поняття «професійний імідж», використовуючи засоби Інтернету, завдання на пошук, обробку і систематизацію зібраного матеріалу, підготовку презентацій, складання портфоліо тощо. Сукупність застосування цих методів дозволила студентам успішно аналізувати свій особистісний образ, прагнути до самовдосконалення, розвивати творчі здібності, виявляти самостійність у вирішенні проблемних питань, особливості проектування професійного іміджу в майбутній спеціальності.

Метою другої педагогічної умови – *спрямування змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції* – було формування в студентів рефлексивних вмінь і комплексу знань, що забезпечують можливість оволодіння методами і тактиками створення індивідуального маршруту формування особистого іміджу у майбутній професійній діяльності.

Упровадженню другої умови сприяла така організація занять, що надавала студентам можливість отримати особистісний досвід розуміння рефлексивних процесів і забезпечувала формування умінь оцінювати себе в результаті спостереження власних психічних станів, сприймати себе через усвідомлення ставлення інших, оцінки результатів власних інтелектуальних проявів і результатів діяльності. Ця умова реалізовувалася на рівні навчальної діяльності (лекції-бесіди, лекції-дискусії, лекції із задалегідь

запланованими помилками, лекції-візуалізації, практичні заняття із запровадженням діалогово-дискусійних методів – «мозкового штурму», «круглого столу», «аналізу ситуацій» та ін.); на рівні квазіпрофесійної діяльності (навчальні ігри із створенням, аналізом, розв'язанням, моделюванням та програванням різноманітних імітаційних ситуацій професійного характеру); на рівні навчально-професійної діяльності (постановка цільових завдань на оволодіння майбутньою професійною діяльністю, організація творчої і науково-дослідницької діяльності).

Третя педагогічна умова – *педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності* – була спрямована на активний саморозвиток, самоактуалізацію, повноцінну реалізацію особистісного і професійного потенціалу студентів, формування в них професійних знань і вмінь, професійної культури, громадянської відповідальності та соціальної активності.

Імплементація цієї умови передбачала впровадження у навчально-виховний процес інтерактивних методів навчання (експертна оцінка, круглий стіл, міні-конференція, навчальні ділові ігри, індивідуально-дослідницькі завдання, комплексно-аналітичне моделювання, сократівський метод, мозковий штурм, вирішення навчально-професійних ситуацій, метод кейсів, тренінгові вправи, метод портфоліо тощо); організацію циклу факультативних тренінгових занять протягом семестру, на яких майбутні політологи ознайомлювалися з практичними прийомами саморозвитку, оволодівали методичними прийомами самовиховання; проведення онлайн майстер-класів відомими українськими політологами; зустрічі з пенсіонерами міста, під час яких обговорювалися політичні течії, що існують на сьогодні в Україні; організацію читання студентами лекції для старшокласників на тему політичної ситуації у світі; активну участь майбутніх політологів у громадських заходах, здійснення ними волонтерської діяльності під час парламентських виборів. Усі ці заходи

сприяли здобуттю майбутніми політологами практичних навичок у міжособистісному спілкуванні, у веденні професійного діалогу.

Розроблено систему оцінки сформованості професійного іміджу у майбутніх політологів у потребовому, особистісному, когнітивно-праксіологічному критеріях та відповідних показниках. Відповідно до виділених критеріїв, визначено зміст сформованості професійного іміджу майбутніх політологів на продуктивному, репродуктивному, фрагментарному рівнях. Діагностика реального рівня професійного іміджу в студентів експериментальної та контрольної груп, проведена на констатувальному етапі дослідження, засвідчила недостатність сформованості означеного утворення.

Після проведення педагогічного експерименту за результатами аналізу динаміки рівнів сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу встановлено, що кількість студентів ЕГ, які виявили продуктивний рівень сформованості професійного іміджу, збільшилася на 10,3%, тоді як зміни в КГ були значно меншими (1,7%); кількість студентів, що виявили репродуктивний рівень, також зросла в ЕГ на 12,33%, тоді як у КГ – лише на 2,53%. Суттєві зміни в ЕГ відбулися за рахунок переходу студентів із фрагментарного рівня, значення якого суттєво знизилось (-22,53%). Кількість студентів КГ, які виявили фрагментарний рівень, також дещо знизилась (-4,29%), але такі показники (критерій Стьюдента $t \approx 0,45$) не є статистично значущими. Для ЕГ встановлено статистично значущі результати згідно з наведеними обчисленнями за методами математичної статистики (критерій Стьюдента $t \approx 3,62$).

Таким чином, результати експериментальної роботи підтвердили ефективність запропонованих педагогічних умов формування професійного іміджу політолога у процесі фахової підготовки.

Ключові слова: заклад вищої освіти, фахова підготовка, професійний імідж, іміджеформуюча діяльність, іміджелогічна компетентність,

квазіпрофесійна діяльність, самовиявлення особистості, педагогічні умови формування професійного іміджу політолога.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ
Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати
дисертації

Статті у наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз

1. Кравець Р.Е. Професійний імідж майбутнього політолога: структурно-функціональна модель феномену. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія», 2019. Вип. 2 (10). Ч.1. С. 31-34.*

2. Кравець Р.Е. Педагогічний імідж майбутнього політолога як компонент його професійної культури. *Інноваційна педагогіка: науковий журнал. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2019. Вип. 11. Т.2. С. 67-70.*

3. Кравець Р.Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: зб. наук. пр. / [редкол.: Т.І. Сущенко (голов. ред.) та ін.]. Запоріжжя: КПУ, 2019. № 65. Т.2. С. 53-57.*

4. Кравець Р.Е., Резван О.О. Стратегії організації іміджеформуючої діяльності майбутніх політологів. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки. 2020. № 1 (19). С. 264-270.*

5. Кравець Р.Е. Закономірності та специфіка формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їх фахової підготовки. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих*

вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка, 2020. Вип. № 30. Т.4. С. 100-107.

Статті у закордонних виданнях

6. Кравець Р.Е. Професійні вимоги до формування іміджу майбутнього політолога. *Vysokoškolská edukácia pre "digitálnu" spoločnosť a v "informačnej" spoločnosti : Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 2. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce*. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2019. P. 152-158.

7. Кравець Р. Формування професійного іміджу майбутніх політологів у квазіпрофесійній діяльності. *Vzdelávaním k perspektívnemu uplatneniu (motivácia, kompetencie, adaptácia, pracovný trh) : Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 1. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce*. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2020. P.208-214.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

Статті та тези в збірниках матеріалів науково-практичних конференцій

8. Кравець Р.Е. Діагностика готовності до формування професійного іміджу в майбутніх політологів. *Педагогіка та психологія: виклики сьогодення: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, Україна, 3-4 травня 2019 року). У 2-х частинах. Київ: ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2019. Ч. 2. С.25-19.*

9. Кравець Р.Е. Професійний імідж як структурний компонент професійного статусу фахівця. *Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні : Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 23-24 серпня 2019 року). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. С. 101-104.*

10. Kravets R. Professional requirements for the formation of the image of the future politology. *Higher education for "digital" society and "information" society* : Zborník abstraktov z kolokvia s medzinárodnou účasťou (16. 06. 2019). Košice 2019. Technical University of Kosice, Словакія.

11. Кравець Р.Е. Структурна модель професійного іміджу майбутнього політолога. *Освіта і формування конкурентоспроможності фахівців в умовах євроінтеграції*: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачево, 24-25 жовтня 2019 року). Мукачево: Вид-во МДУ, 2019. С. 239-241.

12. Кравець Р.Е. Шляхи формування професійного іміджу майбутнього політолога. *Інноваційні наукові дослідження у галузі педагогіки та психології*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (м. Запоріжжя, 7-8 лютого 2020 року). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. Ч.1. С. 111-115.

13. Кравець Р.Е. Професійний імідж як важливий крок на шляху формування професійного акме. *Проблеми та шляхи реалізації компетентнісного підходу в сучасній освіті*: матеріали Міжнародної науково-методичної Інтернет-конференції, (м. Харків, 14-15 травня 2020 року). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. С. 305-309.

14. Кравець Р.Е. Практичні шляхи розвитку в майбутніх політологів потреби у створенні професійного іміджу. *Наукові досягнення, відкриття та шляхи розвитку педагогічної науки*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 29–30 травня 2020 року). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. Ч.1. С. 152-157.

15. Кравець Р.Е. Педагогічний супровід іміджеформуючої діяльності майбутніх політологів. *Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної педагогіки та психології*: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м Львів, 26–27 червня 2020 року). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2020. С. 98-102.

16. Кравець Р.Е. Діагностика професійного іміджу майбутніх політологів. Діагностика професійного іміджу майбутніх політологів. Пріоритетні напрями розвитку сучасних педагогічних та психологічних наук: Збірник наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (7–8 серпня 2020 р., м. Одеса). Одеса: ГО «Південна фундація педагогіки», 2020. С. 105-109.

ABSTRACT

Kravets R.E. Formation of a professional image of a political scientist in the process of vocational preparation. – Qualification scientific work printed as manuscript.

The dissertation for the degree of Candidate of Pedagogical Science (Philosophy Doctor), speciality 015 – Professional Education – Higher educational institution Alfred Nobel University, Dnipro, 2020.

The dissertation is a theoretical and experimental research of the problem of forming professional image of a political scientist in the process of vocational preparation.

The relevance of the chosen research topic is due to the great role of political scientists in the formation of political consciousness of society in the modern era of economic and political changes and integration of Ukraine into the European space. As a result, the requirements for the personality of a political scientist, his professional culture and professional image are significantly increasing. During the period of modernization of the domestic higher education system, initiated innovative transformations in the field of professional training, it becomes possible to form the professional image of future political scientists during their vocational preparation, which has significant but almost unrealized potential to solve this problem.

The dissertation substantiates the relevance and expediency of the chosen topic, defines the object, subject, purpose, objectives and research methods, reveals

the scientific novelty and practical significance of the results, provides information about the structure of the dissertation, its testing and publication.

Based on the analysis of fundamental research in the field of philosophy, sociology, psychology and pedagogy, the dissertation considers the state of the problem of professional image formation in students - future political scientists, analyzes scientific approaches of domestic and foreign authors to the basic concept of research - "professional image". , modern tendencies of formation of professional image at students as the important purpose and result of their professional preparation are defined, the component structure of the researched concept is characterized.

Professional image is positioned as a personalized image of the profession, the image of professional role, which is formed in the process of special training of students in higher education and complemented by his own professional experience, individual image of the specialist in interaction with colleagues, clients, social environment. It depends on the personal and professional qualities of the specialist, provides an individual style of his professional activity, which is consciously created by him in order to achieve professionalism. This generalized emotionally colored image of a typical professional has a symbolic nature and has a psychological impact on others.

The concept of "professional image of a political scientist" is defined as an integral image that is purposefully created for personal and professional self-improvement and which combines conscious worldview, appearance and formed professionally significant characteristics, active detection of which provides individual style of professional activity and professional self-presentation.

A study of the reflection of the content of the phenomenon of "professional image of a political scientist" in the program of his professional training in a higher education institution. The characteristics of professional training of political scientists in higher education institutions of Ukraine are described, the elements of the training program for future political scientists, which are relevant for the formation of their professional image, are highlighted.

The conducted component-structural analysis of the phenomenon "professional image of a political scientist" allowed to single out the following components due to the peculiarities of the content of his professional activity: value-reflexive, visual-behavioral, professional-activity. The value-reflexive component of the professional image of a political scientist performs motivational, axiological and reflexive functions, and is the motivational basis for the formation of professional image. It consists of self-concept, self-esteem, attitudes, the desire of the specialist to be active in mastering professional activities, manifestations of values, social responsibility, reflection, aimed at the perception and awareness of the subject of how he is perceived by others. The visual-behavioral component that performs aesthetic, emotional functions and the function of interpersonal adaptation, include its external-behavioral characteristics: verbal and nonverbal behavior (facial expressions, gestures, etiquette, manners), behavioral culture, visual attractiveness. The professionally-activity component contains professional knowledge and skills, professional experience of the individual, professional culture, civic responsibility, social activity, diligence, ability to interpersonal communication, dialogue. The professionally-activity component professional image of a political scientist is aimed at performing nominative, informational, conative, cognitive and creative functions.

The main provisions of systemic, personal-activity, axiological and axiological methodological approaches as a theoretical basis for determining the pedagogical conditions for the formation of the professional image of a political scientist in the process of professional training are considered. The constituent pedagogical principles of the main approaches to the preparation of future political scientists for the formation of professional image, the principles of objectivity, system, consciousness, activity and independence, scientificity and accessibility, professional orientation, variability, expediency, connection of theory with practice in pedagogical research are revealed and analyzed. It is determined that the implementation of the basic principles of these approaches provides the formation of motivational and value orientations of the individual, the development of its

attitudes, reflection, professional culture, promotes self-improvement and self-realization, which are components of the concept of "professional image of a political scientist".

The model of formation of professional image of future political scientists in the process of professional training is presented. The developed model contains methodological-target, structural-substantive, procedural-technological and analytical-effective blocks. The methodological and target block of the model is represented by the purpose, scientific approaches and principles. The main goal is to form the professional image of future political scientists in the process of professional training. This goal is realized through methodological approaches to the organization of the process of professional training of students taking into account certain principles of teaching. The structural and substantive block of professional image formation includes knowledge, skills and abilities that are formed in the process of learning and experience of volunteering, and are realized in the unity of classroom and extracurricular work and influence positive changes in the components of professional image of future political scientists. The main task of the procedural-technological unit is to clearly organize the process of forming the professional image of future political scientists. This block includes: forms of organization, methods, teaching aids and pedagogical conditions. The analytical-effective block provides research of efficiency of the carried-out actions in the course of interaction of subjects of educational process. The main task of the block is to identify the levels of professional image of future political scientists by cellular, personal and cognitive-praxiological criteria.

The pedagogical conditions for the formation of the professional image of a political scientist in the process of professional training are singled out and theoretically substantiated.

The introduction of the first condition, *the development of future political scientists a strong need to form a professional image based on awareness of training goals*, directs students to be active in building their careers, the desire to improve professionally and personally by directing the learning process to

motivate them for self-development and self-actualization. The purpose of which is to build a positive image of a professional.

The implementation of the first condition was carried out by applying such methods as, for example, biographical analysis, analysis and comparison, exercise, situation analysis, case method, communicative attack, proof, persuasion, and so on. Testing, interviews, structured interviews, diagnostic tests, information and audiovisual technical aids were used in the practical classes. In the process of independent work, students performed tasks to search for literature related to the analysis of the concept of "professional image", using tools such as the Internet, tasks to search, process and systematize the collected material; preparation of presentations, compilation of portfolios, etc. The combination of these methods, as shown by the results, allowed students to successfully analyze their personal image, strive for self-improvement, develop creative abilities, show independence in solving problems, identify features of professional image design in the future specialty.

The purpose of the second pedagogical condition is to *direct the content of professional training to the design of future political scientists of the individual trajectory of professional image formation on the basis of a reflective position* - there was a formation of students' reflective skills and a set of knowledge that provide the opportunity to master the methods and tactics of creating an individual route of personal image formation in future professional activities.

The introduction of the second condition was facilitated by the organization of classes, which gave students the opportunity to gain personal experience of understanding reflexive processes and provided the formation of skills to assess themselves because of observing their own mental states, self-perception, and correlation with others. This condition was implemented at the level of educational activities (lectures-talks, lectures-discussions, lectures with pre-planned mistakes, lectures-visualizations, practical classes with the introduction of dialogue-discussion methods ("brainstorming", "round table", "situation analysis" and etc.)); at the level of quasi-professional activity (educational games with creation,

analysis, solution, modeling and playback of various simulation situations of professional character); at the level of educational and professional activities (setting targets for mastering future professional activities, organization of creative and research activities).

The third pedagogical condition - *pedagogical support of self-expression of professional image by future political scientists in quasi-professional activity* - was aimed at active self-development, self-actualization, full realization of personal and professional potential of students, formation of professional knowledge and skills, professional culture, civic responsibility and social activity.

The implementation of this condition involved the introduction of interactive teaching methods in the educational process (expert assessment, round table, mini-conference, educational business games, individual research tasks, complex analytical modeling, Socratic method, brainstorming, solving educational and professional situations, case method, training exercises, portfolio method, etc.); organization of a cycle of optional training sessions during the semester, during which future political scientists got acquainted with practical methods of self-development, mastered methodical methods of self-education; conducting online master classes by well-known Ukrainian political scientists, meetings with retirees of the city, at which the current political trends in Ukraine were discussed; organization of lectures by students for high school students on the political situation in the world; active participation of future political scientists in public events, their volunteering during the parliamentary elections. All these measures contributed to the acquisition by future political scientists of practical skills in interpersonal communication, in conducting professional dialogue.

A system for assessing the formation of professional image in future political scientists in the form of criteria - demand, personal, cognitive-practical, indicators of its definition. According to the selected criteria, the levels of their formation (productive, reproductive, and fragmentary) are determined, their content is revealed. Preliminary diagnostics of the real level of professional image

formation in students of the experimental and control groups was carried out, which showed that they had an insufficient level of this formation.

After conducting a pedagogical experiment based on the analysis of the dynamics of the levels of formation of future political scientists of professional image, it was found that the number of EG students who found a productive level of professional image formation increased by 10.3%, while changes in CG were much smaller (1.7%.); the number of students who showed a reproductive level also increased in EG by 12.33%, while in CG - only by 2.53%. Significant changes in EG occurred due to the transition of students from the fragmentary level, the value of which decreased significantly (-22.53%). The number of CG students who showed a fragmentary level also decreased slightly (-4.29%), but such indicators (Student's $t_{t,4} = 0.45$) are not statistically significant. Statistically significant results were established for EG according to the given calculations by methods of mathematical statistics (Student's criterion $t \approx 3.62$).

Thus, the results of experimental work confirmed the effectiveness of the proposed pedagogical conditions for the formation of the professional image of a political scientist in the process of professional training.

Key words: institution of higher education, vocational preparation, professional image, image-forming activity, imageological competence, quasi - professional activity, self - expression of personality, pedagogical conditions of formation of professional image of a political scientist.

REFERENCES

Scientific works in which the main scientific results of the dissertation are published

Articles in scientific professional editions of Ukraine

1. Kravets R.E. Profesiyni imidzh maibutnjogo politologa: strukturno-funkcionalna model fenomenu. *Naukovyi visnik Mukachivskogo derzhavnogo*

universytetu. Serija «Pedagogika ta psuhologija». 2019. Vup. 2 (10). Ch.1. S. 31-34. [in Ukrainian].

2. Kravets R.E. Pegadogichnyi imidzh maibutnyogo politologa jak komponent yogo profesiinoyi kulturu. *Inovaciina pedagogika:naukoviy zhurnal.* Odesa: Pruchornomorsyui naukovo-doslidnyi instutyt ekonomiku ta innovacii, 2019. Vup. 11. T.2. S. 67-70. [in Ukrainian].

3. Kravets R.E. Konceptualnii prostir ponjattja «profesiinyui imidzh» u naukovuh psuhologo-pedagogichnyh doslidzhennjah. *Pedagogika formuvannja tvorchoi osobustosti u vushii i zagalnoosvitnii shkolah: zb. nauk. pr. / [redkol.: T.I. Sushenko (golov. red.) ta in.].* Zaporizzhja: KPU, 2019. № 65. T.2. S. 53-57. [in Ukrainian].

4. Kravets R.E., Rezvan O.O. Strategii organizacii imidzheformujuchoi dajalnosti maibutnih politologiv. *Visnuk universitetu imeni Alfreda Nobelia. Seria «Pedagogika i psuhologija». Pedagogichni nauku.* 2020. № 1 (19). S. 264-270. [in Ukrainian].

5. Kravets R.E. Zakonomirnosti ta specifika formuvannja profesiinogo imidzhu maibutnih politologiv u procesi ih fahovoi pidgotovku. *Aktualni putannja gumanitarnuh nauk: mizhvuzivskui zbirnuk naukovuh prac moloduh vchenuh Dragobuckogo derzhavnogo pedagogichnogo universitetu imeni Ivana Franka.* 2020. Vup. № 30. T.4. S. 100-107. [in Ukrainian].

Articles in scientific publications of other countries

6. Kravets R.E. Profesiini vumogu do formuvannja imidzhu maibutnyogo politologa. *Vysokoškolská edukácia pre "digitálnu" spoločnosť a v "informačnej" spoločnosti : Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 2. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce.* Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2019. P. 152-158. [in Ukrainian].

7. Kravets R.E. Formuvannja profesiinogo imidzhu maibutnih politologiv u kvaziprofesiinii dajalnosti. *Vzdelávaním k perspektívnemu uplatneniu (motivácia,*

kompetencie, adaptácia, pracovný trh): Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 1. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2020. P.208-214. [in Ukrainian].

The works of approbation character are published

Articles and abstracts in scientific and practical conferences

8. Kravets R.E. Diagnostyka gotovnosti do formuvannja profesiinogo imidzhu v maibutnih politologiv. *Pedagogika ta psuhologija: vukluku siogodennja: Materialu mizhnarodnoi naukovo-practuchnoi konferencii* (m. Kyiv, Ukraina, 3-4 travnja 2019 roku). U 2-h chastunah. Kyiv: GO «Kyivska naukova organizacia pedagogiku ta psuhologii», 2019. Ch. 2. S.25-19. [in Ukrainian].

9. Kravets R.E. Profesiinii imidzh jak strukturnui komponent profesiinogo statusu fahivcja. *Psuhologia ta pedagogika suchasnosti: problemu ta stan rozvutku nauku i praktukiu v Ukraini: Zbirnuk tez naukovuh robit ucasnikiv mizhnarodnoi naukovo-practuchnoi konferencii* (m. Lviv, 23-24 serpnja 2019 roku). Lviv: GO «Lvivska pedagogichna spilnota», 2019. S. 101-104. [in Ukrainian].

10. Kravets R. Professional requirements for the formation of the image of the future politology. *Higher education for "digital" society and "information" society : Zborník abstraktov z kolokvia s medzinárodnou účasťou* (16. 06. 2019). Košice 2019. Technical University of Kosice, Slovakia.

11. Kravets R.E. Strukturna model profesiinogo imidzhu maibutniogo politologa. *Osvita i formuvannja konkurentospromozhnosti fahivciv v umovah evrointegracii: zbirnuk tez dopovidei III Mizhnarodnoi naukovo-praktuchnoi konferencii* (m. Mukachevo, 24-25 zhovtnjz 2019 roku). Mukachevo: Vud-vo MDU, 2019. S. 239-241. [in Ukrainian].

12. Kravets R.E. Shljahu formuvannja profesiinogo imidzhu maibutnjogo politologa. *Innovaciini naukovi doslidzhennja u galuzi pedagogiku ta psuhologii: Materialu Mizhnarodnoi naukovo-praktuchnoi konferencii.* (m. Zaporizhja, 7-8

ljutogo 2020 roku). Zaporizhja: Klasuchnui pruvatnui universitet, 2020. Ch.1. S. 111-115. [in Ukrainian].

13. Kravets R.E. Profesiinii imidzh jak vazhluvii krok na shljahu formuvannja profesiinogo akme. *Problemu ta shljahu realizacii kompetentnisonogo pidhodu u suchasni osviti*: materialu Mizhnarodnoi naukovo-metoduchnoi Internet-konferencii, (m. Kharkiv, 14-15 travnja 2020 roku). Kharkiv: KHNU imeni V.N. Karazina, 2020. S. 305-309. [in Ukrainian].

14. Kravets R.E. Praktichni shljahu rozvutku v maibutnih politologiv potrebu u stvorenni profesiinogo imidzhu. *Naukovi dosjagnennja, vidkruttja ta shljahu rozvutku pedagogichnoi nauku*: Materialu Mizhnarodnoi naukovo-praktuchnoi konferencii (m. Zaporizhja, 29–30 travnja 2020 roku). Zaporizhja: Klasuchnui pruvatnui universitet, 2020. Ch.1. S. 152-157. [in Ukrainian].

15. Kravets R.E. Pedagogichni suprovid imidzheformujuchoi dijalnosti maibutnih politologiv. *Teoretichni ta praktichni aspektu rozvutku suchasnoi pedagogiku ta psihologii*: Zbirnik tez naukovuh robit uchasnukiv mizhnarodnoi naukovo-praktuchnoi konferencii (m. Lviv, 26–27 chervnja 2020 roku). Lviv: GO «Lvivska pedagogichna spilnota», 2020. S. 98-102. [in Ukrainian].

16. Kravets R.E. Diagnostuka profesiinogo imidzhu maibutnih politologiv. Diagnostuka Profesiinogo imidzhu maibutnih politologiv. Priorutetni naprjamu rozvutku suchasnuh pedagogichnuh ta psihologichnuh nauk: Zbirnik naukovuh robit uchasnukiv mizhnarodnoi naukovo-praktuchnoi konferencii (7–8 serpnja 2020 r., m. Odesa). Odesa: GO «Pivdenna fundacija pedagogiku», 2020. S. 105-109. [in Ukrainian].

ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ	2
ВСТУП.....	23
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТОЛОГА В ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ	33
1.1 Концептуальні підходи до визначення поняття «професійний імідж» у сучасних наукових дослідженнях	33
1.2. Відображення змісту професійного іміджу у програмі підготовки фахівців – майбутніх політологів	58
1.3. Теоретичне обґрунтування педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки	82
Висновки до розділу 1.....	120
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТОЛОГА В ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ	125
2.1. Діагностика стану сформованості професійного іміджу політолога та організація експериментального дослідження	125
2.2. Реалізація педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки	154
2.3. Аналіз ефективності результатів дослідно-експериментальної роботи.....	204
Висновки до розділу 2.....	232
ВИСНОВКИ.....	237
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	241
ДОДАТКИ	274

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Соціально-економічні перетворення, що відбуваються у сучасному соціумі, ставлять перед вітчизняною вищою професійною освітою завдання формування конкурентоспроможного й оптимально адаптованого до мінливих умов соціальної дійсності фахівця, готового до постійного професійного самовдосконалення, компетентного у своїй галузі знань і добре орієнтованого в суміжних сферах діяльності, професійно і соціально мобільного, в якого розумові якості вдало поєднуються з адекватною самооцінкою, вмотивованістю, бажанням самовдосконалення і розвиненою «Я-концепцією», тобто такого, який має високий рівень професійної культури. Обов'язковим елементом професійної культури є професійний імідж, що можна розглядати як показник професійного росту і професійного самовизначення, якісної реалізації особистості в певній галузі діяльності, що допомагає їй інтегруватися до системи професійних відношень, здійснювати ефективно професійне спілкування і взаємодію, завойовувати авторитет, максимально розкривати свій професійний потенціал.

З цих позицій актуальним є дослідження питань формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їх фахової підготовки, бо значення політології як важливого фактору змін у формуванні політичної свідомості сучасного суспільства неможливо переоцінити.

Аналітичний огляд психолого-педагогічних досліджень з проблеми формування професійного іміджу дозволив констатувати, що основну увагу науковці звертають на визначення суті цього феномену. Більшість учених (П. Берд, Н. Бутенко, М. Вудкок, Н. Гузій, К. Гурчіані, Т. Демчук, Ю. Дзядевич, Т. Довга, В. Ісаченко, Г. Почепцов, Л. Кайдалова, А. Коркішко, М. Мазоренко, І. Ніколаєску, Ю. Палеха, О. Перелигіна, Н. Прус, Б. Харріс, В. Шепель та ін.) наголошують на тому, що професійний імідж, по-перше, є статусним образом особистості, уявленням про людину як про фахівця,

професіонала своєї справи; по-друге, є особистісним утворенням (синтезом особистісних якостей, професійних компетентностей, зовнішності особистості); по-третє, зумовлюється особливостями професійної діяльності та соціальними ролями, що виконує особистість, відображає її діяльність (плани та їх реалізацію, ділові якості, ступінь успішності тощо).

За попередні роки були виконані дисертаційні роботи, що безпосередньо розкривають різні аспекти проблеми формування професійного іміджу. Наприклад, у науковій думці представлено досвід формування професійного іміджу керівників (С. Болсун, Т. Скрипаченко), політичних лідерів (О. Бухаркова, О. Горшкова, С. Денисюк, О. Куцова, Н. Лікарчук), майбутніх вчителів (О. Андрєєва, Є. Барбіна, В. Бондаренко, Т. Волосяк, О. Горovenko, Ю. Дзядевич, А. Калюжний, О. Камишева, О. Ковальова, Н. Прус, І. Размолодчикова, М. Сперанська-Скарга, П. Шеремет), викладачів закладів вищої освіти (Н. Бутенко, О. Грейліх, Л. Донська, В. Ісаченко, О. Козлова, А. Коркішко, М. Навроцька), фахівців із соціальної роботи (К. Атаманська, В. Балахтар, І. Ніколаєску), студентів ЗВО – майбутніх фахівців різного профілю, а саме: психологів, інженерів, медиків, економістів, дизайнерів, журналістів, вихователів, перекладачів, тренерів, соціальних працівників (О. Валєєва, Л. Грень, О. Гринчук, Л. Данильчук, Ю. Дзядевич, Л. Дудікова, О. Затворнюк, О. Кирилук, Ю. Корсун, Є. Криницький, Т. Марєєва, О. Марченко, Ю. Матюшіна, О. Митцева, Н. Назарчук, Л. Новік, Є. Позднишев, Л. Семенова, І. Сімонова Н. Тимошенко та ін). Хоча жодне з цих досліджень не стосується процесу професійної підготовки майбутніх політологів, але наукові підходи й досвід учених щодо розвитку професійного іміджу й дефініції його складових є важливим під час визначення шляхів його формування у фахівців зазначеного профілю.

Аналіз наукової літератури з теми засвідчив, що попри значну увагу вчених до означеної проблеми та наявність певних результатів вивчення окремих її аспектів, проблема формування професійного іміджу в майбутніх

політологів у процесі фахової підготовки ще не була предметом спеціального наукового дослідження.

Актуальність дослідження посилюється необхідністю подолання виявлених суперечностей:

- між об'єктивною потребою суспільства у професійно й особистісно розвинених фахівцях і домінуючими традиційними підходами до професійної підготовки у вищій школі, що не забезпечують готовність майбутніх політологів до формування свого професійного іміджу;
- між необхідністю вдосконалення іміджологічної компетентності майбутніх політологів, що забезпечує їх конкурентоспроможність на ринку праці, й відсутністю теоретичних основ цілеспрямованого формування професійного іміджу політолога як важливої умови ефективності його професійної підготовки;
- між потенційними можливостями навчально-виховного процесу ЗВО з формування професійного іміджу як основи професійно-особистісного розвитку майбутніх політологів й недостатньою розробленістю методичного забезпечення цього процесу;
- між прагненням майбутніх політологів бути конкурентоспроможними на ринку праці, їхньою потребою у професійному саморозвитку й недостатнім розумінням ними значущості формування професійного іміджу як особистісно-професійної характеристики затребуваного фахівця.

Зазначені протиріччя відображають проблему дослідження, що полягає в пошуку наукових підходів обґрунтування концепції формування професійного іміджу майбутніх політологів.

Актуальність проблеми, її недостатня теоретична та практична розробленість і виявлені суперечності зумовили вибір теми дисертаційного дослідження: **«Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки»**.

Зв'язок теми роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертаційну роботу виконано згідно з темою науково-дослідної роботи кафедри інноваційних технологій з педагогіки, психології та соціальної роботи Університету імені Альфреда Нобеля «Модернізація професійно-педагогічної освіти в Україні в умовах інтеграції до світового освітнього простору» (державний реєстраційний номер 0112U002287). Тему дисертаційної роботи затверджено вченою радою Університету імені Альфреда Нобеля (протокол № 4 від 29 травня 2018р).

Об'єкт дослідження: процес фахової підготовки майбутніх політологів у закладі вищої освіти.

Предмет дослідження: педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їхньої фахової підготовки.

Мета дослідження полягає в теоретичному обґрунтуванні та експериментальній перевірці педагогічних умов, що сприяють формуванню професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки.

Гіпотеза дослідження ґрунтується на припущенні, що формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їхньої фахової підготовки набудатиме ефективності за таких педагогічних умов:

- розвиток у майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки;
- спрямованість змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції;
- педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.

Відповідно до мети дослідження визначено його основні **завдання**:

1. На підставі комплексного аналізу стану проблеми у філософській, педагогічній, соціологічній і психологічній літературі з обраної проблематики дослідити теоретичні засади формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки.

2. З'ясувати сутність і структуру феномену «професійний імідж», конкретизувати зміст цього поняття щодо професійної діяльності політолога. Виокремити критерії, показники й охарактеризувати рівні сформованості професійного іміджу майбутнього політолога.

3. Розробити модель та теоретично обґрунтувати педагогічні умови, що сприяють формуванню професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їхньої фахової підготовки. Здійснити експериментальну перевірку ефективності впливу визначених педагогічних умов на формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їхньої фахової підготовки.

4. Розробити комплекс навчально-методичних матеріалів для забезпечення формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їхньої фахової підготовки в університеті.

Порушені завдання вмотивували вибір комплексу взаємопов'язаних і взаємообумовлених **методів дослідження**:

- *теоретичні*: аналіз, синтез, узагальнення, систематизація й порівняння науково-теоретичного матеріалу для з'ясування стану розроблення та рівня вивчення основних понять досліджуваної проблеми, уточнення понятійно-категорійного апарату дослідження, обґрунтування педагогічних умов формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки;

- *емпіричні*: анкетування, спостереження, опитування, співбесіди, тестування для визначення критеріїв, показників і рівнів сформованості професійного іміджу студентів, що беруть участь в експерименті, діагностики та поточного аналізу успішності експериментальної роботи; педагогічний експеримент для перевірки гіпотези дослідження й розроблення моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки;

- *математичної статистики* для узагальнення та представлення результатів, отриманих на констатувальному й контрольному етапах

дослідження, визначення їх значущості, установлення достовірності висновків дослідно-експериментальної роботи.

Теоретичною основою дослідження стали:

– методологічні принципи об'єктивності, системності, свідомості, активності та самостійності, науковості та доступності, професійної спрямованості, варіативності, доцільності, єдності теорії і практики в педагогічних дослідженнях;

– фундаментальні положення системного (А. Алексюк, Ю. Бабанський, В. Беспалько, В. Бондар, С. Гончаренко, Т. Ільїна, В. Краєвський, Н. Кузьміна, В. Кушнір та ін.), особистісно-діяльнісного (І. Бех, В. Біблер, Л. Божович, Р. Вайнола, Л. Виготський, М. Євтух, А. Запорожець, І. Зязюн, Г. Костюк, В. Лозова, В. Моляко, Н. Ничкало, В. Рибалко, І. Якиманська тощо), акмеологічного (К. Абульханова-Славська, Б. Ананьєв, О. Бодальов, А. Деркач, В. Зазикін, Н. Кузьміна, Л. Орбан-Лембрик, Л. Рибалко та ін.) й аксіологічного (Б. Вульфів, В. Додонов, Б. Ліхачов, П. Ігнатенко, В. Кузнецова, В. Лутай, В. Сластьонін, В. Струманський, О. Сухомлинська, І. Ісаєв, Е. Шиянов) методологічних підходів;

– концептуальні положення щодо організації навчального процесу у закладах вищої освіти (С. Архангельський, Ю. Бабанський, В. Беспалько, А. Вербицький, С. Вітвицька, Н. Волкова, І. Зимня, З. Курлянд, С. Сисоєва та ін.);

– наукові праці, в яких репрезентовано окремі аспекти вдосконалення змісту й форм навчання майбутніх політологів у закладах вищої освіти (Б. Андрусишин, Є. Вандишева, І. Горбатенко, Т. Горбаченко, Т. Денщик, А. Конверський, А. Кордонова, В. Лубський, В.М'ясоїдова, Г. Насимова, Р. Сейсебаєва, Т. Сидельнікова).

Експериментальна база дослідження. Дослідно-експериментальну роботу було виконано на базі Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро), Запорізького національного університету, Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, Ужгородського

національного університету, Національна академія державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького упродовж 2017–2020 рр. У цілому на всіх етапах дослідження було залучено 243 особи, з них: 63 викладачі та 180 студентів – майбутніх політологів, які навчаються на 1-3 курсах названих вище університетів у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 052 «Політологія». В експериментальному дослідженні брали участь 32 студенти Університету імені Альфреда Нобеля, з яких було організовано експериментальну групу (ЕГ), і 35 студентів Запорізького національного університету, з яких було створено контрольну групу (КГ).

Наукова новизна одержаних результатів дослідження полягає в тому, що:

– *уперше* визначено, теоретично обґрунтовано, змістовно розроблено та експериментально перевірено педагогічні умови, що забезпечують успішність формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, які полягають у розвитку в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки, спрямованості змісту професійної підготовки на проектування студентами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції, педагогічному супроводі самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності;

– *уточнено* понятійно-категоріальний апарат теорії формування професійного іміджу, зокрема *вперше конкретизовано* поняття «професійний імідж» щодо професійної діяльності політолога, «педагогічні умови формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки», детально розглянуто структуру феномену «професійний імідж політолога»;

– *розроблено та експериментально апробовано* структурно-функціональну модель формування професійного іміджу політолога в

процесі фахової підготовки з урахуванням сучасних вітчизняних і зарубіжних напрацювань щодо професійно-особистісного розвитку фахівця, що поєднує наступні взаємообумовлені блоки: методологічно-цільовий (мета, методологічні підходи, принципи), структурно-змістовний (знання, вміння й навички, які формуються і реалізуються у єдності аудиторної та позааудиторної роботи і впливають на позитивні зміни у компонентах професійного іміджу майбутніх політологів), процесуально-технологічний (форми організації, методи, засоби навчання, педагогічні умови формування професійного іміджу політолога) і аналітико-результативний (критерії, рівні та результат);

– *виокремлено* критерії (погребовий, особистісний і когнітивно-праксіологічний), *схарактеризовано* показники та рівні (продуктивний, репродуктивний, фрагментарний) сформованості професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки;

– *набули подальшого розвитку* змістово-дидактичні засади професійної підготовки майбутніх політологів у закладах вищої освіти.

Практичне значення одержаних результатів дослідження полягає у впровадженні в навчально-виховний процес закладу вищої освіти методичного супроводу реалізації педагогічних умов формування професійного іміджу політолога, вдосконаленні змісту наступних дисциплін: «Вступ до спеціальності», «Іноземна мова», «Соціологія», «Історія зарубіжних політичних вчень», «Політичні еліти і лідерство», «Основи професійної етики», «Політична конфліктологія», «Політичний маркетинг і реклама», «Політичний менеджмент», «Порівняльна політологія», «Політична журналістика», «Загальна теорія політики», «Українська політична думка», «Вибори та виборчі системи», «Партії та партійні системи»; розробці методичних вказівок для викладачів «Підготовка студентів до виявлення креативності», організації та впровадженні інтерактивних технологій навчання, зокрема проєктних технологій кейс-стаді, інтелект-карт тощо, створенні методичних матеріалів, що містять банк

завдань для проведення практичних занять із вищенаведених дисциплін, методичних вказівок для самостійної роботи студентів з інструктивними матеріалами щодо їхнього виконання; розробці методичних завдань для проведення тренінгових занять зі студентами, зміст яких спрямовано на поглиблення та закріплення теоретичних знань щодо іміджу, набуття майбутніми політологами особистісних якостей і практичних поведінкових навичок, необхідних для ефективного формування іміджелогічної компетентності у професійній сфері; підборі, адаптації та експериментальній перевірці пакету діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу.

Практичні напрацювання, викладені в дисертації, навчально-методичні розробки можуть бути використані в освітньому процесі закладів вищої освіти, а також під час розробки відповідної навчально-методичної літератури, написанні наукових досліджень з означеної проблематики, а також у самоосвітній діяльності студентів.

Основні положення й результати дослідження **впроваджено** в навчально-виховний процес Університету імені Альфреда Нобеля (довідка про впровадження № 295/1 від 19.05.2020), Запорізького національного університету (довідка про впровадження № 01.01-13/117 від 03.09.2020), Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (довідка про впровадження № 1/818 від 04.09.2020), Ужгородського національного університету (довідка про впровадження № 3537/01-14 від 02.12.2020), Національна академія державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького (довідка про впровадження № 15/150 від 30.11.2020).

Особистий внесок здобувача. У праці, опублікованій у співавторстві [136], особистим внеском здобувача є аналіз базових понять дослідження («професійний імідж», «професійний імідж політолога»), представлення структурної моделі основних складових професійного іміджу політолога та обґрунтування стратегії організації іміджеформувальної діяльності майбутніх політологів у навчально-виховному процесі ЗВО.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження репрезентовано в наступних доповідях і повідомленнях на наукових, науково-практичних і науково-методичних міжнародних конференціях: «Педагогіка та психологія: виклики сьогодення» (Київ, 2019), «Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні» (Львів, 2019), «Higher education for «digital» society and «information» society» (Кошіце, 2019), «Освіта і формування конкурентоспроможності фахівців в умовах євроінтеграції» (Мукачево 2019), «Інноваційні наукові дослідження у галузі педагогіки та психології» (Запоріжжя, 2020), «Проблеми та шляхи реалізації компетентнісного підходу в сучасній освіті» (Харків, 2020), «Наукові досягнення, відкриття та шляхи розвитку педагогічної науки» (Запоріжжя, 2020), «Vzdelávaním k perspektívnemu uplatneniu (kompetencie, internacionalizácia, interdisciplinarita a inovácia vysokoškolského vzdelávania)» (Кошіце, 2020), «Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної педагогіки та психології» (Львів, 2020), «Пріоритетні напрями розвитку сучасних педагогічних та психологічних наук» (Одеса, 2020).

Публікації. Основні теоретичні положення й висновки дослідження відображено у 16 публікаціях, серед них 5 статей у провідних наукових фахових виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз, 2 статті в зарубіжних виданнях, 9 статей і тез доповідей у збірниках матеріалів конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел (320 найменувань, з них 18 – іноземними мовами), 25 додатків на 62 сторінках, 17 таблиць, 13 рисунків. Загальний обсяг дисертації становить 341 сторінок, з них 241 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТОЛОГА В ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

У розділі на основі аналізу фундаментальних досліджень у галузі філософії, соціології, психології і педагогіки розглянуто стан проблеми формування професійного іміджу в студентів – майбутніх політологів, проаналізовано наукові підходи вітчизняних та зарубіжних авторів до базового поняття дослідження – «професійний імідж», обґрунтовано понятійно-категоріальний апарат, визначено сучасні тенденції формування професійного іміджу в студентів як важливої мети та результату їхньої професійної підготовки, схарактеризовано компонентну структуру досліджуваного поняття.

1.1. Концептуальні підходи до визначення поняття «професійний імідж» у сучасних наукових дослідженнях

Дослідження проблеми професійного іміджу з метою його успішного формування у процесі професійної підготовки майбутніх політологів насамперед передбачає уточнення суті наступних споріднених понять: «імідж», «образ», «репутація», «професійний образ», «професійні якості» і, на основі цього, – розкриття суті поняття «професійний імідж» і виявлення єдиної для різних наук матриці розуміння цього феномену.

Багатоаспектність означеної проблеми й необхідність системного розгляду питання формування професійного іміджу в майбутніх політологів визначили наступні основні шляхи аналізу у нашому теоретичному дослідженні:

- 1) наукові джерела, що розглядають сутність і зміст феномену імідж» та аналізують споріднені до нього поняття – «образ», «думка», «стереотип», «уявлення», «репутація», «авторитет» тощо;
- 2) наукові праці, в яких характеризуються типологія і складові

«іміджу», що пояснюють і доповнюють це поняття;

3) наукові підходи, в яких представлені різні погляди на розуміння професійного іміджу в різноманітних контекстах у єдності з розкриттям основних властивостей поняття, що аналізується.

Кожен із виділених напрямів має більш конкретні аспекти, які ми спробуємо дослідити, аналізуючи наукові джерела.

Переходимо до розгляду першого напрямку наукового пошуку – аналізу наукових досліджень суті і змісту поняття «імідж» й аналізу близьких до нього понять.

Звернемося до розгляду генези дефініції «імідж». Етимологічно вона походить від французького й англійського «image» («образ», «зображення», «уявлення»), але сліди виникнення самого поняття можна знайти ще в античності: давні греки так називали статуї богоподібних істот, які наділялися ідеальними та виключно позитивними якостями та значно впливали на життя як кожної людини, так і усього народу загалом, а давні римляни – посмертні воскові маски, що представляли облагороджене обличчя покійного і супроводжувалися його короткою хвалебною характеристикою. Отже, ще у давні часи імідж був певним елементом культури, оскільки ґрунтувався здебільшого на моральних якостях людини, був невід’ємною частиною обрядів, відображав суспільні уявлення про те, як люди мають співіснувати та співпрацювати одне з одним [188, с. 88-89].

На думку вчених, витоки іміджу можна знайти у піснях, билинах, казках, міфах, легендах, прислів’ях, приказках, а прямим підтвердженням того, що турбота про належний імідж була притаманна людині в різні епохи, можуть бути збережені прізвиська історичних осіб, видатних постатей минулого, наприклад, Віщий Олег, Володимир Святий, Святополк Окаянний, Ярослав Мудрий, що характеризувало конкретну особу за її справами і вчинками, відображаючи імідж їхньої особистості (Святий – хрестив Русь, увів християнство як державну релігію; Окаянний – за вбивство братів; Мудрий – за розум, благочестя та політичну вправність тощо) [114, С. 89].

Різні гіпотези вчених щодо походження слова *imago* зводяться до того, що спочатку воно йменувало іншу реальність (статус копії), що наслідувала «першій» реальності, імітувала, символізувала її, могла сприйматися людиною як справжня, не будучи такою.

Науковий період постання цього феномену пов'язаний із впровадженням системного підходу до пізнання іміджу. Поняття «імідж» введено в науку на початку ХХ століття З. Фрейдом, який популяризував його у багатьох своїх статтях, присвячених психоаналітичному трактуванню культурологічних питань, що були опубліковані у журналі «Imago» (видавався Г.Саксом і О. Ранк з 1912 року) і сприяв виведенню цього терміна зі сфери суто наукової психології. Широкому використанню цей термін зобов'язаний американському економісту К. Болдуїну, який у 60-і роки ХХ століття ввів у діловий і науковий обіг термін «імідж», обґрунтував його корисність для ділового успіху. Саме тоді, коли з'явився попит на професійне формування іміджу політиків, артистів, спортсменів, проблеми формування іміджу стали розроблятися в рамках психології, соціології, педагогіки, публік рилейшнз та інших наук. У 90-ті роки ХХ ст. іміджеологія утвердилася як самостійна науково-прикладна галузь знань. Сучасний етап (середина ХХ ст. – теперішній час) характеризується повноцінним науковим вивченням іміджу, а також його можливою універсалізацією і поширенням на нові галузі знань.

Серед зарубіжних авторів, чиї роботи склали основу іміджеології, в першу чергу необхідно згадати П. Берда, Л. Браун, П. Вейла, М. Вудкока, Б. Гарднера, К. Спенсера, М. Спіллейна, Е. Семпсона, Р. Хофф, Л. Яккоки. Їхні роботи присвячені особливостям іміджу, його впливу на соціальний простір кінця ХХ- початку ХХІ століття. У зарубіжних розвідках імідж досліджували та визначали як узагальнення людського сприйняття і його осмислення (К. Боулдінг) [307], сукупність знань, уявлень і передбачень людини про об'єкт і його оточення (Б. Гарднер, С. Леви) [313], набір особистісних якостей, що асоціюється людьми з певною індивідуальністю

(Р. Бентон) [303], ментальну картинку; ідею, породжену уявою або особистістю в уявленнях людини, організації (С. Олівер) [316], публічне «Я» людини, своєрідну маску, макіяж, що застосовується, аби в очах інших людей мати привабливий вигляд (П. Берд) [304], процес створення фірмової репутації, метою якої є ідентифікація суб'єкта і привертання до нього уваги (Е. Бернейз) [306], конструкт, що складається з відношення, пізнання, сприймання і переконання (С. Беланджер, С. Бали, Б. Лонгден) [305].

Розглянемо дефініціювання цього поняття у сучасних довідникових джерелах. У тлумачних словниках «імідж» трактується як «реklamний, представницький образ кого-небудь (наприклад, громадського діяча), що створюється для населення» [38, с.500]; «образ особи (зокрема її вигляд і манера поведінки), спрямований на формування громадської думки чи уявлення про неї» [44]; «цілеспрямовано сформований образ (будь-якої особи, явища, предмета і т. ін.) з метою емоційно-психологічного впливу на кого-небудь для популяризації, реклами і т. ін.» [22, С. 244]; «уявлення (часто цілеспрямовано створюване) про чийсь внутрішній та зовнішній вигляд, образ» [273]; «набір певних якостей, що асоціюється людьми з певною індивідуальністю» [303, с. 56]; «уявлення про особистість, товар, заклад, що формується в масовій свідомості за допомогою реклами, публіситі або пропаганди» [302].

У галузевих словниках-довідниках визначення терміну охоплює більш широкий спектр. У філософських словниках імідж позиціонується як «цілісний, якісно визначений образ певного об'єкта, що стійко живе і відтворюється в масовій і / або індивідуальній свідомості, що виникає і коригується в результаті сприйняття і супутнього профільтрування, яке надходить із зовнішнього середовища інформації про даний об'єкт крізь мережу діючих стереотипів» [190, с. 418]; як «феномен символічної реальності, мета або результат дій, спрямованих на виявлення і презентацію цільової аудиторії (адресному суб'єкту спілкування) певних якостей, що

відображають якість суб'єкта в умовах ділової або масової комунікації [281, с. 183].

Психологічні словники інтерпретують це поняття як «стереотип, що сформувався у масовій свідомості, емоційно забарвлений образ певного об'єкта» [228, с. 160]; «публічно зафіксований або підтримуваний вигляд, образ громадської особи, обличчя професії, діяльності, організації, способу життя» [227, с. 119].

Педагогічний словник за редакцією М. Ярмаченка трактує імідж як «зафіксований у масовій свідомості стереотипний емоційно забарвлений образ будь-кого або будь-чого» [205, с. 220]. Педагогічний енциклопедичний словник розглядає це поняття як «цілеспрямовано сформований образ (будь-якої особи, явища, предмета), покликаний справити емоційно-психологічний вплив на когось» [206, с. 103].

Як бачимо, серед представлених у довідковій літературі формулювань поняття «імідж» немає одностайності щодо визначення цього феномену. У багатьох дефініціях суть поняття «імідж» розкривається за допомогою таких категорій, як «образ», «уявлення», «думка», «стереотип», «репутація» тощо. Розглянемо більш детально спільні та відмінні характеристики цих понять.

Тлумачні словники української мови трактують «образ» як «обличчя, вид, подобу, наглядне уявлення про будь-кого або будь-що», «узагальнене художнє відображення дійсності, що набуває форми конкретного, індивідуального явища», «живе, наочне уявлення про будь-кого» [38, с. 648]. Тобто поняття «образ» можна визначити як результат процесу психічного відображення (уявлення) певного об'єктивного явища, що здійснюється шляхом перетворення вихідної інформації. Образ не є точною копією об'єкта, що він уособлює. Процес його створення може бути як активним і цілеспрямованим, так і спонтанним; може включати процедури аналізу (виділення типового в об'єкті) й синтезу (сполучення пов'язаних між собою характеристик об'єкта). Усі ці характеристики притаманні й іміджу.

Проте ці поняття не є повністю синонімічними. Розмежовуючи поняття «образ» та «імідж», дослідники звертають увагу на різну природу виникнення цих феноменів: образ – це уявлення про предмет або явище, що виникає довільно в індивіда або групи людей, він може бути позитивним і негативним, а імідж формується спеціально і цілеспрямовано [33, с. 42].

Більш доречним, на наш погляд, буде визначення іміджу як різновиду образу, причому не будь-якого образу, а того, прототипом якого виступає суб'єкт (наприклад, людина, група, організація).

Не зовсім коректним буде й ототожнення понять «імідж» і «уявлення». Довідникові джерела визначають «уявлення» як вторинний образ, «узагальнені образи предметів, сцен і подій, що виникають на основі їх пригадування або ж активної уяви, тобто тих явищ, що в даний момент не впливають на органи чуття», «розуміння будь-чого, знання будь-чого, що ґрунтується на досвіді, одержаних відомостях, якихось даних і т. ін.», «чуттєво-наочний образ предметів і явищ дійсності, що вільно зберігається і відтворюється в свідомості через безпосередній вплив самих предметів і явищ на органи чуття» [280, с. 660; Сл.. Т. 10, с. 545., 38, с. 1524]. Ці дефініції вказують на те, що уявлення є первісним рівнем пізнання, має чуттєвий характер, але, на відміну від відчуття та сприймання, формується й існує за відсутності безпосередньої дії об'єкта на органи чуття. Тобто в уявленні об'єкт подається опосередковано і, на відміну від сприйняття, уявлення піднімається над природною реальністю одиничних об'єктів і пов'язує їх з поняттям.

Зіставляючи поняття «імідж» і «стереотип», зазначимо, що друге поняття частіше розглядають як «те, що часто повторюється, стало звичайним, загальноприйнятим і чого дотримуються, яке наслідують у своїй діяльності»; «схематичний, стандартизований образ соціального об'єкта, явища, найчастіше емоційно забарвлений і достатньо стійкий» [257. Т.9, с. 689., 53, с. 269]. Тобто визначення підкреслюють спрощеність стереотипу, формування його як психічного образу на основі узагальнення особистого

досвіду. У той же час, основою стійкості стереотипних оцінок є емоції, переживання, симпатії або антипатії, що є першопричиною їх певної упередженості. Імідж, навпаки, в першу чергу фіксує відмінності подібних явищ, протиставляє їх один одному. У цьому ключі доречною нам представляється думка Т. Білик, яка наполягає на тому, що «стереотип позначає образ, сутність якого лежить у площині об'єктивного існування світу. Імідж виходить за межі якісної визначеності реальності й виникає в процесі взаємодії людини із цією реальністю» [23, с. 16]. Зазначимо також, що стереотип є більш абстрактною категорією, яка може зберігатися без змін протягом поколінь, а імідж є більш гнучким, мінливим, рухливим конструктом.

Мають свої розбіжності з досліджуваною категорією наступні поняття: «думка», «авторитет», «репутація», що використовують науковці у визначенні іміджу. Думка – судження, що виражає оцінку, ставлення до будь-кого чи будь-чого, погляди на певний суб'єкт, об'єкт чи явище, подію. Авторитет – «загальновизнане значення, вплив, загальна повага до особи, організації, колективу, теорії і т. ін.» [258. Т. 11, с. 14]. Репутація – «сформована громадська думка про якості, переваги і недоліки певного індивіда» [265, с. 354]; «набута будь-ким чи будь-чим загальна оцінка, спільна думка про якості, переваги і недоліки» [278, с. 1105]. Звернемо увагу на те, що ключовими позиціями у визначенні репутації є «думка», «оцінка», у визначенні ж іміджу – «образ». Репутація, як і авторитет, складається з реальних дій суб'єкта – успіхів чи невдач у роботі, навчанні, житті. На противагу цьому, імідж меншою мірою пов'язаний з реальними якостями суб'єкта чи об'єкта, він пропонує громадськості певні іміджеві характеристики. Зазначимо також, що імідж, на відміну від суміжних понять, формується лише відповідно до визначеної мети. Репутація, думка, авторитет, звичайно, теж можуть мати мету і керованість, але цілеспрямованість їх створення не носить обов'язковий характер, тоді як для

формування іміджу мета є обов'язковою. В якості схожих позицій можна назвати системність у формуванні як іміджу, так і репутації й авторитету.

Перейдемо до трактування поняття «імідж», його змісту у сучасній науковій літературі.

Слід звернути увагу на те, що певна кількість дослідників зосереджується на іміджі суб'єкта як зовнішньому боці його поведінки. Так, В. Шепель трактує його як «індивідуальний вигляд або ореол, створений засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості для залучення до себе уваги» [290, с. 47].

Науковці також підкреслюють роль емоційного у цій категорії. В. Маценко, наприклад, позиціонує імідж як «емоційно забарвлений стереотип сприйняття масовою, пересічною свідомістю явища, особи» [173, с. 4]. На думку Е. Камишевої, імідж – це «певний синтетичний образ, що складається у свідомості особистості стосовно конкретної людини, організації або іншого соціального об'єкта, і містить великий обсяг емоційної забарвленої інформації про об'єкт сприйняття» [100, с. 48].

Важливим у визначенні цього поняття, на наш погляд, є акцентування на результатах створення іміджу, а саме на тому впливові, що він здійснює на оточуючих. П. Берд визначає імідж як «цілеспрямований вплив на поведінку людини, найбільш ефективний спосіб донесення інформації до неї з метою реалізації цілей комунікатора [304, с. 193–194]. О. Панасюк, характеризуючи імідж як образ, уявлення, думку про людину у свідомості інших людей, наголошує на тому, що процедура його формування спрямована на створення в людей певного образу об'єкта з певним оцінюванням цього образу у вигляді усвідомлюваної або неусвідомлюваної думки про цей образ для досягнення психологічного тяжіння аудиторії іміджу до цього об'єкта [202, с.86].

Зазначимо деякі позиції науковців стосовно психологічних аспектів іміджу. О. Андреева, розглядаючи сутнісні характеристики цього поняття як соціально-психологічного явища, висловлює думку, що імідж, тобто

специфічний «образ» предмета, сприймається тоді, коли ракурс сприймання навмисне зміщений і висвітлює лише певні сторони об'єкта, результатом чого є ілюзорне відображення об'єкта чи явища: «між «іміджем» і реальним об'єктом існує так званий «розрив у достовірності», оскільки імідж «згущує фарби» образу, виконуючи тим самим функцію механізму навіювання» [5, с. 222].

Цю думку з іншого ракурсу розробляє О. Петрова, позиціонуючи імідж як феномен індивідуальної, групової або масової свідомості, визначає його як образ-представлення, в якому у складному взаємозв'язку з'єднуються зовнішні й внутрішні характеристики об'єкта, його соціальні ролі й функції, взаємодія в семантичному полі культури з іншими категоріями свідомості, причому важливою характеристикою є також його залучення до менталітету [216, с. 11]. Тобто, імідж у гносеологічному плані виступає як особливий образ-код, в якому нагромаджується та зберігається певна соціальна інформація, що має емоційне і, у певних випадках, національне забарвлення.

На інформативності як складової характеристики іміджу наполягає О. Затворнюк, у визначенні якої це поняття представлено як символ, що інформує оточуючих про соціальний статус індивіда, його професійну приналежність, характер, темперамент, цінності людини, її установки, знання, вміння, фінансові можливості, смак і навіть сімейний стан. [88, с. 42]. Від точності створеного образу, представленої інформації залежить швидкість і якість знаходження суб'єктом спільної мови з оточуючими.

Філософські дослідження (К. Атаманська, С. Велешук, С. Денисюк, В. Жулай, У. Некрасова, Ю. Падафет, І. Сімонова, Д. Спічева, І. Черьомушнікова та ін.) визначають імідж як образ, модель реальності, засіб соціального пізнання, що може бути віднесено до будь-якого об'єкта: індивіда, соціальної групи, організації, професії, предмета. Більшість вчених говорять про імідж як стереотипний підсвідомий образ, що є вторинною інформаційною структурою по відношенню до реального об'єкта, який сприймається. Науковці уявляють імідж як тілесну форму ідентичності

сучасної людини, «репрезентативну форму соціально-культурних відносин, що здійснюється в рамках діалогу з іншим, у процесі якого переплітаються світоглядні аспекти людської суб'єктивності і соціальності» [181, с. 37]

На філософському рівні поняття «імідж» пов'язане з категоріями, як-от духовність, мораль, етика, естетика, що є найбільш значущими у практичному аспекті у зв'язку з необхідністю використання моральних, етичних, естетичних критеріїв до засобів, технологій його створення [246, с. 134]. З цих позицій імідж як відображення духовних, культурних, соціальних цінностей є вираженням соціально схвалених позитивних якостей і властивостей, що дійсно притаманні об'єкту, своєрідним духовно-моральним ресурсом особистості. Імідж відображає соціальну реальність, містить символи, міфи, стереотипи і включає семіотичні, когнітивні й образні складові [83, с. 325]. Базовими характеристиками іміджу з філософської точки зору можна вважати правдивість, цілісність, стереотипність, активність, динамізм, мінливість, гнучкість, залежність від змін в самому носії або в сприйнятті суб'єктів, і одночасно стійкість, схильність до впливу з боку масової свідомості [187, с. 74].

У наукових працях, що розглядають це поняття з точки зору соціології, імідж висвітлюється як значуще явище сучасного суспільного життя, як феномен індивідуальної, групової чи масової свідомості, стереотип суспільної думки, що має значний вплив на соціальну поведінку людей. Характеризуючи імідж, соціологи на перший план виводять наступні його риси: динамічність, мінливість, гнучкість, ситуативність [279, с. 115]. Науковці, які досліджують зазначене поняття з позицій соціології (Д. Вергун, В. Горчакова, В. Комаровський, М. Люнічева, А. Реп'єва та ін.), позиціонують його як форму відображення об'єкта, стереотипний, емоційно відображений індивідуальний образ, який розкриває внутрішній зміст, що склався в масовій свідомості. При цьому особлива увага приділяється іміджу як виду соціального управління, під чим розуміють його функцію, як-от створення потрібного враження, цілеспрямоване формування, спонукання до

соціальної поведінки. Так, Д. Вергун зазначає, що у суспільстві імідж розглядається як культурний феномен, культурний код, за допомогою якого відбувається постійна репрезентація особистості або групи [41, с. 38], а В. Горчакова бачить в іміджі образ, що формується цільовою аудиторією про певний об'єкт і враховує його символічні, міфологічні, стереотипні й соціально-рольові аспекти, своєрідний інструментарій, що допомагає вибудувати взаємини з навколишнім світом [60, с. 293]. Тобто у соціологічному погляді на феномен іміджу переважає розуміння іміджу як механізму управління свідомістю і поведінкою масової аудиторії за допомогою типізації соціальної реальності.

У понятійно-термінологічному полі політології імідж сприймається як образ (найчастіше – політика), метою цілеспрямованого й активного формування якого є емоційно-психологічний вплив на оточення для популяризації, політичної реклами тощо (С. Денисюк, Г. Дідух, І. Купцова, О. Куцова, В. Кривошеїн, Н. Лікарчук та ін.). Тобто у політологічній проєкції іміджу його найважливішим компонентом є емоції, а головною функцією – проєктування для цільової аудиторії ціннісних орієнтацій і способу майбутнього. Імідж у політології – це певний поведінковий стереотип, заснований не на справжніх фактах, а «на престижі, думках, ілюзіях, створених людьми про самих себе, на міфологічному уявленні про минуле, на уявному поданні про майбутнє, і який здатний впливати як на вчинки окремих особистостей або груп, так і на поведінку цілих націй» [244, с. 21]. Тобто імідж предстає як компонент системи політичного світосприйняття, позиціонується як особливого роду образ-уявлення про конкретний публічний політичний об'єкт (персоніфікований, інституційний, ідеологічний), що «стихійно або цілеспрямовано створюється у масовій політичній свідомості, за допомогою асоціацій гіперболізує іманентні характеристики об'єкта, що сприймається, та наділяє його додатковими властивостями» [42, с. 157]. Характеризуючи імідж, політологи підкреслюють, що він далеко не завжди повністю й адекватно відображає

реальний об'єкт, обов'язково повинен містити ознаки, за якими цей об'єкт ідентифікується і, відповідно, виокремлюється серед подібних, володіє значною стійкістю і силою інерції [150, с. 12].

Як і в інших галузях гуманітарного знання, у психології ще не існує єдиного розуміння цього поняття. У науковому дискурсі вживаються визначення іміджу як «символічного образу суб'єкта, що створюється у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії» [208, с. 23], як оцінного судження – думки [196, с. 78], як враження, справленого людиною на іншу людину або на групу людей [98, С. 46], як образа-уявлення, що склався у свідомості реципієнта, в якому у складній взаємодії поєднуються зовнішні і внутрішні характеристики об'єкта [246, с. 48]. За З. Фрейдом, імідж – не реальний образ або людини, або предмета (ego), а їх ідеальний образ (superego), що часто відрізняється від реального [282, с 367]. Американські психологи Л. Браун і Е. Ньюман позиціонують імідж як здатність до комунікації і враження, яке він справляє [308, с. 9].

З психологічної точки зору імідж будь-якого об'єкта – це «нестереотипний образ, що може мати стереотипну оцінку (а може і не мати її), образ, який може мати раціональні або емоційні ознаки» [99, С. 23]. Дослідники наполягають на багатомірності іміджу будь-якого об'єкта як усталеного образу, що виникає у сфері свідомого або підсвідомого в результаті прямого сприйняття людиною тих чи інших характеристик об'єкта, або непрямого, опосередкованого на основі сприйняття вже оціненого кимось образу через оцінку цього образу, сформованого в психіці інших людей» [89, с. 5]. У цьому ж ключі можна сприймати і позицію А. Коркишко, який визначає імідж як «інтегровану цільність біогенних, соціогенних і психогенних елементів» [116, с. 66].

Узагальнюючи думки вчених, О. Чебикін визначає імідж як особливий процес презентації особистості, що виступає основою для самоствердження в середовищі, використовується як певна психотехнологія впливу на соціум [285, с. 26]. Саме виникнення цього феномену стає можливим у випадку,

коли його носій стає об'єктом соціальної перцепції, тобто коли є суб'єкти його безпосереднього або опосередкованого сприйняття. На думку Н. Барни, С. Уланової, імідж складається на підставі тих окремих вражень, що людина справляє на оточення в результаті спостереження, спілкування, соціальної взаємодії, і на підставі тих думок, які поширюються через комунікативні канали [16, с. 24].

У структуру психологічної проєкції іміджу включені наступні компоненти: цілісність, інтегральність, системність, інформативність, динамічність, емоційність, єдність зовнішнього вигляду й поведінки, функціональність, обумовленість характером діяльності, суб'єктність, відтворення потреби соціальної групи (К. Боулдінг, М. Вудкок, Б. Зейгарник, О. Ковальова, О. Маслова, М. Мазоренко, Л. Новік, О. Перелигіна, А. Семенов, О. Скориніна, Т. Хомуленко, В. Шепель, О. Чебікін та ін.).

Більшість дослідників, що вивчають цю категорію у межах педагогіки (Н. Бутенко, Н.Гузій, Т. Демчук, Ю. Дзядевич, М. Євтух, І. Зязюн, Л. Кайдалова, А. Калюжний, З. Курлянд, Л. Мітіна, О. Пенькова, І. Табачек, Л. Хоружа та ін.), визначають імідж як багатокomпонентний емоційний образ, що визначає рольову відповідність особистості до стандартів та вимог її професії в очах колег, підлеглих, суспільства; як поєднання зовнішніх та внутрішніх складових особистості, емоційно забарвлений стереотип сприймання образу суб'єкта у свідомості певної групи, а також у масовій свідомості.

У визначенні іміджу з позицій педагогічної науки зустрічаються поняття, як-от інтелектуальні здібності, зовнішній вигляд, соціальні ролі, риси характеру, що формуються у процесі соціалізації і відповідають моральним установкам і ціннісним орієнтаціям певної частини суспільства. Наприклад, З. Курлянд визначає імідж як сукупність уявлень про те, як повинна поводити себе особа відповідно до власного статусу, що сформувалися в громадській думці, а також як її права і обов'язки повинні співвідноситися між собою в цьому статусі [145, с. 31]. Підкреслюючи

гнучкість, ситуативність іміджу, І. Федоров визначає його як «систему соціального програмування духовного життя та поведінки суб'єктів (індивідів і груп) загально-цивілізаційними та ментальними стереотипами й символами групової поведінки, опосередковану потужністю мотивації успіху, еталоном бажаного враження, міметичними здібностями суб'єкта і ситуацією» [279, с. 83].

Імідж в педагогіці розуміють і як рольовий конструкт, що описує певну модель свідомості і поведінки, якою повинні оволодіти учні. Так, Л. Семенова дотримується думки, що модель випускника навчального закладу є іміджем бажаного майбутнього, що описує набір певних знань, умінь, навичок і компетенцій, якими повинен володіти випускник, щоб ефективно виконувати передбачені законами держави і суспільства соціальні ролі [242, с. 19]. В. Орешкін дає визначення іміджу як «феномену символічної реальності, цілей і (або) результату дій, спрямованих на вияв і презентацію цільовій аудиторії (адресному суб'єкту спілкування) певних властивостей, що відображають якість суб'єкта чи об'єкта різного масштабу в умовах ділової чи масової комунікації» [197, с. 3].

А. Пелих, Т. Кизилова, А. Пронченко зазначають оцінну сторону іміджу, говорячи про нього як про «оцінку морально-особистісних, інтелектуальних, професійних і етичних якостей особистості оточуючими людьми, самопрезентацію, конструювання людиною свого образу для інших» [207, с. 3].

Ю. Дзядевич серед істотних характеристик іміджу називає його здатність впливати на поведінку суб'єктів, що сприймають його, і в той же час його залежність від змісту соціальних уявлень і стереотипів суб'єктів перцепції; відповідність іміджу, з одного боку, особі суб'єкта-прообразу іміджу, з іншого боку, соціальним очікуванням суб'єктів, що сприймають імідж [71, с. 37].

У педагогічних працях в якості найважливіших пропонуються наступні характеристики іміджу: активність, гнучкість, мінливість, ситуативність,

символічність, наслідуваність, орієнтованість на соціальну групу, емоційність, наявність духовних, етико-естетичних, ціннісних орієнтирів тощо (Т. Демчук, О. Горovenко, В. Ісаченко, А. Калюжний, З. Курлянд, А. Коркішко, В. Орешкін, А. Пелих, А. Рацул, Д. Семенова, І. Сімонова, І. Федоров, Є. Позднишев).

Отже, у філософських, соціальних, політологічних, психологічних, педагогічних наукових дослідженнях імідж розглядають як складний конструкт, що має різноманітні характеристики (стереотипність, цілісність, динамічність, мінливість, гнучкість, інформативність, емоційність, прихильність до певних ціннісних орієнтирів, особистісну активність суб'єкта тощо).

Виходячи з проаналізованих наукових позицій та багатоаспектності досліджуваного феномену, у своїй роботі ми будемо дотримуватися розуміння іміджу як емоційно забарвленого стереотипного суб'єктивного образу, що заснований на особливостях, властивостях, якостях, ціннісних характеристиках об'єкта і цілеспрямовано сформований в індивідуальній, груповій або суспільній свідомості для досягнення певних результатів: пізнання, особистої кар'єри чи самовираження.

Наступним етапом нашого наукового пошуку є аналіз наукових праць, в яких характеризуються типологія і структура (складові) «іміджу», що пояснюють і доповнюють це поняття.

Для більш глибокого розуміння іміджу суб'єкта розглянемо його структуру, проаналізувавши найважливіші з підходів науковців щодо цього питання.

Здебільшого у сучасних дослідженнях науковцями виділяються три позиції у структурі іміджу, що перетинаються і створюють єдине ціле: фізичні характеристики (здоров'я, стиль одягу, зачіска, макіяж); психологічні характеристики (характер, темперамент, внутрішній світ) та соціальні характеристики (роль у суспільстві, поведінка і комунікативні особливості). [227, с. 119; 230, с. 114]). У представленій структурі іміджу науковці

презентують широкий спектр характеристик – від зовнішніх мінливих проявів до внутрішніх стабільних якостей особистості.

Дещо відрізняється думка Ю. Дзядевич, яка, виділяючи вслід за іншими авторами складові іміджу, як-от зовнішні і внутрішні характеристики, доповнює структуру компонентом – міжособистісні характеристики іміджу, що включають самопрезентацію, особистісну принадність (атракцію), рівень сформованості комунікативних умінь, навичок, а також певну харизму [71, с. 72].

Певна кількість дослідників (Л. Донська, Л. Семенова, І. Симонова, В. Черепанова, В. Шепель та ін.), зазначають наявність у структурі іміджу статичного комплексу – ядра іміджу, до якого відносять усталені структурні характеристики, що забезпечують її функціонування. Наприклад, В.Шепель як такі характеристики називає природні якості, що наслідуються індивідом, а також особистісні характеристики, сформовані у процесі виховання і навчання, зокрема спрямованість особистості, ціннісні орієнтації, соціальні установки, Я-концепція, що детермінує усі психічні процеси [289, с. 44].

Докладною і зваженою нам представляється структура індивідуального іміджу особистості В. Бойко, який презентує її як взаємозв'язок складових аудіовізуальної культури особистості (мова, манера поведінки, одяг, зачіска, що відповідають очікуванням соціальної групи), стилю поведінки (професійний, інтелектуальний, моральний, емоційний, комунікативний, естетичний, етичний), внутрішньої філософії (система цінностей, життєвих установок, стосунків, що впливають на зовнішність і манеру поведінки), атрибутів, що підкреслюють соціальний статус і вподобання людини, психогігієнічного «Я-образу» (зовнішній і внутрішній спокій людини, активність, приязність, доброзичливість, миролюбність і т. ін.) [26, с. 27].

Найбільш близькою до об'єкту нашого дослідження виявляється структура іміджу, представлена М. Мазоренко, яка до складових компонентів іміджу професіонала відносить зовнішні компоненти іміджу (фізичні дані; одяг та зачіска, особливості поведінки, розвиненість мовлення, запах тощо);

професійну спрямованість (мотиви, цілі, ціннісні орієнтації, потреби; професійна позиція, професійне самовизначення та цінності людини-професіонала); професійну компетентність (знання, уміння й навички фахівця, що дозволяють йому успішно виконувати професійні завдання); професійно-важливі психофізіологічні особливості (тип нервової системи, індивідуальні властивості темпераменту, реактивність, енергійність, зорово-рухова координація, окомір та ін.); професійно-важливі властивості особистості (когнітивні, комунікативні, регулятивні якості особистості, що визначають ефективність діяльності (продуктивність, якість, результативність) [158, с. 179-182].

Отже, аналіз різних наукових позицій щодо структури іміджу свідчить, що перш за все мова йде про поєднання соціальних, професійних та психологічних характеристик особистості та уявлення про її зовнішній вигляд. Структура іміджу повинна мати цілісний, узгоджений характер, окремі її компоненти не повинні суперечити іншим. Узагальнивши наявні підходи до структури іміджу, докладно вивчивши його елементи, виявлені в науковій психолого-педагогічній літературі, ми визначаємо структуру іміджу як єдність наступних компонентів:

- особистісний компонент (Я-концепція, спрямованість, інтереси, ціннісні орієнтири, мотивація, особистісні якості);
- аудіовізуальний компонент (візуальна, аудіальна, вербальна, кінетична, габітарна, ольфакторна, кінестетична складові);
- соціальний компонент (соціальні ролі, моделі поведінки і спілкування);
- функціональний компонент (стиль і зміст процесу діяльності).

Звернемося до розгляду у науковому дискурсі типології іміджу.

Науковці (В. Балахтар, Н. Барна, О. Горovenko, В. Ісаченко, І. Ніколаєску, Г. Почепцов, Т. Хомуленко, В. Шепель та ін.) зазначають, що імідж може виступати фактором підвищення довіри до джерела інформації і фактором, що полегшує соціальний вплив, може виконувати ряд функцій для

самого суб'єкта-прообразу: самовираження, самопізнання, самоідентифікації, самовдосконалення, рефлексії, адаптації, комунікації тощо. Функціональні характеристики зумовили виділення фахівцями значної кількості типів іміджу, що віддзеркалюють погляд на імідж із різних позицій, наприклад, самоіміджу як сприймання особистістю себе; іміджу, що сприймається іншими; бажаного іміджу, що у свою чергу поділяють на особистісний (індивідуальний) та професійний.

Ф. Джефкінс [314, с.14] розрізняє дзеркальний імідж, властивий нашому уявленню про себе, який мінімально бере до уваги думки оточуючих; рухливий, що є характерним для погляду ззовні; бажаний, який відображає те, до чого ми прагнемо, визначає орієнтацію іміджевої поведінки людини; корпоративний, тобто імідж організації.

Визначаючи трикомпонентну типологію іміджу, Е. Семпсон [318, с. 112-114] пропонує розглядати особистісний імідж як поєднання низки зовнішніх і внутрішніх чинників, з яких складається самоімідж (образ, який особистість представляє соціуму, виходячи з минулого досвіду та відображаючи сьогоdnішній стан самоповаги); імідж, що сприймається оточенням, до якого входить перероблена й оцінена інформація, бачення з позиції інших людей; необхідний імідж (образ, що створюється відповідно до конкретних очікувань соціуму та є потрібним у цей час). Досить близькою до цього є позиція А. Калюжного, який звертає увагу на існування типів іміджу в залежності від ставлення до суб'єкта формування, суб'єкта сприйняття чи взаємодії між ними: імідж самосприйняття, імідж, що сприймається іншими, потрібний імідж (особистий і професійний) [99, с. 36].

У наукових психолого-педагогічних дослідженнях (В. Ісаченко, З. Курлянд, О. Медведєва, О. Панасюк, О. Перелигіна, Г. Почепцов, В. Шепель та ін.) зустрічаються різноманітні класифікації іміджу відповідно до певних критеріїв. Наведемо типологію, запропоновану В. Ісаченко [96, 72-73] на основі узагальнення поглядів науковців у галузі іміджеології. Науковець розрізняє наступні види іміджу: за суб'єктом – особистісний,

товарний, груповий (організаційний, корпоративний, національний); за характером взаємодії – безпосередній, опосередкований; за спрямованістю та цілями – публічний, професійно-діловий, комерційний, політичний, артистичний тощо; за ступенем досягнення мети суб'єкта – ефективний і неефективний; за охопленням іміджевої аудиторії – прицільно-точечний і масовий; за співвідношенням індивідуальних особливостей і соціальних вимог – кон'юнктурний, органічний, збалансований; за ступенем самоконтролю – спонтанний та керований; залежно від об'єкта іміджування – міжнародний (імідж країни, краю, регіону та ін.), політичний (імідж політика, політичної групи, партії, фракції і т. ін.), корпоративний (імідж організації, комерційної або громадської), професійний (імідж педагога, юриста, лікаря, артиста й ін.), персональний (імідж успішної людини, імідж справедливого політика та ін.), предметний (імідж товару, послуги і т. ін.).

В. Бондаренко наводить наступну типологію іміджу в залежності від базисних підстав: за критерієм спрямованості вияву – зовнішній і внутрішній; за цільовою настановою – природний і штучний; за способом виникнення – свідомий і несвідомий; за ступенем раціональності сприйняття – когнітивний та емоційний ; за критерієм цільовизначення: цілеспрямовано сформований та стихійний; за джерелом впливу на імідж – самокерований та зовні керований; за механізмом формування – керований та некерований; за змістом наповнення та відповідності його специфіці конкретної діяльності – професійний імідж, імідж керівника, імідж установи, імідж організації, імідж території, політичний імідж, особистісний імідж людини [28, с. 24].

Як бачимо, у дефініції типів іміджу думки науковців збігаються у випадку визначення іміджу, що має пряме відношення до соціальної ролі особистості і розглядається як думка про людину як суб'єкта професійної діяльності, тобто професійного іміджу людини. Професійний імідж виступає показником культури та забезпечує професійну ідентифікацію та самовдосконалення особистості майбутнього фахівця.

Третім напрямом наукового пошуку стало вивчення наукової

літератури, в якій представлені погляди вчених на розуміння професійного іміджу в різноманітних контекстах у єдності з розкриттям основних властивостей поняття, що нами досліджується.

Професійний імідж – це складний соціально-психологічний та педагогічний феномен, що передбачає створення образу конкретної професії. Це сукупність уявлень про те, як повинна виглядати й поводити себе людина певної професії (політик, бізнесмен, викладач, лікар тощо). Професійний імідж створюється і розвивається в процесі певної професійної діяльності і є фактором підвищення її ефективності. У професійній сфері важливими функціями іміджу є професійна самоідентифікація, професійний тренінг, професійний контроль, професійне самовираження. Саме ці функції допомагають особистості інтегруватися до системи професійних відношень, здійснювати ефективно професійне спілкування і взаємодію, максимально розкривати свій професійний потенціал, завойовувати авторитет, підвищувати конкурентоздатність.

У сучасній науковій інтерпретації зміст поняття «професійний імідж» («імідж професії») розкривається найчастіше як уявлення про людину як фахівця, професіонала своєї справи (М. Мазоренко [157], Г. Почепцов [216], В. Орешкін [197], І. Федоров [279], В. Шепель [290]), статусний образ особистості як сукупності уявлень суспільства про те, яким повинен бути індивід відповідно до свого професійного статусу (Н. Смірнова [259], Н. Савченко [240]), сукупність професійних, моральних, естетичних і етичних норм, вироблених суспільством, і ставлення суб'єкта до своїх професійних обов'язків (Ю. Палеха [201], Д. Вергун [41], І. Муратова [181], професійний стереотип-типаж, інтенсивний емоційний, оцінний ефект, що базується на загальному образі типового професіонала, психологічному механізмі персоніфікації (О. Грейліх [61], Л. Донська [73], В. Петренко [209], Н. Савченко [240], Т. Хомуленко [283]), синтез особистісних якостей, професійних компетентностей, зовнішності особистості (С. Болсун [27], М. Навроцька [183], І. Ніколаєску [188], О. Романовська [237]); інтегрована

якість особистості, що забезпечується системою культурологічних, психологічних та професійних знань, навичок і вмінь (І Размолодчикова [230], О. Горовенко [58], Т. Довга [72], Т. Шахматова [288]), складне утворення, зумовлене особливостями професійної діяльності та соціальними ролями, що виконує особистість (Н. Прус [225], Т. Завгородня [84], О. Капустюк [102]), відображення діяльності людини – її плани та їх реалізацію, ділові якості (відповідальність, організованість, працьовитість), ступінь успішності (визнання в певних колах, професійні нагороди, досягнення), предметна атрибутика (М. Беляєва, В. Самкова [21], Н. Лікарчук [150], О. Ковальова [105]) і т. ін.

Як бачимо, досліджуючи різні аспекти професійного іміджу, науковці не приходять до єдиної точки зору в його визначенні, наслідком чого є нечіткість та широке тлумачення цього поняття. Зупинимось детальніше на деяких трактуваннях цього феномену, що дасть можливість більш повно представити сутність професійного іміджу.

Імідж як думка, що формується про людину як про фахівця своєї галузі, професіонала, має особливу значущість у системі професій типу «людина – людина», «людина – колектив», сприяючи підвищенню продуктивності професійної діяльності особистості і покращенню її індивідуальних характеристик. Професійний імідж, притаманний кожній професії, формує сукупність зовнішніх та внутрішніх індивідуальних, особистісних і професійних якостей, що мають за мету продемонструвати бажання людини, готовність та здатність до суб'єкт-суб'єктного спілкування. Професійний імідж формується у процесі професійного розвитку і є сукупністю професійно орієнтованих характеристик, як-от професійна і культурна компетентність. Професійний компонент, як зазначає Л. Шнейдер, включає якості, що відображають професійну ідентичність, відповідність людини професії, розуміння своєї професії, прийняття себе у професії [293, с. 156], рівень професійної культури й інші якості, що характеризують людину в умовах її діяльності.

За визначенням С. Болсуна професійний імідж – це синтез професійних якостей і компетентностей, особистісних якостей і зовнішності особистості [27, с. 51]. Таким чином, професійний імідж передбачає створення сукупного образу, усі складники якого взаємопов'язані та взаємозумовлені без надання переваги жодній з них.

Ціла низька дослідників підкреслює знакову, інформаційно-символічну природу професійного іміджу. Визначаючи це поняття як персоніфікований образ професії, Н. Савченко позиціонує його як узагальнений емоційно забарвлений образ типового її представника, що має символічну природу, характеризується навіюванням та здійснює психологічний вплив на оточуючих [240, с. 56].

На думку Н. Прус, професійний імідж є надбудовою, що створюється на основі особистісних якостей індивіда; гармонійною сукупністю зовнішніх і внутрішніх індивідуальних і професійних якостей, що виявляються у діях і поведінці представника певної професії, зумовлюють успішність професійної діяльності [224, с. 52].

Безумовно, професійний імідж є важливим елементом професійної компетентності фахівця, у прямій залежності від якого знаходиться його успіх у трудовій сфері. Життєва стратегія, що націлює людину на досягнення успіху у професії, є на сьогодні необхідною умовою для реалізації у будь-якій професійній діяльності. Успішна професійна кар'єра значною мірою залежить від уміння свідомо вибудовувати професійний імідж, що відповідає завданням і специфіці професії. Основою професійного іміджу є поєднання професійних та особистісних якостей фахівця, що сприяють успішній його реалізації у професійній діяльності. Так, Ю. Матюшина бачить сутність професійного іміджу фахівця як компонента професійної культури у функціональному забезпеченні зв'язку між професійними знаннями і особистісним розвитком особистості, сприянні конкурентоспроможності в професійному середовищі [172, с. 10].

Не викликає дискусій теза, що професійний і особистісний розвиток є невідірваними один від одного, оскільки основою кожного з них є принцип саморозвитку і творчої самореалізації особистості. Саме тому у формуванні професійного іміджу важливою є спрямованість майбутнього фахівця на успішну професійну діяльність. Інтегруючу роль у цьому процесі відіграє професійне самовиховання, оскільки воно «зумовлює випереджувальне віддзеркалення у свідомості людини тих дій і вчинків, які вона збирається здійснити у процесі соціалізації та професійного становлення, визначення тих рис і якостей, які вона має намір виробити в собі для успішної професійної діяльності» [62, С. 8-9].

Професійний імідж є спеціально спроектованим позитивним образом себе у професії, що створюється з метою найбільш ефективного виконання професійних функцій. Розглядаючи імідж фахівця як його образ у професії, зауважимо, що, на нашу думку, він формується на основі суб'єктивного і об'єктивного факторів: уявлення про себе самого у професії та уявлення оточення про нього як фахівця. При цьому слід додати ремарку, що образ, сформований професійним оточенням, може вважатися об'єктивним за умови, що уявлення було складене на основі проаналізованих і узагальнених фактів.

Хоча Ю. Палеха зауважує, що у більшості випадків гарний особистий професійний імідж є результатом умілої орієнтації за конкретних умов, правильності вибору тієї чи іншої моделі поведінки [201, с.324], ми вважаємо, що позитивний професійний імідж можна розглядати як показник професійного росту і професійного самовизначення, якісної реалізації фахівця у певній галузі діяльності, що залежить від його готовності до створення такого образу ще на етапі професійного навчання у закладі вищої освіти. На визначну роль освітнього процесу у формуванні в студентів майбутнього професійного іміджу, розвитку їх професіоналізму вказує й А. Коркішко, звертаючи увагу на те, що саме у закладі вищої освіти з метою досягнення успіху та кар'єрного зростання усвідомлено, цілеспрямовано

повинен формуватися образ, що повністю відповідає специфіці майбутньої професії, уявленню про фахівця, що складається в результаті отриманої спеціальної професійної підготовки та власного практичного досвіду [116, с. 531].

Отже, можемо стверджувати, що професійний імідж є персоніфікованим образом професії, образом професійної ролі, що формується ще у процесі спеціальної підготовки студента у закладі вищої освіти і доповнюється його власним професійним досвідом, індивідуальним іміджем фахівця у процесі взаємодії з колегами, клієнтами, соціальним оточенням. Він залежить від особистісних і професійних якостей фахівця, забезпечує індивідуальний стиль його професійної діяльності, що усвідомлено створюється ним з метою досягнення професіоналізму. Цей узагальнений емоційно забарвлений образ типового професіонала має символічну природу та здійснює психологічний вплив на оточуючих.

Поняття «професійний імідж» позиціонуємо як *цілеспрямовано сформований інтегральний образ, що поєднує в собі усвідомлений світогляд, зовнішній вигляд і сформовані професійно значущі характеристики, активне виявлення яких забезпечує індивідуальний стиль професійної діяльності і професійну самопрезентацію.*

Необхідними для формування професійного іміджу фахівця якостями можна вважати як особистісні (активність, впевненість у собі, динамізм, працьовитість, емоційність, комунікабельність, порядність, прихильність до певних ціннісних орієнтирів, стресостійкість), так і професійні характеристики (компетентність, гнучкість, цілеспрямованість, відповідальність, асертивність, креативність, адаптивність, швидкість у прийнятті рішень, прагнення до досягнень, незалежність), що сприяють ефективній професійної діяльності фахівця.

Проведений аналіз наукової літератури свідчить, що серед наукових праць, в яких розглядається професійний імідж, більша частина присвячена дослідженню цього феномену у зв'язку з конкретною професією

чи діяльністю, наприклад, політика (П. Берд, Л. Браун, К. Кіуру, М. Миліневський), політичного лідера (Н. Булка, М. Земська, Л. Матвеева, П. Фролов), президента (О. Вознесенська), депутата (О. Лавренко), керівника (К. Гурчіані, О. Панасюк, Г. Почепцов, Т. Скрипаченко), бізнесмена (Є. Блажнов, В. Іванченко, Р. Кричевский, Ф. Кузін), спортсмена (Є. Позднишев), спеціаліста зі зв'язків з громадськістю (М. Вудкок, Л. Семенова, Д. Френсіс), економіста (Л. Данильчук), менеджера (Л. Безниско, А. Бірюкова), лікаря (О. Бурдіна, А. Васкес, І. Пасечник), соціального працівника (Ю. Вишневський, Я. Дидковська, О. Кирилук, О. Ладняк, М. Певна, Н. Тимошенко), військового (В. Алещенко, М. Єлагін, А. Севатеева), інженера (О. Марченко), юриста (О. Шиман, Н. Рибалка, Т. Мироненко, В. Кривобок) тощо. Особливості професійного іміджу психолога є об'єктом дослідження у працях О. Гринчук, О. Затворнюк, В. Лабунської, В. Маценко, Н. Назарчук, Л. Новік, А. Панасюка, Б. Харріса, І. Огорілко та ін. Імідж як професійну якість сучасного педагога розглядали О. Андреева, Н. Бутенко, Г. Бриль, О. Горovenко, Н. Гузій, Т. Демчук, Т. Довга, Н. Євсеева, В. Зінченко, В. Ісаченко, Л. Кайдалова, А. Калюжний, О. Ковальова, А. Коркішко, І. Ніколаєску, Ю. Палеха, Н. Прус, Л. Хоружа, О. Чебикін, В. Шепель, Н. Щуркова та ін. Формування професійного іміджу студентів досліджується у роботах О. Гасаненко, Ю. Дзядевич, Л. Донської, В. Пузіка, Л. Савви, В. Синявіна, С. Сисоєвої, Т. Скрипаченко, Н. Тарасенко, А. Череднякової, В. Черепанової тощо. Проте здійснений аналіз дав можливість зазначити, що проблема формування професійного іміджу політологів ще не була предметом спеціального наукового дослідження.

Таким чином, формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі його фахової підготовки є актуальною задачею сучасної педагогічної наукової теорії і практики. Саме про особливості фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України й відображення

змісту професійного іміджу у програмі підготовки фахівців-майбутніх політологів піде мова у наступному параграфі нашої дисертаційної роботи.

1.2. Відображення змісту професійного іміджу у програмі підготовки фахівців-майбутніх політологів

Сучасний етап розвитку вищої освіти України висуває нові вимоги до підготовки студентів і стає очевидним, що наявність тільки спеціальних професійних знань вже не є достатньою для конкурентоспроможності майбутнього фахівця. Необхідними умовами досягнення успіху людини у професії є розвиток таких здібностей особистості, що найбільшою мірою розкривають її індивідуальність, компетентність і творчий потенціал. Тому для успішної професійної діяльності політолога важливим є не тільки отримання певного рівня підготовки та набуття знань, умінь, навичок, необхідних для виконання діяльності, отримання професійної кваліфікації (теоретичної, практичної, дослідницької), але й формування професіонала як гармонійно розвиненого суб'єкта, у якого розумові якості вдало поєднуються з адекватною самооцінкою, вмотивованістю, бажанням самовдосконалення і розвиненою «Я-концепцією» та визнання соціумом високих результатів здійснення фахівцем професійної діяльності. Важливим шляхом для досягнення цього є формування професійного іміджу майбутнього політолога.

Дослідження відображення змісту феномену «професійний імідж політолога» у програмі підготовки у закладі вищої освіти вимагає характеристики особливостей фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України; виокремлення елементів програми підготовки фахівців-майбутніх політологів, актуальних для формування їхнього професійного іміджу; визначення компонентів явища, що досліджується.

Політолог є фахівцем, який спеціалізується на дослідженні усіх сторін життя, що пов'язані з політикою, тобто вивчає політику як особливу область життя людей, пов'язану з владними відносинами, аналізує події політичного

життя. Сферою його професійних інтересів є регулювання суспільних процесів за допомогою джерел, ресурсів і норм політики. Політолог оцінює аспекти розвитку політичного процесу в історичному контексті, враховує традиції, сучасні тенденції та політичну культуру, а отже, може ефективно оцінювати досліджуване явище, прогнозувати розвиток політичних процесів.

Політологи працюють у сфері політичного маркетингу, що включає «сукупність форм, методів і технологій дослідження, проектування, корегування та впровадження у суспільно-політичну практику певних настанов суспільної свідомості з метою завоювання, утримання контролю та використання влади» [19, с. 12], вивчають чинники прийняття і здійснення політичних рішень, створюють бази даних, накопичують інформацію, оцінюють альтернативи й обґрунтовують способи переведення ідей у політичну практику.

Основними видами діяльності політолога є вивчення політичних явищ у їхньому послідовному розвитку у часі, виявлення зв'язків між минулим, сьогоденням і майбутнім; дослідження залежності політики, політичних процесів від суспільства, економічних відносин, соціальної структури суспільства, ідеології та культури; оцінка значення політичних явищ для суспільства й особистості з точки зору загального добробуту, справедливості, людської гідності; вивчення залежності між політичними явищами та рівнем економічного розвитку, політичним ладом; ступенем урбанізації населення та його політичною активністю; кількістю партій і виборчою системою тощо; дослідження та аналіз вербальної, практичної, усвідомленої та підсвідомої поведінки окремих особистостей і груп; вивчення й аналіз діяльності інститутів, за допомогою яких здійснюється політична діяльність (держави, партії, урядові програми тощо); дослідження та виявлення суб'єктивних механізмів політичної поведінки, індивідуальних якостей, рис характеру, а також типових механізмів психологічної мотивації; аналіз політичних явищ з метою виявлення їхніх загальних рис і специфіки, знаходження найбільш ефективних форм політичної організації чи оптимальних шляхів вирішення

завдань; прогнози щодо політичного майбутнього держави, партії, політики [317; 284 , с. 62-63].

Професійна діяльність політолога належить до суб'єкт-суб'єктного (соціономічного) типу, суб'єктом діяльності і об'єктом уваги якого є люди різного віку, групи населення, спільноти і цілі соціальні системи. Головною громадською задачею політолога є підвищення політичної обізнаності суспільства (як правлячої еліти, так і пересічних громадян) з метою формування більш чіткого уявлення про політичні цінності та норми, розуміння суті того, що відбувається в країні й у світі. Все це вимагає від фахівця цього профілю великої ерудованості, глибоких знань в галузі політології, історії, економіки, соціології, філософії, психології, географії. Він повинен мати критичне мислення, вміти відрізнити правдиві і потрібні відомості від невірних і зайвих, висловлювати свої думки вірно, зрозуміло та цікаво, усвідомлювати відповідальність за позицію, яку він озвучує.

Політологія як напрямок професійної підготовки з'явилася в українських закладах вищої освіти з 1994 року (Постанова Кабінету Міністрів № 325 від 18.05.1994 р.). Причиною тому стала нестача кваліфікованих кадрів, що мають широкий науковий світогляд і спеціальні знання в життєво важливих для держави сферах геополітики, аналізу й перспективного планування політики України в глобальному світі, політичного менеджменту й суміжних з ними галузях.

Професійна підготовка майбутніх бакалаврів політології у закладах вищої освіти України ґрунтується на засадах Конституції України, Законів України «Про освіту» (2017 р.), «Про вищу освіту» (2014 р., із змінами і доповненнями 2017 р.), Указі Президента України «Про національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року» (2013 р.), Стратегії реформування вищої освіти в Україні до 2020 року (2014 р.), Концепції професійної освіти, Галузевих стандартах вищої освіти та інших державних нормативних документах, а також на вимогах документів ЮНЕСКО, Міжнародної організації співробітництва й розвитку освіти, де

наголошено на необхідності підвищення якості освіти, фундаменталізації професійної підготовки фахівців, її неперервності, гуманістичної спрямованості, демократизації, всебічності та варіативності. Нові стандарти вищої освіти підносять на якісно новий рівень вимоги до особистості сучасного фахівця, його професіоналізму. У цих документах приділяється особлива увага здатності фахівців до прагнення постійного професійного зростання, тобто їхньої готовності до формування професійного іміджу, що є показником якості й оцінки їхньої професійної діяльності.

Статистичні дані МОН України за 2017-2019 рр. щодо вступу на навчання для здобуття освітнього ступеня бакалавра за спрямуванням 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія» демонструють, що підготовку за цією спеціальністю здійснюють близько 40 українських закладів вищої освіти [49], серед яких Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Національний університет «Києво-Могилянська академія», Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Харківський національний педагогічний університет імені Г.С. Сковороди, Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля», Львівський національний університет імені Івана Франка, Запорізький національний університет, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, Миколаївський національний університет імені В.О. Сухомлинського, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Ужгородський національний університет, Кам'янець-Черноморський національний університет імені Петра Могили та ін.

Як засвідчує аналіз освітньо-кваліфікаційних програм спеціальності «Політолог», та згідно ДК 003:2010 Державний класифікатор професій та ДК 009:2010 Державний класифікатор видів економічної діяльності, випускники-бакалаври мають можливість працювати як державні службовці, менеджери

(управлінці), посадові особи громадських і самоврядних організацій, посадові особи в органах публічної адміністрації України (органів державної влади і місцевого самоврядування), а також на підприємствах, в установах та організаціях як суто політичного спрямування, так і тих, що функціонують у різноманітних сферах суспільно-політичного життя; в академічних і науково-дослідних організаціях, пов'язаних з політологічною проблематикою, в якості наукових співробітників, спроможних працювати у колективних дослідних проектах; у засобах масової інформації, наукових і дослідницьких центрах на посадах: політолог, політичний оглядач, експерт із соціально-політичних питань, журналіст; у політичних організаціях, комерційних і громадських організаціях, що здійснюють проектну (консалтингову, дослідницьку, аналітичну), а також інформаційну діяльність у сфері політики, в якості співробітників, спроможних до участі у розробці та реалізації рішень, що здійснюються даними органами, а також вести викладацьку діяльність у фахових коледжах.

З метою визначення особливостей фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України проаналізуємо Стандарт вищої освіти підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія» і освітньо-професійні програми підготовки бакалаврів-політологів, що використовуються у зазначених університетах.

Метою навчання студентів, згідно Стандарту вищої освіти, є підготовка кваліфікованих фахівців-політологів, що володіють базовим категорійно-поняттєвим та аналітично-дослідницьким апаратом політичної науки, знаннями політичної теорії та практики [268].

Інтегральною компетентністю, яку повинні набути випускники, у більшості розглянутих освітньо-професійних програм визначено здатність розв'язувати складні різнопланові проблеми, спеціалізовані завдання у галузі політичних відносин, застосовувати ключові теорії і методи політичних досліджень та аналізу політики у експертно-аналітичній, політико-

організаційній, консультаційній, викладацькій і громадській сфері практичної професійної діяльності.

Звернемо увагу, що для формування професійного іміджу політолога особливої актуальності набуває свідоме ставлення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп.

У якості загальних вмінь у Стандарті [268] й освітньо-професійних програмах визначені здатність до аналізу, синтезу й узагальнення інформації (властивість сприймати ситуацію глобально, знаходити альтернативи, робити смислові узагальнення та висновки, виявляти в інформаційних даних та концептах вразливі місця та хиби, суперечності та неповноту аргументації, прагнення до оптимальних рішень та висновків); знання предметної області та професійної діяльності (володіння базовими категоріями політичної науки, знання закономірностей і тенденцій функціонування політичних систем, процесів, різних форм держав); здатність правильно, логічно та ясно усно та письмово спілкуватися державною мовою; здатність спілкуватися іноземною мовою (вміння використовувати знання фахової іноземної мови для діяльності в міжнародному контексті та проведення наукових досліджень); навички використання інформаційних і комунікаційних технологій; здатність вчитися та оволодівати сучасними знаннями (самостійно навчатись і опановувати нові області, застосовуючи здобуті теоретичні знання та практичні вміння); здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел (уміння поєднувати знання різних методів наукового і політичного дослідження, використовувати їх у професійній діяльності, володіння методами і прийомами логічного наукового аналізу, вміння працювати з інформаційними текстами і смисловими конструкціями; здатність працювати в команді (здатність виконувати дослідження в групі (колективі) під керівництвом лідера, розподіляти функції у колективній роботі; вміння вести наукові дискусії, переконувати та впливати на інших

учасників групових процесів, здатність впливати на людей задля отримання бажаного результату; уміння мотивувати людей та рухатись до спільних цілей; здатність динамічно вирішувати складні управлінські завдання); здатність спілкуватись з представниками інших професійних груп різного рівня, з експертами з інших галузей знань (здатність до ефективної комунікації та співпраці з колегами, навички публічного мовлення, толерантність до іншої позиції); здатність оцінювати об'єкти політичного знання, основні проблеми і суперечності та забезпечувати якість виконаних робіт (наполегливість у досягненні мети).

Деякі університети визнали за необхідне додати до загальних вмінь певні характеристики. Наприклад, освітньо-професійна програма Київського національного університету імені Тараса Шевченка пропонує у якості загальної компетентності майбутнього політолога здатність реалізовувати свої права та обов'язки як члена суспільства, усвідомлюючи цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні й здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі історії та закономірностей розвитку предметної області, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види та форми рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. Чорноморський національний університет імені Петра Могили – здатність до ініціативності, відповідальності та безпечної діяльності відповідно до майбутнього профілю роботи, галузевих норм і правил, а також необхідного рівня індивідуального та колективного рівня безпеки у надзвичайних ситуаціях. Донецький національний університет імені Василя Стуса – навички використання інформаційних і комунікаційних технологій і здатність генерувати нові ідеї (креативність). Університет імені Альфреда Нобеля включає до загальних вмінь, якими повинен оволодіти бакалавр політології, здатність до адаптації та дії в новій ситуації; цінування

та повагу різноманітності та мультикультурності; здатність діяти на основі етичних міркувань (мотивів); здатність приймати обґрунтовані рішення; здатність працювати автономно; прихильність безпеці.

Більші розбіжності спостерігаються при визначенні в освітньо-професійних програмах фахових компетентностей спеціальності. Спочатку виділимо спільне: ерудиція у сфері політології (розуміння загальної природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання); базові знання нормативної та позитивної політичної теорії, політичного аналізу, порівняльної та прикладної політології (розуміння ключових принципів функціонування та закономірностей розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн і регіонів, базових особливостей реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту функціонування і взаємодії); вільне володіння базовим категорійно-поняттєвим та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки; здатність використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні; аналітично-текстологічна обізнаність (здатність фахово застосовувати теоретичний матеріал у практичній політичній діяльності, конструювати дизайн політологічного дослідження, розробляти програму, виконувати політологічні дослідження з використанням інструментарію прикладного аналізу); навички в організаційній діяльності (здатність до планування, організації та управління своєю професійною діяльністю і роботою різних колективів); стратегічний аналіз (здатність виокремити найактуальніші питання й проблеми соціально-політичного характеру, що потребують вивчення, здатність використовувати відповідні інструменти, керувати ресурсами у відповідності з цілями та планами роботи); прогностичні компетентності (уміння використовувати результати політичної діагностики, передбачати перебіг політичних процесів і подій);

навички в проектній діяльності (здатність фахово організувати і проводити науково-теоретичні розробки та політичні програми); розв'язання проблем (здатність використовувати професійно-профільовані знання в галузі політології у процесі розв'язання професійних задач шляхом використання як теоретичних, так і практичних методів політологічного дослідження); популяризаційні навички (здатність поширювати політичну інформацію в суспільстві); особиста ціннісно-вольова налаштованість (раціональна організація та планування професійної діяльності, застосування отриманих знань для формування власної професійної та життєвої стратегії).

Певна кількість освітньо-професійних програм виділяють додаткові фахові компетентності. Так, додають до обов'язкових фахових компетентностей здатність презентувати результати політологічних досліджень, представляти свої політологічні аргументи (у форматі аналітичних записок, наукових доповідей, статей, презентацій, проектних пропозицій та розробок тощо) програми Ужгородського національного університету, Університету імені Альфреда Нобеля та Київського національного університету будівництва та архітектури. Освітньо-професійна програма, розроблена Ужгородським національним університетом пропонує у якості фахової компетентності опанування навичками політичної етики, риторики, здатність спілкуватися, дискутувати та співпрацювати із спеціалістами різних галузей знань. Київський університет імені Бориса Грінченка включає до фахових компетентностей навички у проектуванні науково-теоретичних розробок та політичних компаній, організації виборчих процесів, консалтингової діяльності. Близькою до цієї є фахова компетентність, визначена у програмі Ужгородського національного університету, а саме: володіння теоретичними знаннями та практичними навичками організації електоральної кампанії, технологіями політичного маркетингу та менеджменту.

Слід зазначити, що вимога Стандарту вищої освіти підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня у галузі знань 05 «Соціальні та

поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія» щодо такої фахової компетенції, як здатність професійно викладати соціально-політичні дисципліни на відповідному рівні даної освітньої кваліфікації, то вона знайшла відображення лише у освітньо-професійних програмах Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Чорноморського національного університету імені Петра Могили, Ужгородського національного університету та Рівненського державного гуманітарного університету.

Заслуговує на особливу увагу підхід, що пропонує Університет імені Альфреда Нобеля, де в освітньо-професійній програмі фахові компетентності спеціальності «Політологія» чітко поділені на дві групи: особливі компетентності і специфічні компетентності. До особливих відносяться наступні: розуміння основних закономірностей та тенденцій світових та вітчизняних політичних процесів та їх впливу на інші сфери життя; розуміння устрою та механізмів функціонування політичних систем світу та міжнародних систем; здатність до участі в роботі органів державної влади, місцевого самоврядування, суспільно-політичних організацій та політичних партій та у сфері міжнародної політичної журналістики; здатність до прогнозування політичних процесів на національному та міжнародному рівнях; здатність до презентації результатів наукової діяльності на конференціях, круглих столах; розуміння природи міжнародних конфліктів та напрямків міжнародної співпраці; здатність до застосування наукової політологічної термінології; здатність вести дослідницьку роботу з використанням міжнародних баз даних з проблем та тенденцій політичного розвитку світу; здатність управляти структурними підрозділами політичних організацій та організаціями в цілому; здатність створити стартап та керувати ним. Специфічні компетентності включають: розуміння базових принципів ефективного функціонування політичних суб'єктів на національному та міжнародному рівнях; здатність працювати в різних культурних і правових контекстах; здатність чітко і ясно застосовувати мову і термінологію

політичної науки; здатність до кількісної оцінки політичних процесів та їх математичного моделювання; здатність аналізувати та інтерпретувати дані статистики щодо політичних процесів та явищ; здатність використовувати системний підхід до аналізу закономірностей політичних відносин; вміння аналізувати роботу засобів масової комунікації, вести інтернет-блог чи авторську колонку; здатність брати участь у роботі мас-медіа у якості телеведучого, журналіста-міжнародника, аналітика, експерта у новому форматі; здатність розробити та обґрунтувати пропозиції щодо вдосконалення управлінських рішень у політичній сфері; володіння методами аналітичної роботи, пов'язаними з прогнозуванням політичних процесів (Додаток К).

Як бачимо, запропоновані у цій програмі компетентності не тільки відображають Стандарт вищої освіти підготовки бакалаврів-політологів, але й враховують сучасні тенденції політичного і реалії суспільного життя, наприклад, такі компетентності як здатність вести дослідницьку роботу з використанням міжнародних баз даних з проблем та тенденцій політичного розвитку світу; здатність створити стартап та керувати ним; вміння вести інтернет-блог; здатність брати участь у роботі мас-медіа у якості телеведучого, журналіста-міжнародника, аналітика, експерта у новому форматі тощо. Безумовно, формування в студентів-політологів зазначених компетентностей сприятиме їх більш високій конкурентоспроможності на ринку праці та професійній самореалізації.

Отже, здійснений на основі розгляду більш ніж 30 освітньо-професійних програм підготовки бакалавра за спеціальністю «Політологія» аналіз сучасного стану фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України свідчить, що сьогодні система вищої професійної освіти приділяє достатньо уваги професійній компетентності фахівців цього напрямку, підвищенню їхньої кваліфікації. Але для успішної реалізації фахівця важливим є не тільки набуття компетенцій, необхідних для виконання на високому рівні професійних обов'язків, але й формування

гармонійно розвиненої особистості, визнання у професійному середовищі його професійних, ділових, особистісних якостей і результатів його діяльності, чому сприяє комплекс знань, умінь, навичок щодо формування професійного іміджу майбутнього політолога.

Наступний крок нашого дослідження – виокремлення елементів програми підготовки фахівців-майбутніх політологів, що є актуальними для формування їхнього професійного іміджу.

Результативність формування професійного іміджу безумовно залежить від його відповідності основним професійним якостям, характеру виконання посадових обов'язків, особистісних якостей, що впливають на діяльність фахівця.

Базуючись на висновках попереднього підрозділу нашого дослідження щодо змісту поняття «професійний імідж», у якому увагу зосереджено на персоніфікації образу професії, емоційному забарвленні образу професіонала та необхідних для його формування характеристиках: особистісних (активність, впевненість у собі, динамізм, працьовитість, емоційність, комунікабельність, порядність, прихильність до певних ціннісних орієнтирів, стресостійкість) і професійних (компетентність, гнучкість, цілеспрямованість, відповідальність, асертивність, креативність, адаптивність, швидкість у прийнятті рішень, прагнення до досягнень, незалежність), простежимо наявність вимог до їх формування в програмних документах, що регламентують процес освітньо-професійної підготовки бакалаврів-політологів.

З метою визначення змісту професійного іміджу фахівця в першу чергу проаналізуємо Стандарт вищої освіти підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія» [268]. Підсумковими та інтегративними результатами навчання за освітньо-науковою програмою бакалаврського рівня цієї спеціальності мають бути отримання таких знань, умінь та навичок: застосування критичного мислення, раціональної аргументації;

розуміння предметної області та базової специфіки професійної діяльності; вільне спілкування державною, іноземною мовою у професійній комунікації; використання інформаційних і комунікаційних технологій для отримання, обробки та презентації інформації; вміння оволодівати сучасними професійними знаннями, проведення професійного пошуку, обробка та аналіз фактів, даних та інформації з різних джерел; вміння працювати у професійних колективах, державних і недержавних організаціях; спілкуватися та презентувати свої ідеї широкій аудиторії, засобам масової інформації, експертам з інших галузей знань; планувати, оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт у встановлені роботодавцем терміни; вільне володіння базовим професійним категорійно-поняттєвим та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки; знання на відповідному рівні ключових принципів функціонування та закономірностей розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн та регіонів; застосування ключових політологічних понять, теорії та методів до аналізу владно-політичних відносин політичних акторів, інститутів та ідей відповідно до певного історичного або сучасного контексту; розуміння базових особливостей реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту функціонування та взаємодії; використання сучасних політологічних теорій, концептів і методів для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні; конструювання дизайну, розробка програм та виконання політологічних досліджень з використанням якісних і кількісних методів та інструментарію прикладного аналізу; професійне викладання соціально-політичних дисциплін на відповідному рівні даної освітньої кваліфікації; професійне виконання політико-організаційних, експертних, дорадчих та консультативних функцій на національному та міжнародному ринку праці.

Підґрунтям багатьох з перелічених компетентностей майбутнього політолога є соціальна відповідальність, тобто «свідоме ставлення суб'єкта соціальної діяльності до вимог соціальної необхідності, громадянського обов'язку, соціальних завдань, норм і цінностей, розуміння наслідків здійснюваної діяльності для певних соціальних груп» [296, с.8].

Соціальна відповідальність як невід'ємний елемент макросистеми «людина-держава-суспільство» є тим фундаментом, на якому побудована вся система суспільних відносин. Її можна розуміти як обов'язок індивіда виконувати відповідні політичні, юридичні та моральні вимоги, що встановлюються суспільством, державою чи колективом. За визначенням вітчизняних вчених, соціальна відповідальність – це соціальне явище, що виявляється у добровільному та свідомому виконанні, використанні і дотриманні суб'єктами суспільних відносин соціальних норм, а у разі їхнього порушення – застосування до порушника заходів впливу, передбачених цими нормами [143, с. 42].

М. Вієвська акцентує увагу на тому, що соціальна відповідальність фахівця не обмежується знаннями соціальних норм та моральних принципів. Основний її сенс полягає у здатності людини заздалегідь обмірковувати та прогнозувати вчинки, зіставляючи їх з моральними вимогами суспільства, готовності до самоорганізації діяльності, вільного усвідомленого прийняття на себе обов'язків [43, с. 20]. Отже, її можна визначити як взаємний обов'язок між суспільством, індивідом та певною соціальною групою тощо.

З точки зору педагогіки, соціальна відповідальність є морально-ціннісним стійким утворенням, що сприяє усвідомленому відношенню людини до інших людей, навколишнього середовища і проявляється у гуманістичній спрямованості її вчинків та розумінні соціальної значущості їх наслідків [12, с. 26]. У цьому ракурсі соціальну відповідальність визначають як поєднання мотивації, норм, настанов внутрішнього походження (як природжених, так і набутих), доповнених зовнішніми (суспільними) настановами, сприйнятими особистістю. Саме з цих позицій соціальна

відповідальність є для світової спільноти показником соціального виміру всіх суб'єктів відповідальності, на основі якої вона запроваджує відповідні стандарти.

Основним функціональним призначенням системи соціальної відповідальності є продукування вчинків і поведінки згідно до соціально значущих цінностей, принципів, норм, що відповідають інтересам, ідеалам, завданням суспільства і потребам саморозвитку особистості [296, с. 36]. Тому не матеріальне, а духовно-моральне підґрунтя, засноване на внутрішній культурі людини, цінностях, виступає сутнісною ознакою соціальної відповідальності.

Соціальна відповідальність фахівця як внутрішня якість особистості є складною категорією. Науковці вважають природньою наявність у її структурі таких цінностей, як совість, довіра, толерантність, чесність, обов'язковість, співчуття, почуття справедливості, правдивість, любов до ближнього, доброта та виявлення їх у соціально відповідальній поведінці [199, с. 20]. До її структури входять усвідомлення необхідності діяти відповідно до суспільних вимог і норм як соціальних цінностей; передбачення наслідків вибору, рішень і дій; критичність і постійний контроль за своїми діями, врахування їх наслідків для інших людей; прагнення до самоактуалізації, реалізації себе в об'єктивному світі; самозвіт і самооцінка; готовність відповідати за свої дії [262, с. 52]; усвідомлення власної соціальної цінності і суспільної ролі, тобто зіставлення, узгодження індивідом необхідності зі своїми внутрішніми переконаннями, совістю, особистими інтересами. Всі ці компоненти не є ізольованими один від одного, вони взаємопов'язані як у духовній, так і в практичній діяльності особистості. Вищим орієнтиром соціальної відповідальності людини як фахівця є ведення такого способу життя, використання таких способів досягнення особистих цілей, які не завдають шкоди ані їй самій, ані іншим людям, ані природі, ані суспільству.

Соціальну відповідальність політолога ми розуміємо як інтегральну якість, що визначає його поведінку, діяльність на основі усвідомлення й прийняття норм і цінностей суспільства, готовність діяти у відповідності з ними та здатність оцінювати наслідки і результати означених дій.

Вимоги, закладені у галузеві стандарти вищої освіти підготовки за спеціальністю «Політологія», передбачають сформованість у фахівців цього профілю поряд зі здатністю вирішувати проблеми та завдання соціальної діяльності, здатність нести соціальну відповідальність за свою діяльність, а саме:

- приймати на себе відповідальність стосовно до самого себе; до іншої людини; до соціальної групи; до громади;
- відчувати відповідальність перед суспільством, перед людством;
- враховувати та прогнозувати соціальні аспекти впливу політичної активності на працівників, громадян, суспільство;
- дотримуватися етики ділового спілкування;
- реалізовувати відносини відповідальності за допомогою сукупності етичних, правових та економічних норм у їхньому взаємозв'язку.

Аналіз освітньо-професійних програм підготовки бакалаврів-політологів дозволив окреслити коло знань, умінь і навичок, що складають зміст професійного іміджу фахівця цього напрямку. У результаті навчання бакалавр-політолог повинен оволодіти низкою компетенцій, які ми умовно поділяємо на декілька груп: загальнонаукові, інструментальні, соціально-особистісні, професійні.

Загальнонаукові компетенції включають базові знання основ філософії, психології, історії, культурології, правознавства, релігієзнавства, логіки, соціальної антропології, що сприяють розвитку загальної культури й соціалізації особистості, схильності до естетичних та громадянських цінностей та уміння їх використовувати в професійній і соціальній діяльності, базові знання в області вищої математики, інформатики й сучасних інформаційних технологій.

Під інструментальними компетенціями, що визначені в освітньо-професійних програмах, розуміємо здатність до дослідницької роботи, професійне володіння методами та засобами педагогічного викладення політологічної інформації, здатність до розробки та проведення емпіричних соціополітичних досліджень, професійне володіння інформаційними технологіями в сфері політичних досліджень, здатність до письмової й усної комунікації рідною та іноземною мовами.

До групи соціально-особистісних компетенцій відносимо організованість, дисциплінованість, логічність і послідовність мислення, здатність до системного мислення, наполегливість у досягненні мети, ініціативність, креативність, інтелігентність, дотримання етичних норм поведінки професійної етики, відповідальність, турботу про якість виконуваної роботи, адаптивність, комунікабельність, працездатність, здатність до самовдосконалення, здатність до критики й самокритики, толерантність, орієнтація на досягнення життєвого успіху та здорового способу життя.

Професійні компетенції, що повинен отримати фахівець у результаті навчання, включають ґрунтовну підготовку з політології, з соціально-філософських, соціально-психологічних, соціально-економічних та історичних дисциплін, з методів отримання, обробки та аналізу політологічної інформації, знання закономірностей випадкових явищ і вміння застосовувати ймовірно-статистичні методи для вирішення професійних завдань, здатність застосовувати професійно профільовані знання в галузі загальноосвітніх дисциплін у процесі розв'язання професійних завдань; здатність до ділових комунікацій у професійній сфері, знання основ ділового спілкування, навички роботи в команді, здатність професійно та чітко викладати результати власних досліджень для широкої аудиторії.

Зазначимо, що освітньо-професійна програма Університету імені Альфреда Нобеля визначає у якості необхідних вмінь, що повинні бути сформовані в бакалавра-політолога, вміння використовувати основні

характеристики іміджу політичного актора як категорії політичного світосприйняття. А в освітньо-професійній програмі Донецького національного університету імені Василя Стуса здатність професійно розробляти та просувати імідж (персональний, політичних інститутів, неполітичних організацій, територій) виділена окремо серед програмних результатів навчання бакалавра-політолога.

Безумовно, освітні програмні документи, що регламентують процес професійної підготовки майбутніх політологів, враховують необхідність формування в студентів компетенцій, які сприяють формуванню професійного іміджу. Як бачимо, загальнонаукові, інструментальні, професійні компетенції здебільшого складають базову основу формування професіонального іміджу. Серед професійних компетенцій, що мають особливо важливе значення для успішного професійного іміджу виділимо здатність до ділових комунікацій у професійній сфері, знання основ ділового спілкування, навички роботи в команді.

Особливе значення для формування професійного іміджу майбутнього політолога мають, на нашу думку, компетенції, що виділені нами у групу соціально-особистісних, а саме: організованість, логічність і системність мислення, наполегливість, ініціативність, креативність, відповідальність, комунікабельність, здатність до самовдосконалення, орієнтація на досягнення життєвого успіху тощо.

Спираючись на здійснений аналіз наукових точок зору на розуміння поняття «професійний імідж», відображення його змісту і характеристики у програмі фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України, визначимо *«професійний імідж політолога» як інтегральний образ, що цілеспрямовано створений з метою особистісного і професійного самовдосконалення і який поєднує в собі усвідомлений світогляд, зовнішній вигляд і сформовані професійно значущі характеристики, активне виявлення яких забезпечує індивідуальний стиль професійної діяльності і професійну самопрезентацію політолога.*

Перейдемо до третього напрямку наукового пошуку, а саме визначення і характеристики структурних компонентів професійного іміджу політологів, обумовлених особливостями змісту їхньої професійної діяльності.

Визначений нами зміст професійного іміджу, відображений у програмі підготовки майбутніх політологів, дає змогу стверджувати, що для формування професійного іміджу й успішної реалізації фахівця цього профілю у професії, студенту необхідно розвивати такі особистісні якості: ерудованість, принциповість, висока відповідальність, організованість, тактовність, гнучкість; грамотна, чітка, логічна усна і письмова мова; креативність, допитливість, цілеспрямованість; організаторські здібності, об'єктивність, самоконтроль, прагнення до самовдосконалення.

Серед необхідних фахівцю здібностей відмітимо високий рівень розвитку аналітичного і синтетичного мислення (вміння отримувати та обробляти потрібну інформацію, оцінювати, порівнювати і засвоювати її); високий рівень розвитку понятійного мислення (володіння науковими поняттями); високий рівень розвитку дедуктивного мислення (уміння робити висновки від загального до конкретного); схильність до дослідницької діяльності (увага до деталей, здатність групувати безліч фактів, встановлювати причинно-наслідкові зв'язки); здатність займатися тривалий час кропіткою роботою (робота з досьє, архівними документами); високий рівень розвитку короткочасної і довготривалої пам'яті; розвинені комунікативні здібності; ораторські здібності; високий рівень розвитку концентрації і стійкості уваги (здатність протягом тривалого часу зосереджуватися на визначеному виді діяльності); здатність сприймати велику кількість інформації (всебічне адекватне сприйняття ситуації) тощо.

Спираючись на здійснений нами у попередньому параграфі аналіз наукових позицій щодо визначення структурно-компонентної моделі професійного іміджу фахівця (В. Андрущенко, Л. Донська, А. Калюжний, О. Ковальова, Л. Ковальчук, А. Коркішко, О. Митцева, Ю. Палеха,

О. Перелигіна, Н. Прус, О. Пехота, І. Размолодчикова, В. Черепанова, О. Щербакова та ін.) та проектуючи їх на зміст професійних компетенцій політолога, відображений у програмах підготовки, запропонуємо наступну структурну модель професійного іміджу фахівця цього профілю (Рис. 1).

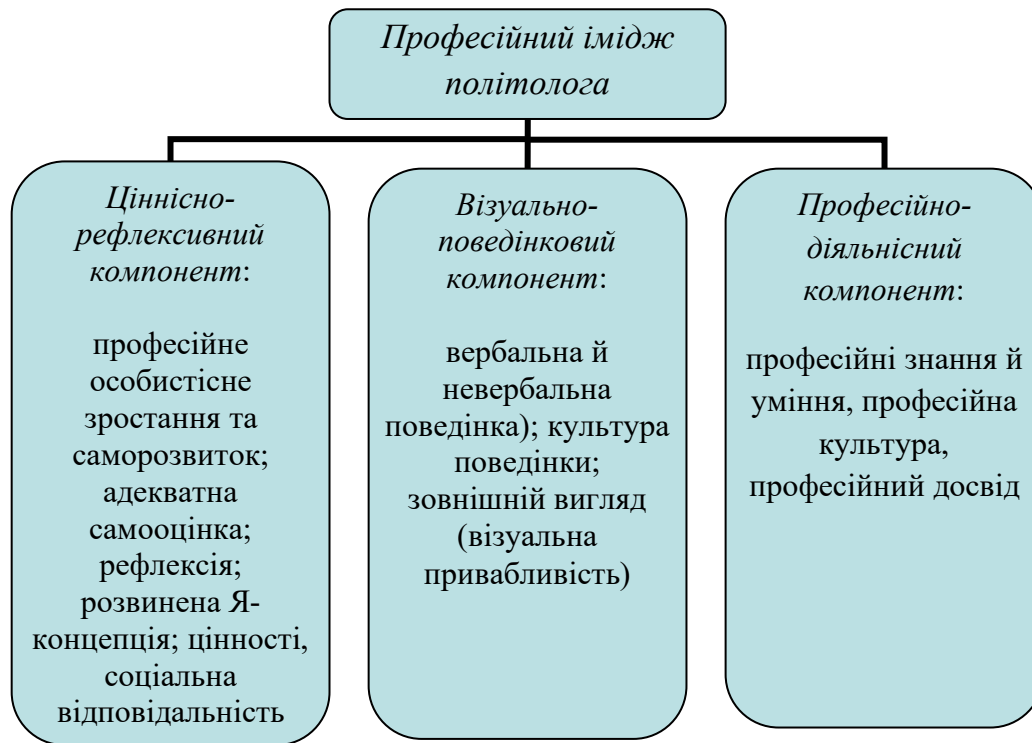


Рис. 1. Модель професійного іміджу політолога

Ціннісно-рефлексивний компонент, ядро професійного іміджу, характеризує внутрішній світ людини. До нього відносимо орієнтацію на особистісно-професійний розвиток, бажання створювати позитивний професійний імідж, цінності та інтереси, ерудицію, стиль мислення, наявність позитивної «Я-концепції», що реалізується через позитивне ставлення до світу, позитивну самооцінку, самоповагу, почуття власної гідності; самосвідомість, поведінку, яка узгоджує внутрішню самооцінку із зовнішніми вчинками, соціальна відповідальність, тобто все те, що характеризує особистість в цілому.

Механізм прояву іміджу базується на системі взаємопов'язаних символічних структур: «Я-концепції, ідеальному Я, образу в інших та образу себе для інших, де «образ себе для інших» виступає в ролі ідеального результату створення іміджу» [208, с. 74]. Внутрішній компонент складається

на основі інтелекту, характеру, індивідуальних якостей особистості, характеризується мотивами і переконаннями фахівця. М. Навроцька, посилаючись на позицію У. Джемса, К. Роджерса, Р. Бернса, наполягає, що імідж потрібно розглядати як формування Я-образу, пов'язаного з Я-концепцією особистості, де головним компонентом виступає оцінний компонент – самооцінка, тобто думка про особисті цінності, які існують у вигляді установок конкретної людини. Щоб створити уявлення про себе, людина повинна об'єктивізувати себе внутрішньо, висловити свої суб'єктивні стани у символах, зрозумілих іншим людям [183, с. 12].

Процес формування професійного іміджу є неможливим без рефлексії, що сприяє свідомому виконанню будь-якої діяльності. Рефлексія функціонує як аналіз суб'єктом власного психічного стану, спрямований на його самовдосконалення. Професійна рефлексія, на думку О. Резван, є засобом розкриття внутрішніх сил людини, рушійною силою інтелектуального й культурного розвитку особистості, що допомагає оцінити одержані результати, визначити цілі подальшої роботи, скорегувати свій професійний шлях [232, с. 4]. З цих позицій рефлексія виступає як технологія самодіагностики успішності й ефективності професійних дій політолога, як засіб гнучкого реагування на те чи інше суспільно-політичне явище, ситуацію.

Отже, Я-концепція, самооцінка, установки, прагнення фахівця до активності в оволодінні професійною діяльністю, прояв ціннісного відношення до роботи, соціальна відповідальність, рефлексивна діяльність, спрямована на сприймання й усвідомлення суб'єктом того, як його сприймають інші, – всі ці складові ціннісно-рефлексивного компонента є мотиваційною основою формування професійного іміджу.

До *візуально-поведінкового компонента* моделі професійного іміджу політолога відносимо його зовнішньо-поведінкові характеристики: вербальну та невербальну поведінку (міміка, жести, етикет, манери), культуру поведінки, візуальну привабливість.

Зовнішній вигляд є частиною інформації, яку ми отримуємо завдяки зору. Це визначає важливість візуальної привабливості образу, оскільки широко відомим є психологічний факт, що ззовні привабливі люди легше отримують симпатії оточуючих. Візуальна привабливість – це фізичні дані та значна кількість зовнішніх додатків, що залежать безпосередньо від нас та відповідають очікуванням більшості людей чи окремої соціальної групи. Ще більше значення для формування позитивного професійного іміджу політолога, на наш погляд, мають такі компоненти, як професійний етикет (манера поведінки фахівця, естетика «Я-образу»), кінетична мова, культура мовлення, оскільки робота політолога пов'язана з публічністю, презентацією аналітичних оглядів, своєї позиції, себе як професіонала.

Додамо ремарку, що серед компетенцій, якими повинен оволодіти бакалавр-політолог, тільки освітньо-професійні програми трьох закладів вищої освіти (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка) до програмних результатів навчання додають такі, що мають певне відношення до візуальної привабливості фахівця: «використання різних видів та форм рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя»; «орієнтація на здоровий спосіб життя»; «практична орієнтація на ведення здорового способу життя, регулярне заняття фізичними вправами».

Професійно-діяльнісний компонент містить професійні знання й уміння, які фахівець повинен ефективно реалізовувати під час своєї професійної діяльності, професійну культуру, громадянську відповідальність, соціальну активність, працьовитість, здібність до міжособистісного спілкування, ведення діалогу. Складовою цього компоненту є також досвід особистості, що включає загальну ефективність професійної діяльності (уміння виділяти, систематизувати та передбачати недоліки та помилки в професійній діяльності, можливість їх упередження; уміння реагувати на

неординарні моменти в професійній діяльності; здатність до самоосвіти, розвитку професіоналізму).

Розглянемо функції, що виконує кожний з виділених нами компонентів професійного іміджу політолога.

Функціями, що виконує ціннісно-рефлексивний компонент професійного іміджу політолога, є мотиваційна, аксіологічна й рефлексивна. Головною задачею мотиваційної функції є спрямування особистості на саморозвиток та самореалізацію в професійній сфері, професійне самовдосконалення та самоствердження. Аксіологічна функція орієнтує фахівця на індивідуальні та професійні цінності, цілі, сенс життя, що є основою для професійних дій у суспільстві і є сукупністю норм, установок, суджень у професійній діяльності політолога. Рефлексивна функція реалізується у процесі пізнання фахівцем себе, усвідомлення й оцінки своєї професійної поведінки, що є неможливою без добре розвиненої рефлексії, тобто здатності особистості до самоаналізу, осмислення власної діяльності.

Візуально-поведінковий компонент моделі професійного іміджу політолога включає естетичну, емотивну функції й функцію міжособистісної адаптації. Метою естетичної функції є покращення враження, що справляє на цільову аудиторію фахівець-політолог, підкреслення привабливості зовнішнього вигляду, особистого стилю професіонала. Емотивна функція професійного іміджу політолога покликана надати емоційне забарвлення образу фахівця, викликати почуття симпатії у масовій свідомості, що надає професіоналу можливість здійснювати вплив на думки і позиції людей. Безумовно, енергійний, комунікабельний, доброзичливий фахівець привертає увагу аудиторії, емоційно викликає прихильність до себе. Функція міжособистісної адаптації базується на вмінні оперативно асимілюватися в конкретному соціальному середовищі, привертаючи увагу та встановлюючи доброзичливі стосунки і застосовується фахівцем у процесі взаємодії з цільовою аудиторією під час корегування норм поведінки, кінетичної і вербальної сторін іміджу.

Професійно-діяльнісний компонент професійного іміджу політолога спрямований на реалізацію особистості у професійній галузі, на виконання номінативної, інформаційної, конативної, когнітивної та креативної функцій. Номінативна функція спрямована на диференціацію людини як професіонала. Інформаційна функція полягає у поширенні даних про певну сукупність ознак, що притаманні об'єкту, тому що формування іміджу відбувається під впливом інформації різного характеру, іноді випадкової (ім'я, освіта, вік, риси характеру, факти з біографії, хобі, етапи професійного росту), в інформуванні суспільства щодо позитивних аспектів професійної діяльності фахівця, створенні позитивного образу професії в суспільстві. Конативна функція реалізується під час професійного спілкування фахівця і спрямована на організацію, координацію та регуляцію взаємодії учасників процесу професійної діяльності, здійснення переконливого, аргументованого діалогу. Когнітивна функція спрямовує фахівця на удосконалення і отримання нових знань, пошук нових сфер застосування професійних знань. Креативна функція сприяє реалізації творчого потенціалу особистості в професійній діяльності, максимальному розкриттю індивідуальних особливостей та здібностей у професії.

Розглядаючи професійний імідж політолога як цілісну систему відмітимо, що ціле завжди характеризується поєднанням структури і функцій. Так структурні й функціональні компоненти представленої нами моделі є взаємопов'язаними. У сукупності функції виділених нами компонентів професійного іміджу політолога спрямовані на забезпечення успіху і конкурентоспроможності фахівця і відіграють велике значення у розвитку індивідуального стилю професійної діяльності. Таким чином, запропонована нами структурно-функціональна модель професійного іміджу політолога дає змогу розкрити внутрішню будову професійного іміджу і його призначення, а також продемонструвати природу його суттєвих характеристик.

1.3. Теоретичне обґрунтування педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки

Здійснений аналіз програм фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України, виокремлення компонентів професійного іміджу фахівців цього профілю та визначення змісту, специфіки та сутнісних характеристик кожного з них становить достатню методологічну та теоретичну базу для розробки педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів.

Для більш чіткого уявлення про сукупність необхідних педагогічних умов звернемо увагу на трактування цього поняття.

У довідкових джерелах поняття «умова» тлумачиться як:

- необхідна обставина, що уможливорює здійснення, створення, утворення будь-чого або сприяє будь-чому [3, с. 441]; як обставина, особливість реальної дійсності, за якої відбувається або здійснюється будь-що [191, с. 441]; обставини, передумови, що визначають, зумовлюють існування будь-чого [258, с. 213];
- вимога, пропозиція, що висувається однією зі сторін; як взаємна усна чи письмова домовленість про будь-що [39, с. 388; 191, с. 441];
- правила, що існують або встановлені в тій чи іншій галузі життя, діяльності та забезпечують нормальну роботу будь-чого [39; 191, с. 299]; сукупність даних, положення, що лежать в основі будь-чого [3, с. 441];
- сукупність чинників, що впливають на будь-кого, будь-що, та створюють середовище, у якому відбувається щось [38, с. 1232];
- певне середовище, необхідна сукупність об'єктів, що обумовлює виникнення, існування або зміну цього об'єкта, явища [65, с. 476].

Багатозначність і міждисциплінарний характер цього поняття зумовлює його широке функціонування у різних науках. Так, у межах педагогічної науки умови, що продуктивно впливають на ефективність організації навчально-виховного процесу, у ході якого відбувається пізнавальна й

навчальна діяльність студентів, спрямована на формування в них певних знань, умінь, навичок, визначаються як «педагогічні умови». Але відзначимо, що сьогодні у педагогіці ще не існує загальноприйнятого визначення цього поняття.

Слушним, на нашу думку, є зауваження З. Курлянд, що, коли одне явище викликає інше явище, воно є причиною; коли явище взаємодіє з іншим явищем у процесі розвитку цілого, до якого воно належить, воно є чинником; коли явище обумовлює існування іншого явища, воно є умовою [146, с. 4].

Науковці В. Лозова, Г. Троцько визначають педагогічні умови як сукупність змінних природних, соціальних, зовнішніх і внутрішніх дій, що впливають на фізичний, моральний, психічний розвиток людини, її поведінку, виховання та навчання, формування особистості [154, с. 187].

Педагогічні умови, за твердженням Л. Макар, відображають сукупність можливостей освітнього і матеріально-технічного середовища, що позитивно чи негативно впливають на його функціонування, реалізація правильно визначених педагогічних умов забезпечує розвиток і ефективне функціонування педагогічної системи, педагогічна умова виступає як складовий елемент педагогічної системи і педагогічного процесу в цілому [160, с. 319].

Достатньо ґрунтовне визначення цього поняття, на наш погляд, пропонує К. Костюченко, який диференціює педагогічні умови як сукупність об'єктивних можливостей, обставин і заходів педагогічного процесу, що виступає результатом цілеспрямованого відбору, конструювання і використання елементів змісту, методів, а також організаційних форм навчально-виховного процесу для досягнення поставлених цілей [121, с. 13].

К. Атаманська наполягає, що педагогічні умови є чинниками, впровадження яких обумовлює ефективність досягнення конкретних цілей педагогічного процесу» [8, с. 198]. А. Алексюк, А. Аюрзанайн, П. Підкасистий, теж характеризуючи педагогічні умови як чинники, що впливають на процес досягнення мети, поділяють їх на зовнішні (позитивні

відносини викладача і студента; об'єктивність оцінки навчального процесу; місце навчання, приміщення, клімат тощо) та внутрішні (індивідуальні властивості студентів – стан здоров'я, властивості характеру, досвід, уміння, навички, мотивація тощо) [4, с. 35].

Підкреслюючи свідомість створення умов у педагогічному процесі з метою забезпечення його найвищої ефективності, А. Литвин визначає педагогічні умови як комплекс спеціально спроектованих генеральних (стрижневих, системотвірних) чинників впливу на зовнішні та внутрішні обставини навчально-виховного процесу й особистісні параметри його учасників [152, с. 10].

О. Бражнич педагогічними умовами вважає комплекс засобів, що реалізується у навчальному закладі для ефективного здійснення навчально-виховного процесу [31, с. 11]. Ю. Корсун відмічає, що педагогічні умови містять у собі цілі, завдання, зміст, методи та форми взаємодії учасників педагогічного процесу й отримані при цьому результати [118, с. 12]. До цієї позиції близькою є думка О. Пехоти, яка вважає, що педагогічні умови потрібно розглядати як систему певних форм, методів, матеріальних умов, реальних ситуацій, що об'єктивно склалися чи суб'єктивно створені, необхідних для досягнення конкретної педагогічної мети» [211, с.5].

Н. Іполітова наполягає, що педагогічні умови як заходи впливу характеризуються взаємопов'язаністю та взаємозумовленістю, їх сукупність підбирається з урахуванням структури процесу, що реалізується, є основою керування педагогічною системою в тій чи іншій ситуації, забезпечує збереження цілісності, повноти освітнього процесу, його цілеспрямованості та ефективності [97, с. 11-12].

Термін «педагогічна умова» науковці трактують також як суб'єктивні та об'єктивні обставини, від яких залежить і на основі яких відбувається цілісний продуктивний педагогічний процес професійної підготовки фахівців, що опосередковується активністю особистості [86, с.291].

Аналіз існуючих визначень дозволяє зробити висновок, що поняття «педагогічні умови» здебільшого розглядається у таких контекстах: як сукупність об'єктивних можливостей, заходів, що сприяють вирішенню педагогічних завдань у навчально-виховному процесі; як чинники, особливості, що обумовлюють процес досягнення мети та ефективність функціонування педагогічної системи у цілому; як обставини, що впливають на педагогічний процес і забезпечують ефективність розвитку педагогічних явищ; комплекс засобів, методів, форм, що втілюється з метою досягнення ефективного результату педагогічного процесу.

У процесі розробки педагогічних умов як елементів педагогічної системи необхідно враховувати загальну концепцію підготовки фахівців, відображену в нормативній документації і працях науковців; узгоджувати їх із організаційними умовами підготовки фахівців у закладах вищої освіти, дотримуватися відповідності всім компонентам освітнього процесу: меті, завданням, принципам, змісту, формам та методам тощо; сприяти досягненню результату професійної підготовки, розвитку особистості майбутнього фахівця, враховувати індивідуальні потреби студентів у галузі професійної освіти.

Виходячи з вищезазначеного, під педагогічними умовами, що обумовлюють формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки, розуміємо сукупність специфічних взаємопов'язаних об'єктивних заходів (мети, змісту, форм та методів діяльності, ситуацій тощо), необхідних для здійснення системного педагогічного впливу з метою забезпечення високої результативності формування в студентів індивідуального стилю професійної діяльності, що реалізується у професійній самопрезентації на засадах постійного самовдосконалення у процесах соціальної взаємодії.

Науковці, які досліджували закономірності і специфіку формування професійного іміджу фахівців різного профілю, доволі часто обирали саме педагогічні умови у якості факторів, що забезпечують ефективність такої

спеціалізованої підготовки у навчально-виховному процесі закладу вищої освіти. Розглянемо деякі з них, які ми вважаємо найбільш актуальними для нашого дослідження.

Н. Прус у якості педагогічних умов, що сприяють ефективності формування професійного іміджу викладача іноземних мов називає забезпечення позитивної мотивації до формування компонентів професійного іміджу; спрямування змісту магістерської підготовки на теоретичне забезпечення цього процесу; розробку і впровадження навчально-методичного забезпечення його практичної реалізації [225, с.14].

І. Ніколаєску доходить висновку, що оптимальними педагогічними умовами розвитку професійного іміджу соціального педагога в післядипломній освіті слугують: організація освітнього середовища на підставі застосування особистісно орієнтованого підходу в навчанні, зміст якого враховує специфіку професійної діяльності; оволодіння фахівцями засобами ефективного розвитку професійного іміджу на основі використання інтерактивних форм і методів навчання; створення в закладах післядипломної освіти сприятливої емоційної атмосфери для активного самовираження; упровадження в навчальний процес спецкурсу «Імідж соціального педагога» [189, с. 9].

Науковець Ю. Дзядевич формулює такі основні умови, що є необхідними для формування професійного іміджу студентів мистецьких спеціальностей: забезпечення позитивної мотивації студентів щодо формування професійного іміджу та стійкої потреби в саморозвитку та самовдосконаленні; наповнення змісту професійної підготовки студентів системою науково-теоретичних і практичних знань про сутність і значущість професійного іміджу; впровадження у навчально-виховний процес традиційних та інноваційних методів і форм роботи, що сприяють формуванню професійного іміджу студентів [71, с. 139].

Педагогічні умови формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів філологічних спеціальностей у позанавчальній діяльності

визначила М. Сперанська-Скарга, з-поміж них: сформованість мотиваційного компонента професійної компетентності майбутнього фахівця, що охоплює комплекс зусиль, пов'язаних з усвідомленням необхідності формування власного позитивного іміджу, з розвитком інтересу до власної особистості та навколишнього світу, підвищенням самооцінки та створенням «Я-концепції»; відповідність змісту освітнього процесу завданням формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх фахівців, що передбачає включення системи заходів, що формують імідж у навчально-виховний процес; дотримання принципу системності в процесі формування та корекції професійно-педагогічного іміджу фахівців та принципу різноманітності у відборі форм та методів роботи з формування та корекції професійного іміджу; активізація суб'єкта в процесі формування професійно-педагогічного іміджу, яка передбачає активність майбутнього фахівця в процесі формування власного іміджу, оволодіння навичками самопізнання, самовдосконалення, самоіміджування та проектування ефективного іміджу [266, с. 12].

Дослідник А. Коркішко доводить, що на дієвість процесу формування професійного іміджу майбутніх магістрів педагогіки вищої школи впливають такі педагогічні умови: забезпечення їх вмотивованості до формування професійного іміджу через наповнення змісту навчання спеціальними іміджеорієнтованими знаннями; урізноманітнення професійної підготовки інтерактивними формами й методами навчально-виховної діяльності; активізація ціннісного, когнітивного та поведінкового складників діяльності викладача щодо формування в студентів професійного іміджу [117, с. 141].

У дослідженні М. Навроцької, присвяченому розвитку професійного іміджу педагога в системі післядипломної педагогічної освіти, у якості педагогічних умов позиціонуються формування у педагогів позитивної мотивації до розвитку власного іміджу в процесі моделювання професійного ідеалу; створення творчого інформаційно-розвивального освітнього середовища; залучення педагогів до розвитку власного іміджу через самоосвіту засобами комп'ютерних технологій [183, с. 7].

На думку П. Шеремета, який вивчав розвиток професійного іміджу вчителів історії у процесі підвищення ними кваліфікації, такі педагогічні умови сприяють ефективності вирішення поставленого завдання: підвищення рівня професійної компетентності вчителів через упровадження інноваційних форм і методів навчання у професійному інформаційно-навчальному середовищі; планування й реалізація в системі післядипломної освіти заходів, спрямованих на формування позитивного образу вчителя історії; формування в нього навичок самоіміджування через актуалізацію саморозвитку та самовдосконалення. [291, с. 8].

Пропонуючи педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього фахівця з інформаційних технологій у процесі вивчення дисциплін соціально-гуманітарного циклу, О. Митцева наполягає, що саме застосування їх у комплексі здатне підвищити якість підготовки майбутніх фахівців у технічному закладі вищої освіти: забезпечення позитивної мотивації до формування компонентів професійного іміджу; спрямування змісту циклу соціально-гуманітарних дисциплін на теоретичне забезпечення процесу формування професійного іміджу студента; розроблення і впровадження навчально-методичного забезпечення формування професійного іміджу майбутнього фахівця [179, с. 117].

Продуктивним, на нашу думку, є підхід до умов успішного формування професійного іміджу соціального педагога, визначений Н. Глузман. Автор виділяє такі педагогічні умови: розвиток позитивного настрою студентів на майбутню професію і на процес формування професійного іміджу; міждисциплінарна інтеграція навчального матеріалу, націлена на створення цілісної структури наукових знань про іміджологію протягом усього періоду професійної підготовки; забезпечення практико-орієнтованої спрямованості навчання в процесі формування іміджу майбутніх фахівців; проведення в студентів регулярного рефлексивного моніторингу рівня сформованості професійного іміджу [54, с. 55].

На думку К. Атаманської, ефективними педагогічними умовами формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога є: формування мотиваційно-ціннісної спрямованості студентів на діяльність щодо створення професійного іміджу та розвитку власної особистості; створення у закладі вищої освіти відповідного навчального середовища та організація педагогічного процесу на основі особистісної зорієнтованості навчально-виховної взаємодії для забезпечення процесу формування професійного іміджу студентів; включення студентів у рефлексивний моніторинг, предметом якого є сформованість професійного іміджу майбутнього соціального педагога [8, с. 199].

Результатом теоретичного аналізу та експериментальної роботи О. Валеєвої стали педагогічні умови, що позиціонуються дослідницею як необхідний і достатній регулятив ефективної реалізації структурно-функціональної моделі формування іміджу з студента в освітній організації, а саме: цілеспрямоване розширення діапазону знань студентів про сутність іміджу, про себе як суб'єкта самовдосконалення; реалізація педагогічного супроводу іміджеформуючої діяльності студента; залучення суб'єктів освіти до продуктивної соціальної і професійної взаємодії [36, с. 12].

Узагальнення власного педагогічного досвіду і результатів дослідження різних авторів дали змогу Є. Крініцину виділити педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього журналіста: формування в студентів глибокого інтересу і стійкої мотивації до створення свого професійного іміджу; реалізація програми спецкурсу «Професійний імідж журналіста» як інтегруючого чинника формування професійного іміджу; використання можливостей всіх основних напрямків професійної підготовки майбутніх фахівців у формуванні професійного іміджу: умінь і навичок іміджування, етики та моралі, комунікативних умінь і навичок, громадянської відповідальності за подану інформацію, соціальної активності у рішенні проблем сучасності; орієнтація на виховання морально-етичної, етичної та естетичної культури майбутнього фахівця; застосування в

навчальному процесі досвіду професійної діяльності журналістів, що сприяє забезпеченню позитивного впливу їх особистісного авторитету на студентів [140, с.115].

Аналіз досліджень, присвячених проблемі формування професійного іміджу, засвідчує відсутність універсальності й однотайності, наявність різнопланових поглядів вчених відносно визначення й обґрунтування змісту педагогічних умов. Як бачимо, найчастіше науковці у якості педагогічних умов називають забезпечення вмотивованості студентів до формування професійного іміджу, метою якої є забезпечення усвідомлення необхідності побудови позитивного образу професіонала; організацію навчального процесу з урахуванням необхідності оволодіння студентами науковими знаннями про іміджелогію, практичними прийомами формування професійного позитивного іміджу; упровадження у навчальний процес різних форм роботи, що сприяють формуванню позитивного іміджу майбутніх фахівців. Водночас, безумовними вимогами до виокремлення і формулювання педагогічних умов є врахування фахової специфіки підготовки студентів, системність, структурованість і взаємозалежність визначених чинників.

Тому, виходячи з вищезазначеного, у якості педагогічних умов, що обумовлюють формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, визначаємо таку сукупність спеціально організованих заходів: *розвиток в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки; спрямованість змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції; педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.*

Теоретичним підґрунтям визначених нами педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки

вважаємо положення системного, особистісно-діяльнісного, акмеологічного й аксіологічного методологічних підходів, що складають стратегію нашої дослідницької діяльності й детермінують тактику подальших практичних педагогічних дій.

Вибір системного підходу пояснюється тим, що він, на думку провідних вчених-педагогів (А. Алексюк, Ю. Бабанський, В. Беспалько, В. Бондар, С. Гончаренко, Т. Ільїна, В. Краєвський, Н. Кузьміна, В. Кушнір та ін.), обґрунтовує системно-цілісну природу педагогічних явищ і процесів, відображає їх загальний зв'язок і взаємообумовленість, спрямовує дослідника на необхідність аналізу явищ життя як систем, що мають визначену структуру і підпорядковані певним законам функціонування. На думку С. Гончаренка, системний підхід в педагогіці спрямований на розкриття цілісності педагогічних об'єктів, виявлення в них різноманітних типів зв'язків та зведення їх у єдину теоретичну картину [55, с. 208]. Системний підхід потребує реалізації єдності теорії, експерименту і практики.

Особистісно-діяльнісний підхід передбачає орієнтацію педагогічного процесу на формування особистості через активну предметну діяльність, активні способи пізнання та перетворення світу, активне спілкування з іншими людьми, дає змогу «перетворити» професійні завдання в «особистісний сенс» діяльності людини. Як зазначає І. Зимня, сутність цього підходу полягає в організації суб'єкт-суб'єктної взаємодії, формуванні активності студента, його готовності до вирішення проблемних завдань, забезпеченні єдності його зовнішніх і внутрішніх мотивацій, отриманні задоволення від розв'язання навчальних задач і завдань у співпраці з іншими студентами, зміні позиції педагога з передавача і контролера знань на позицію фасілітатора (помічника, чия діяльність спрямована не на передачу знань, а на організацію діяльності студента) [90, с. 78-80]. Підсумовуючі думки науковців (І. Бех, В. Біблер, Л. Божович, Л. Виготський, С. Гончаренко, М. Євтух, А. Запорожець, І. Зязюн, В. Моляко, Н. Ничкало,

В. Рибалко, В. Серіков, І. Якиманська тощо), провідною ідеєю цього підходу Р. Вайнола називає розвиток індивідуальності суб'єктів освітнього процесу, усвідомлення себе як особистості, виявлення, розкриття можливостей, становлення самосвідомості, самовизначення, самореалізація, самовдосконалення і самоствердження [35, с. 230].

Особистісно-діяльнісний підхід у професійній освіті, як вказує В. Жигірь, реалізується через створення умов для вільного вибору учнями виду діяльності, досягнення позитивного результату спільної діяльності педагога й учня. Він актуалізує ідеї перетворювальної діяльності, свідомого підкорення діяльності ціннісним соціокультурним пріоритетам, ефективного самоуправління й творчої самореалізації, продуктивної неперервної самоосвіти, розвитку й саморозвитку особистісних і професійних якостей, інтересів і потреб особистості [82, с. 110]. На практиці усе це стає можливим за умов створення відповідного розвивального середовища, яке сприяє розвитку інтелектуального, творчого і духовного потенціалу особистості як найвищої цінності навчального процесу, розкриттю її індивідуальності, емоційно-вольових якостей, творчих можливостей, формуванню здатності до активної самостійної діяльності, професійного самовизначення, взаємодії із сучасним динамічним ринком праці.

Акмеологічний підхід (К. Абульханова-Славська, Б. Ананьєв, О. Бодальов, А. Деркач, В. Зазикін, Н. Кузьміна, Л. Орбан-Лембрик, Л. Рибалко та ін.) базується на психолого-педагогічному вивченні умов мобілізації в особистості установки на найвищі професійні досягнення, на найбільш повну її самореалізацію у діяльності, оскільки метою самореалізації є досягнення «акме» – найвищого рівня досконалості, вершини професіоналізму. Основними характеристиками акмеологічного підходу виступають: спрямування особистості на постійний саморозвиток, прагнення до високих результатів у професії, життєвих успіхів; творчої організації своєї діяльності. Л. Рибалко метою самореалізації особистості називає досягнення акме, яке відбувається в процесі розвитку та

саморозвитку; найвищий ступінь самореалізації характеризується професіоналізмом, майстерністю, готовністю до виконання діяльності, тобто певними акме-формами; самореалізація особистості має бути продуктивною, оскільки саме з такої позиції людина розкриває і реалізовує творчий потенціал у діяльності [238, с. 13]. Отже, акмеологічний підхід забезпечує формування в студентів стійкого прагнення до професійного успіху, до самореалізації творчого потенціалу, життєвої стратегії розвитку творчої особистості фахівця, досягнення вершин професії, що потребує формування певної системи цінностей. Тому наступним важливим підходом, який ми виділили в контексті нашого дослідження, є аксіологічний.

Професійні цінності посідають одне з провідних місць у системі цінностей людини. Саме ціннісні орієнтації забезпечують цілісність і стійкість особистості, утворюють загальну спрямованість її інтересів і прагнень, складають певну ієрархію індивідуальних переваг, формують рівень домагань особистості. Аксіологічний підхід, як стверджує Н. Тарак, передбачає формування в студентів системи ціннісних орієнтацій, які задають загальну спрямованість інтересам і прагненням особистості, ієрархію індивідуальних переваг, мотиваційну програму діяльності і, в кінцевому підсумку, визначають рівень готовності майбутнього спеціаліста до педагогічної взаємодії [274, с. 155].

Головним засобом конкретизації визначених нами загальних підходів є принципи дослідження. До основних методологічних принципів дослідження належать:

- принцип об'єктивності, що вимагає розгляд процесів та явищ такими, якими вони є, без упередженості, у всьому розмаїтті їх зв'язків і відносин, що знаходить своє відображення у використанні фактичних даних, побудові гіпотез, оцінці результатів досліджень;
- принцип системності, який передбачає розглядання дослідником будь-якої ситуації як системи взаємопов'язаних елементів, характеристики кожної складової якої зумовлені своєрідністю загальносистемних ознак;

- принцип єдності теорії і практики, що стверджує їх нерозривний зв'язок і взаємообумовленість, розкриває діалектику руху людського знання до істини, констатує визначальну роль практики, що є критерієм істинності теоретичних положень, у процесі пізнання;
- принцип свідомості, що передбачає розуміння студентами мети навчання, свідоме сприймання, засвоєння ними знань і застосування їх на практиці;
- принцип активності та самостійності, у якому студент є суб'єктом творчої пізнавальної діяльності, чітко усвідомлює мету навчання, планує й організовує свою діяльність, здійснює її самоаналіз і самоконтроль, усвідомлює відповідальність за результати власної навчально-пізнавальної діяльності та використовує набуті знання у майбутній професійній діяльності;
- принцип науковості та доступності, спрямований на якісне розуміння і засвоєння студентами досягнень сучасної науки, відображає об'єктивні, достовірні, науково обґрунтовані факти, закони, теорії для забезпечення професійної спрямованості навчання студентів;
- принцип професійної спрямованості, що передбачає врахування особливостей формування і прояву професійного іміджу в майбутній професійній діяльності студента при виборі викладачем змісту, методів, засобів та форм навчання;
- принцип варіативності, що полягає у визнанні індивідуальних цілей майбутніх політологів, урахування їхніх індивідуальних особливостей; диференціація змісту, форм, засобів, методів, прийомів, технологій формування професійного іміджу;
- принцип доцільності, що ґрунтується на використанні сучасних методів, технологій, прийомів навчання, оптимальне застосування яких сприятиме формуванню професійного іміджу майбутніх політологів.

Визначивши основні методологічні підходи до формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, переходимо до теоретичного обґрунтування першої педагогічної умови, яка була сформульована як *розвиток в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки.*

Виокремлення цієї умови пов'язуємо із необхідністю спрямування студентів на усвідомлену активність у будіванні свого професійного шляху, мотивацію до самореалізації у професії, соціумі, власному житті, тому що ефективність підготовки майбутніх політологів до формування власного професійного іміджу забезпечується не тільки кількістю засвоєних ними знань, але й ставленням студентів до навчальної діяльності – їхньою внутрішньою позицією.

Науковцями період юності (16-22 роки) визначено як перший сприятливий період для цілеспрямованої діяльності по створенню іміджу [60, с. 259]. Це час, коли молода людина вступає в нову фазу інкультурації, соціалізації, особистісного розвитку і готова цілеспрямовано, усвідомлено працювати над створенням власного іміджу, обрати цілі, засоби і тактики його формування. При цьому імідж вже є не просто результатом природнього, суб'єктивного процесу розвитку і саморозвитку, але й об'єктивізацією мети, первинним, самоцінним продуктом діяльності.

Мотивація є найважливішим фактором регуляції активності людини, її поведінки і діяльності і, як система процесів, що відповідають за спонукання до діяльності, використовує поняття потреба у якості одиниці мотивації, що структурує цю систему. Отже, прояв активності особистості, а, відповідно, її життєдіяльність і цілеспрямована діяльність, безпосередньо залежать від наявності певної потреби, що вимагає задоволення.

Один із засновників теорії діяльності, О. Леонт'єв, наполягає на тому, що розвиток потреб пов'язаний з розвитком їх предметного змісту, тобто з розвитком мотивів, оскільки «мотиви діяльності несуть у собі дійсну

змістовну характеристику потреб» [149, с. 211]. Потреба як стан особистості завжди пов'язана з наявністю у людини почуття незадоволеності, викликаного дефіцитом того, що потрібно організму (особистості). Потреби можуть відображати як об'єктивну (зовнішню) необхідність, так і внутрішню (суб'єктивну). Найбільш чітку дефініцію потреби дав В. Василенко, який визначив її як «закладену в нас природою і суспільством програму життєдіяльності» [94, с. 29].

Відповідно до теорії ієрархії потреб, розробленої А. Маслоу [171], потреби людини розвиваються від нижчих до вищих. Індивідуум повинен спочатку задовольнити потреби нижчого порядку для того, щоб виникли потреби вищого рівня. На першому рівні піраміди потреб А. Маслоу знаходяться фізіологічні (голод, спрага, статевий потяг і т. ін.), на другому – потреба в безпеці, потім – потреби в соціальних зв'язках. Практично кожна людина має потребу в любові, підтримці, спілкуванні, причетності, приналежності до соціальної групи і спільної діяльності. Наступна сходинка – це потреба у повазі і визнанні. Особливо важливими для особистості є потреба в самоповазі (прагнення досягти впевненості у собі, компетентності, майстерності, адекватності, досягнень, незалежності і свободи) і потреба в оцінці з боку інших (престиж, визнання, прийняття, прояв уваги, статус, репутація і власне оцінка). Останнім рівнем піраміди є потреба у розвитку, самоактуалізації. Тут мається на увазі широкий спектр потреб: в особистісному зростанні, розвитку, реалізації потенційних можливостей тощо.

Отже, як бачимо, потребу у формуванні професійного іміджу можна віднести до групи потреб найвищого рівня, бо вона пов'язана з прагненням людини до особистих досягнень, компетентності, поваги з боку оточуючих, самоповаги, потребою у репутації або престижі, в завоюванні статусу, уваги, визнанні, потребою у самореалізації, самовираженні. Саме ці аргументи є найважливішими для розвитку потребо-мотиваційної сфери майбутніх

політологів, формування в них спрямованості на майбутню професійну діяльність та досягнення бажаних результатів у ній.

Питання, пов'язані з дослідженням шляхів формування у студентів потреби у самоактуалізації, мотивації до навчальної діяльності, спрямованості особистості на майбутню професійну діяльність досліджувалося такими вченими як В. Ананьєв, Р. Боркієвська, Н. Бондаренко, В. Бочарнікова, Т. Гордєєва, С. Занюк, І. Зайцева, Н. Клименко, М. Кондратьєва, О. Леонтєв, Л. Мітіна, С. Рубінштейн, Л. Сподін, М. Тутушкіна та ін. З позицій С. Занюка, важливим для спрямування студентів до самоактуалізації у майбутній професійній діяльності, професійного й особистісного зростання є розвиток в них мотивації досягнень [87, с. 56]. К. Абульханова-Славська головним у формуванні активної життєвої стратегії, виробленні моделі поведінки, спрямованої на досягнення успіху й цілей професійної діяльності, вважає активність як спосіб організації життя особистості, регуляції і саморегуляції на основі інтеграції потреб, здібностей, ставлень особистості до життя, з одного боку, і вимог до особистості суспільства і обставин – з іншого [2, с. 113-114].

Професійні компетентності, отримані під час навчання студентів у закладі вищої освіти, є необхідними для виконання професійних завдань і, безумовно, сприяють розвитку в майбутніх фахівців потреби у формуванні професійного іміджу. Фахові знання, як стверджує А. Коркішко, займають центральне місце у базі знань студента, сприяють закладанню теоретичних основ професійного іміджу, які він здобуває під час вивчення фундаментальних і спеціальних дисциплін, що безпосередньо відповідають його професійним запитам [117, с. 148].

Науковці відмічають, що професійна мотивація як властивість особистості є системою цілей, потреб, що спонукає студента до активного засвоєння знань, оволодіння вміннями і навичками, свідомого ставлення до професії [212, с.114]. Для забезпечення стійкої професійної мотивації

студентів у якості соціопсихологічної умови вчені називають формування (і підтримку) прагнення студентів до виявлення своїх можливостей та ствердження себе у навчально-професійній діяльності [80, с. 22]. Актуальними шляхами досягнення цього можуть бути, наприклад, детальне ознайомлення з майбутньою професійною діяльністю та її суспільною значущістю; створення уявлень про модель особистості успішного професіонала з обраного фаху, усвідомлення найближчих і перспективних цілей професійного навчання, розвиток позитивної Я-концепції та адекватної професійної самооцінки студента; формування ціннісних орієнтацій; вироблення у студентів потреб і вмінь творчо застосовувати знання на практиці; забезпечення умов для самопізнання, самовиховання, самовдосконалення. Все це сприяє формуванню в студентів життєвої часової перспективи, ідентифікації з успішною професійною моделлю фахівця, уявлення про себе в майбутньому в ролі відповідального виконавця професійної діяльності [156].

Стрижневою позицією у формуванні професійного іміджу є прагнення до професійного самовдосконалення. У трактуванні Т. Вайніленко професійне самовдосконалення – це одночасно процес і результат творчого цілеспрямованого самостійного самодетермінованого руху фахівця від Я-реального до Я-ідеального, від Я-потенційного до Я-актуального, що здійснюється у формі професійного самовиховання, самоосвіти і самоактуалізації, забезпечує досягнення фахівцем позитивних особистісних змін і є передумовою його успішної творчої самореалізації у професії [34, с. 18]. М. Ксьонзенко визначає професійне самовдосконалення як процес і результат цілеспрямованого самотворення, що досягається завдяки самоосвіті та самовихованню й забезпечує постійне підвищення майстерності фахівця та його творчу і професійну самореалізацію [141, С. 85]. Л. Дудікова наполягає на важливості підвищення рівня своєї професійної компетентності, розвитку професійно-значущих якостей, ціннісних орієнтацій відповідно до суспільних вимог, особистої програми розвитку Я-концепції, сформованості

досконалого рівня професійної культури для досягнення професійного самовдосконалення [75, с. 290].

Виходячи з цих позицій, головним у професійній підготовці майбутнього політолога ми вважаємо спрямування навчального процесу на формування в студентів усвідомлення необхідності саморозвитку і самоактуалізації, метою досягнення яких є побудова позитивного іміджу професіонала.

У процесі розвитку в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки можливо використання як традиційних прийомів навчання, так і інноваційних методів і форм організації навчальної діяльності. Так, проведення дискусій, бесід, обговорень сприятимуть розвитку вміння слухати інших, поважати чужу думку, аналізувати отриману інформацію, аргументувати власну точку зору, робити висновки та узагальнення. Інтерактивні методи навчання, такі як, наприклад, підготовка презентацій, ситуаційний аналіз, складання портфоліо, заняття-конференції, рольові ігри, опрацювання відеоматеріалу, використання кейс-методу тощо, викликають інтерес до питання, що розглядається, стимулюють прояв самостійності у вирішенні дискусійних питань, виявляють творчі здібності студентів, спонукають їх до рефлексії, надають можливість визначити слабкі та сильні сторони. Крім того, використання наведених форм навчальної діяльності сприятиме підвищенню інтересу до формування професійного іміджу, формуватиме потребу самовдосконалюватися, розвиватися, працювати над створенням власного професійного іміджу.

Отже, розвиток в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки створює основу для упровадження двох інших педагогічних умов.

Другою педагогічною умовою нами встановлено *спрямованість змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами*

індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції.

Визначення цієї умови спирається на розуміння провідної ролі рефлексії у формуванні усвідомленого оцінного ставлення особистості до здійснюваної нею діяльності і до себе як діяча, без чого є неможливим формування її досвіду й освоєння нових сфер діяльності, що особливо актуально в контексті формування професійного іміджу особистості.

У філософській і психолого-педагогічній літературі рефлексія (від лат. *reflexio* – «звернення назад») розглядається як самосвідомість і самопізнання, співвідносність елементів мислення і дійсності [281, с. 547]; спрямованість пізнання людини на саму себе, на свою діяльність та поведінку, свій внутрішній світ, психічні якості і стани; вміння представляти себе на місці іншої людини, подумки програвати ситуацію за неї [227, с. 257]; процес самопізнання суб'єктом власних психічних станів та дій, здатність критично оцінювати свої дії та змінювати відповідно до цього мислення і діяльність [220, с. 217]; здатність усвідомлювати свої власні розумові процеси та керувати ними [260, с. 65]; діяльність людини, спрямована на осмислення власних дій, своїх внутрішніх станів, почуттів, переживань, аналіз цих станів і формулювання відповідних висновків [45, с. 95].

Рефлексія є необхідним механізмом формування усвідомленого ставлення людини до власної діяльності і до себе як суб'єкта цієї діяльності. Вона дозволяє зрозуміти причини і сенс власної діяльності, ставити мету і досягати її. Але всі ці процеси можливі тільки за умов наявності внутрішньої свідомої готовності до самостійного прояву рефлексивних здібностей і використання рефлексивних вмінь, фактором забезпечення якої є сформованість такого особистісного утворення, як рефлексивна позиція.

Поняття «позиція» є багатозначним з точки зору філософії, психології і педагогіки. Наприклад, Академічний тлумачний словник української мови визначає «позицію» як «становище, роль, місце кого-, чого-небудь у суспільному житті, науці, мистецтві і т. ін.» і як «ставлення до чого-небудь,

що визначає характер поведінки, дії; поведінку, характер дій, що зумовлені цією точкою зору, цим ставленням» [3]. У філософських джерелах позиція визначається як «точка зору, переконання, що означає сталий якісний стан особистості, який відображує не лише усвідомлену настанову діяти певним чином, а й самі дії» [281, с.588]. Психологічні словники трактують її як «складну, відносно усталену систему ставлень, настанов, мотивів, цінностей людини, якими вона керується у процесі своєї життєдіяльності; положення індивідуума у статусно-рольовій внутрішньо груповій структурі» [138, с. 263]; «стійку систему відносин людини до певних аспектів дійсності, що виявляється у відповідній поведінці та вчинках» [228, с., 392]. Близьким до цього є розуміння поняття «позиція» у педагогіці як «стійкої системи ставлень людини до різних проявів оточуючої дійсності, людей і до самого себе» [106, с. 395], «уявлення про ставлення особистості до життя в цілому та конкретних його аспектів, зокрема, характеристики поведінки, зумовленої певною системою цінностей та переконань, а також статусно-рольових моделей поведінки» [93, с. 132]; «цілісного способу життєдіяльності; ознаки гармонійно розвиненої особистості; стійкої тенденції внутрішньо зумовленої поведінки» [77, с. 690].

Як зазначає О. Резван, позиція є утворенням особистості, що постійно розвивається, при цьому її зрілість виявляється у відносній стабільності та несуперечливості поведінки людини та її переконань [233, с. 152]. Набуття нового досвіду, знань про світ спричиняє зрушення у потребово-мотиваційній системі пріоритетів людини, результатом чого стає зміна її ціннісної системи, відбувається неперервний зворотній вплив результатів попереднього етапу (рішень, вчинків) на наступний. За цих умов необхідністю стає обов'язкове проведення постійного аналізу особистістю результатів власної діяльності, знань, досвіду, мотивів із метою корекції особистих життєвих пріоритетів, і відповідно – особистісної позиції.

Феномен рефлексивної позиції розглядається сучасними педагогами і психологами як норма життя, навичка, звичка поведінки в реальних життєвих

умовах (Б. Ананьєв, А. Леонтьєв, Б. Ломов, А. Петровський); компонент рефлексивної культури особистості (Т. Бондаренко); готовність суб'єкта до осмислення навколишньої дійсності і себе, готовність до подальшої активності, що заснована на сформованості ціннісних орієнтацій (О. Єріна, С. Пронічева); здатність суб'єкта до осмислення життєвих реалій, співвіднесення їх з настановами, поглядами, уявленнями на основі свого життєвого досвіду і здатність проявляти цю систему відношень у нових способах діяльності (В. Білоногова); основний механізм осмислення професійних успіхів і невдач, особистісних досягнень фахівця (М. Марусинець); рівень мислення суб'єкта, що містить вміння звернути власну свідомість на себе як індивідуальність і на власну діяльність (О. Багдай).

Рефлексивна позиція проявляється в будь-яких видах діяльності, є основоположним особистісним утворенням, що забезпечує механізм саморозвитку особистості. Здійснений аналіз трактувань цього поняття показав необхідність його уточнення відносно особистості студента як суб'єкта майбутньої професійної діяльності.

Сучасна вища професійна освіта спрямована на підготовку фахівця, який не тільки вільно володіє своєю професією і орієнтується в суміжних областях діяльності, а й готовий до постійного професійного зростання, соціальної та професійної мобільності. Необхідність для освіти відповідати вимогам сучасного суспільства, що потребує безперервного процесу оновлення інформації і перебудови способів взаємодії з навколишньою дійсністю, вимагає висунення у якості пріоритетної мети підготовки майбутнього фахівця створення умов для розвитку ініціативної і самостійної особистості, здатної вдосконалювати себе і свою діяльність, спроможної до постійного самонавчання і самовдосконалення.

Рефлексивну позицію можна вважати основою і засобом самостійного, цілеспрямованого оволодіння людиною різними видами діяльності, формування здатності до переносу чи інтеграції тих чи інших способів дії,

виявлення усвідомленого відношення до будь-яких ситуацій життєдіяльності. Сформована рефлексивна позиція проявляється як готовність до усвідомленого вибору найбільш ефективного способу дії у різних ситуаціях майбутньої професійної діяльності. Вона передбачає осмислення, аналіз і корекцію особистісних цінностей, мотивів, розвиток особистісних ресурсів, результатом чого є професійне зростання особистості.

Сутність рефлексивної позиції у професійному становленні особистості М. Варбан визначає як здатність людини виокремлювати, аналізувати, оцінювати, пізнавати, усвідомлювати свої можливості, особистісні та професійно важливі якості, різні сторони діяльності та розвитку професіонала [37, с. 12].

О. Резван зосереджує увагу на тому, що за нормальних умов рефлексія виникає, коли порушується баланс між діяльністю та її результатами, тобто коли результати діяльності є неочікувано низькими або негативними, але рефлексивною позицію людини можна назвати тоді, коли вона аналізує також і свої досягнення [234, с. 91]. Тобто, рефлексивна позиція особистості виявляє здатність людини до самоспостереження, самоаналізу та усвідомлення зовнішньої оцінки особистісних особливостей іншими людьми, результатом чого є критичне оцінювання власних дій, досягнень, ресурсів, особистісних якостей та, за необхідності, їх корекція. Спираючись на ці аргументи, науковець визначає рефлексивну позицію як засіб самопізнання та самооцінки, що допомагає усвідомити рівень особистої професійної підготовки, зіставити власний досвід з особистими прагненнями у роботі та ситуацією потреби фахівців цієї кваліфікації на ринку праці, а також як спосіб самокорекції, що відбиває процес регуляції особистих ресурсів через усвідомлення необхідності зміни особистої позиції, ступеню вимог тощо. Дослідниця робить висновок, що в аспекті формування рефлексивної позиції майбутніх фахівців рефлексія потенційних і реальних ресурсів має здійснюватись нерозривно від рефлексії професійних прагнень особистості, оскільки лише у разі адекватної самооцінки свого професійного рівня і

особистих ресурсів можна отримати позитивний результат у професійній діяльності [234, с. 17].

Як зауважують науковці, за умов традиційного підходу до навчання рефлексивні навички студентів формуються стихійно, неорганізовано, а предметом рефлексії стає переважно навчальний матеріал, його систематизація, узагальнення, результатом чого є невміння студентів аналізувати свою діяльність, виявляти її недоліки, вносити корективи в неї, визначати цілі своєї наступної діяльності, планувати її, вдосконалювати свої навички й уміння. «Навіть елементарні елементи рефлексії не можуть з'явитися самі собою, тому необхідно виділяти у навчальному процесі спеціальне місце для формування рефлексивних умінь та культури рефлексивного мислення» [151, с. 5]. Отже, необхідним є цілеспрямоване формування рефлексивної позиції в майбутніх фахівців, що надасть їм можливості аналізувати і оцінювати власну професійну діяльність, роботу колег; бути об'єктивними і критичними у самооцінці і формуванні власного іміджу.

Формування рефлексивної позиції як стійкого самоаналізу зовнішніх і внутрішніх психічних проявів, за О. Столярчук, повинно мати поетапний характер і передбачає накопичення рефлексивної компетентності, на підґрунті якої формується рефлексивна культура (готовність і здатність переосмислювати та реконструювати особистий досвід і гнучко впроваджувати його у діяльність) [270, с.59].

Сформованість рефлексивної позиції є основою для осмислення і створення індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу в майбутніх фахівців. Під час реалізації цього процесу важливою є актуалізація мотивації самостійної пізнавальної діяльності, що формує здатність знаходити особистісний сенс власної діяльності [167, с. 198]. Необхідним, на наш погляд, виявляється збагачення змісту навчальної діяльності знаннями і установками, що націлюють студентів на самопізнання, самовиховання, самоорганізацію, самоактуалізацію в майбутній професійній діяльності,

забезпечують їх професійний саморозвиток на основі оцінювання досягнутих результатів, уміння планувати свою роботу тощо.

Ефективними кроками на шляху проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції ми вважаємо збагачення змісту навчання ідеями та концепціями розвитку та саморозвитку особистості, розвитку пізнавальної активності; засвоєння студентами знань щодо ефективних способів формування та здійснення рефлексивної діяльності; створення викладачами «рефлексивних ситуацій» через спеціально сформульовані питання до змісту навчального матеріалу та процесу його засвоєння; включення алгоритмів самоспостереження, самоаналізу, самоконтролю та ін.; залучення студентів до виконання завдань творчого та науково-дослідного характеру із створенням ситуації успіху, позитивних емоційних переживань; до різноманітних видів науково-дослідної роботи (підготовка творчих і наукових робіт, виступи на наукових конференціях); організація на заняттях навчально-професійних ситуацій і спеціального навчання майбутніх політологів професійному спілкуванню та ін.

У якості третьої педагогічної умови ми пропонуємо *педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності*.

Виявляючи сутність категорії «супровід» у межах педагогіки, науковці використовують поняття «підтримка», «керівництво», «взаємодія», «сприяння», «співпраця», «створення умов», «допомога», «спрямованість на діяльність». Так, О. Газман визначає його як педагогічну підтримку, «процес спільної роботи учня з викладачем для визначення власних інтересів, цілей, можливостей і шляхів вирішення проблем (подолання перешкод), що заважають учневі на шляху його розвитку при збереженні людської гідності і при самостійному досягненні бажаних результатів у навчанні, самовихованні, спілкуванні, образі життя» [50, с. 48].

М. Боритко розрізняє поняття «педагогічне керівництво», «педагогічна підтримка» і «педагогічний супровід» і стверджує, що педагогічне керівництво припускає таку допомогу, за якої ініціатива і відповідальність при визначенні цілей, відбору засобів та корекції діяльності належить педагогу; педагогічна підтримка передбачає визначення інтересів студента, виявлення способів подолання труднощів у спільній з педагогом діяльності; педагогічний супровід передбачає ініціативу студента у виборі оптимальних рішень щодо виходу з проблемної ситуації [30, с. 44].

Розкриваючи природу педагогічного супроводу, Л. Новосьолова називає його родовим поняттям, видовими частинами якого виступають «допомога» і «підтримка». Механізмами реалізації супроводу науковець вважає рефлексію, фасилітацію і суб'єкт-суб'єктні відносини, а його умовою – співробітництво, тобто сумісне планування, підготовку, проведення, аналіз цілеспрямованої, особистісно значимої, емоційно забарвленої, творчої діяльності [193, с.12]. Н. Яковлева [300, с. 47] наполягає на більшій масштабності супроводу як педагогічного явища, що може містити у собі і допомогу, і підтримку але, на відміну від них, має тривалий і безперервний характер, завжди «прив'язаний» до певного процесу, доповнює і супроводжує його і полягає у здійсненні конкретних дій з боку педагога, таких як: спостереження за перебігом процесу і аналіз ситуацій, розробка системи заходів, що пропонуються студенту, його консультування тощо. Вважаємо доречним звернути увагу на нашу позицію стосовно того, що педагогічний супровід відрізняється від підтримки не зменшенням ступеня втручання педагога в процес освіти, скільки умінням самого студента вирішувати свої навчальні та особистісні проблеми.

Суттєвою відмінністю педагогічного супроводу від педагогічної допомоги і педагогічної підтримки, на наш погляд, є розуміння його як взаємодії двох рівноправних суб'єктів, партнерів, де педагог і студент «йдуть разом», а не виконують ролі «того, хто веде» і «того, кого ведуть». Результатом реалізації

цієї педагогічної взаємодії є формування певного досвіду, рефлексивної позиції, здійснення взаємопідтримки і взаємостимулювання.

Підкреслюючи відмінності між поняттями «педагогічне керівництво» і «педагогічний супровід», Н. Яковлева [300, с. 48] зазначає, що супровід більшою мірою, ніж керівництво враховує інтереси його суб'єктів; керівництво є впливом керуючої системи, тоді як супровід – це взаємодія суб'єктів супроводжуючого і супроводжуваного процесів; керівництво в принципі не залежить від доброзичливості відносин між суб'єктами, тоді як для супроводу вони є найважливішою умовою реалізації; результат керівництва менш варіативний, ніж супроводу; керівництво допускає менше самостійності та активності суб'єктів, ніж супровід; при супроводі у суб'єктів більше можливостей проявити творчий потенціал, ніж при керівництві.

І. Семененко, визначаючи педагогічний супровід як цілісну, системно організовану педагогом діяльність студента, підкреслює, що цей метод ґрунтується на взаємодії того, хто супроводжує, і того, кого супроводжують [241, с. 350]. Ключовим у цьому є створення атмосфери, завдяки якій студент усвідомлює, що він не наодинці зі своїми успіхами і труднощами, що поруч є педагог, який не буде втручатись без приводу, але завжди готовий допомогти і підтримати.

Характеризуючи педагогічний супровід як освітнє явище Н. Мирончук виділяє такі його ознаки: суб'єкт-суб'єктний характер взаємодії викладача і студента; зорієнтованість на особистість студента, його потреби, бажання, мотиви, соціальну ситуацію розвитку; надання реальної допомоги в розробленні індивідуального плану дій, вироблення індивідуальної професійно-педагогічної стратегії [178, с. 128].

Розуміння педагогічного супроводу як комплексу заходів, що реалізується під час командної роботи фахівців різних профілів, спрямованої на формування в особистості здатності самостійно вирішувати актуальні проблеми та завдання розвитку, вимагає розуміння важливості усвідомлення

супроводу як допомоги суб'єкту при формуванні орієнтаційного поля розвитку, відповідальність за дії в якому несе він сам. В основі педагогічного супроводу, на думку О. Єрмоєнко, лежить згуртованість декількох функцій: діагностичної (виявлення суті проблеми), інформаційної (розкриття шляхів розв'язання проблеми), консультаційної (надання допомоги на етапі ухвалення рішення й вироблення плану вирішення проблеми), оперативної (вчасна допомога в розв'язанні проблеми з опорою на потенційні можливості особистості) і аналітичної (вивчення результатів педагогічного супроводу, корекція відхилень у розв'язанні проблем, пошук шляхів удосконалення умов для самореалізації суб'єкту супроводу) [81, с. 99].

Педагогічний супровід привернув нашу увагу тому, що з метою формування професійного іміджу він надає можливість використовувати в єдності діагностику, інформаційний пошук, планування, консультування, первинну допомогу в реалізації плану дій, особистісно-орієнтованих технологій професійного розвитку, на кшталт розвивальної діагностики; тренінгів особистісного та професійного розвитку й саморозвитку, особистісно-орієнтованих тренінгів підвищення соціально-професійної компетентності тощо.

Підкреслимо, що, на нашу думку, головним завданням педагогічного супроводу самовиявлення професійного іміджу майбутніх політологів є повноцінна реалізація їх особистісного і професійного потенціалу, адже спрямованість на саморозвиток, самоактуалізацію дозволяє особистості стати активним суб'єктом життя і професійної самореалізації.

У словнику поняття «самовиявлення» трактується як «розкриття свого «Я», виявлення своїх думок, настроїв, переконань, своїх індивідуальних особливостей; прояв своєї індивідуальності» [38, 1098]. Самовиявлення виступає основним засобом, що допомагає прогнозувати, корегувати й оцінювати якість навчання і становлення особистості та професіонала [137, с. 157].

Самовиявлення як свідомий і активний процес можливе за умови усвідомлення особистістю власних інтересів, потреб і здібностей, які вона опредмечує у практичній діяльності. Тобто йому завжди передує процес самопізнання, в результаті якого у людини створюється узагальнена концентрована уява про себе і своє «Я». Екстраполяція цього визначення у навчально-професійну сферу дозволяє дефініціювати самовиявлення як професійне самоутвердження особистості, розуміння і позиціювання себе як професіонала, оволодіння оптимальними рівнями професійної самосвідомості та майстерності та досягнення визнання у професійній спільноті. Студенти-майбутні професіонали відчують потребу в самореалізації у навчально-професійній діяльності. Під час навчання у закладі вищої освіти у студентів тільки починає формуватися «Я-професійне» і вони відчують певні труднощі у виборі найбільш значущих шляхів свого самовдосконалення.

Для нашого дослідження важливим є те, що науковці у структурі самовиявлення особистості виділяють два аспекти: внутрішній (саморозкриття – осмислення самого себе і повідомлення особистісно-значущої, важливої, сутнісної інформації про себе іншим людям) і зовнішній (самопрезентація – спеціально побудована поведінка, створення того образу себе, який особистості хотілося б представити в цей момент) [195, с. 387], оскільки самопрезентація має не менш важливе значення у формуванні професійного іміджу, ніж самоосмислення особистості.

Самовиявлення студентів у навчально-професійній діяльності виступає компонентом самосвідомості, залежить від набутих знань і умінь, особистісного розвитку особистості, визначає успішність діяльності і суб'єктивну задоволеність нею. У свою чергу, самовиявлення визначається сформованістю «образу Я», адекватністю самооцінки, співвіднесенням сукупності способів і результатів самореалізації з власними очікуваннями, впевненістю в собі і своїй компетенції, пов'язане з ціннісними і смисложиттєвими орієнтаціями, виразністю мотивації досягнення, потребою

у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки. Стосовно нашого дослідження самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами є не тільки підсумком самопізнання, самооцінки, самопрезентації студентів, а й результатом їхньої практичної діяльності.

Презентуючи професійний образ політолога відзначимо, що професійний імідж формується в процесі професійної діяльності, проте під час навчання в ЗВО такою собі підготовкою до неї є квазіпрофесійна діяльність. Квазіпрофесійна діяльність (квазі – від лат. *quasi* – якби, немов) зобов'язана своїм виникненням неможливістю перенесення структур реальної професійної діяльності у навчальний процес закладу вищої освіти. Її перевагами в контексті нашого дослідження є те, що вона «моделює в аудиторних умовах і мовою науки умови, зміст і динаміку виробництва, відносини зайнятих в ньому людей, як це має місце, наприклад, у діловій грі та інших ігрових формах контекстного навчання» [40, с. 134]. Квазіпрофесійна діяльність передбачає відтворення в аудиторних умовах умов і динаміки реальної професійної ситуації, стосунків і дій людей, що задіяні в ній. З точки зору сучасних науковців цей вид діяльності є формою навчання, що моделює професійну діяльність, у якій студенти виходять за межі опрацювання вузької теми заняття, шляхом включення в моделювання реальних ситуацій вирішують професійні завдання та питання професійної взаємодії [294, с. 76].

Психологічна сутність квазіпрофесійної діяльності, за твердженням Н. Баслаєвої [17, с. 5], полягає в тому, що вона виступає невід'ємним елементом професіоналізації людини, носить формуючий характер, отже у цьому процесі здійснюється перебудова ціннісно-сміслових координат життєвого світу людини, що визначають ступінь відповідності людини і професії, відбувається її становлення як професіонала.

Квазіпрофесійна діяльність містить у собі риси як навчальної, так і майбутньої професійної діяльності студента: засвоєння знань, формування

умінь і навичок реалізуються нібито накладеними на канву професійної праці у її предметному і соціальному аспектах. Вона надає можливість студентам на основі засвоєної теоретичної інформації успішно моделювати ситуації майбутньої професійної діяльності. У цілому квазіпрофесійна діяльність спрямовує студентів на цілеутворення, аналіз і оцінювання проблемних ситуацій, самооцінювання у професійній діяльності, конструювання моделей взаємодії, осмислення змісту майбутньої професійної діяльності в умовах, наближених до реального життя. Науковці наполягають, що «така діяльність, вміщена в траєкторію навчального процесу, дозволяє аналізувати прийняті студентами рішення, визначати їх об'єктивність, своєчасність, послідовність – отже, проводити проміжні зрізи сформованих у студентів компетенцій і коригувати їх» [51].

Безумовно, використання навчальної інформації в ситуаціях, що імітують професійну діяльність надає можливість студентам не тільки засвоїти і актуалізувати знання в контексті майбутньої професії, але й мотивує їх до навчання, сприяє розвитку професійного мислення та набуттю досвіду реалізації отриманих теоретичних знань. У якості головних форм квазіпрофесійної діяльності педагоги називають проектування, створення і вирішення кейсів, організаційно-діяльнісні ігри та науково-дослідницьку роботу студентів [250, с. 67].

Реалізація ідеї педагогічного супроводу самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності обумовлює необхідність визначення провідних умов, у яких здійснюється цей процес. Недостатність реальної практики і незавершеність професійної підготовки може привести до формалізму знань і невмінню їх застосування. З цих позицій важливою умовою формування професійного іміджу є розробка і використання принципово нових технологій навчання, які дозволяють проектувати процес підготовки майбутнього політолога як послідовну трансформацію навчальної діяльності. Навчальний процес повинен проектуватися таким чином, щоб студенту завжди була зрозуміла практична

сфера застосування отриманих ним теоретичних знань. Головна роль у цьому процесі належить тренінгу практичних навиків, а саме інтерактивним методам навчання, моделюванню практичних ситуацій на заняттях, що включає механізм «проб і помилок», дає змогу засвоїти навик за допомогою власного досвіду. Використання інтерактивних методів покликане сприяти усвідомленню студентами своєї неповторності, оригінальності, несхожості на інших, розкриттю і визнанню їх творчих здібностей, саморозвитку, професійному становленню. Особливо важливим є формування суб'єктних якостей особистості, її самоствердження і прагнення до самовдосконалення.

Інтерактивне навчання у цьому контексті ми розуміємо як партнерське проблемне навчання за допомогою дії, навчання у співробітництві студентів з викладачем і один з одним. Інтерактивній презентації навчальної інформації сприяє використання методів, що спрямовані на активну передачу інформації і стимулювання участі студентів у тому, що відбувається. Для цього ефективними можуть виявитися такі інтерактивні методи, як активне включення, круглий стіл, експертна оцінка, сократівський метод, мозковий штурм тощо.

Одним з актуальних інтерактивних методів є також комплексно-аналітичне моделювання, використання якого сприяє скороченню кількості і рівня критичних помилок у практичній професійній діяльності, збільшення її ефективності. У процесі використання цього методу особлива увага повинна приділятися творчим завданням, що носять проблемний характер і вимагають від студентів творчого підходу. Це створює на занятті атмосферу ділового зацікавленого спілкування всіх задіяних суб'єктів, мотивує студентів на виконання поставлених завдань.

Перспективним для застосування на практичних заняттях є також метод обговорення конкретних ситуацій (кейсів). Це метод активного проблемно-ситуаційного аналізу, заснований на навчанні шляхом вирішення конкретних завдань – ситуацій. Початковий (підготовчий) етап вирішення кейсу складається з самостійної роботи і викладачів, і студентів поза

аудиторією. Безпосередньою метою кейс-методу є спільне обговорення та аналіз кейса (події, що відбулася в тій чи іншій сфері діяльності) групою студентів, вироблення практичного вирішення з подальшою оцінкою запропонованих алгоритмів і вибір кращого в контексті поставленої проблеми.

Розуміючи самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами як програму саморозвитку, звернемо увагу на такі її складові, як формування відповідної умовам професійної діяльності зовнішності, оволодіння технікою усного мовлення, знання ділового етикету, прояв таких якостей, як комунікабельність, готовність до ділової самопрезентації. У цьому процесі необхідним є задіяння технології фейсблдингу – будування візуального іміджу зовнішності з урахуванням ключових супутніх чинників. Слід звернути увагу студентів і на роль кінесики, дизайну одягу, конгруентності (відповідності смислів вербальних і супроводжуючих їх невербальних сигналів) у технології професійної самопрезентації.

Важливим чинником самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами є тренінг з асертивності – вербальної і невербальної поведінки, спрямованої на вираження своїх потреб і відстоювання своїх позицій, заснованої на позитивному і шанобливому ставленні до партнера як до рівного. Принципами асертивної поведінки є прийняття на себе відповідальності за свої слова, дії і своє життя; самоповага і повага до інших людей; ефективне спілкування на основі чесності, відкритості, впевненості у собі, позитивної установки на спілкування і досягнення компромісу; прагнення знайти такий вихід із ситуації, який влаштує всіх.

Найбільш вагомим педагогічний супровід може стати у процесі допомоги студентам у їх професійних самовиявленнях поза межами університету. Мова йде, наприклад, про волонтерську діяльність, участь у громадських заходах, політичних процесах.

Залучення студентів для практичної волонтерської діяльності – це дієва можливість сформувати стійке позитивне ставлення до людей, розуміння їх

потреб і політичних вподобань, що є необхідним для майбутнього політолога. Під час проходження волонтерської практики студент отримує можливість розвивати і вдосконалювати свої особистісні характеристики, оскільки волонтеру притаманні такі якості, як чутливість, комунікабельність, креативність, здатність до співпраці, професійне ставлення, терпимість, сильна мотивація і незацікавленість в отриманні вигоди. Студенти послідовно залучаються до соціально-значимої діяльності, за допомогою якої здійснюється виховання у сучасної молоді толерантності, емпатії, доброзичливості, інтересу до проблеми, позитивності, оптимізму, самокритичності, впевненості у своїх можливостях, вміння чути і слухати, вміння заручитися підтримкою співрозмовника, вміння приймати рішення, досвід роботи з групою, організаторських і лідерських якостей.

У процесі волонтерської діяльності успішно реалізуються основні потреби молодих людей. Так, волонтерство дає змогу відчувати свою корисність, реалізувати потребу людини бути потрібною іншій людині. Це може бути серйозним мотивом для молодих людей: «Я дуже необхідний, в мені мають потребу інші люди; ці незнайомі раніше, можливо різного віку і статі, представники різних національностей і релігій, люди вважають мене корисним» [29]. Такі переживання, безсумнівно, є цінністю для особистості, що проходить шлях самовизначення. Успішно задовольняється і потреба у спілкуванні, яке є провідним видом діяльності молоді. У компанії однодумців студентам цікаво працювати, у них розширюється коло спілкування. Цей новий досвід спілкування з представниками інших вікових, соціальних і професійних груп є серйозним і усвідомленим мотивом активної волонтерської діяльності. І це дуже серйозна нова якість спілкування, адже студентів з цими людьми об'єднує справа, спільні проблеми і загальний успіх.

Волонтерство – це ще й творчий процес. Розвиток творчих здібностей студентів може здійснюватися під час публічних виступів перед громадськістю, підготовки сценаріїв, створення різного роду проєктів. В ході

розробки і реалізації проекту волонтерам часто буває потрібно скласти листівку, написати текст і продумати її оформлення. У розробці сценарію важливо вміти написати вірші або скласти пісню, придумати слоган-девіз, створити колаж або плакат, підготувати виступ на сцені, написати прес-реліз або статтю, зробити фотозвіт і багато-багато іншого. Мистецтво і творчість мають невичерпні можливості для самовираження і саморозвитку особистості, формують естетичні цінності і ціннісні орієнтації людини в світі, розвивають комунікативні здібності, пов'язані з обміном думками, ідеями та емоціями між людьми різних соціальних пластів і національностей, різного віку.

Участь у волонтерських акціях дозволяє студентам встановлювати ділові і особисті зв'язки, отримувати повагу в студентському середовищі і серед викладачів. Крім цього, у волонтерській діяльності у багатьох студентів часто виявляються і розвиваються організаторські, лідерські здібності. Волонтерство сприяє формуванню досвіду виявлення і визначення різних соціальних проблем, розвитку вміння виявляти їх причини, а також розвитку здатності до рефлексії. Основним новоутворенням, що свідчить про особистісний розвиток людини, виступає соціальна зрілість [29].

Вважаємо, що педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності полягає у забезпеченні комплексу чинників для повноцінного здійснення цього процесу: активізації навчальної діяльності шляхом використання інтерактивних методів навчання; створення педагогічної атмосфери, що сприяє творчим проявам студентів; розвитку самоактуалізації особистості, сприяння реалізації потенційних можливостей студентів, їх самоздійсненню.

Отже, актуальність визначених педагогічних умов з метою формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки виявляється в забезпеченні ефективності кожної із них для формування в студентів конкретних його компонентів.

Схематично вплив теоретично обґрунтованих педагогічних умов на

формування конкретних компонентів креативної компетентності студентів технічних університетів представлено на рис.2.

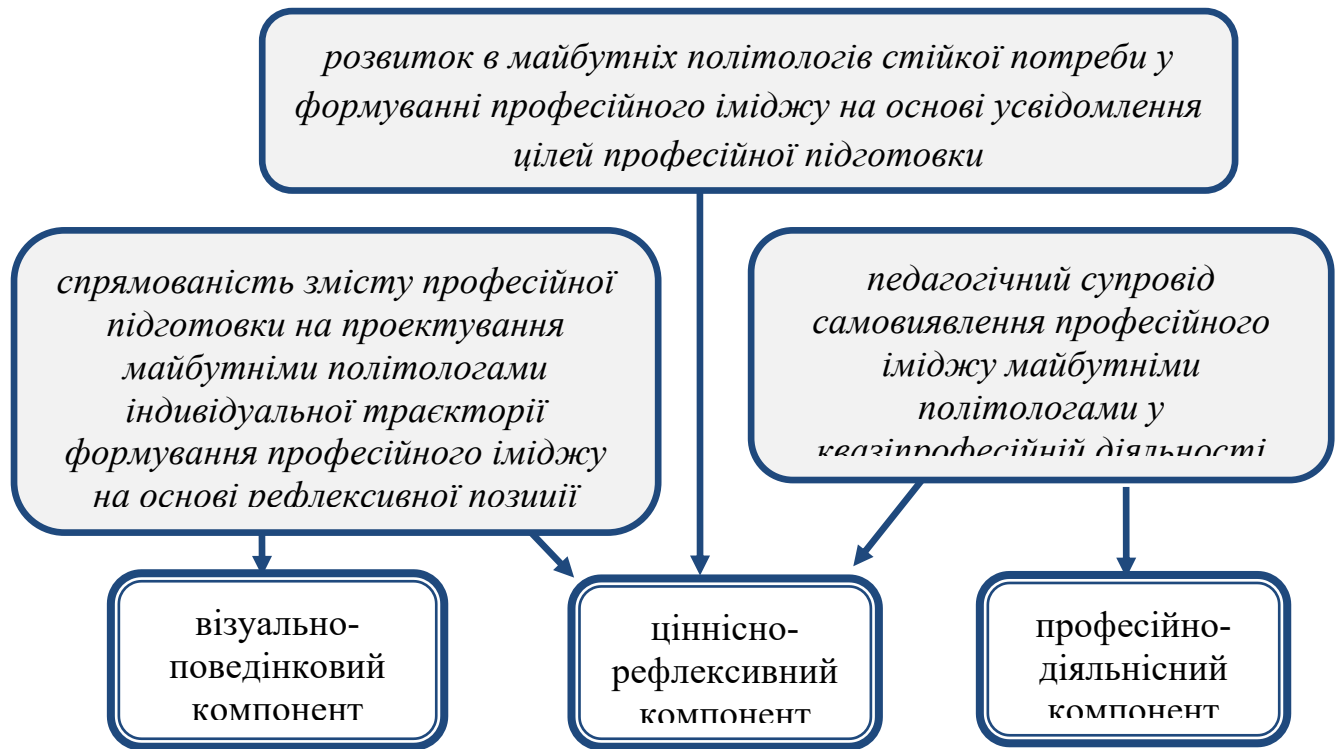


Рис. 2. Вплив педагогічних умов на сформованість компонентів професійного іміджу майбутніх політологів.

Так, вважаємо, що *розвиток в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки* є, генеруючим чинником формування ціннісно-рефлексивного компонента професійного іміджу майбутніх політологів; *спрямованість змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції* є, в першу чергу, визначальною для формування візуально-поведінкового, а також робить значний вплив на утворення ціннісно-рефлексивного компоненту, *педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності* активізує формування професійно-діяльнісного та сприяє ефективній реалізації ціннісно-рефлексивного компоненту професійного іміджу майбутніх політологів.

Таким чином, представлені теретико-методологічні засади формування

професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки допомагають побудувати цілісну теорію дослідження, забезпечують комплексність представлених висновків, надають необхідні якості логічності, послідовності, наочності, завершеності і чітко визначають сферу ефективного застосування запропонованих педагогічних умов.

З урахуванням вимог компетентнісного підходу до освітнього процесу нами була розроблена модель формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Розроблена модель містить методологічно-цільовий, структурно-змістовний, процесуально-технологічний і аналітико-результативний блоки. Взаємозв'язки між блоками забезпечують системну цілісність професійного іміджу як результату функціонування моделі в системі фахової підготовки майбутніх політологів.

Методологічно-цільовий блок моделі представлено метою, науковими підходами і принципами. Основною метою є формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Ця мета реалізується через методологічні підходи до організації процесу професійної підготовки студентів: системний, особистісно-діяльнісний, акмеологічний, аксіологічний з урахуванням таких принципів навчання: об'єктивності, системності, єдності теорії і практики, свідомості, активності та самостійності, науковості та доступності, професійної спрямованості, варіативності, доцільності.

Структурно-змістовний блок формування професійного іміджу включає в себе знання, вміння і навички, що формуються в процесі навчання і досвіду волонтерської діяльності, і реалізуються у єдності аудиторної і позааудиторної роботи та впливають на позитивні зміни у візуально-поведінковому, ціннісно-рефлексивному і професійно-діялісному компонентах професійного іміджу майбутніх політологів.



Рис. 3. Модель формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки

Основне завдання процесуально-технологічного блоку полягає в чіткій організації процесу формування професійного іміджу майбутніх політологів. До цього блоку належать: форми організації навчання (лекції, практичні заняття, науково-дослідна робота, ділові ігри, дискусії, тренінги, волонтерська діяльність); методи навчання (активні та інтерактивні (ігрові методи, моделювання ситуацій професійної діяльності в навчальному процесі)); засоби навчання (інформаційні, дидактичні, технічні, мультимедійні, аудіовізуальні); педагогічні умови (розвиток в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки; спрямованість змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції; педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності).

Аналітико-результативний блок передбачає дослідження результативності проведених заходів у ході взаємодії суб'єктів освітнього процесу. Основним завданням блоку є виявлення рівнів сформованості професійного іміджу (високий, середній, низький) в майбутніх політологів за потребовим, особистісним і когнітивно-практиологічним критеріями.

Продуктивність функціонування розробленої моделі забезпечується дотриманням визначених нами педагогічних умов.

Висновки до розділу 1

Результати теоретичного етапу наукової розвідки, здійсненого у першому розділі нашого дослідження, дозволяють зробити висновки, що визначатимуть стратегію й тактику нашої подальшої роботи.

На підставі проведеного аналізу наукових джерел з'ясовано, що імідж є міждисциплінарним поняттям, представленим у категоріальному апараті багатьох наук. У філософських, соціальних, політологічних, психологічних, педагогічних наукових дослідженнях імідж розглядають як емоційно забарвлений стереотипний суб'єктивний образ, що заснований на особливостях, властивостях, якостях, ціннісних характеристиках об'єкта й цілеспрямовано сформований в індивідуальній, груповій або суспільній свідомості для досягнення певних результатів: пізнання, особистої кар'єри чи самовираження.

Розгляд наукових позицій щодо структури іміджу засвідчив, що необхідним є поєднання соціальних, професійних і психологічних характеристик особистості й уявлення про її зовнішній вигляд. Щодо типології іміджу думки науковців збігаються у випадку його визначення, що має пряме відношення до соціальної ролі особистості й розглядається як думка про людину як суб'єкта професійної діяльності, тобто професійного іміджу людини. Професійний імідж виступає показником культури та забезпечує професійну ідентифікацію та самовдосконалення особистості майбутнього фахівця. Він є складним соціально-психологічним і педагогічним феноменом, що передбачає створення образу конкретної професії, формується в процесі певної професійної діяльності та є фактором підвищення її ефективності.

Визначено, що науковці доходять єдності щодо того, що професійний і особистісний розвиток є невідривними один від одного, оскільки основою кожного з них є принцип саморозвитку й творчої самореалізації особистості. Професійний імідж є персоніфікованим образом професії та формується ще у процесі спеціальної підготовки студента у закладі вищої освіти,

доповнюється його власним професійним досвідом, індивідуальним іміджем фахівця в процесі взаємодії з колегами, клієнтами, соціальним оточенням. Необхідними для формування професійного іміджу фахівця якостями можна вважати як особистісні (активність, впевненість у собі, динамізм, працьовитість, емоційність, комунікабельність, порядність, прихильність до певних ціннісних орієнтирів, стресостійкість), так і професійні характеристики (компетентність, гнучкість, цілеспрямованість, відповідальність, асертивність, креативність, адаптивність, швидкість у прийнятті рішень, прагнення до досягнень, незалежність), що сприяють ефективній професійній діяльності фахівця.

Серед наукових праць, у яких розглядається професійний імідж, більша частина присвячена дослідженню цього феномену у зв'язку з конкретною професією чи діяльністю (політика, керівника, бізнесмена, менеджера, лікаря, соціального працівника, військового, інженера, психолога, педагога тощо). Проте, проблема формування професійного іміджу політолога ще не була предметом спеціального наукового дослідження.

На основі дослідження особливостей фахової підготовки політологів у закладах вищої освіти України й аналізу змісту їхньої підготовки виокремлено ті елементи освітньо-професійних програм підготовки майбутніх політологів, що є актуальними для формування в них професійного іміджу. Сформульовано визначення поняття «професійний імідж політолога» – це інтегральний образ, що цілеспрямовано створений з метою особистісного й професійного самовдосконалення, який поєднує в собі усвідомлений світогляд, зовнішній вигляд і сформовані професійно значущі характеристики, активне виявлення яких забезпечує індивідуальний стиль професійної діяльності і професійну самопрезентацію політолога.

Спираючись на кваліфікаційну характеристику та особливості професійної діяльності політолога, презентовано компонентну структуру поняття (ціннісно-рефлексивний, візуально-поведінковий, професійно-діяльнісний компоненти), схарактеризовано її зміст, специфіку й сутнісні

характеристики. Визначено функції, що виконує кожний з компонентів: мотиваційна, аксіологічна й рефлексивна (ціннісно-рефлексивний компонент), естетична, емотивна, функція міжособистісної адаптації (візуально-поведінковий компонент), номінативна, інформаційна, конативна, когнітивна та креативна функції (професійно-діяльнісний компонент).

Визначені теоретичні основи й уявлення про сутність і структуру професійного іміджу політологів стали важливими орієнтирами в подальшій дослідно-експериментальній діяльності щодо розробки та впровадження педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, реалізація яких гарантувала б досягнення цілей, що були поставлені в дослідженні.

Обґрунтовано методологічні засади формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки (системний, особистісно-діяльнісний, акмеологічний та аксіологічний підходи) та принципи (об'єктивності, системності, свідомості, активності й самостійності, науковості й доступності, професійної спрямованості, варіативності, доцільності, зв'язку теорії з практикою в педагогічних дослідженнях тощо).

Вивчення наукового матеріалу та проведений аналіз навчального процесу фахової підготовки політологів дозволили визначити педагогічні умови, реалізація яких сприятиме ефективному формуванню професійного іміджу в майбутніх фахівців цього профілю: *розвиток стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки; спрямування змісту професійної підготовки на проєктування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції; педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.*

Виокремлення першої умови пов'язуємо із необхідністю спрямування студентів на усвідомлену активність у будіванні свого професійного шляху, мотивацію до самореалізації у професії, соціумі, власному житті, тому що

ефективність підготовки майбутніх політологів до формування власного професійного іміджу забезпечується не тільки кількістю засвоєних ними знань, але й ставленням студентів до навчальної діяльності – їхньою внутрішньою позицією. Потребу у формуванні професійного іміджу можна віднести до групи потреб найвищого рівня, бо вона пов'язана з прагненням людини до особистих досягнень, компетентності, повазі з боку оточуючих, самоповазі, потребою у репутації або престижі, в завоюванні статусу, уваги, визнанні, потребою в самореалізації, самовираженні.

Уважаємо, що механізмом розвитку стійкої потреби у формуванні професійного іміджу політолога як педагогічної умови є спрямування навчального процесу на формування в студентів усвідомлення необхідності саморозвитку, для реалізації якого можливо використання як традиційних прийомів, так й інноваційних методів і форм організації навчальної діяльності.

Визначення другої педагогічної умови спирається на розуміння провідної ролі рефлексії у формуванні усвідомленого оцінного ставлення особистості до здійснюваної нею діяльності й до себе як діяча, без чого є неможливим формування її досвіду й освоєння нових сфер діяльності. Аргументовано, що необхідним є цілеспрямоване формування рефлексивної позиції як основи проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу, що надасть їм можливості аналізувати й оцінювати власну професійну діяльність, роботу колег; бути об'єктивними та критичними в самооцінці.

Обґрунтовано, що головним завданням педагогічного супроводу самовиявлення професійного іміджу майбутніх політологів у квазіпрофесійній діяльності як третьої педагогічної умови є повноцінна реалізація їх особистісного та професійного потенціалу, адже спрямованість на саморозвиток, самоактуалізацію дозволяє особистості стати активним суб'єктом життя та професійно самоствердитись. Поняття «самовиявлення професійного іміджу» сформульовано нами як професійне самоутвердження

особистості, розуміння й позиціонування себе як професіонала, оволодіння оптимальними рівнями професійної самосвідомості й майстерності, досягнення визнання у професійній спільноті. Воно є не тільки підсумком самопізнання, самооцінки, самопрезентації студентів, а й результатом їхньої практичної діяльності.

Стверджується, що педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності, яка надає можливість проєктувати навчальний процес таким чином, щоб студенту завжди була зрозуміла практична сфера застосування отриманих їм теоретичних знань, полягає в забезпеченні комплексу чинників для повноцінного здійснення цього процесу: активізації навчальної діяльності шляхом використання інтерактивних методів навчання; створенні педагогічної атмосфери, що сприяє творчим проявам студентів; розвитку самоактуалізації особистості, сприянні реалізації потенційних можливостей студентів, їх самоздійсненню.

Актуальність визначених педагогічних умов з метою формування професійного іміджу політолога в процесі фахової діяльності виявляється в забезпеченні ефективності кожної з них для формування в студентів конкретних компонентів професійного іміджу.

Представлена модель формування професійного іміджу майбутніх політологів, що складається з методологічно-цільового, структурно-змістовного, процесуально-технологічного й аналітико-результативного блоків. Взаємозв'язки між цими блоками забезпечують системну цілісність професійного іміджу як результату функціонування моделі в системі фахової підготовки майбутніх політологів у закладі вищої освіти. Продуктивність функціонування розробленої моделі забезпечується дотриманням визначених нами педагогічних умов.

Основні результати дослідження відображено у публікаціях [122], [123], [124], [133], [135].

РОЗДІЛ 2.

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ПЕДАГОГІЧНИХ УМОВ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ ПОЛІТОЛОГА В ПРОЦЕСІ ФАХОВОЇ ПІДГОТОВКИ

У розділі висвітлено організаційно-процесуальні аспекти експериментального дослідження, представлено формувальний етап експерименту й кількісні результати апробації педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, проаналізовано результати дослідження.

2.1. Діагностика стану сформованості професійного іміджу політолога та організація експериментального дослідження

Із метою перевірки обґрунтованих у дослідженні педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки нами було організовано педагогічний експеримент, що проходив у природних умовах навчально-виховного процесу закладу вищої освіти упродовж 2017-2020 рр. Програма експериментального дослідження передбачала традиційні для педагогічного дослідження етапи: констатувальний, формувальний і контрольний.

На констатувальному етапі (2017 р.) було вивчено та проаналізовано стан проблеми дослідження; сформульовано гіпотезу, мету й завдання; теоретично обґрунтовано сутність феномену «професійний імідж майбутнього політолога»; визначено методики, програму експериментального дослідження; встановлено кількісний і якісний склад учасників експерименту (науково-педагогічний склад, куратори академічних груп, студенти, які беруть участь в експерименті); здійснено відбір діагностичного інструментарію, проведено опитування студентів і

викладачів.

Формувальний етап (2018-2019 рр.) включав дослідно-експериментальну перевірку гіпотези, впровадження педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, аналіз проміжних результатів контрольних зрізів, коригування експериментальних методик.

Контрольний етап (2020 р.) складався з моніторингу результатів експериментального дослідження, якісного й кількісного аналізу результатів за допомогою методів математичної статистики, формулювання загальних висновків дослідження.

Основною базою для експериментальної роботи був обраний Університет імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро). Проте з метою визначення ефективності запропонованої експериментальної стратегії та підтвердження її об'єктивного характеру ми запропонували провести аналогічну експериментальну роботу за нашими рекомендаціями (описання стратегії та етапів експерименту, оновлення змісту навчальних дисциплін та методів їх викладання, критерії вимірювання, контрольньо-діагностичний комплекс вимірювання показників тощо) зі студентами аналогічного напрямку підготовки в інших закладах вищої освіти, одночасно вирішуючи таким чином і проблему впровадження запропонованих ідей щодо формування професійного іміджу в майбутніх політологів, зокрема – Запорізький національний університет, де було створено контрольну групу студентів для нашого експерименту, а також Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, Ужгородський національний університет, Національна академія державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького. Робота проводилась протягом 2017-2020 навчальних років зі студентами I–IV курсів, які навчаються у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» за спеціальністю 052 «Політологія». Різними видами експериментальної роботи було охоплено 63 викладачі та 180 студентів, які навчаються у названих вище ЗВО.

Зважаючи на мету дослідження, завданням констатувального етапу експерименту нами було сформульовано вивчення стану досліджуваної проблеми формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, визначення критеріїв і показників сформованості в студентів професійного іміджу, виявлення його існуючого рівня.

Згідно з логікою дослідження, на першому етапі констатувального експерименту з метою з'ясування стану проблеми формування в майбутніх політологів професійного іміджу в процесі фахової підготовки визначався вихідний рівень знань і уявлень про професійний імідж політолога у студентів, вивчалось ставлення викладачів і студентів до професійного іміджу і сутнісних характеристик цього поняття. Було проведено анкетування серед викладачів, які здійснюють професійну підготовку майбутніх політологів (63 особи), і 110 студентів, які навчаються на 1-3 курсах названих вище університетів за спеціальністю 052 «Політологія». «Опитувальник для визначення вихідного рівня усвідомлення майбутніми політологами сутності професійного іміджу» й «Опитувальник для визначення обізнаності викладачів щодо сутності професійного іміджу політолога й необхідності його формування у ЗВО» та їхні результати наведено у додатках (Додаток А.1, Додаток Б.1)

Опитування розпочалось із виявлення ступеня інформованості респондентів щодо суті ключових понять. Викладачам пропонувалося проранжувати в порядку значущості особистісні якості й здібності, що є найбільш важливими, на їхню думку, для формування професійного іміджу майбутніх політологів. Дані, отримані в результаті анкетування, показують, що викладачі найбільш значущими у складі професійного іміджу політолога вважають аналітичне й синтетичне мислення (вміння отримувати та обробляти потрібну інформацію, оцінювати, порівнювати і засвоювати її) й ораторські здібності. Ці здібності 95% (60 викладачів) визначили як найважливіші. На третє місце викладачі поставили здатність сприймати велику кількість інформації (всебічне адекватне сприйняття ситуації) – 90%

викладачів (57 чоловік). На 4-5 позицію у рейтингу 81% (51 викладач) поставили короткочасну і довготривалу пам'ять і дедуктивне мислення (уміння робити висновки від загального до конкретного). Наступною за вагомістю групу особистісних якостей склали концентрація та стійкість уваги (здатність протягом тривалого часу зосереджуватися на визначеному виді діяльності) й комунікативні здібності. Їх визнали найважливішими 43 викладачі – 68% опитуваних. При ранжуванні понятійне мислення (володіння науковими поняттями) і схильність до дослідницької діяльності були розцінені більшістю респондентів (36 викладачів – 57%) як найменш важливі у складі професійного іміджу майбутнього політолога.

В анкеті викладачам необхідно було обрати з запропонованого списку 5 найважливіших, на їхню думку, особистісних якостей, що необхідно розвивати майбутньому політологу для формування професійного іміджу й успішної реалізації у професії. Уподобання викладачів розподілилися наступним чином: прагнення до самовдосконалення (63 викл. – 100%), креативність (60 викл. – 95%), соціальна відповідальність (58 викл. – 92%), організованість (49 викл. – 78%), цілеспрямованість (47 викл. – 75%), грамотна, чітка, логічна усна і письмова мова (43 викл. – 68%), самоконтроль (36 викл. – 57%), ерудованість (29 викл. – 46%), принциповість (17 викл. – 27%), гнучкість (15 викл. – 24%), допитливість (14 викл. – 22%), об'єктивність (11 викл. – 17%), тактовність (8 викл. – 13%), організаторські здібності (7 викл. – 11%). Тобто, як бачимо, на перше місце викладачі ставлять якості, що спрямовують особистість на саморозвиток і творчість, планування і обов'язкове виконання дій.

Викладачам також було запропоновано висловити свою думку щодо питання «Чи вважаєте Ви за необхідне формувати у майбутніх політологів професійний імідж у процесі фахової підготовки в закладі вищої освіти?». Відповідь на це питання засвідчила, що більшість викладачів вважають за необхідне приділяти особливу увагу формуванню у майбутніх політологів

професійного іміджу – 52 респонденти (83%). 11 викладачів (17 %) дали негативну відповідь на це питання.

На запитання «Чи створені, на Ваш погляд, у вашому університеті педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їх фахової підготовки?» переважна більшість респондентів надала негативну відповідь – 46 викладачів (73 %). Лише 17 викладачів (27 %) вважають, що у виші наявні необхідні педагогічні умови формування життєвої компетентності.

Важливими для нас стали відповіді викладачів на запитання «Чи відчуваєте Ви потребу покращити знання щодо формування у майбутніх політологів професійного іміджу?». Позитивні відповіді дали 49 (78 %) респондентів. Значно менша частина респондентів – 14 (22 %) вказали, що не відчувають потреби покращення знань щодо формування у студентів професійного іміджу.

Отже, проведене опитування засвідчило, що більшість викладачів закладів вищої освіти достатньою мірою обізнані щодо суті поняття «професійний імідж», упевнені в необхідності приділяти особливу увагу формуванню в майбутніх політологів професійного іміджу в процесі їх фахової підготовки, але вважають, що в їхньому університеті відсутні необхідні для цього педагогічні умови. Важливо також відзначити, що викладачі здебільшого виявляють потребу покращити знання щодо формування у майбутніх політологів професійного іміджу.

Анкетування студентів розпочалось із виявлення їх ставлення до проблеми професійного іміджу й розуміння її значущості для майбутньої професійної діяльності. Дані, отримані в результаті обробки анкет, дозволили зробити певні висновки. 67 % опитаних (74 студенти) вважають, що успіх справи залежить від іміджу фахівця. 66 % (73 чол.) переконані, що «кожній людині треба формувати імідж і використовувати його можливості», 21 % (23 чол.) упевнені, що «думати про свій імідж треба, але не варто докладати особливих зусиль, нехай цим займаються політики і артисти», і лише 12 %

студентів (14 чол.) не вважають необхідною установку на створення іміджу. За результатами відповідей на питання «Чи дбаєте ви про те, як вас сприймають оточуючі?» («так» – 74% (81 студ.), «ні» – 26% (29 студ.)) можна зробити висновок, що більшість студентів підтверджують свою суб'єктну позицію і установку на формування іміджу. Відповіді на питання «Чи є для Вас важливим, щоб інші схвалювали Вашу поведінку?» («так» – 68% (75 студ.), «ні» – 32% (35 студ.)) відзначають превалюючу орієнтацію студентів на зовнішні орієнтири, орієнтацію на оцінку себе з боку інших.

Водночас, переважна більшість респондентів 84% (92 студенти) усвідомлює значущість професійного іміджу та вважає його запорукою успішної кар'єри, відмічаючи, що він буде важливим у подальшому житті і діяльності. 62% опитаних (68 студентів) стверджують, що вони стежать за своїм іміджем і готові працювати над створенням свого професійного іміджу.

Відповідаючи на запитання «Чи приділяють увагу викладачі у навчальному процесі формуванню вашого професійного іміджу?», 56% (61 студентів) респондентів вказали на відсутність уваги з боку викладачів щодо цього аспекту їхньої професійної підготовки та 54% (59 студентів) надали позитивну відповідь.

Результати анкетування респондентів щодо суті ключового поняття «професійний імідж» свідчать, що студенти неоднаково його визначають. Тільки 2 % опитаних (2 студенти) не змогли дати будь-яку відповідь. Решта 98% розкривають це поняття, але згадують при цьому лише окремі його аспекти, що свідчить про нерозуміння ними суті досліджуваного явища. Серед найважливіших складових професійного іміджу майбутні політологи назвали: уявлення про людину як професіонала, професійний статус особистості, виконання своїх професійних обов'язків на високому рівні, особистісно-професійні якості фахівця, манеру говоріння і поведінки, зовнішній вигляд, гармонійне поєднання зовнішніх даних і внутрішніх умінь і якостей людини, культуру поведінки, вміння спілкуватися з людьми, манеру одягатися, професійні компетенції, особливості професійної діяльності,

успішну професійну самопрезентацію, ділові якості (відповідальність, організованість, працьовитість), ступінь успішності (визнання в певних колах, професійні нагороди, досягнення) тощо.

Отже, результати анкетування виявили недостатню інформованість у переважної більшості респондентів щодо сутності професійного іміджу й можливостей його формування. Це показує, що потреба у професіоналізмі в майбутніх політологів здебільшого знаходиться ще в процесі становлення і розвитку. Але відзначимо, що більшість опитуваних усвідомлюють цінність професійного іміджу в майбутній професійній діяльності.

В оцінці майбутніми політологами позитивних і негативних іміджеформуючих параметрів професії спостерігається достатньо висока оцінка перспективності своєї професії (23 студ. – 21 %), творчого характеру праці (36 студ. – 33 %) і можливостей спілкування з цікавими людьми в рамках своєї професії (21 студ. – 20 %). Водночас студенти висловили побоювання щодо перспектив працевлаштування (42 студ. – 38%), можливостей кар'єрного зростання (24 студ. – 22%) та рівня прибутковості праці (14 студ. – 13%).

Студентам також було запропоновано проранжувати якості і здатності, що, на їхню думку, найбільшою мірою сприяють формуванню позитивного професійного іміджу політолога. На 1 місце більшість студентів поставили професійні знання, навички, вміння, пізнавальний потенціал (29 % – 32 студенти), на 2 місце – культуру вербальної та невербальної поведінки, візуальну привабливість (23% – 25 студентів). На 3-4 місця вони встановили здатність до особистісної саморегуляції, самоорганізації, саморозвитку і комунікативні якості і вміння (по 10 % – 11 респондентів). На 5 місце студенти поставили інтелектуальні якості (5 % – 6 студентів). На 6-8 місці опинились прагнення до розвитку професіоналізму, працьовитість, емоційно-вольові якості (по 4,5 % – 5 респондентів). Найменші бали за ранжуванням отримали такі якості, як рефлексивна діяльність, спрямована на усвідомлення суб'єктом того, як його сприймають інші – 9 місце (3,5% – 4 студенти),

соціальна відповідальність і ціннісні орієнтації – 10-11 місця (по 3% – 3 студенти).

Запропоновані в анкеті твердження виявляли у студентів знання про професійний імідж політолога, мотивацію до його формування і самооцінку його сформованості. Дослідженням встановлено, що знання і уявлення у студентів про професійний імідж політолога склалися здебільшого стихійно та ґрунтуються на поширених стереотипах.

Таким чином, вважаємо, що результати проведеного пілотажного дослідження дають підстави стверджувати, що проблема формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки є дуже актуальною для викладачів і студентів, які навчаються за спеціальністю 052 «Політологія», а тому потребує свого вирішення, оскільки, з одного боку, студенти виявили поверхневі та обмежені знання щодо суті поняття «професійний імідж», недостатню обізнаність відносно шляхів його формування й використання в майбутній професійній діяльності, з іншого – готовність працювати над створенням свого професійного іміджу. Викладачі, у свою чергу, відчують потребу в покращенні знань щодо методів і засобів формування професійного іміджу майбутніх фахівців. На основі отриманих даних ми зробили висновок про необхідність упровадження в навчальний процес педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки.

На наступному етапі констатувального експерименту з метою визначення вихідного ступеня сформованості професійного іміджу в майбутніх політологів замірявся і визначався методом тестування наявний рівень його компонентів в студентів експериментальних і контрольних груп. Цей етап дослідження було здійснено в умовах навчально-виховного процесу підготовки майбутніх політологів Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро), де було організовано експериментальну групу з 32 студентів, які навчаються на 1-3 курсі за спеціальністю 052 «Політологія», і Запорізького національного університету, де було створено контрольну групу з 35

студентів – майбутніх політологів. Об'єкт і якість вибірки відповідали цілям і завданням дисертаційної роботи. У дослідженні використано квотну вибірку як метод не випадкового (неймовірнісного) відбору.

Зазвичай у практиці педагогічних досліджень експериментальна й контрольна групи навчаються паралельно чи експериментальна група у процесі навчання йде за контрольною. Після завершення експерименту здійснюється порівняльно-зіставний аналіз отриманих результатів. Але в нашому випадку ми зіштовхнулись із тим, що загальна кількість студентів на курсі, згідно квоти прийому, становить до 15 осіб. Тому було вирішено вважати контрольною групою усіх студентів, які навчаються на 1-3 курсі за спеціальністю 052 «Політологія». У Запорізькому національному університеті, де навчання студентів проводилось за традиційною, раніше прийнятою системою без інновацій, контрольною групою теж стали майбутні політологи 1-3 курсу, бо кількість студентів, які навчаються за цією спеціальністю теж виявилась нечисленною. Порівняно невелика кількість респондентів пов'язана з певною обмеженістю рамок політичного консалтингу (і, відповідно, обмеженим числом місць працевлаштування й високими вимогами до кандидатів на побудову успішної кар'єри у цій професії), а також з тим, що спеціальність 052 «Політологія» є відносно новим напрямом підготовки фахівців.

Виходячи з особливості нашого дослідження (ЕГ – усі студенти 1-3 курсу), ми організували педагогічний експеримент таким чином, що усі дисципліни, що вводились нами, надавали не поступово накопичувані знання, а формували вміння і навички в студентів у паралельному контексті. Так, якщо на 1 курсі формування в студентів необхідних компетенцій ми здійснювали на заняттях з таких дисциплін, як «Вступ до спеціальності», «Філософія», «Українська ідентичність: історія, культура, мова», «Загальна теорія політики», «Політологічні країнознавчі студії», «Історія зарубіжних політичних вчень», то на 2 курсі цими дисциплінами були «Політичні еліти і лідерство», «Основи професійної етики», «Українська політична думка»,

«Політичний маркетинг і реклама», «Політичний менеджмент», «Вибори та виборчі системи», а на 3-му курсі – «Соціологія», «Порівняльна політологія», «Політична журналістика» «Політична конфліктологія», «Партії та партійні системи». Загальною на усіх курсах була лише одна дисципліна – «Іноземна мова».

Нами було визначено критеріально-діагностичний інструментарій, що включає критерії, показники та діагностичні методики сформованості професійного іміджу, які є мірою оцінки професійного й особистісного становлення майбутнього політолога і в сукупності дозволяють отримати об'єктивну інформацію про рівень готовності майбутніх політологів до формування професійного іміджу.

У педагогічній теорії фахівці з питань якості освіти та кваліметрії (А. Глічев, І. Ісаєв, З. Курлянд, М. Калейчік, М. Лазарєв, Г. Макарова, В. Сидоренко, Г. Терещук, С. Шишов, В. Ягупов та ін.) під критеріями розуміють «мірило оцінки, судження, необхідну та достатню умову прояву або існування явища чи процесу» [144, с. 42]; «властивості й ознаки об'єкта, що практично визначають зміст і перебіг навчально-пізнавальної діяльності студентів і безпосередньо встановлюють її результативність» [298, с. 411]. Серед основних вимог до виділення й обґрунтування критеріїв науковці називають адекватність тим явищам, які вони характеризують; інформативний і нейтральний характер оцінки; можливість за їх допомогою встановлення зв'язків між усіма компонентами досліджуваного процесу; об'єктивне відображення динаміки вимірюваної якості в часі та просторі [161, с. 179]. Вони повинні відповідати дидактичній меті, характеризувати зв'язок між нею та результатами навчання, виражатися в педагогічних поняттях, що піддаються кількісному аналізу й уможливлувати оцінювання не лише обсягу, але й якості знань і вмінь, не тільки формальні результати навчання, а й творчої роботи студентів [20, с. 37].

Критерії повинні бути якісно описані та конкретизовані через низку показників, за ступенем вияву яких можна судити про більший чи менший

ступінь вираження цього критерію [275, с. 82]. Показник становить кількісну й якісну характеристику сформованості кожної якості, властивості, ознаки, які дають змогу зробити висновок про їхній стан у динаміці, причому якісні показники повинні бути в єдності з кількісними.

Аналіз поглядів дослідників, які займалися розробкою проблеми формування професійного іміджу фахівців різних профілів (О. Андрєєва, В. Балахтар, Н. Бутенко, О. Горовенко, О. Грейліх, Ю. Дзядевич, Л. Донська, О. Затворнюк, В. Ісаченко, А. Коркішко, О. Марченко, Ю. Матюшина, І. Ніколаєску, Л. Новік, Н. Прус, П. Шеремет та ін.) дозволив встановити, що у якості характеристик рівня сформованості професійного іміджу науковці називають широкий спектр показників. Так, І. Размолодчикова у якості показників сформованості професійного іміджу вчителя визначає свідоме складання «образу себе як професіонала»; уміння, що сприяють формуванню приватних іміджів (габітарні, ділові, вербальні, невербальні, поведінкові, процесуальні); оволодіння ключовими компетентностями, що дають змогу майбутнім фахівцям вирішувати проблеми у професійній, соціальній та загальнокультурній сферах [230].

І. Ніколаєску серед показників професійного іміджу соціального педагога називає знання про людину як особистість, яка здатна до саморозвитку, саморегуляції та самовдосконалення; емоційне піднесення та відчуття задоволення в процесі розвитку і реалізації професійного іміджу; уміння грамотного створення привабливого зовнішнього вигляду, що спрямований і сприяє розкриттю індивідуальності та внутрішньої культури, здатність аргументовано й виразно говорити, ефективно використовуючи засоби невербального спілкування [189, с. 10].

У розробленій А. Коркішко критеріальній моделі виокремлено такі показники професійного іміджу педагога: ціннісна орієнтація на особистісно-професійний розвиток, мотивація на формування власного професійного іміджу, прагнення справляти на інших позитивне враження в галузі своєї професійної діяльності; рівень засвоєння знань з іміджелогії, планування

системи дій щодо побудови професійного іміджу з урахуванням власних інтересів та особливостей; вияв досвіду іміджеформувальної діяльності, сформованість рефлексивних умінь, здатність до оцінки власного професійного іміджу, готовність до ефективної самопрезентації в умовах професійних ситуацій [117, с.8].

У якості показників сформованості іміджу майбутнього вчителя технологій В. Бондаренко виділяє культуру зовнішнього вигляду, рівень засвоєння знань з іміджелогії, рівень мотивації до створення іміджу, рівень сформованості рефлексивних умінь, наявність досвіду іміджеформуючої діяльності, сформованість Я-концепції та самооцінку особистості, сформованість професійної спрямованості особистості, культуру мовлення, рівень комунікативних схильностей, рівень особистісної креативності [28, с. 34].

Розробляючи критерії сформованості професійного іміджу майбутніх інженерів-механіків О. Марченко серед їх показників визначає особливості професійного самовизначення, схильність до обраної професії та наявність професійно важливих якостей, володіння вербальними та невербальними засобами спілкування, наявність професійних задатків та необхідний рівень фахових знань, теоретичні знання про професійно-особистісний імідж, бажання (прагнення) до позитивних змін у своєму іміджі [170, с. 214].

Головними показниками сформованості професійного іміджу вчителя О. Горковенко називає вмотивованість до професійного розвитку та саморозвитку, ціннісне ставлення до професійно-педагогічної самореалізації, соціально активну життєву позицію, продуктивну співпрацю з різними соціальними групами, наявність і поповнення знань із психології й іміджелогії, креативність та ініціативність, прагнення до цілепокладання в діяльності, здатність до самоорганізації та самоконтролю, здатність до

рефлексії, культуру мовлення, комунікативну поведінку, емоційну стабільність [58, с. 134].

Серед показників сформованості професійного іміджу майбутніх майстрів виробничого навчання будівельного профілю Т. Волосюк виділяє позитивні особистісні якості та приємну зовнішність, вихованість і рівень загальної культури, знання й уміння самоорганізації, професійні знання й уміння, здатність до командної роботи і лідерські якості, уміння самопрезентації, позитивну репутацію; соціальну активність [47, с. 49].

Ю. Дзядевич як показники професійного іміджу студентів мистецьких спеціальностей виокремлює інтерес до професійної діяльності, цінність самоактуалізації та самореалізації, бажання створити власний імідж, потребу в оригінальності, розуміння значення іміджу в професійній діяльності, прагнення отримати високий соціальний статус, престижну професію, спеціальні фахові знання, уміння і навички саморозвиваючої та саморегуляційної професійної діяльності, вміння, спрямовані на самовдосконалення, вміння встановлювати доцільні стосунки, вміння оцінювати та аналізувати власну професійну діяльність, здатність коригувати власні недоліки, почуттєво-емоційне пізнання світу, усвідомлення власних особливостей та можливостей, тактовне ставлення до людини, толерантність, емпатію, творчу уяву, фантазію, уміння створювати позитивний психологічний клімат, інтуїцію, комунікативність, мобільність, стійкий інтерес до мистецтва, аналітичні здібності [71, с. 98].

Показниками сформованості професійного іміджу студентів технічного університету О. Гасаненко визначає повноту знань про сутність іміджу, його засоби, структуру та функції, прийоми та методи проектування, сформованість мотивів до проектування іміджу, ціннісних орієнтацій, комунікативних умінь і навичок, навички в сфері проектування професійного іміджу, ділового спілкування, в реалізації теоретичних знань на практиці, сформованість емпатії, толерантності, гнучкості в поведінці, емоційної стриманості і стійкості до стресу [52, с. 104].

Спираючись на отримані результати під час аналізу позицій вчених щодо визначення критеріїв сформованості професійного іміджу та розроблену нами компонентну структуру професійного іміджу майбутніх політологів (див. п. 1.2), ми пропонуємо виокремити такі: потребовий, особистісний, когнітивно-праксіологічний, що дозволять оцінити реальний стан сформованості професійного іміджу майбутніх політологів, виявити основні наявні недоліки й педагогічну стратегію його формування.

Критерії та показники сформованості професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки представлені в таблиці 2.1.1.

Таблиця 2.1.1

**Критерії та показники сформованості професійного іміджу
політологів у процесі фахової підготовки**

<i>Критерії</i>	<i>Показники</i>
Потребовий	– <i>сформованість потреби у професійному розвитку й саморозвитку</i> (прагнення до активності в оволодінні професійними знаннями, ціннісне ставлення до професійної самореалізації); – <i>сформованість рефлексивних умінь</i> (ступінь адекватності самооцінки, уміння та навички самоаналізу власної діяльності, сформованість Я-концепції, рефлексії).
Особистісний	– <i>професійний етикет</i> (культура ділового спілкування; сформованість комунікативних вмінь і навичок); – <i>уміння створення візуальної привабливості</i> (естетика «Я-образу», володіння вербальними та невербальними засобами спілкування, уміння самопрезентації в умовах діяльності); – <i>сформованість необхідних особистісних якостей</i> (пізнавальна активність, критичність розуму, ініціативність, креативність, впевненість у собі, толерантність, емпатія, гнучкість у поведінці, соціальна активність).
Когнітивно-праксіологічний	– <i>дієвість знань</i> , необхідних для створення професійного іміджу; – <i>вміння і навички іміджеформуючої діяльності</i> (уміння аналізувати власну професійну діяльність та розробляти стратегію розвитку професійного іміджу, передбачати помилки в професійній діяльності й упереджувати їх).

У якості показників сформованості професійного іміджу політологів за

потребовим критерієм нами визначені наступні позиції, що впливають на виникнення прагнення стати професіоналом: сформованість потреби у професійному розвитку й саморозвитку (орієнтація на особистісно-професійний розвиток, прагнення до активності в оволодінні професійними знаннями, мотивація до створення власного професійного іміджу), усвідомлення цілей професійної підготовки (ціннісне ставлення до професійної самореалізації, соціальна відповідальність); сформованість рефлексивних умінь (усвідомленість дій та операцій, спрямованих на розуміння й оцінку власного «Я», своєї діяльності та поведінки; ступінь адекватності самооцінки; уміння та навички самопостереження, самоконтролю, самоаналізу власної діяльності, самодіагностики успішності професійних дій; сформованість Я-концепції).

Наступним критерієм, що характеризує сформованість професійного іміджу стає *особистісний критерій*, який демонструє рівень розвитку в студентів особистісних якостей, що впливають на ефективність процесу формування професійного іміджу майбутніх політологів. У якості його показників ми виділяємо пізнавальну активність, критичність розуму, ініціативність, креативність, впевненість у собі, толерантність, емпатію, громадянську відповідальність, гнучкість у поведінці, соціальну активність. Такі показники як професійний етикет (сформованість комунікативних вмінь і навичок, володіння вербальними та невербальними засобами спілкування) і вміння створювати візуальну привабливість (естетика «Я-образу», толерантна манера поведінки; уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності) відображають у свою чергу розвиненість культури ділового спілкування й культури зовнішнього вигляду.

Когнітивно-праксіологічний критерій виявляється у забезпеченні використання сучасного знання для ефективного формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Показниками цього критерію нами визначено дієвість знань, необхідних для створення професійного іміджу (повнота й характер знань про сутність професійного

іміджу, структуру, функції, прийоми і методи його проектування), вміння і навички іміджеформуючої діяльності (уміння аналізувати власну професійну діяльність та розробляти стратегію розвитку професійного іміджу, планувати систему дій щодо побудови професійного іміджу з урахуванням власних інтересів та особливостей, реагувати на неординарні моменти, передбачати недоліки та помилки в професійній діяльності, упереджувати їх).

З метою вивчення динаміки розвитку досліджуваного явища та зважаючи на традиційний опис критеріальної бази ми визначили три рівні оцінювання сформованості професійного іміджу політолога за кожним критерієм: продуктивний (високий), репродуктивний (середній) і фрагментарний (низький). Характеристика цих рівнів представлена у додатках (Додаток В).

Діагностика сформованості професійного іміджу майбутніх політологів проводилась нами за допомогою комплексу взаємодоповнюючих методів:

1. Спостереження, метою якого було цілеспрямоване й систематичне сприйняття дій і поведінки майбутніх політологів у процесі фахової підготовки.

2. Опитування (анкетування), у процесі якого було виявлено погляди студентів і викладачів на проблему професійного іміджу у процесі фахової підготовки.

3. Тестування, що дозволило виявити рівень знань, умінь і навичок, здібностей та інших якостей особистості студентів.

Для реалізації завдань констатувального етапу експерименту у якості інструментарію було відібрано комплекс діагностичних методик (повний текст методик міститься в додатках), які складались з тестів, «відкритих» і «закритих» запитань, що дало змогу отримати більш об'єктивні дані для визначення рівня сформованості професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки за всіма критеріями й показниками. Використаний діагностичний інструментарій представлено в таблиці 2.1.3.

У процес дослідження нами було залучено 67 студентів – майбутніх політологів, які навчаються в Університеті імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро) і Запорізькому національному університеті. З них сформовано експериментальну групу (ЕГ) загальною кількістю 32 особи та контрольну групу (КГ) загальною кількістю 35 осіб. Експериментальні та контрольні групи студентів були сформовані з урахуванням необхідності несуттєвої відмінності таких контрольованих параметрів (вік, рівень успішності, життєвий досвід, соціальне походження тощо).

Таблиця 2.1.2

Діагностичний інструментарій щодо визначення рівня сформованості професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки

<i>Критерії</i>	<i>Основні показники</i>	<i>Діагностичні методики</i>
Потребовий	<ul style="list-style-type: none"> ○ сформованість потреби у професійному розвитку й саморозвитку; ○ сформованість рефлексивних умінь. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Діагностика потреби у самовдосконаленні (Р. Бабушкін); ○ Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості (С. Бубнов); ○ Експрес-діагностика рівня самооцінки (Н. Фетіскін); ○ Методика вимірювання рівня вираження і спрямованості рефлексії (М. Грант).
Особистісний	<ul style="list-style-type: none"> ○ професійний етикет; ○ сформованість вміння створення візуальної привабливості; ○ сформованість необхідних особистісних якостей. 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Діагностика саморегуляції і комунікативного контролю (М. Шнайдер); ○ Визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності (Г. Розен); ○ Тест «Перевірте свій імідж» (А. Панфілова); ○ Опитувальник особистісних орієнтацій (РОІ) (Е. Шостер).
Когнітивно-практичний	<ul style="list-style-type: none"> ○ дієвість знань; ○ сформованість вмінь і навичок іміджеформуючої 	<ul style="list-style-type: none"> ○ Авторський діагностичний тест; ○ Тест-опитувальник самоорганізації діяльності (ОСД) та сформованості навичок планування та цілепокладання (О. Мандрікова);

	діяльності.	○ Шкала самооцінки метакогнітивної поведінки (Ла Коста).
--	-------------	--

Діагностику початкового рівня сформованості професійного іміджу майбутніх політологів ми розпочали за першим, *потребовим* критерієм, що містить у собі такі показники, як потреба у професійному розвитку й саморозвитку та рефлексивні вміння.

Визначення наявного рівня потреби у професійному розвитку й саморозвитку здійснювалось за допомогою методик Р. Бабушкіна, С. Бубнова, що дають змогу виміряти всі основні показники за такими характеристиками, як прагнення до активності в оволодінні професійними знаннями й ціннісне ставлення до професійної самореалізації. Перший показник визначався нами за допомогою «Діагностики потреби у самовдосконаленні» Р. Бабушкіна (Додаток Г). Ця методика дозволяє визначити усвідомленість мотивації поведінки особистості у різних ситуаціях. За цим показником отримані наступні дані. Високий ступінь вираження потреби у самовдосконаленні визначено у 22,9 % студентів КГ (8 осіб) та 21,9 % (7 осіб) ЕГ, середній ступінь – 42,8 % (15 осіб) КГ і 43,8% (14 осіб) ЕГ, низький ступінь вираження потреби у самовдосконаленні мали 34,3 % (12 студентів) КГ і 34,3 % (11 студентів) ЕГ.

Наступна методика «Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості» С. Бубнова (Додаток Д) спрямована на вивчення реалізації ціннісних орієнтацій особистості в реальних умовах життєдіяльності, особливості її Я-концепції. Методика визначає ціннісні орієнтації особистості, що превалюють над іншими (приємне проведення часу, відпочинок; високий матеріальний добробут; пошук і насолода прекрасним; допомога і милосердя до інших людей; любов; пізнання нового у світі, природі, людині; високий соціальний статус і управління людьми; визнання та повага людей і вплив на оточуючих; соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві; спілкування; здоров'я). Ця

діагностика використовувалась нами для визначення ціннісного ставлення студентів до професійної самореалізації, тому у розподілі рівнів розвитку професійних ціннісних орієнтацій ми обрали результати за такими показниками, як високий соціальний статус і управління людьми; визнання та повага людей і вплив на оточуючих; соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві. За отриманими результатами високий рівень розвитку професійних ціннісних орієнтацій визначений нами лише у 20,0 % студентів (7 осіб) з КГ та 15,6 % (5 осіб) з ЕГ, середній рівень мають 34,3 % представників КГ (12 студентів) та 43,8 % ЕГ (14 студентів), низький – 45,7 % КГ (16 студентів) та 40,6 % ЕГ (13 студентів).

Показник сформованості рефлексивних вмінь визначався нами за допомогою методик Н. Фетіскіна та М. Гранта. Експрес-діагностика рівня самооцінки Н. Фетіскіна (Додаток Е) дефініціює ступінь адекватності самооцінки особистості. Середній, нормативний рівень реалістичної оцінки своїх можливостей виявили 45,7 % студентів КГ (16 осіб) та 50,0 % (16 осіб) ЕГ, завищений рівень – 28,6 % (10 осіб) КГ і 25,0 % (8 осіб) ЕГ, занижений рівень показали 25,7 % (9 студентів) КГ і 25,0 % (8 студентів) ЕГ.

Методика вимірювання рівня вираження і спрямованості рефлексії (М. Грант) (Додаток Ж) ґрунтується на аналізі співвідношення двох форм рефлексії – саморефлексії та соціорефлексії, і спрямована на визначення адекватності самоаналізу власної діяльності. За даними, що ми отримали у результаті діагностування студентів високий рівень вираження і спрямованості рефлексії спостерігається у 22,9% респондентів (8 осіб) КГ та 18,7% (6 осіб) ЕГ, середній рівень мають 31,4% (11 студентів) КГ і 37,5% (12 студентів) ЕГ, низький рівень – 45,7% (16 опитуваних) КГ і 43,8% (14 опитуваних) ЕГ.

Загальний рівень сформованості показників потреби у професійному розвитку й саморозвитку та рефлексивних умінь за потребним критерієм визначався нами як середнє арифметичне кількісних значень цих характеристик. У підсумку за загальним показником сформованості потреби

у професійному розвитку й саморозвитку високий рівень виявили 22,9 % студентів (8 осіб) КГ та 18,7 % студентів (6 осіб) ЕГ, але низький рівень, тобто недостатність у прагненні до активності в оволодінні професійними знаннями й ціннісному ставленні до професійної самореалізації продемонстрували 40,0 % (14 студентів) КГ та 37,5 % (12 студентів) ЕГ. За загальним показником сформованості рефлексивних вмінь високий рівень адекватності самооцінки та самоаналізу власної діяльності відмічений у 34,3 % студентів КГ (12 осіб) та 34,4 % (11 осіб) ЕГ, низький рівень – у 37,1 % (13 студентів) КГ і 34,4 % (11 студентів) ЕГ. У сукупності обох показників потребового критерію високий рівень виявили лише 28,6 % (10 осіб) студентів КГ та 25,0 % (8 осіб) ЕГ.

Таблиця 2.1.4

**Результати діагностики сформованості професійного іміджу за
потребовим критерієм**

Показники/ рівні	КГ (35)		ЕГ (32)	
	кількість	у %	кількість	у %
<i>потреба у професійному розвитку й саморозвитку</i>				
<i>потреба у самовдосконаленні</i>				
високий	8	22,9	7	21,9
середній	15	42,8	14	43,8
низький	12	34,3	11	34,3
<i>розвиток професійних ціннісних орієнтацій</i>				
високий	7	20,0	5	15,6
середній	12	34,3	14	43,8
низький	16	45,7	13	40,6
<i>Сума показників сформованості потреби у професійному розвитку й саморозвитку</i>				
високий	8	22,9	6	18,7
середній	13	37,1	14	43,8
низький	14	40,0	12	37,5
<i>рефлексивність</i>				
<i>самооцінка</i>				
нормативний	16	45,7	16	50,0
завищений	10	28,6	8	25,0
занижений	9	25,7	8	25,0
<i>вираження і спрямованість рефлексії</i>				
високий	8	22,9	6	18,7

середній	11	31,4	12	37,5
низький	16	45,7	14	43,8
<i>Сума показників сформованості рефлексивних умінь</i>				
високий	12	34,3	11	34,4
середній	10	28,6	10	31,2
низький	13	37,1	11	34,4
<i>Загальні показники за потребовим критерієм</i>				
високий	10	28,6	8	25,0
середній	12	34,3	12	37,5
низький	13	37,1	12	37,5

Таким чином, засобами об'єктивної діагностики підтверджено приблизно однаковий (переважно середній і низький) вихідний рівень сформованості професійного іміджу за *потребовим* критерієм. Результати діагностики за *потребовим* критерієм представлено в таблиці 2.1.4.

Наступним кроком діагностики стало визначення рівня сформованості професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки за *особистісним* критерієм і його показниками (див. таблицю 2.1.5).

Таблиця 2.1.5

Результати діагностики сформованості професійного іміджу за особистісним критерієм

Показники/ рівні	КГ (35)		ЕГ(32)	
	кількість	у %	кількість	у %
<i>комунікативний контроль</i>				
високий	7	20,0	6	18,8
середній	13	37,1	13	40,6
низький	15	42,9	13	40,6
<i>уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності</i>				
<i>перцептивно-невербальна компетентність</i>				
помірний	6	17,1	4	12,5
завищений	11	31,4	13	40,6
низький	18	51,5	15	46,9
<i>естетика «Я-образу»</i>				
високий	6	17,1	5	15,6
середній	12	34,3	14	43,8
низький	17	48,6	13	40,6
<i>Сума показників сформованості уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності</i>				
високий	6	17,1	4	12,5

середній	12	34,3	14	43,75
низький	17	48,6	14	43,75
<i>самоактуалізація особистості</i>				
високий	6	17,1	5	15,6
середній	12	34,3	12	37,5
низький	17	48,6	15	46,9
<i>Загальні показники за особистісним критерієм</i>				
високий	6	17,1	5	15,6
середній	12	34,3	13	40,6
низький	17	48,6	14	43,8

Діагностика особистісного критерію передбачала виявлення в майбутніх політологів ступеня сформованості професійного етикету (культури ділового спілкування, комунікативних вмінь і навичок), умінь створення візуальної привабливості (естетики «Я-образу», рівня володіння вербальними та невербальними засобами спілкування, уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності) й розвиненість необхідних особистісних якостей (пізнавальної активності, критичності розуму, ініціативності, креативності, впевненості у собі, толерантності, емпатії, гнучкості у поведінці, соціальної активності).

Перший показник особистісного критерію визначався нами за допомогою опитувальника «Діагностика саморегуляції і комунікативного контролю» М. Шнайдера (Додаток И). Методика спрямована на вивчення рівня комунікативного контролю. Високий комунікативний контроль характеризує людину, яка постійно слідкує за собою, добре знає, де й як себе поводити, керує своїми емоційними проявами. Разом з тим вона відчуває значні труднощі в спонтанності самовираження, не любить непрогнозованих ситуацій. За результатами діагностики такий рівень було виявлено у 20,0 % студентів (7 осіб) КГ та 18,8 % студентів (6 осіб) ЕГ. Наявність середнього рівня комунікативного контролю свідчить, що у спілкуванні людина безпосередня, щиро відноситься до інших людей, але стримана в емоційних проявах, співвідносить свої реакції з поведінкою оточуючих людей. Середній рівень був визначений у 37,1 % (13 студентів) КГ та 40,6 % (13 студентів) ЕГ. Люди з низьким комунікативним контролем відрізняються високою

імпульсивністю у спілкуванні, відкритістю, розкутістю, але можуть сприйматися оточуючими як занадто прямолінійні і нав'язливі. Їх поведінка мало змінюється у залежності від ситуації спілкування і не завжди співвідноситься з поведінкою інших людей. Низький рівень комунікативного контролю було діагностовано в 42,9 % респондентів (15 студентів) КГ та 40,6 % (13 студентів) – ЕГ.

Визначаючи другий показник, уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності, ми використовували методики Г. Розена та А. Панфілової. Методика «Визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності» Г. Розена (Додаток К) виявляє міру вираження уміння налагоджувати стосунки і прочитувати контекст спілкування. Помірний, нормативний рівень невербальної компетентності був виявлений у 17,1 % (6 студентів) КГ та 12,5 % респондентів (4 студентів) ЕГ. Студенти, віднесені до групи із завищеним рівнем невербальної компетентності, характеризуються тим, що занадто переймаються проблемами інших людей і не уважні до своїх власних. Таких було виявлено 31,4 % (11 чоловік) у КГ і 40,6 % (13 чоловік) у ЕГ. Особи із низьким рівнем, навпаки, поглинені своїми власними проблемами і недостатньо уважні до проблем інших, виявляють нездатність до налагоджування стосунків і розуміння характеру міжособистісної взаємодії. Низький рівень невербальної компетентності був визначений у 51,5 % (18 осіб) КГ та 46,9 % респондентів (15 осіб) ЕГ.

Діагностика рівня сформованості в майбутніх політологів естетики «Я-образу», вмінь і навичок створення візуальної привабливості проводилась за методикою А. Панфілової «Перевірте свій імідж» (Додаток Л) за параметрами: звучання голосу, мистецтво спілкування (писемне й усне), навички презентації, світські навички, вміння поводити себе у суспільстві, візуальний контакт, рукостискання, осанка, підтримання форми, догляд за собою (волосся, шкіра, руки), одяг та індивідуальний стиль, манери. Анкетування виявило такі результати: високий рівень сформованості візуальних компонентів іміджу мають 17,1 % (5 студентів) КГ та 15,6 % (5

студентів) ЕГ, середній рівень мають 34,3 % (12 студенти) КГ і 43,8 % (14 студентів) ЕГ, низький рівень показали 48,6% (17 опитуваних) КГ і 40,6 % (13 опитуваних) ЕГ.

Загальні результати за показником уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності показали наявність високого рівня сформованості вмінь володіння вербальними та невербальними засобами спілкування й візуальної привабливості у 17,1 % опитуваних (6 осіб) КГ та 12,5 % (4 опитуваних) ЕГ, середнього рівня у 34,3 % (12 студентів) КГ і 43,75 % (14 студентів) ЕГ, низького рівня у 48,6% (17 осіб) КГ і 43,75 % (14 осіб) ЕГ.

Третій показник був визначений нами за допомогою «Опитувальника особистісних орієнтацій (РОІ)» Е. Шостера (Додаток М). Ця методика спрямована на визначення рівня самоактуалізації особистості й розкриває це поняття через такі характеристики, як орієнтація у часі, гнучкість поведінки, креативність, пізнавальні потреби, сензитивність, спонтанність, самоповага, самоприйняття, погляд на природу людини, синергічність, прийняття агресії, контактність тощо. Високий рівень щодо сформованості цих якостей мають лише 17,1 % респондентів (6 студентів) КГ та 15,6 % (5 студентів) ЕГ, середній рівень самоактуалізації особистості відмічений у 34,3 % (12 досліджуваних) КГ і 37,5% (12 досліджуваних) ЕГ. Низький рівень виявили 48,6 % представників (17 студентів) КГ і 46,9 % (15 студентів) ЕГ.

Узагальнені результати дослідження всіх компонентів особистісного критерію дозволили визначити наступний рівень початкової сформованості професійного іміджу за цим критерієм у майбутніх політологів експериментальної та контрольної групи: високий рівень розвитку продемонстрували 17,1 % студентів (6 осіб) КГ та 15,6 % (5 студентів) ЕГ, середній рівень мають 34,3 % (12 студентів) КГ та 40,6% студентів (13 осіб) ЕГ, низький рівень був відзначений в 48,6 % студентів (17 чоловік) КГ та 43,8 % (14 студентів) ЕГ.

Вихідне діагностування рівня сформованості *когнітивно-практичного критерію* проводилось за допомогою авторського тесту,

методик О. Мандрікової, Ла Коста, та передбачало виявлення в майбутніх політологів вихідного рівня дієвості знань, необхідних для створення професійного іміджу, та визначення сформованості вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності. З метою дослідження такого критерію, як дієвість знань, нами було створено діагностичний тест (Додаток Н), що визначав повноту й характер знань про сутність професійного іміджу, його структуру, функції, прийоми створення, і вміння застосовувати їх на практиці тощо. За допомогою цього тесту досліджувались уявлення майбутніх політологів про імідж (наприклад, «Сформулюйте визначення іміджу», «Які характеристики має імідж людини?», «Що таке «професійний імідж» і чим він відрізняється від інших видів іміджу?» і т. ін.), прийоми і методи його проектування («Якими засобами досягається бажаний результат комунікації?», «Які методи проектування іміджу Вам відомі?», «Які методи Ви використовуєте у проектуванні Вашого іміджу?», «Які прийоми саморегуляції Вам необхідно використовувати для формування свого іміджу?», «Складіть свою імідж-карту на найближчі п'ять років» і т. ін.), засоби, структуру і функції професійного іміджу («Основними структурними компонентами іміджу є ...», «Які функції виконує імідж людини?», «Що дає проектування професійного іміджу студенту?», «Які якості необхідні Вам для формування професійного іміджу?» тощо).

Для визначення повноти знань студентів щодо формування професійного іміджу застосовувався коефіцієнт засвоєння знань К, який обчислювався за формулою [249, с. 67]:

$$K = X_n \times 100 \% / П, \text{ де:}$$

X_n – кількість правильних відповідей усіх студентів групи;

$П$ – максимально можлива кількість правильних відповідей у групі;

$$П = (\text{кількість студентів}) \times (\text{кількість завдань}).$$

Правильна відповідь оцінювалась одним балом, неправильна – нулем.

Максимальна кількість балів – 20.

Підраховувалась загальна кількість правильних відповідей у групі. Якщо студент отримав 15-20 балів, це означало наявність високого рівня знань, 8-14 балів – достатнього рівня, менше восьми – низького рівня.

Нами визначався й характер засвоєння знань, оскільки завдання, що містились у ньому, були різного рівня (творчі, продуктивні, репродуктивні). Характер засвоєння знань визначався за 20-бальною шкалою: якщо студент розв'язував тест на творчому рівні, він отримав 15 – 20 балів, на продуктивному рівні – 8-14 балів, на репродуктивному – менше восьми балів.

Загальний рівень сформованості показника дієвості знань когнітивно-практичного критерію визначався як середнє арифметичне кількісних значень кожного з вищезазначених показників. Було виокремлено три рівні: низький (0–9 балів), середній (10–15 бали), високий (16–20 бали). Низький рівень дієвості знань продемонстрували 48,6 % (17 студентів) КГ та 56,3 % (18 студентів) ЕГ. Водночас високі бали за цим показником виявили 11,4 % представників КГ (4 студента) і 9,4 % (3 студента) ЕГ. Середній рівень дієвості знань мають 40,0 % представників КГ (14 студентів) і 34,3 % (11 студентів) ЕГ.

З метою визначення вихідного рівня сформованості в майбутніх політологів вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності нами було використано «Тест-опитувальник самоорганізації діяльності (ОСД)» О. Мандрікової (Додаток П) та методику самодіагностики метакогнітивної поведінки Ла Коста (Додаток Р). Перша з методик характеризує рівень сформованості вмінь і навичок тактичного планування і стратегічного цілепокладання. Високий рівень названих вмінь характеризує людину, якій властиве бачити і ставити цілі, планувати свою діяльність, в тому числі за допомогою зовнішніх засобів, і, проявляючи волю і наполегливість, йти до її досягнення, що іноді може призводити до негнучкості. Високий рівень розвитку цих вмінь продемонстрували 14,3 % студентів (5 осіб) КГ та 12,5 % студентів (4 особи) ЕГ. Середній рівень сформованості вмінь тактичного планування і стратегічного цілепокладання діагностується в

особистості, яка здатна поєднувати структурований підхід до організації часу свого життя зі спонтанністю і гнучкістю, вміє цінувати всі складові власного психологічного часу і знаходити для себе цінний досвід у багатоплановості свого життя. Такий рівень діагностовано у 34,3 % опитуваних (12 осіб) КГ та 40,6 % (13 опитуваних) ЕГ. Низький рівень встановлено в тих, для кого майбутнє досить невідоме, кому не властиво планувати свою щоденну активність і докладати вольових зусиль для завершення розпочатих справ. У той же час це дозволяє їм досить швидко перебудовуватися на нову діяльність, але вони «застрягають» на структурованості і на поточних відчуттях. Низький рівень був відзначений в 51,4 % (18 респондентів) КГ та 46,9 % (15 респондентів) ЕГ.

Дослідження, проведене за методикою Ла Коста «Шкала самооцінки метакогнітивної поведінки», дало змогу виміряти такі основні характеристики іміджеформуючої діяльності, як аналіз власної професійної діяльності, стратегічне планування з урахуванням власних інтересів та особливостей, моделювання ментальних репрезентацій досвіду, усвідомленість прийняття рішень, передбачення недоліків і помилок в професійній діяльності і вміння упереджувати їх тощо. Високий показник рівня розвитку метакогнітивних стратегій мають 14,3 % студентів (5 осіб) КГ та 9,4 % (3 осіб) ЕГ, середній показник – 40,0 % (14 опитуваних) КГ і 37,5 % (12 опитуваних) ЕГ, низький рівня розвитку метакогнітивних стратегій показали 45,7 % (16 студентів) КГ і 53,1 % (17 студентів) ЕГ.

Таблиця 2.1.6

Результати діагностики сформованості професійного іміджу за когнітивно-праксіологічним критерієм

Показники/ рівні	КГ (35)		ЕГ(32)	
	кількість	у %	кількість	у %
<i>дієвість знань</i>				
високий	4	11,4	3	9,4
середній	14	40,0	11	34,3
низький	17	48,6	18	56,3
<i>уміння і навички іміджеформуючої діяльності</i>				

<i>самоорганізація діяльності</i>				
високий	5	14,3	4	12,5
середній	12	34,3	13	40,6
низький	18	51,4	15	46,9
<i>метакогнітивна поведінка</i>				
високий	5	14,3	3	9,4
середній	14	40,0	12	37,5
низький	16	45,7	17	53,1
<i>Сума показників сформованості умінь і навичок іміджеформуючої діяльності</i>				
високий	5	14,3	3	9,4
середній	13	37,1	13	40,6
низький	17	48,6	16	50,0
<i>Загальні показники за когнітивно-праксіологічним критерієм</i>				
високий	4	11,4	3	9,4
середній	14	40,0	12	37,5
низький	17	48,6	17	53,1

Сумарний показник вихідного рівня сформованості в майбутніх політологів вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності склав наступні дані: високий рівень виявлено у 14,3 % (5 студентів) з КГ та 9,4 % (3 студенти) ЕГ, середній рівень – у 37,1 % студентів (13 осіб) КГ та 40,6 % (13 осіб) ЕГ, та низький рівень у 48,6 % (17 студентів) КГ та 50,0 % (16 студентів) з ЕГ.

Сукупність показників когнітивно-праксіологічного критерію визначила наявність високого рівня сформованості професійного іміджу у 11,4 % респондентів (4 особи) КГ та 9,4% (3 особи) ЕГ, середній рівень мають 40,0% (14 студентів) КГ і 37,5% (12 студентів) ЕГ, низький рівень – 48,6% (17 опитуваних) КГ і 53,1% (17 опитуваних) ЕГ.

Результати констатувального зрізу рівня сформованості професійного іміджу майбутніх політологів за когнітивно-праксіологічним критерієм представлені у табл. 2.1.6.

Аналіз узагальнених результатів дослідження всіх компонентів когнітивно-праксіологічного критерію показує, що переважна більшість майбутніх політологів (як в експериментальній, так і в контрольній групі) виявили загалом недостатній початковий рівень сформованості професійного іміджу за цим критерієм.

Проведена робота засвідчила у цілому недостатній рівень сформованості професійного іміджу за всіма визначеними нами критеріями. Більшість майбутніх політологів не спроможна адекватно оцінити власний імідж, не володіє навичками його моделювання, корекції та вдосконалення, не зовсім орієнтується в його структурі. Нерідко під час оцінювання свого іміджу студенти переважно орієнтуються на міру зовнішньої привабливості, не враховуючи при цьому важливість внутрішнього складника професійного іміджу.

Таким чином, аналіз результатів констатувального дослідження за всіма критеріями та показниками на початку експерименту дозволив визначити досить рівні дані у студентів як експериментальної, так і контрольної груп, і показав, що переважна більшість з них мають фрагментарний (44,7% у КГ та 44,8% ЕГ) та репродуктивний (36,2% у КГ та 38,5% у ЕГ) рівні розвитку професійного іміджу, і меншою мірою – продуктивний рівень (19,0 % КГ; 16,6 % ЕГ). Це означає, що традиційний зміст і форми організації професійної підготовки майбутніх політологів у закладах вищої освіти недостатньо сприяють розвитку професійного іміджу. Вирішення цієї проблеми ми вбачаємо в необхідності педагогічного впливу, створенні та реалізації комплексу педагогічних умов, визначених нами у попередньому розділі. У цьому випадку процес розвитку професійного іміджу майбутнього політолога матиме цілеспрямований, а не стихійний характер.

Отже, дані констатувального експерименту дозволили визначити орієнтири щодо проведення формувального експерименту зі студентами ЕГ. Припускаємо, що успішність формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки залежатиме від доцільності визначення конкретних педагогічних умов та ефективності їхньої реалізації в навчально-виховному процесі закладу вищої освіти. Ці умови сприятимуть усвідомленню майбутніми політологами значущості професійного іміджу для ефективності їхньої професійної діяльності і допоможуть фахівцям набути

навичок особистісного та професійного самоствердження, розвитку власного професійного іміджу.

2.2. Реалізація педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки

Формувальний етап педагогічного експерименту був спрямований на забезпечення впровадження визначених нами у підрозділі 1.3. педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки:

- розвиток у майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки;
- спрямованість змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції;
- педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.

Саме тому вбачаємо необхідним описати способи реалізації на практиці запропонованих педагогічних умов, що реалізовувались у межах експериментальної діяльності в реальному процесі професійної підготовки майбутніх політологів у закладі вищої освіти.

Формувальний етап педагогічного експерименту покликаний реалізувати основне завдання процесуально-технологічного блоку розробленої нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки – чітку організацію процесу формування професійного іміджу майбутніх політологів.

Завданнями формувального етапу педагогічного експерименту було:

- формування у майбутніх політологів інтересу до проблеми дослідження, потреби у створенні професійного іміджу, усвідомлення залежності професійного успіху від сформованого позитивного іміджу;

здатності мотивувати себе на набуття необхідних знань, умінь і навичок у професійній сфері;

- оволодіння студентами знаннями щодо особливостей, методів та технологій формування професійного іміджу; формування умінь використання на практиці прийомів його створення; володіння засобами вербальної та невербальної комунікації, механізмами психологічного впливу; вміння здійснювати рефлексію, аналізувати власний досвід, критично його оцінювати; набуття здатності здійснювати самоконтроль та саморегуляцію власної діяльності;

- розвиток у майбутніх політологів наступних особистісно і професійно значущих для формування професійного іміджу якостей: організованість, логічність і системність мислення, наполегливість, ініціативність, креативність, відповідальність, комунікабельність, здатність до самовдосконалення, орієнтація на досягнення життєвого успіху.

На формувальному етапі експерименту брали участь студенти експериментальних груп ЕГ-1, ЕГ-2, ЕГ-3. Зауважимо, що в експериментальних групах уводився незалежний фактор, яким стала запропонована нами модель формування професійного іміджу майбутніх політологів. У контрольних групах процес фахової підготовки студентів відбувався без забезпечення спеціальної спрямованості на формування професійного іміджу.

Упровадження теоретично обґрунтованих педагогічних умов здійснювалось на навчальних заняттях (лекції, практичні заняття), у процесі самостійної роботи студентів, у різних видах позааудиторної діяльності (кураторські години, волонтерська діяльність тощо), у процесі науково-дослідної роботи. Це відповідало аргументованим положенням моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки, що описані у її структурно-змістовному блоці, провідною тезою яких була необхідність єдності з метою формування професійного іміджу знань, умінь і навичок, що формуються в процесі навчання і досвіду

волонтерської діяльності, і реалізуються у єдності аудиторної і позааудиторної роботи та впливають на позитивні зміни у візуально-поведінковому, ціннісно-рефлексивному і професійно-діяльнісному компонентах професійного іміджу майбутніх політологів.

Реалізація першої педагогічної умови – *розвиток у майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки* – передбачала формування у студентів позитивного ставлення до професії, розвиток стійкого інтересу до власного професійного іміджу, бажання професійно й особистісно вдосконалюватися.

Як вже зазначалося, потреба у формуванні професійного іміджу пов'язана з прагненням людини до особистих досягнень, компетентності, повазі з боку оточуючих, самоповазі, самовираженні тощо. Тому першочерговим завданням ми визначили підтримку прагнення студентів до виявлення своїх можливостей, досягнення усвідомлення студентами необхідності саморозвитку й самоактуалізації як умови ствердження себе у навчально-професійній діяльності і створення позитивного професійного іміджу.

У процесі відбору завдань для розвитку в студентів потреби у формуванні іміджу ми враховували точку зору Дж. Келлера [315, с. 398], який наполягав на чотирьох головних умовах успішної вмотивованої діяльності: інтерес до теми та діяльності, актуальність, очікування успіху та контролю, задоволення.

У формуванні професійної свідомості особистості й виборі подальшого освітнього маршруту, на думку вчених [63, с. 210], домінантою є мотивація досягнення успіху. Виходячи з цього, можна стверджувати, що активним у професійному навчанні буде той студент, який усвідомлює потребу в знаннях, якостях і вміннях, необхідних для успішної діяльності у сфері майбутньої професійної практики, бо це є основою для формування в нього мотиву досягнення успіху, розвитку вміння ставити цілі й досягати їх, стійкої

потреби у набутті професійних компетенцій та позитивної оцінки їх соціумом.

На основі попередньої діагностики мотиваційної сфери студентів діяльність викладачів було спрямовано на підвищення мотивації майбутніх політологів до оволодіння професією, формування прагнення стати фахівцем високого професійного рівня. Основними засобами і методами на заняттях з передбачених навчальним планом підготовки бакалаврів-політологів дисциплін «Вступ до спеціальності», «Іноземна мова», «Українська ідентичність: історія, культура, мова», «Історія зарубіжних політичних вчень», «Політичні еліти і лідерство», «Партії та партійні системи» виступали завдання на розуміння значущості досліджуваних понять, аналіз і оцінку власних особистісних якостей, потреб, мотивів формування професійного іміджу, бесіди і дискусії про моделі професійного спілкування і поведінки, що сприяли розвитку вмінь аналізувати отриману інформацію, робити висновки, аргументувати тощо. На практичних заняттях у режимі обговорень використовувалися тестування, опитування, структуроване інтерв'ю. Заняття проводилися з використанням діагностичних тестів, інформаційних, аудіовізуальних технічних засобів. У процесі самостійної роботи студенти експериментальних груп виконували завдання з пошуку літератури, пов'язаної з аналізом поняття «професійний імідж», використовуючи засоби, як-от Інтернет, завдання на пошук, обробку й систематизацію зібраного матеріалу, здійснювали підготовку презентацій, складання портфоліо тощо.

У ході реалізації першої педагогічної умови застосовувалися наступні методи: біографічний аналіз, аналіз і порівняння, виконання вправ, аналіз ситуацій, кейс-метод, комунікативна атака, доведення, переконання, сугестія (навіювання). Сукупність цих методів, як показали отримані результати, дозволила студентам успішно аналізувати свій особистісний образ, прагнути до самовдосконалення, розвивати творчі здібності, проявляти самостійність у вирішенні проблемних питань, виявляти особливості проєктування

професійного іміджу в майбутній спеціальності. Це підтвердило правильність обраних нами напрямків організації процесу формування професійного іміджу політолога, що обґрунтовані у розробленій нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки.

Методична робота зі студентами передбачала декілька етапів. Так, метою першого етапу було вивчення майбутніми політологами матеріалу за темами «імідж», «професійний імідж», «проектування професійного іміджу». Наступним кроком було проведення студентами самооцінки й визначення ними особистісного потенціалу. Для цього використовувалися анкети, опитувальники, спрямовані на виявлення наявного образу. Третій етап був присвячений усвідомленню учасниками експериментальних груп необхідності проектування власного професійного іміджу. Його головною метою було проектування такої ситуації, коли студент, маючи уявлення про свій наявний образ, керуючись отриманими знаннями, буде слідувати рекомендаціям, ефективно працювати над створенням свого професійного іміджу.

Наведемо деякі приклади. Так, на першому етапі у ході практичного заняття з дисципліни «Іноземна мова» студентам експериментальних груп було запропоновано роботу з текстом «Way to success» («Шлях до успіху»), що містив інформацію про важливість професійного іміджу. Студентам було необхідно прочитати й перекласти текст, проаналізувати отриману інформацію, відповісти на запитання до тексту, обрати ключові тези і скласти доповідь із висловленням власного ставлення до проблеми, що розглядається у тексті. Нижче у таблиці 2.2.1 наведено уривок з тексту і завдання до нього.

Матеріали за темою «Професійний імідж» активно використовувалися на практичних заняттях з дисципліни «Іноземна мова» у межах теми «Моя майбутня спеціальність» («My future speciality»). Студентам було запропоновано низку завдань, спрямованих на підкреслення актуальності позитивного іміджу у професійній діяльності, необхідності

самовдосконалюватись і розвиватись як особистість та професіонал, розгляд шляхів проєктування професійного іміджу.

Таблиця 2.2.1

<p>Way to success Your personal image: It's the most important YOU asset you own. Your personal image, the perception that people have about you, affects your success in every aspect of life – your life on the job, your social life, even your love life! That is true because, no matter who you are or what you do, your success depends on what other people THINK about you – the image they have of you.</p> <p>...</p> <p>Want to succeed? Take good care of your personal image!</p>	<p>Шлях до успіху Ваш персональний імідж – це найважливіший ваш актив, яким Ви володієте. Ваш персональний імідж – це те, як вас сприймають люди, те що вони бачать у вас, це те, що впливає на вас в кожному аспекті життя – Ваше життя на роботі, Ваше суспільне життя, навіть Ваше особисте життя! Це вірно, тому що, не має значення, хто Ви або що Ви робите, Ваш успіх залежить від того, що інші люди думають про Вас – то яким вас уявляють... Бажаєте досягти успіху? Дбайте про свій особистий імідж!</p>
<p>Завдання 1. Прочитайте і перекладіть текст. Випишіть ключові слова за темою «Імідж».</p> <p>Завдання 2. Дайте відповідь на запитання.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Що таке імідж? Чому імідж є одним з найважливіших активів людини? 2. З чого складається імідж? Як одяг може впливати на успіх будь-якої справи? 3. Як вміння подобатися людям впливає на професійне зростання? 4. Які приклади успішних професійних кар'єр були наведені у тексті, що стало причиною успіху? 5. Про які структурні компоненти професійного іміджу ви дізналися з тексту? 6. Поясніть, чому необхідно проєктувати свій імідж. Наведіть приклади з тексту. 7. Чи є ораторське мистецтво компонентом професійного іміджу? 8. Чи можливо покращити свій імідж, якщо так, то яким чином? <p>Завдання 3. Складіть доповідь на основі прочитаного тексту. Поясніть важливість проєктування професійного іміджу. Наведіть приклади. До яких висновків ви дійшли після вивчення матеріалу? Висловіть свою точку зору на проблему, розглянуту в тексті.</p>	

На заняттях викладачами активно використовувався метод комунікативної атаки з метою усвідомлення студентами цілей професійної

підготовки і розвитку в них потреби у формуванні професійного іміджу. Дія цього методу базується на активізації емоційної сфери студента через використання ефекту новизни, несподіваності. Комунікативна атака дає змогу педагогу в найкоротший термін зацікавити учня, «включити» його в досліджуваний матеріал. Як правило, такий прийом використовується на початку заняття на етапі актуалізації знань або під час пояснення нового матеріалу, але може здійснюватись і на будь-якому етапі мотиваційного циклу. Комунікативна атака дозволяє викладачу вирішити кілька завдань: зорієнтуватись в умовах спілкування, привернути увагу до питання, що розглядається, або переключити увагу з одного предмета (об'єкта) на інший, уточнити уявлення аудиторії про ситуацію спілкування, про рівень готовності до неї; налагодити змістовний і емоційний зворотний зв'язок, активізувати, мобілізувати учнів, зробити їх активними учасниками заняття, підвищити інтерес до досліджуваного матеріалу і т. ін. В якості прийомів комунікативної атаки – виклику до проблемного спілкування – викладач може використовувати ефектну цитату, незвичайну дію, захоплюючу розповідь анекдоту чи притчі, цікаве запитання, зіставлення різних точок зору на одне питання, опис ситуації з життя, фрагмент фільму, презентацію, «театр одного актора», провокаційне запитання тощо.

Як приклад використання цього методу наведемо завдання, що було запропоновано викладачем на занятті з дисципліни «Історія зарубіжних політичних вчень». Так, для стимулювання студентів до роздумів стосовно важливої ролі іміджу у житті людини студентам у формі відеокліпу, в якому «розмовляли» фотографії (Додаток Т), було запропоновано цитати відомих історичних постатей і політиків: «Формувати політичний імідж – все одно що працювати з цементом. Поки він не затвердів, можна робити з ним все, що завгодно; але коли він затвердіє, з ним майже нічого не можна зробити» (Уолтер Мондейл, віце-президент США); «Коли я бачу, як ретельно укладено його (Цезаря) волосся і як він витончено чухає голову одним пальцем, мені завжди здається, що ця людина не може замислювати злочин, як-от

повалення римського державного ладу» (Марк Туллій Цицерон); «У політиці важливі не слова, а голос, яким вони вимовляються» (Жюль Ромен, французький письменник); «Государю немає необхідності мати всі чесноти, але є пряма необхідність виглядати так, ніби він володіє ними» (Макіавеллі); «Я не диктатор. Просто у мене такий вираз обличчя» (Аугусто Піночет, генерал, президент Чилі); «Погляньте на мене. Будь я лукавий, хіба я став би носити це обличчя?» (Авраам Лінкольн, президент США); «Завжди пам'ятайте одне просте правило: одягатися слід для тієї роботи, яку ви хочете мати, а не для тієї, яку маєте» (Д. Трамп, президент США); «Куди б ми не йшли, імідж наш (неважливо, чи гарний, чи поганий) нас обов'язково випередить» Ф. Честерфілд, англійський державний діяч XVIII ст.); «Спочатку ти працюєш на імідж, потім імідж працює на тебе» (Д. Рокфеллер, американський банкір, державний діяч); «Він намагається стати мрією кожної тещі» (Німецький політолог про передвиборну кампанію Дж. Буша-молодшого 2000 року); «Наша національна політика швидше є боротьбою за імідж або між іміджами, ніж змагання між ідеями» (Деніел Бурстин, американський історик, публіцист, директор бібліотеки Конгресу США); «Те, який ти вигляд маєш, приглушує те, що ти хочеш сказати» Р. Емерсон, поет, американський громадський діяч XIX ст.); «Ви отримуєте від життя лише те, що наважуєтесь попросити. Але не бійтесь підвищувати планку!» (Опра Уїнфрі, американська телеведуча, громадський діяч); «Удосконалюватись – значить мінятися, бути досконалим – означає змінюватися часто» (В. Черчилль, прем'єр-міністр Великобританії). Після перегляду відеокліпу викладач запропонував кожному студенту обрати цитату, що сподобалась йому найбільше і з якою він був повністю згоден. Потім студентам потрібно було виступити від імені особистості, якій належали ці слова, обстоюючи (із наведенням аргументів) представлену точку зору. Слід зазначити, що завдання виявилось дуже цікавим, емоційним, викликало в студентів бажання дискутувати. Але, що важливо, дискутувати з приводу різних форм прояву іміджу, а не його ролі у житті, оскільки останнє було беззаперечно

визнане ними безумовно дуже важливим, особливо у професійній діяльності особистості, що обрала фах політичної кар'єри.

На практичному занятті з дисципліни «Історія зарубіжних політичних вчень» майбутнім політологам пропонувалися пошуково-дослідницькі завдання наступного характеру: Завдання 1. Проведіть аналіз відомих постатей різних історичних періодів розвитку людства, починаючи з античного світу. Хто з цих діячів, на вашу думку, може вважатися особистістю з добре спроектованим іміджем? Обґрунтуйте свій вибір. Завдання 2. Який імідж повинен був мати ремісник, аристократ, художник, політичний діяч епохи Відродження? Які саме структурні компоненти іміджу ви можете назвати? Завдання 3. Яка історична особистість – політичний діяч – вам подобається? Які риси його характеру, внутрішні установки чи зовнішній вигляд приваблює вас? Чи можливо визначити, ці риси є вродженими чи набутими? Обґрунтуйте свою позицію.

Етап визначення студентами особистісного потенціалу був реалізований, наприклад, на заняттях з дисципліни «Українська ідентичність: історія, культура, мова». Так, на практичному занятті студентам було запропоновано познайомитися з одним із компонентів професійного іміджу – ораторським мистецтвом. Студенти повинні були вивчити матеріал з формування означеного уміння, проаналізувати, наскільки добре вони вміють говорити правильно і послідовно, переконливо і красиво. Викладач запропонував студентам «ораторський баттл» на тему «Імідж: за чи проти». У підсумку заняття, викладач запросив студентів до висловлення власної думки стосовно впливу ораторського мистецтва на проектування професійного іміджу в цілому.

На іншому занятті з цієї дисципліни студенти аналізували професійні іміджі відомих історичних і сучасних українських постатей (Ілля Мечников, Василь Каразін, Олександр Мурашко, Соломія Крушельницька, Олександр Довженко, Микола Амосов, Євген Патон, Борис Патон, Валерій Лобановський, Віталій та Володимир Кличко та ін.). Студенти заздалегідь

отримали завдання скласти коротку інформаційну доповідь про видатну українську особистість, яка є професіоналом у своїй сфері. При цьому студентам необхідно було обґрунтувати, чому імідж цієї особи є для них привабливим. Після доповідей-презентацій студентів їм було запропоновано для обговорення наступні питання: Імідж якого професіонала вам найбільше подобається? Які саме компоненти іміджу ви могли б виділити в його образі? Чи підійде цей імідж вам? Чи знаєте ви людей, які стали успішними після зміни іміджу? Чи можливо, змінивши свій професійний імідж, стати успішним?

Ефективне формування усвідомлення цілей професійної підготовки відбувалося за рахунок роботи з професіограмою спеціальності «Політолог». Обираючи це завдання, ми спиралися на рекомендації І. Ляшенко [156], який зазначав, що ґрунтовне ознайомлення з майбутньою професійною діяльністю та її суспільною значущістю, створення моделі особистості успішного професіонала сприятиме досягненню мети генерування у студентів потреби у формуванні професійного іміджу. На заняттях з дисципліни «Вступ до спеціальності» студентам було запропоновано скласти за визначеним планом професіограму майбутньої спеціальності. Узагальнені дані, що були отримані в результаті колективної діяльності, надані у додатках (Додаток У). Зазначимо, що серед необхідних знань, умінь та особистісних здатностей стосовно майбутнього фаху студенти назвали наступні здібності: розвинене аналітичне, синтетичне, понятійне, дедуктивне мислення, короткочасну і довготривалу пам'ять, схильність до дослідницької діяльності, здатність займатися тривалий час копіткою роботою, розвинені комунікативні і вербальні здібності, вміння слухати, бути уважним, всебічно адекватно сприймати ситуацію, ораторські здібності, професійну компетентність і т. ін. Особистісні якості, інтереси та схильності, як-от: чесність і порядність, організованість і відповідальність, цілеспрямованість, креативність, ерудованість, широкий кругозір, високі моральні якості, тактовність, гнучкість, наполегливість, об'єктивність, самоконтроль, комунікабельність,

працездатність, прагнення до самовдосконалення – були визнані майбутніми політологами важливими для досягнення успіху у професії. Якостями, що перешкоджають ефективній професійній діяльності політолога, були визначені корисливість, агресивність, невпевненість у собі, імпульсивність, відсутність тактовності, інертність, безпринципність, відсутність інтересу до роботи, нездатність зіставляти й аналізувати факти, невміння протистояти зовнішнім факторам тощо.

Після обговорення змісту професіограми студенти аналізували можливості (соціальні, особистісні, матеріальні), які може надати їм майбутня професія та особисті ресурси щодо обраної спеціальності «політолог», визначали, над чим слід попрацювати, щоб досягти успіху у професії, які здібності є притаманними від природи (тоді їх слід розвивати), які якості серед небажаних існують у характері наразі (тоді їх слід викоринювати). Студентам було запропоновано скласти проєкт особистісного й професійного розвитку, що може стати основою самовдосконалення і майбутнього професійного іміджу. Також на занятті студентам були представлені структурні компоненти та функції професійного іміджу як основи успішної взаємодії в професійному середовищі.

Ефективним шляхом реалізації завдань дослідження стало використання методу ситуаційного аналізу – кейс-стаді. Його суть полягає в усвідомленні студентами реальної професійної ситуації не лише як певної практичної проблеми, а й як цілого комплексу знань, що необхідно засвоїти для її розв'язання. Основним у викладеній проблемі є те, що вона не має однозначних рішень. Навчальні завдання кейс-методу полягають у набутті навичок використання теоретичного матеріалу для аналізу практичних проблем, формуванні навичок оцінювання ситуації, вибору і пошуку основної інформації, виробленні вмінь формулювати запитання і запити, розробляти багатоваріантні підходи до реалізації плану дії, вмінь самостійно приймати рішення в умовах невизначеності, навичок та прийомів всебічного

аналізу ситуацій, прогнозування способів розвитку ситуацій, вмінь та навичок конструктивної критики.

Як підкреслює Ю. Сурмін, професійна підготовка майбутніх фахівців на основі кейс-методу уможлиблює об'єднання теорії і практики, сприяє розвитку аналітичного та критичного мислення, ініціативності студентів, розвиває їхні здібності приймати нестандартні та оригінальні рішення, брати на себе відповідальність за обрані рішення, навчає аналізувати широкий спектр інформації, вчить системно розв'язувати актуальні проблеми як навчання, так і майбутньої професійної діяльності [272, с. 48]. С. Шумська і Т. Бучинська, спираючись на власний методичний досвід, стверджують, що метод навчання студентів за допомогою застосування кейс-стаді дає змогу стимулювати індивідуальну активність студентів, формувати позитивну мотивацію до навчання, зменшує кількість «пасивних» і невпевнених у собі студентів, а також забезпечує високу ефективність навчання й розвитку майбутніх фахівців [295, с. 280].

Кейс-метод має великий потенціал з позиції формування особистісних якостей, як-от розвиток креативності, впевненості у собі, потреби у досягненнях, здатності до конкурентоспроможності, готовності взяти на себе відповідальність за результати власного аналізу ситуації і за роботу всієї групи, формуванні навичок комунікативної культури, соціально активної і життєво компетентної особистості, здатної до саморозвитку, самовдосконалення і самореалізації.

Прикладом використання кейс-методу з метою розвитку в студентів-політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки є заняття, проведене з дисципліни «Політичні еліти і лідерство». Матеріалом для кейсу стала публікація журналістки Л. Заглади «Політологи про майбутнє України: чи буде остаточно зламано старі правила політичної гри?» в українському інформаційному інтернет-виданні «Ракурс» [85]. У публікації були представлені думки провідних вітчизняних політологів про майбутнє

України і про те, що чекає на українців у час президентства В. Зеленського. В якості головних експертів журналістка запросила політолога Володимира Фесенка, голову правління Центру прикладних політичних досліджень «Пента» та політтехнолога Дениса Богуша, фахівця у галузі маніпулятивних і PR-технологій, захисту від інформаційних атак, офіційного представника Міжнародної асоціації паблік рилейшнз (IPRA) в Україні, одного з розробників виборчої кампанії Віктора Ющенка. Головним питанням дискусії було наступне: «Чи зміняться кардинально усталені правила політичної гри в Україні після перших кроків новообраного президента?».

Алгоритм проведення заняття передбачав розбір запропонованої ситуації за певним сценарієм, який включав самостійну роботу, «мозковий штурм» в межах малої групи, публічний виступ із представленням та захистом запропонованого рішення і контрольне опитування студентів на предмет знання фактів кейсу. Посилання на кейс, статтю в інтернет-виданні було надано студентам заздалегідь, за 3 дні до заняття. Студенти повинні були самостійно розглянути кейс, підібрати додаткову інформацію і літературу для його вирішення. Заняття розпочалося з контролю знань студентів, з'ясування центральної проблеми, яку необхідно вирішити. Навчальна група студентів була поділена на малі робочі групи за принципом надання переваги позиції одного з політологів-експертів. Таким чином, студентам були надані різні ситуації для вирішення кейсу. Викладач контролював роботу малих груп, допомагав, уникаючи прямих консультацій. Після обговорення своєї позиції у малій групі, студенти обирали «спікера», який на етапі презентації рішень висловлював думку групи. У ході дискусії, якою керував викладач, були можливі як питання до доповідача, так і виступи й доповнення членів групи. Цікавою виявилася ремарка одного зі студентів з «групи Богуша», який зазначив, що у серіалі «Слуга народу» побудували віртуальну Україну, там переміг віртуальний президент, і багато хто з українців плутає вигадану ситуацію з реальністю. Але не слід забувати, що це – теж політична технологія.

Наприкінці заняття шляхом голосування було обране спільне вирішення проблемної ситуації, озвучена інформація про вирішення проблеми в реальному житті. На етапі підведення підсумків викладач оприлюднив кращі результати, оцінив роботу кожної малої групи і кожного студента.

З метою оптимізації процесу розвитку в студентів потреби у формуванні професійного іміджу викладачами, які працювали з експериментальними групами, активно використовувався метод переконання. Під цим методом ми розуміємо усну дію на свідомість студента за допомогою логічних доказів, що дозволяє сформувати у нього систему знань, цінностей та ідеалів. Переконуючий вплив досягався за допомогою аргументації, логіко-комунікативного процесу, спрямованого на обґрунтування позиції однієї людини з метою наступного її розуміння й прийняття іншою людиною. Використання цього методу сприяло виробленню у студента впевненості у правильності того чи іншого знання, твердження, думки.

Для реалізації першої педагогічної умови нами активно використовувалися методи опитування, тестування, структуроване інтерв'ю. Так, студентам було запропоновано заповнити анкету (Додаток А1) з метою виявлення їх ставлення до професійного іміджу в цілому і до готовності його проєктування зокрема. Анкетування дозволило студентам зацентувати увагу на особистісному самовиявленні: зовнішньому вигляді й внутрішньому змісті, усвідомити результати власної діяльності й виявити невідповідності образу, що складається у враженні інших, з бажаним професійним образом політолога. За результатами анкетування на кураторських годинах студентам було запропоновано проаналізувати свою готовність до формування професійного іміджу і визначити свій потенціал. За підсумками аналізу студенти склали план дій, дотримуючись якого вони зможуть успішно засвоїти прийоми проєктування іміджу і змінити свій наявний образ на більш продуктивний.

Отже, запропоновані у розробленій нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога та застосовані нами у процесі її реалізації педагогічні методи, прийоми, технології та заходи, спрямовані на розвиток у студентів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки, сприяли генеруванню і зміцненню в майбутніх політологів прагнення самовдосконалюватися, професійно й особистісно розвиватися, досягненню ефективності у спрямуванні студентів експериментальних груп на вмотивованість і активність, самореалізацію у професії, що, у свою чергу, виявилось визначальним для формування ціннісно-рефлексивного компоненту професійного іміджу майбутніх політологів.

Впровадження у навчально-виховний процес другої педагогічної умови – *спрямування змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції* – мало за мету формування в студентів рефлексивних вмінь і комплексу знань, що забезпечують можливість оволодіння методами і тактиками створення індивідуального маршруту формування особистого іміджу у майбутній професійній діяльності.

Виходячи з теоретичного аналізу, здійсненого нами у першому розділі, визначимо рефлексивну позицію майбутнього політолога як стійку усвідомлену систему ставлень особистості до власної діяльності й до себе як її суб'єкта, що забезпечує формування і збагачення власного досвіду і виявляється у готовності до усвідомленого вибору найбільш ефективного способу дії у різних ситуаціях майбутньої професійної діяльності.

Головним у формуванні рефлексивної позиції ми вважаємо здійснення студентом самоспостереження, самооцінки, регулярного самоаналізу якості отриманих знань і досвіду, мотивів і результатів власної діяльності з метою їх корекції та розвитку особистісних якостей, усвідомлення рівня особистої професійної підготовки, зіставлення його з рівнем професійних домагань особистості. Все це стає можливим лише за умов створення майбутніми

політологами особистого шляху досягнення мети, індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу. Щоб спрямувати студентів на цю діяльність і забезпечити їх необхідними знаннями для реалізації індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу, потрібно збагатити зміст навчальної діяльності інформацією, яка спрямовуватиме студентів на самопізнання, самовдосконалення, саморозвиток.

Рефлексивну позицію як частину механізму самопізнання неможливо сформувати поза діалогом особистості як з самою собою, так і з іншими. Тому досягнення цілей навчання, виховання і розвитку людини, готовність до само- і взаємооцінки суб'єктів навчально-пізнавальної діяльності потрібно здійснювати шляхом інтеграції процесів пізнання і комунікації. Так, Н. Волкова та І. Батраченко акцентують увагу на ефективності методу рефлексивного полілогу для формування рефлексії у процесі колективного пошуку та прийняття рішень [45, с.96]. Науковці пропонують таку етапність дій у процесі реалізації цього методу: проблематизація інформації; генерація ідей усередині мікрогруп щодо вирішення проблемних моментів, узгодження цих пропозицій та їх об'єднання в цілісні принципи вирішення проблем в порядку їх значущості; формування банку пропозицій щодо вирішення проблеми і розробка мікропроєкту рішення; колективне обговорення й аналіз ухвалених рішень (верифікація висунутих версій вирішення проблеми); ітерація (повторення на новому витку опрацювання) етапів рефлексивного полілогу. Вчені зазначають, що цей принцип ведення дискусії сприяє самовизначенню студентів, розвиває в учасників здатність слухати і чути своїх колег та на основі висловлених думок вибудовувати власну концепцію бачення проблеми та шляхів її вирішення, оскільки всі напрацювання у процесі спільної діяльності, під час якої відбувається продукування колективного мислення, фіксуються, зберігаються, збагачуються всіма членами групи, а не руйнуються за рахунок неконструктивних висловлювань, реплік тощо.

Для активізації механізму рефлексії ми вважали за необхідне

актуалізувати процес самопізнання студентів шляхом задіяння комунікативної складової, забезпечення переходу зовнішнього діалогу у внутрішній (з самим собою), сприяння усвідомленню індивідуальних можливостей у пізнавальній діяльності особистості.

Реалізація другої умови, як було запропоновано у презентованій нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки, здійснювалась на декількох рівнях професійної підготовки: на рівні навчальної діяльності – лекції-бесіди, що передбачали безпосередній контакт з аудиторією, давали можливість привернути увагу студентів до найважливіших питань теми; лекції-дискусії, що забезпечували вільний обмін поглядами з певної проблеми, надавали можливість управляти думками окремих студентів з метою зміни негативних і помилкових установок; лекції із заздалегідь запланованими помилками; лекції-візуалізації тощо; практичні заняття із запровадженням діалогово-дискусійних методів («мозкового штурму», «круглого столу», «аналізу ситуацій» і т.ін.); на рівні квазіпрофесійної діяльності – навчальні ігри із створенням, аналізом, розв'язанням, моделюванням та програванням різноманітних імітаційних ситуацій професійного характеру, що наближували навчальний процес до умов майбутньої професійної діяльності; на рівні навчально-професійної діяльності – постановка цільових завдань на оволодіння майбутньою професійною діяльністю (аналіз організації та оцінювання стилю діяльності суб'єктів політичного процесу, самооцінка власного стилю діяльності майбутнього політолога тощо); організація творчої і науково-дослідницької діяльності (активне залучення студентів до написання рефератів, есе; підготовка виступів на науково-практичних конференціях).

Спрямованість змісту навчання на проєктування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу здійснювалась шляхом такої організації занять, що надавала студентам можливість отримати особистісний досвід розуміння рефлексивних процесів і забезпечувала формування умінь оцінювати себе в результаті

спостереження власних психічних станів (студенти осмислювали, обстоювали, обговорювали свої ідеї, позиції), сприйняття себе через ставлення іншого (через механізм зворотного зв'язку сприймали інформацію від інших), співвіднесення з іншими учасниками (студенти розглядали іншого як модель, джерело інформації, зручне для спостереження й аналізу, тобто оцінювали інших з власної точки зору), оцінки результатів власних інтелектуальних проявів і результатів діяльності. Така організація навчального процесу ставала можливою за умови активізації комунікативної складової навчально-пізнавальної діяльності.

У ході реалізації другої умови ми спиралися на точку зору, що для активізації рефлексивної діяльності студентів викладач повинен сам систематично демонструвати позицію рефлексії. Згідно із зазначеним, на заняттях викладачі давали оцінку власних думок, емоцій та переживань; роз'яснювали логіку викладання тем дисципліни, пояснювали, які розумові операції використовуються в цей момент педагогом і аудиторією, за допомогою наукових категорій і понять характеризували свою взаємодію зі студентами, звертатися до аудиторії за допомогою у доборі найбільш точного слова, поняття чи терміна.

Важливим умінням, що забезпечує можливість рефлексії, є вміння ставити запитання, в першу чергу – самому собі. У цьому випадку запитання є засобом фіксації знання про незнання, а також джерелом внутрішнього і зовнішнього діалогу, в процесі якого відбувається пізнання нового. Розглядаючи рефлексивну позицію як основу іміджеформувальної діяльності студентів, ми вважали за доцільне: роз'яснювати їм роль питань у пізнанні себе, навколишнього світу і оволодіння професійними знаннями, знайомити їх з типами і класифікаціями питань, демонструвати зразок запитальної діяльності, давати завдання на формулювання різного роду доцільних питань під час аудиторних занять, включати завдання на підготовку проблемних питань до семінарів. Сформувавши вміння ставити питання, студенти критично аналізують матеріал, виділяють основне, знаходять закономірності

і, разом з тим, мають можливість усвідомити свої прогалини в його розумінні.

Отже, використання викладачами у процесі роботи зі студентами експериментальних груп ситуацій само- і взаємооцінки забезпечувало розвиток форми суб'єктного контролю від зовнішнього до внутрішнього, сприяло підвищенню рівня сформованості в них рефлексивних умінь.

Процес реалізації другої педагогічної умови відбувався на лекційних, практичних заняттях і у процесі самостійної роботи студентів з дисциплін, як-от «Вступ до спеціальності», «Політологічні країнознавчі студії», «Іноземна мова», «Філософія», «Основи професійної етики», «Політичні еліти і лідерство», «Політичний маркетинг і реклама», «Політичний менеджмент», «Політична конфліктологія». Як підкреслюють науковці, саме гуманітарні дисципліни, у змісті яких закладені загальнолюдські цінності, норми і опис історично накопиченого досвіду, надають можливість ефективно формувати рефлексивну позицію студента, дозволяючи створювати ситуації вибору, проблемних труднощів, умови для вираження ставлення особистості до явищ і процесів дійсності і їх пізнання, стимулюючи студентів до самоаналізу і самооцінки власної навчально-професійної діяльності на основі зіставлення її із загальноприйнятими соціальними нормами [9, с. 11].

Зупинимося докладніше на завданнях, що використовувалися у процесі реалізації другої педагогічної умови. На практичних заняттях з дисциплін «Вступ до спеціальності», «Основи професійної етики», «Політична конфліктологія» студентам було запропоновано як домашнє завдання написати твір-есе за темою «Чому я вибрав професію «політолог»?». Обов'язковою умовою при цьому був аналіз відповідності автора вимогам до особистості сучасного політолога. Це завдання спрямовувало студентів на формування власної рефлексивної позиції, допомагаючи їм зрозуміти і усвідомити діяльність із самоаналізу власних дій, ставлення до майбутньої професійної діяльності. На наступному практичному занятті обговорювали

позиції студентів за допомогою методу рефлексивного полілогу. Зі студентами експериментальних груп була проведена попередня робота, пов'язана з аналізом наявного образу, результати чого відобразились у таблиці «Імідж-планування». Така самостійна рефлексія надавала студентам можливість отримати чітке уявлення про наявність або відсутність певних якостей, характеристик, вмінь і навичок, необхідних для проєктування власного професійного іміджу, а отже – дозволяла студентам усвідомити наявний власний професійний та особистісний рівень та ідеальний образ політолога – як модель наслідування.

Оновлення змісту самостійної роботи у дисциплінах «Вступ до спеціальності», «Основи професійної етики» для студентів експериментальних груп передбачало ведення рефлексивного щоденника, що сприяло формуванню емотивно-ціннісного ставлення до рефлексивної діяльності і міжособистісній адаптації. У цьому щоденнику студенти мали фіксувати фактичні досягнення й перешкоди, що виникали у процесі «роботи над собою», в навчальній діяльності і спілкуванні; аналізувати можливі шляхи вирішення проблем; обґрунтовувати вибір оптимального з професійної точки зору варіанта його вирішення.

За думкою Т. Костєвої, найважливішими у процесі формування іміджу є об'єктивізація самооцінки людини (гармонізація її зовнішнього вигляду та внутрішнього психоемоційного стану, вербальних і невербальних компонентів спілкування), корекція стереотипів поведінки (усунення жестів-паразитів, жестів-агресорів та інших ненормативних засобів спілкування), формування стійких навичок конструктивної взаємодії, відповідно до очікування колег, розвиток стійких комунікативних навичок, що відповідають професійному іміджу, моделювання індивідуального стилю спілкування в різних життєвих ситуаціях, оволодіння технологією захисту іміджу в конфліктних ситуаціях тощо [119, с. 21-22].

З метою розробки майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу під час викладання дисципліни «Вступ до

спеціальності», «Основи професійної етики», «Політична конфліктологія» проводилися лекції-бесіди на теми «Культура мовлення і поведінки політолога», «Внутрішня та зовнішня краса людини». Опитування, проведене зі студентами після лекцій, засвідчило сформованість у них усвідомленого інтересу до професійного іміджу, визначених тенденцій до оволодіння системою знань щодо особливостей створення професійного іміджу, бажання саморозвитку професійних якостей, необхідних для досягнення успіху у майбутній професійній діяльності. З метою систематизації іміджеологічних знань майбутніх політологів, конкретизації можливих шляхів побудови перспективної траєкторії самовдосконалення, професійного та особистісного розвитку використовувалися лекції-візуалізації (відеоролики з демонстрацією конкретних ситуацій виявлення успішного і негативного іміджу, фотографій вдалого зовнішнього вигляду тощо). Важливої ролі у формуванні візуально-поведінкового компоненту професійного іміджу майбутніх політологів набувало використання вправ «Іміджевої матрьошки», у процесі якої студенти створювали цілісне уявлення про себе (стиль, позиціонування, самооцінка, функції в суспільстві, призначення, сенс життя), «У чому його секрет?», метою якої був аналіз іміджевих особливостей успішних політологів. Отже, організована особливим чином навчально-виховна робота сприяла формуванню в студентів естетичної й емотивної складових професійного іміджу політолога й мотиваційно-ціннісної спрямованості студентів на діяльність зі створення професійного іміджу.

Формуванню у майбутніх політологів вмінь планувати кар'єру, визначати життєві цілі і пріоритети, розвивати необхідні для цього особистісні якості було присвячено низку виховних годин, у межах яких студентами виконувалися завдання «Презентація життєвих та професійних планів», «Система та умови саморозвитку». Так, вправа «Презентація життєвих та професійних планів» [70, с. 102] була спрямована на формування в студентів вмінь визначати професійні пріоритети і життєві цілі. Майбутнім політологам було поставлено завдання сформулювати і визначити власний

рівень цілеспрямованості та зацікавленості щодо кожного з пунктів планування кар'єри: мета (ким я хочу стати, чого хочу досягти, яким хочу бути); ланцюжок ближніх і дальніх цілей; засоби і шляхи досягнення ближніх цілей; зовнішні умови досягнення цілей; внутрішні умови досягнення цілей; резервні варіанти і шляхи їх досягнення. Після того, як студенти визначилися з відповідями, з ними проводилася бесіда, у ході якої з'ясовувалися відповіді на запитання: «Яким чином кар'єра залежить від особистості?», «Чи існує взаємозв'язок між кар'єрою і професійним іміджем людини?», «Якими Ви бачите себе через 10, 20, 30 років?», «На що Ви витратите найближчі 5 років життя?» та ін.

Виконання вправи «Система й умови саморозвитку» [155, с. 261]сприяло усвідомленню й визначенню можливостей досягнення цілей, оптимальних дій і засобів. Студентам було необхідно на аркуші записати мету – розвиток чи усунення яких саме якостей вони хочуть досягти. Потім, обміркувавши усі необхідні для досягнення мети кроки, заповнити таблицю, проти кожної дії, яку потрібно виконати, перерахувати усі необхідні для цього засоби (Див. Табл. 2.2.2). Після цього відбувалось обговорення, у процесі якого студенти розглядали ті якості, що вони намагатимуться розвинути у процесі саморозвитку, аргументували порядок нумерації своїх дій, спрямованих на виконання мети.

Таблиця 2.2.2

Що мені потрібно зробити	Необхідні мені засоби	Послідовність виконання
1. ...		
2. ...		
3. ...		

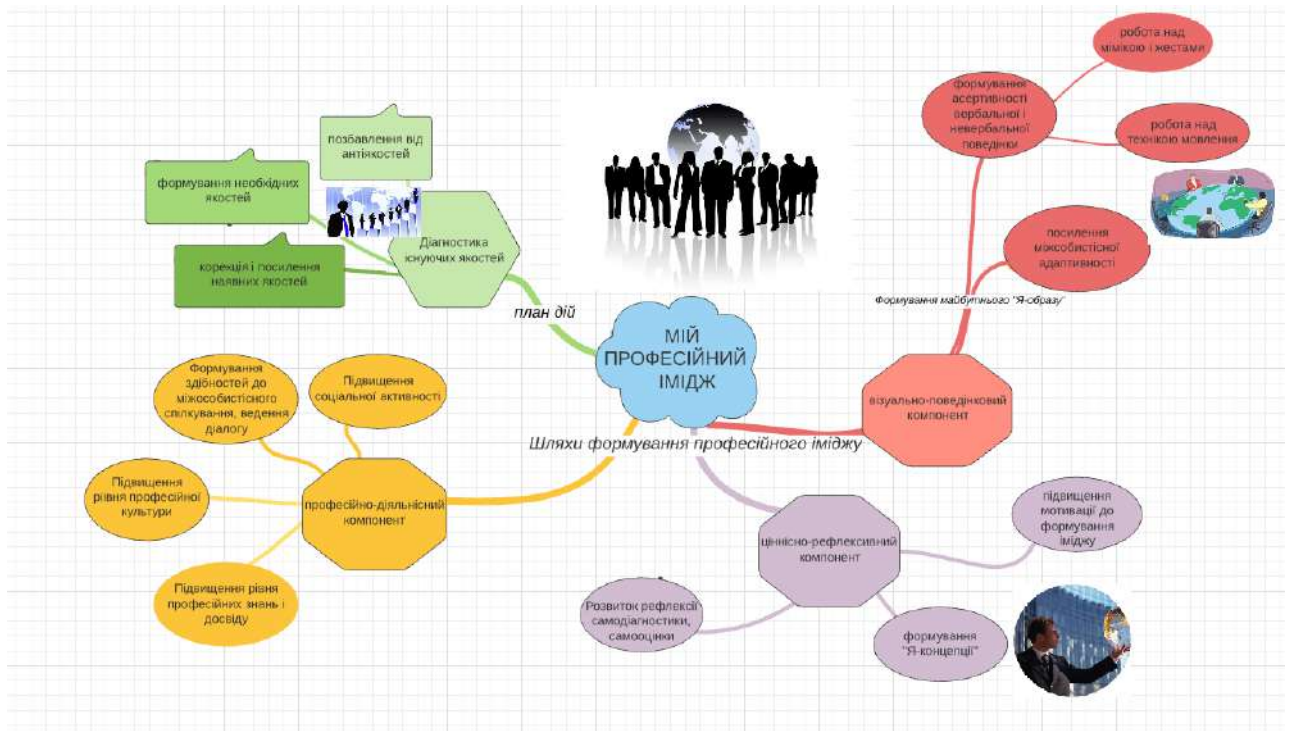
Для ефективного сумісного з майбутніми політологами аналізу проектування ними індивідуальної траєкторії професійного іміджу студентам було запропоновано скласти інтелект-карту «Мій професійний імідж». Технологія роботи з інтелект-картами (mind maps, mental maps, ментальні

карти, асоціативні карти, асоціативні діаграми, схеми мислення тощо) як способу зображення процесу загального системного мислення за допомогою схем сьогодні активно розглядається в аспекті розвитку креативного мислення, особистісних, метапредметних і професійних компетенцій студентів. Подання інформації у ментальній карті будується за певними правилами, розробленими Т. Бьюзеном [311, с. 34-36]. У центрі карти сфокусоване головне поняття, від якого розходяться у вигляді ідей пов'язані з ним основні теми. Головні гілки з'єднуються з центральною ідеєю, а гілки другого та наступних рівнів поєднуються з головними гілками. Різнокольорові гілки, що повинні бути зогнутими, а не прямими, пояснюються і позначаються символами, образами чи ключовими словами. Головною умовою створення інтелект-карти є формування вузлової структури, цілісної системи, що відображає міжпонятійні тематичні зв'язки.

Так, студентам експериментальних груп було надане завдання проаналізувати свої якості, необхідні для створення позитивного професійного іміджу, визначити шляхи формування необхідних знань, вмінь і навичок, представити результати свого рефлексивного аналізу у вигляді інтелект-карти «Мій професійний імідж». Для побудови графічних ментальних карт ми рекомендували студентам зручні веб-сервіси www.coggle.it, MindMeister.com, Bubbl.us, caco.com, комп'ютерні програми MindJet, Mind Manager Pro 6, Edraw Mind map, ConceptDraw MINDMAP, Head Case, Visual Mind, XMind, FreeMind, iMindMap тощо.

Карту потрібно було будувати навколо центрального поняття «Мій професійний імідж», від якого утворювався ланцюг розгалужень. Кожне нове поняття виступало осередком вторинних ідей, що йдуть від єдиного центру. Усі ідеї, весь вільний простір аркуша можливо було заповнювати картинками, символами, ключовими словами. Для створення карти потрібно було використовувати декілька кольорів, що відображають різні етапи формування іміджу чи його структурні елементи. Декілька студентів у своїх інтелект-картах відобразили не лише свої кроки з формування професійного

іміджу, що вони намітили виконати у процесі навчання, а й далеку перспективу – свої плани на майбутній розвиток професійного іміджу під час роботи за фахом. Отже, складання інтелект-карти надало змогу студентам не лише визначити власні професійні і життєві цілі, усвідомити особисті сильні



й слабкі сторони як фахівця, але й отримати досвід самоаналізу, розробити плани із самовдосконалення професійного іміджу.

Рис. 4. Приклад інтелект-карти «Мій професійний імідж» (робота студентки групи ПЛТ-18 Мороз Д.В.)

На заняттях з дисциплін «Політичні еліти і лідерство», «Політичний маркетинг і реклама», «Політичний менеджмент» у процесі навчальних ігор і вправ студенти вчилися аналізувати сьогодення з позицій майбутнього, критично ставитися до власних рішень і вчинків, будувати ставлення до себе як до іншого і бачити себе «очима інших», утримувати багатопозиційність під час здійснення діяльності. Для цього на заняттях викладачі дотримувались ідеології плюралізму думок, реалізація якої передбачала навчання студентів вміння обіймати різні позиції, бачити об'єкт не з єдиної можливої точки зору,

а з різних сторін.

Навчальна гра є надійним інструментом інтеграції знання і особистісного ставлення до нього. Її обов'язковим етапом повинна бути рефлексія з приводу процесу гри та її результатів. Важливим є також дотримання у процесі її реалізації наступних умов: проблемність змісту, попередня теоретико-методична та психологічна підготовка студентів, гармонізація ігрової та навчальної діяльності, створення позитивного емоційного фону, участь у грі викладача з метою керування та корекції. О. Артемьєва і М. Макеєва стверджують, що у ході проведення навчальних ігор активізується не лише пізнавальна, але й творча діяльність студентів, що забезпечує їхню особистісну причетність до навчального матеріалу. Гра сприяє розвитку самостійності у вирішенні навчальних завдань, стає засобом інтелектуального розвитку студентів [7, с. 108]. Навчальна гра забезпечує активність більшості учасників, дозволяє формувати професійні уміння в умовах, наближених до реальних, вчить взаємодіяти з позиції майбутньої професійної і соціальної ролі, аргументувати свою точку зору, адекватно ставитися до критики, сприяє формуванню навичок рефлексії та розвитку професійної мотивації студентів.

З метою спрямування майбутніх політологів на проєктування індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу викладачами на заняттях з дисципліни «Іноземна мова» організовувалася навчальна гра «Я – студент, я – професіонал, я – людина», що вимагала від учасників здійснення рефлексії, звернення до свого внутрішнього світу і досвіду. Спочатку самостійно, в результаті індивідуальної роботи, а потім у групах студентам потрібно було виявити у себе відсутні якості, найбільш важливі для того, щоб відбутися у названих статусах, і скласти їх рейтинг. Таким чином, виникала ситуація, коли практично кожен студент отримував абсолютно нову для себе інформацію про те, якими знаннями і якостями він володіє, що може, а чого йому ще потрібно навчитися. Для деяких студентів, за їх визнанням, це стало поштовхом до систематичної роботи над собою.

Для стимулювання рефлексивних дій студентів також використовувалася вправа, спрямована на з'ясування відповідності уявлень людини про себе і уявлень про неї оточення. Завдання учасників передбачало необхідність написати на картці десять відповідей на запитання «Хто Я?», «Який Я?», а також три гасла, яких студент дотримується у своєму житті. Разом з тим давалася настанова – не писати банальні відповіді, а задуматися над тим, чим кожен відрізняється від інших, пізнати себе. Після закінчення роботи викладач зачитував картки, а студенти вгадували автора. Опитування засвідчило, що переважна більшість студентів вперше виконували таку роботу й відчували значні труднощі в знаходженні для себе необхідних десяти характеристик. Це підтверджувалося й тим, що певна категорія студентів залишилася невпізнаною.

Навчальна гра «Брейн-ринг» застосовувалась у межах дисципліни «Загальна теорія політики» з метою сприяння усвідомленню індивідуальних можливостей у пізнавальній діяльності майбутніх політологів, їх вмінь аналізувати, висловлювати свою позицію тощо. Для цього студенти групи були поділені на 3 команди, яким були запропоновані питання: 1. Чому політична думка зародилася на Сході раніше, ніж в країнах Заходу? 2. Давньогрецький філософ Сократ стверджував, що «царі і правителі не ті, які носять скіпетр або обрані ким завгодно, або отримали владу за жеребом, або насильством, або обманом, а ті, які вміють управляти». За якими критеріями, згідно до античної політичної традиції, визначали тих, хто вміє управляти? 3. Подумайте і визначте, що об'єднує політичні системи: а) Великобританії, Швеції, Норвегії, Данії. Бельгії, Іспанії б) Саудівської Аравії, Бахрейну, Кувейту, Йорданії, Марокко. До якого типу політичних систем їх можна віднести? 4. Уряд формується з членів партій, що отримали більшість на виборах у парламент країни. Яким формам правління це властиво? 5. Партійна приналежність президента і парламентської більшості різна. За яких форм правління це можливо? 6. Який з принципів характеризує діяльність громадянського суспільства, а який – держави: а) заборонено все,

що не дозволено; б) дозволено все, що не заборонено. 7. Чи є способи ослаблення конфлікту? Якщо є, то які? Що таке «компроміс» і «консенсус»? Наведіть приклади з практики політичного життя.

У процесі проведення практичних занять з дисципліни «Основи професійної етики» у процесі вивчення теми «Основні принципи і форми ділового спілкування. Службовий етикет» викладач застосовував демонстрацію відеосюжетів «Правила етикету», «Ділове спілкування», «Етикет в Інтернет-спілкуванні» та ін. Студенти аналізували представлені відео, знаходили помилки, які демонстрували персонажі, виявляли ефективні прийоми ділового вербального і невербального спілкування, що сприяють здійсненню ефективної професійної діяльності. Результативним виявилось також розігрування мінісценки під час вивчення мінітем «Особливості ведення ділової бесіди», «Мовні формули відмови, згоди», «Телефонна розмова як різновид усної ділової взаємодії». Це сприяло формуванню вмінь ініціювати діалог, встановлювати контакт, обирати стратегію мовленнєвої поведінки, співпрацювати та позитивно завершати спілкування, створюючи собі позитивний імідж.

На практичних заняттях з дисциплін «Політологічні країнознавчі студії», «Політичний менеджмент», «Порівняльна політологія» запроваджувалася навчальна гра «Державотворці», предметом якої виступав процес пошуку і прийняття зовнішньополітичного рішення. Ідея і деякі характеристики держав були запозичені з досвіду Т. Літвінової [153, с. 125-127]. Мета гри – розробити зовнішньополітичний курс держави за умови максимального урахування національно-державних інтересів. Імітаційна модель гри представляла три незалежних держави (група студентів ділилася на три команди), кожна з яких прагнула забезпечити свою національну безпеку і зберегти економічний потенціал, достатній для здійснення самостійної зовнішньої політики. Кожна команда отримувала характеристику своєї держави згідно із «загальносвітовим» рівнем (ресурси, загальні економічні і соціальні показники, політична система, збройні сили) і список

посадових осіб, які здійснюють політичне керівництво країною. (Додаток Ф). Проведена навчальна рольова гра надала широкі можливості для формування необхідних майбутньому політологу компетенцій. Опора на спеціальний науково-термінологічний апарат дозволила студентам в ході гри швидко і ефективно освоїти мову майбутньої спеціальності, ознайомитися з механізмом прийняття зовнішньополітичного рішення і основними формами міжнародної взаємодії. Розподіл ролей вищих посадових осіб держави між гравцями забезпечив так званий ефект «проживання», стимулював прийняття продуманих і зважених рішень. Необхідність урахування власних ресурсів і ресурсів своїх опонентів (інших «держав» із заданими характеристиками і міццю, що діють на міжнародній арені) розвивав у студентів здатність аналізувати, розробляти маршрут розвитку і діяти.

З метою розвитку пізнавальної активності студентів та ефективного засвоєння ними знань щодо способів проектування індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на заняттях викладачами створювалися рефлексивні ситуації шляхом спеціального формулювання питань до змісту навчального матеріалу. Такі питання сприяли задіянню у студентів механізмів самоспостереження і саморегуляції, розвитку їх аналітичного мислення. Нами були розроблені і використані вправи, що моделювали майбутню професійну діяльність студентів. Викладачі на заняттях пропонували студентам професійну ситуацію, що може виникнути в їхній майбутній діяльності, студенти оцінювали складність ситуації, змодельованої викладачами, знаходили смислові ресурси для її вирішення. Розвиток рефлексивних, прогностичних і комунікативних здібностей майбутніх політологів відбувався у процесі формування уявлень студентів про себе в професійній ситуації, виявленні смислових зв'язків, необхідних для її вирішення, обговоренні з одногрупниками професійної ситуації, висловленні своєї рефлексивної позиції, зіткненні в діалозі неоднозначних смислових позицій студентів, усвідомленні нових смислових зв'язків і смислових позицій, спільному пошуку виходу з ситуації.

Наведемо приклад завдання, суть якого полягала у розкритті механізму маніпуляції. Завдання було вирішено методом мозкового штурму на занятті з дисципліни «Політичний маркетинг і реклама»: «В одній умовній країні провідні місця на політичній арені займають три політичні партії: «Партія лівих», «Партія правих» і «центристи». Результати соціологічного опитування з метою виявлення кількості прихильників тієї чи іншої партії висвітлювали дві провідні газети «Чесне слово» і «Неупереджений свідок». Газета «Чесне слово» вийшла під заголовком «Найбільшою підтримкою народу користується партія лівих». Газета «Неупереджений свідок» стверджувала, що населення надає перевагу правоцентристській партії. Питання: 1) Як приблизно у процентному співвідношенні може виглядати число прихильників трьох партій, якщо кожна з газет спотворила результати опитування? 2) Інтереси яких партій представляють газети «Чесне слово» і «Неупереджений свідок»?». Увага студентів зверталася на те, що можливі різні варіанти правильних відповідей. Під час надання відповіді студенти повинні були звернути увагу на дотримання наступної умови: «праві» + «центристи» > «ліві», але «ліві» > «праві»; «ліві» > «центристи», а також «ліві» + «праві» + «центристи» = 100. Таким чином, «Чесне слово» висвітлює результати кожної партії окремо, показуючи перевагу «партії лівих», а «Неупереджений свідок» порівнює суму результатів «правих» і «центристів» з результатом лівих. Варіант правильної відповіді: Партія лівих – 41; Партія правих – 36; Партія центристів – 23. Варіант неправильної відповіді: Партія лівих – 50; Партія правих – 25; Партія центристів – 25.

У ході практичного заняття з дисципліни «Політичний маркетинг і реклама» студентам було запропоновано наступне завдання, метою якого було пізнання майбутнім фахівцем себе, усвідомлення й оцінка своєї професійної поведінки: «Ви працюєте політичним технологом на виборах Президента в країні Х. Вас найняла кандидат від Соціалістичної партії Ганна Берг. Без узгодження з вами вона дала інтерв'ю знаменитому блогеру і журналісту Олександрю Дуді, де наробила велику кількість помилок. Це

може дуже сильно нашкодити її передвиборчій кампанії. Тепер ваше завдання полягає в тому, щоб перезняти інтерв'ю з тими ж питаннями від Дуда, але вже з виправленими для Ганни Берг відповідями. Допоможіть кандидату вірно відповісти на запитання у повторному інтерв'ю. Знайдіть помилки в її передвиборчій стратегії і поясніть, чому ви радите їй так змінити свої відповіді (тобто пояснення помилки можна вважати запорукою вірної відповіді кандидата у наступному інтерв'ю) (Додаток X).

Низка завдань, реалізованих на заняттях з дисциплін «Вступ до спеціальності», «Основи професійної етики», «Соціологія» була спрямована на формування естетичної і емотивної функцій візуально-поведінкового компонента моделі професійного іміджу політолога. Оскільки зовнішній образ є найбільш наочним проявом людини, через зорове сприйняття набагато легше увійти у психічний простір особистості; надати інформацію про себе, викликати певні емоції, дати інтелекту «їжу» для роздумів. Саме тому заняття були присвячені будуванию візуального іміджу майбутніх політологів. Для цього була задіяна технологія «особистої привабливості», яка, за В. Шепелем [289, с. 221], полягає в обробці систематизуючих блоків якостей, з яких складається імідж: візуального ефекту, комунікативної механіки, флюїдного випромінювання. Досягнення візуального ефекту відбувається за рахунок будуванию зовнішності: розширення знань і вмінь у сфері фейсблдингу (уміння будувати обличчя), фізіогноміки (вміння читати обличчя), кінесики (постановці манер і жестів). Комунікативна механіка передбачає розвиток емпатії, інтуїції, знання мовленнєвого етикету, уникнення повного розриву відносин, прагнення до результативного спілкування. Під флюїдним випромінюванням мається на увазі своєрідна біоенергетика комунікативного впливу: ефект німба, тобто передача людям своєї емоційної і розумової енергії через посмішки, манери рухатися чи говорити, пози, жести, модуляцію голосу; риторичні прийоми (логіка викладення, сила аргументації, виклик асоціацій, ефект пауз, інтонації, емоційність, літературна виразність і т. ін.); техніка ділового флірту (вміння

дивитися в очі співрозмовнику, слухати, задавати питання; розвиток в себе і в інших самоповаги шляхом встановлення теплих, довірливих і щирих взаємовідносин). Метою технології «особистої привабливості» є налаштування співрозмовника на позитивне прийняття особистого іміджу і встановлення добрих стосунків між людьми. На заняттях також обговорювалася роль кінесики, дизайну одягу, асертивності, конгруентності у формуванні позитивного професійного іміджу саме фахівця-політолога. Розглядалися питання важливості голосу, інтонації, переконливості, взаємодії вербальних і невербальних засобів спілкування, принципів навіювання у публічних виступах. Наведемо деякі приклади вправ, що були запропоновані студентам.

Вправа «Читаємо обличчя». Метою вправи є формування у студентів навичок визначення певних особистісних якостей людини, стану її здоров'я, емоційного стану за аналізом рис обличчя. Викладач пропонував студентам виконати наступні дії. 1. Розгляньте своє обличчя у дзеркалі. Уважно дослідіть форму обличчя, намагайтеся визначити, яку геометричну фігуру воно вам нагадує: овал, трикутник, коло, квадрат, трапецію. Якщо вам важко визначити форму свого обличчя, візьміть крейду або помаду і обведіть на дзеркалі своє зображення. Відбиток, який ви отримаєте, і буде відповідати формі вашого обличчя. 2. Візьміть свою фотографію в анфас, окресліть форму свого обличчя, двома горизонтальними лініями розділіть його на три зони. Розгляньте кожну із зон, застосувавши для цього надану вам інформацію з фізіономіки. (Необхідні теоретичні дані були представлені студентам до виконання вправи [204, с. 43]). Потім розгляньте кожну деталь вашого обличчя. «Прочитайте» своє обличчя, проведіть власний персональний аналіз. Чи збігається ваша думка про себе з думкою фахівців з фізіономіки? 3. Попрактикуйтеся в застосуванні фізіономічної оцінки (редукції) у процесі «читання» прихованих характеристик особистості ваших одногрупників. 4. Виділіть суму фізіологічних ознак, за якими можна судити

про силу волі людини. 5. Виділіть параметри, за якими можна судити про високий інтелектуальний рівень особистості.

Вправа «Невербальний подарунок». Метою вправи є формування навичок невербального спілкування. Ведучий надає інструкції: «Сядемо в коло. Нехай кожен з вас по черзі зробить подарунок своєму сусідові зліва. Подарунок треба зробити (вручити) мовчки (невербально), але так, щоб ваш сусід зрозумів, що ви йому даруєте. Той, хто отримає подарунок, повинен намагатися зрозуміти, що йому дарують. Поки все не отримають подарунки, говорити нічого не треба. Все робимо мовчки». Коли всі отримають подарунки (коло замкнеться), викладач звертається до студентів і просить їх «озвучити» подарунки. Якщо у відповідях є розбіжності, потрібно з'ясувати, з чим конкретно пов'язане нерозуміння. Під час обговорення вправи викладач попросив студентів сформулювати умови, які? полегшують розуміння в процесі спілкування. Найчастіше до цих умов студенти відносили виділення істотного, однозначне розуміння ознак «подарунка», використання адекватних засобів невербального зображення істотної ознаки, концентрацію уваги на партнері.

Вправа «Ефектні рухи». Метою вправи є усвідомлення студентами важливості руху у сприйманні людини людиною, у створенні власного позитивного іміджу. Викладач пояснює, що кожна людина протягом свого життя збирає собі в скарбничку різноманітні привабливі рухи, тобто такі рухи, зробивши які, можна привернути до себе увагу, зацікавити. Це може бути будь-який особливий рух головою, оригінальний жест руками, прийняття театральної пози чи погойдування тупелькою на пальцях ноги. Такого роду рухів-родзинок існує безліч. Питання до студентів – хто які знає? Для початку викладач сам наводить кілька прикладів. Він показує будь-який рух і називає його тим чи іншим способом. Відразу ж говорить, що, як йому здається, цей рух доречний у певних ситуаціях, що він може сигналізувати. Цим він закликає студентів дотримуватися наступної послідовності: рух треба назвати, рух треба показати, рух треба пояснити.

Вправа «Передати одним словом» [79, с. 56]. Вправа допомагає підкреслити важливість інтонацій у процесі комунікації. Необхідні матеріали – картки з надрукованими на них назвами емоцій (радість, подив, жаль, розчарування, підозрілість, смуток, веселощі, холодна байдужість, спокій, зацікавленість, впевненість, бажання допомогти, втома, хвилювання, ентузіазм). Викладач роздає групі картки, на яких написані назви емоцій, і просить не показувати їх іншим. Далі він просить вимовити «Ага», «Алло» або «Здрастуйте!» з інтонацією, яка відповідає емоції, що написана на картці учасника. Вся група відгадує, яку емоцію він намагався зобразити. Потім викладач пропонує студентам наступні питання для обговорення: 1. Наскільки легко вдавалося вгадати емоцію за інтонаціями? 2. У реальному житті, наскільки часто ви за інтонацією з перших слів розумієте, в якому настрої ваш співрозмовник? 3. Чи було так, що ви за інтонацією перших слів розуміли, що вам тут не раді? 4. Наскільки бездоганним є ваше власне спілкування?

Вправа «Марафон красномовства» [103, с. 472-473]. Мета вправи – збагатити мовлення учасників «фігурами мовлення», потренуватися у «Живопису словом», використанні асоціативного мислення, фокусуванні на тексті, інтонуванні, тренуванні уважного ставлення до свого мовлення і його виразності. Викладач звертається до студентів: «Явний і зрозумілий критерій багатства і бідності мовлення – це кількість слів, які ми використовуємо. Наприклад, у словнику О. Пушкіна дослідники знайшли понад 20 тисяч слів, а ось Елочка Щукіна, персонаж «Дванадцяти стільців» І. Ільфа та Є. Петрова, «легко і вільно обходилася тридцятьма». Отже, в той час, як одні користуються лексичним багатством мови, іншим цілком достатньо «лексичного мінімуму». Я пропоную вам завдання, що присвячені розширенню лексики мовця, роботі над збагаченням мовлення «фігурами мовлення» – епітетами, порівняннями, уособленнями, гіперболами тощо. Хай кожен з вас знайде у себе будь-який предмет і покладе його у капелюх. Потім, коли усі зроблять свій внесок, кожен обере один предмет і протягом 5

хвилин розповість нам про нього красивою літературною мовою. Є правила: використовувати різноманітні фігури мовлення, приказки і прислів'я, але у той же час уникати «красивості», навмисної барвистості мовлення».

Упровадження другої педагогічної умови, як і було запропоновано у розробленій нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки, відбувалося також під час самостійної роботи студентів. У ході виконання самостійної роботи як специфічного педагогічного засобу організації та управління самостійною діяльністю у навчальному процесі, на думку І. Шимко [292, с. 46], студенти проявляють максимум активності, творчості, самостійного мислення, ініціативи. Самостійна робота як провідна форма навчальної діяльності студента, що здійснюється в єдності пізнавальної мотивації, пристосуванні до нового знання через рефлексію, за твердженням С. Пакуліної [200, с. 23], включає наступні характеристики: проблемність, активність, вольове зусилля. Сама організація самостійної роботи покликана розвивати у студентів мисленнєві процеси, вміння аналізувати, адаптуватися до зміни ситуативних завдань, бути ініціативним у вирішенні питань, наполегливим у досягненні мети, формувати вміння аналізувати факти та явища, самостійність у прийнятті рішень, творчий підхід до вирішення задач, виступає провідним засобом перетворення отриманих знань в уміння та навички.

Помітний вплив на проектування студентами експериментальних груп індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу, за зізнанням студентів, зробило виконання самостійного завдання «Контракт-зобов'язання перед собою», метою якого було формулювання студентами реальних зобов'язань, цілей та подальших кроків особистісного і професійного зростання. Студентам пропонувалось укласти контракт із самим собою, сформулювавши особисті зобов'язання із самовдосконалення і визначивши плани з реалізації власної професійної кар'єри. В якості основи для міркувань студенти отримали «Проект контракту-зобов'язання», до якого

вони повинні були додати відповідну інформацію чи запропонувати своє бачення цієї проблеми. На практичних заняттях з дисциплін «Вступ до спеціальності», «Основи професійної етики», «Соціологія» відбулося дискусійне обговорення шляхів і конкретних дій, що студенти мають здійснити з метою формування професійного іміджу. Студенти ставили один одному запитання, конкретизували цілі, допомагали з визначенням кроків щодо їх досягнення. У підсумку викладачі нагадали, що для «виконання контракту» потрібна постійна рефлексія власних думок і дій, і побажали успішного досягнення мети.

В якості завдань для самостійної роботи з дисциплін, як-от «Загальна теорія політики», «Політологічні країнознавчі студії», «Політичні еліти і лідерство», «Політична конфліктологія», «Політична журналістика» майбутнім політологам були запропоновані завдання творчого й науково-дослідного характеру, спрямовані на професійний саморозвиток особистості. До цих завдань відносимо, наприклад, наступні.

Завдання 1. Складіть рейтинг політичних подій за тиждень. Визначте ступінь впливу цих подій на сучасне українське суспільство.

Завдання 2. Дослідіть будь-яку конкретну політичну ситуацію, використовуючи будь-який метод політології, виявивши причинно-наслідкові зв'язки, глибину конфлікту, способи виходу з нього, ступінь зацікавленості різних партій, груп у створенні, розвитку і припиненні конфлікту.

Завдання 3. Проаналізуйте політичні конфлікти в Україні за останній рік. Складіть рейтинг їх значущості за ступенем впливу на українське суспільство.

Завдання 4. Проаналізуйте глобальні політичні конфлікти або кризи ХХ ст. Визначте ступінь важливості їх для людства і для України.

Завдання 5. Відповідно до геополітичної концепції американського вченого Самуеля Хантінгтона, світ після закінчення «холодної війни» і розпаду СРСР буде визначатися вже не ідеологічним протистоянням, а

взаємодією (конкуренцією і боротьбою) 7-8 різних цивілізацій (концепція «зіткнення цивілізацій»). Це ідея множинності центрів сили, конфлікти між якими будуть відбуватися на стиках цивілізацій, по лініях цивілізаційних розломів. Головна вісь міжнародних відносин пройде між Заходом і рештою світу, при цьому західні країни гратимуть усе меншу роль. Що ж стосується США, то для них цивілізаційний розлом загрожує руйнуванням країни. Як ви думаєте, сучасна геополітична ситуація в світі підтверджує або спростовує концепцію Хантінгтона?

Завдання 5. Складіть політичний і особистісний портрет одного з сучасних світових політичних лідерів.

Також майбутнім політологам для самостійного виконання було запропоновано написати творче есе (2-3 сторінки), яке потім потрібно було захистити на практичному занятті. Вимогами до есе було: аргументована авторська позиція (саме Ваша позиція, Ваша думка), відсутність плагіату, чітка внутрішня організація тексту (вступ, аргументація і приклади, логічні висновки). Тематика есе, наприклад, така: 1. Чи є демократія ідеальним політичним режимом з точки зору якості життя населення? 2. Яку реформу у системі політичних інститутів сучасної України ви би здійснили, якщо б мали владу? 3. Яка форма правління найбільше підходить для сучасної України? 4. Яким повинен бути політичний лідер? 5. Чи необхідне громадянське суспільство в ідеальній державі? 6. Лобізм і корупція – де проходить лінія між цими двома явищами?

Реалізація другої педагогічної умови відіграла вагомую роль у формуванні візуально-поведінкового та частково ціннісно-рефлексивного компонентів професійного іміджу студентів.

Імплементация в навчальний процес третьої педагогічної умови – *педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності* – була спрямована на формування в студентів професійних знань і вмінь, здатності до самоосвіти, професійної культури, громадянської відповідальності і соціальної

активності, розвитку їхнього професіоналізму. Саме це найбільш повно розкриває відображені у запропонованій нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки методологічні підходи та принципи й головний зміст процесу формування професійного іміджу майбутніх політологів – єдність на цьому шляху аудиторної та позааудиторної роботи.

Сутність квазіпрофесійних методів і завдань, на думку науковців [269, с. 84], полягає в моделюванні або відтворенні умов чи ситуацій професійної діяльності, тому для ефективного засвоєння як предметного, так і соціального контекстів майбутньої професійної діяльності під час виконання типових практичних завдань, ситуацій необхідно відтворювати умови, максимально наближені до реальних. Серед методів квазіпрофесійної діяльності педагоги виокремлюють ігрові (розігрування ролей, ділова гра, ігрове проектування тощо) і неігрові (аналіз ситуацій, дія за інструкцією тощо), що полягають у розробці конкретних професійних ситуацій та алгоритму їх розв'язання [24, с. 10]. В. Вонсович характеризує кілька видів неігрових методів: ситуація-проблема, в якій студенти знаходять причину виникнення описаної ситуації, ставлять і вирішують проблему; ситуація-оцінка, в якій студенти дають оцінку ухваленим рішенням; ситуація-ілюстрація, в якій студенти отримують приклади на підставі вирішених проблем; ситуація-вправа, в якій студенти вирішують нескладні завдання, використовуючи метод аналогії (навчальної ситуації) [48].

Головним у процесі педагогічного супроводу самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами ми означаємо стимулювання ініціативи студентів у вирішенні проблемних життєвих і професійних ситуацій, що забезпечує саморозвиток особистості на основі рефлексивної позиції. Підтримуємо позицію Л. Новосолової, яка предметом педагогічного супроводу називає процес сумісного зі студентом визначення його професійних інтересів, шляхів подолання труднощів (проблем), створення ситуацій успішності у засвоєнні професії [193, с.12]. Необхідним у цьому

процесі ми вважали надання студентам своєчасної психолого-педагогічної підтримки у виборі маршрутів і методів професійного й особистісного розвитку шляхом консультування, сумісного планування, розвивальної діагностики, тренінгових вправ на підвищення соціально-професійної компетентності та саморегуляцію емоційно-вольової сфери, моделювання практичних ситуацій на заняттях тощо.

Ефективними формами навчально-виховної діяльності для досягнення визначеної мети ми вважали, насамперед, інтерактивні методи навчання, тобто сумісне проблемне навчання за допомогою дії, спільну навчальну діяльність студентів з викладачем і один з одним, за якої всі учасники обмінюються інформацією, сумісно вирішують проблеми, моделюють ситуації, оцінюють дії інших і свою власну поведінку, занурюються в реальну атмосферу ділового співробітництва з вирішення проблеми. Так, у зв'язку з вищезазначеним, наведемо наступні методи, що якнайкраще сприяють формуванню в студентів професійних знань і вмінь: експертна оцінка, круглий стіл, міні-конференція, навчальні ділові ігри, індивідуально-дослідницькі завдання, комплексно-аналітичне моделювання, сократівський метод, мозковий штурм, вирішення навчально-професійних ситуацій, метод кейсів, тренінгові вправи тощо.

Звернемося до більш докладної характеристики практичного аспекту впровадження третьої умови у процес фахової підготовки майбутніх політологів.

Одне з практичних занять з дисципліни «Загальна теорія політики» було проведено у формі мініконференції. Студентам було запропоновано обрати одне з наведених визначень політики і провести його експлікацію (лат. – розгортання) у формі короткої доповіді, тобто надати своє розуміння змісту і призначення політики. Серед запропонованих викладачем визначень були, наприклад, наступні: «Політика – це мистецтво жити разом» (Платон); «Політика коріниться у природі людини як соціальної істоти, здатної повноцінно жити лише в колективі, суспільстві і приреченої взаємодіяти з

іншими людьми» (Аристотель); «Політика – гральний притон, в якому глядачі ризикують програти так само, як і гравці» (Г Маблі); «Політика є мистецтвом пристосовуватися до обставин і отримувати користь з усього, навіть із того, що неприємне» (Бісмарк); «Що таке політика? О, це мистецтво створювати факти, жартома підпорядковувати собі події і людей! Вигода – її мета, інтрига – засіб ... Зруйнувати її може лише порядність» (Бомарше); «Політика є сферою відносин між класами суспільства, їх ставлення до держави як до знаряддя правлячого класу», «концентроване вираження економіки» (В. Ленін); «Політика у вищому сенсі є життям, а життя є політикою» (О. Шпенглер); «Політика – це особлива система, яка визначає правителів і спосіб реалізації влади; але одночасно це і спосіб взаємодії особистостей всередині кожної спільноти» (Р. Арон); «Політика – боротьба інтересів, маскована під боротьбу принципів. Керівництво суспільними справами в ім'я особистої вигоди» (А. Бірс); «Політика – це процес управління» (О. Рен); «Політика – владний розподіл цінностей у суспільстві» (Д. Істон). У ході міні-конференції студенти виступили з доповідями, аргументуючи свою точку зору, інші студенти мали змогу задавати питання, висловлюючи свою думку. Завдання сприяло реалізації конативної (координація і регуляція професійної взаємодії майбутніх політологів, здійснення аргументованого діалогу) та креативної функцій (розвиток творчого потенціалу студентів, розкриття їхніх здібностей у професії) професійно-діяльнісного компонента професійного іміджу політолога.

Навчальна ділова гра «Ідейно-політичні орієнтації політичних партій», проведена на практичному занятті з дисципліни «Українська політична думка», була спрямована на здійснення когнітивної функції професійно-діяльнісного компонента професійного іміджу політолога, а саме на спрямування майбутніх фахівців на вдосконалення і отримання нових знань, пошук нових сфер застосування професійних знань. Студенти заздалегідь були поділені на 6 малих груп з рівною кількістю учасників для створення шести політичних партій за наступними ідеологіями: лібералізм,

консерватизм, соціал-демократизм, комунізм, фашизм, анархізм. «Партіям» було дано завдання представити свою політичну позицію у вигляді презентацій-візиток, що повинні містити коротку історію ідеології, символіку, програму партії, що повинна висвітлювати наступні питання: форма правління, національно-державний устрій, форми власності і механізми господарювання, права і свободи громадян, соціальний захист, рішення національних проблем. У ході навчальної гри «представники» конкретної партії коротко викладали її платформу. Потім проводився аналіз і обговорення цих платформ. Студентам пропонувалося з'ясувати: що об'єднує і роз'єднує платформи цих партій? Які можливі союзи і коаліції між ними? Які паралелі можна провести з сучасними українськими політичними партіями? Навчальна гра завершувалася (у формі контрольного завдання) заповненням студентами таблиці «Програмні установки українських політичних партій».

Викладачами дисциплін «Вибори та виборчі системи», «Партії та партійні системи» з метою формування професійної культури і професійних знань й умінь, які фахівець повинен ефективно реалізовувати під час своєї діяльності, були проведені навчальні ділові ігри «Конструювання політичного іміджу кандидата в депутати» та «Виборча кампанія», під час яких здійснювалася корекція іміджеформувальної діяльності студентів. Навчальна гра «Конструювання політичного іміджу кандидата в депутати» [13, с. 41] передбачала поділ студентів на підгрупи, завданням яких було створення електронної презентації іміджу умовного кандидата в депутати і проведення передвиборчих дебатів. Для цього між студентами підгрупи розподілялися наступні ролі: кандидат, політолог, психолог, спічрайтер, стиліст, фахівець з комп'ютерних технологій, фахівець з PR тощо. У презентації студентам необхідно було відобразити особистісні якості кандидата, основні ідеї його передвиборчої програми, сформулювати ключове гасло, графічно проілюструвати кожне положення його платформи. Також у завдання входила підготовка передвиборчої промови кандидата, в

якій відображалися основні ідеї презентації та питання для дебатів. Своєрідним продовженням попередньої стала навчальна гра «Виборча кампанія». Від групи «висувалися» два «кандидати», формувався «передвиборчий штаб», інша частина групи (не менш половини) виконувала роль експертів-спостерігачів і виборців одночасно. Завдання гри складалося з трьох етапів: реклама свого кандидата, критика інших кандидатів (виконувалася членами штабу) і дебати кандидатів. «Експерти-спостерігачі» вели записи, зазначаючи слабкі й сильні сторони виборчої кампанії різних кандидатів, у нотатках вони також відображали прогноз результатів голосування. Перед початком «голосування» записи «експертів» здавалися викладачу, який оцінював роботу «спостерігачів» і зроблені ними прогнози. Наприкінці гри викладач підводив підсумки виборчої кампанії, оцінював діяльність «штабів» і «кандидатів», надавав індивідуальні поради студентам щодо формування їх професійного іміджу.

Розвитку в майбутніх політологів професіоналізму, вміння адекватно і вчасно реагувати на екстраординарні моменти в професійній діяльності сприяло проведення дискусії у формі дебатів, що застосовується для обговорення складної і суперечливої проблеми, на яку існують різко протилежні точки зору. Метою дискусії «Дебати в парламенті», проведеної на заняттях з дисциплін «Державне управління та місцеве самоврядування», «Вибори та виборчі системи» було навчити студентів помірковано і аргументовано відстоювати свою точку зору, переконувати опонентів, використовуючи наявну інформацію з проблеми, сформувати навички колективної роботи і публічного виступу. Навчальна мета дебатів полягала у визначенні ролі політичної ідеології в політиці, орієнтації у різних ідеологічних системах. На першому етапі дебатів викладач пропонував учасникам три можливі точки зору на проблему: у парламенті, вищому законодавчому органі держави, представлені три партії: ліберальна, консервативна і соціал-демократична. На порядку денному стоїть обговорення трьох законопроектів за наступними питаннями: 1. Введення

податку на розкіш (під розкішню розуміються предмети «не першої необхідності»: житлові будинки, квартири, дачі, великі земельні ділянки, автомобілі, літаки, гелікоптери, яхти, ювелірні вироби з дорогоцінних металів і каменів, твори живопису і скульптури та ін.). 2. Про звільнення від призову на військову службу громадян, які зробили в державну казну певну грошову компенсацію (кошти спрямовуються на переозброєння армії). 3. Питання про введення «шкільного капіталу» (сертифіката, що дозволяв би батькам дитини, яка досягла шкільного віку, обирати самостійно освітню установу незалежно від місця проживання й інших обмежень і покривав би витрати на навчання відповідно до вимог державного стандарту освіти. Всі інші предмети, що не входять до обов'язкової програми навчання, оплачуються самостійно батьками). Студенти заздалегідь об'єднувались у три мікрогрупи-партії за власним вибором, розподіляли ролі і самостійно готували виступ, в якому з точки зору обраної ідеології висловлювали позицію щодо підтримки, відхилення або зміни цього законопроекту, аргументуючи сформульовану думку для переконання опонентів, продумуючи відповіді на можливі запитання. На занятті викладач-спікер визначав регламент, надавав представнику кожної партії 10 хвилин на виступ для висловлення власної позиції. Після кожного виступу 10 хвилин відводилося для запитань і відповідей на них. По завершенні дебатів проводився спільний аналіз результатів за такими критеріями: виступ витриманий у рамках обраного ідеологічного дискурсу – 1-5 балів; кожна позиція була аргументована – 1-5 балів; на всі питання були отримані коректні відповіді – 1-5 балів; риторичний рівень – 1-5 балів.

Формування вмінь виділяти, систематизувати, передбачати й упереджувати недоліки і помилки у професійній діяльності було метою проведеної дискусії «Права людини». Ми проводили цю дискусію за моделлю «Акваріум», що є ефективною для обговорення спірних, суперечливих питань, для формування вміння студентів відстоювати і аргументувати свою позицію за рахунок методу соціально-психологічного

навчання, що дозволяє учасникам відрефлексувати свою поведінку у процесі дискусійного спілкування, проаналізувати хід взаємодії учасників на міжособистісному рівні і відкоригувати його. Детальний сценарій дискусії наведений у додатках (Додаток Ц). У процесі «акваріумного» обговорення проблеми студенти кожної мікрогрупи збирались у центрі аудиторії і обговорювали її, представляючи і відстоюючи інтереси своєї групи. Решта учасників спостерігала за ходом дискусії, займаючи позицію аналітиків, які оцінюють зміст і форму виступів, ступінь їх переконливості, особливості стилю спілкування, але втручатися в хід дискусії їм заборонялося. Потім викладач виділяв спеціальний час на запитання до учасників «акваріумного» обговорення. Наприкінці заняття викладач систематизував висновки студентів і підводив загальний підсумок спільної діяльності.

Також у межах реалізації третьої педагогічної умови нами був організований цикл факультативних тренінгових занять протягом семестру (4 заняття) для студентів експериментальних груп, на якому ми мали змогу не лише надавати студентам можливість отримувати знання, формувати навички й уміння, але й здійснювати педагогічний супровід самовиявлення ними професійного іміджу. На тренінгових заняттях майбутні політологи ознайомлювалися з практичними прийомами саморозвитку (самоінформування, самоаналіз, самоінструктування, самоспостереження, самозвіт), оволодівали методичними прийомами самовиховання (самопереконавання, самонавіювання, самозобов'язання, самокритика, емпатія, самопримус, самонаказ, самопокарання, складання плану виховання в собі професійних якостей, інструктування з метою самовиховання впевненості тощо), що є універсальними й запроваджуються у процесі формування всіх професійних якостей, є вагомими для успішної професійної діяльності, а також досягнення життєвого успіху.

Одне з циклу факультативних тренінгових занять було присвячено вправам, спрямованим на корекцію й розвиток мотиваційних і поведінкових установок, формування необхідних для позитивного професійного іміджу

політолога якостей особистості (Я-концепція, рефлексія, інтуїція, критичне мислення, цілеспрямованість, гнучкість, впевненість, самоаналіз тощо). Наведемо приклади.

Вправа 1. «Я-реальне». Мета вправи – показати можливості самодослідження і розширити уявлення студентів про себе. У ході вправи ведучий пропонує студентам виконати наступні дії: «1. Задайте собі питання: «Хто я?» і запишіть 10 перших, що прийшли в голову відповідей. 2. Уявіть собі значущу для вас людину, яку характеристику вона б вам дала? Запишіть 10 відповідей. 3. Зіставте і порівняйте відповіді 1-го і 2-го пунктів.

Вправа 2. «Я-ідеальне». Метою вправи є дослідження свого минулого досвіду, виявлення втрачених можливостей, знайдення способу їх реалізації. Ведучий просить студентів дати відповідь на запитання: «Ким би я міг стати, якщо реалізував би всі свої можливості?» і записати 10 відповідей.

Вправа 3. «Мій психологічний портрет». Метою вправи є аналіз власного психологічного портрету, визначення, що студенти про себе знають і як до себе ставляться. Ведучий надає студентам завдання розподілити характеристики, які вони отримали з 1 і 2 вправ, за трьома стовпцями, що відображають їх відношення до власних якостей: «Ідеальне Я», «Реальне Я», «Соціальне оточення («Умовне ставлення інших»). Після виконання завдання ведучий проводить зі студентами обговорення: «Чи багато знайшлося характеристик, які вас задовольняють? Будемо сподіватися, що більшість. Якщо це так, то у Вас високе самосприйняття». У процесі аналізу результатів студенти роблять висновок, що людина схильна оцінювати себе так, як, на її думку, її оцінюють інші.

Вправа «Самосуд (суд над самим собою)». Мета вправи – розвиток у студентів самоаналізу, рефлексії, критичного ставлення до себе. Студентам групи пропонується зважити на символічних терезах правосуддя свої переваги й недоліки. Заздалегідь готуються картки, на кожній з яких написано по одній особистісній якості – позитивній чи негативній (усього 25-30 карток). На дошці ведучий робить символічне зображення терезів. На

праву шальку терезів студентам пропонується скласти свої «переваги», на ліву – свої негативні риси. Решта учасників за сигналом ведучого демонструють своє рішення (чи згодні вони з думкою студента чи ні): рука з піднятим догори великим пальцем означає згоду, рука з опущеним вниз великим пальцем – заперечення. Обраний заздалегідь «судовий секретар» веде підрахунок і фіксує кількість голосів «за» і «проти» кожної якості у спеціальному протоколі. Ведучий попереджає всіх учасників про необхідність у цій справі бути щирими й відвертими. Якщо підкреслювати лише його позитивні риси і не бачити недоліків, то справа втрачає свій ефект і перетворюється в екзотичну форму підношення компліментів. Учасник, який здійснює «самосуд», має право зупинитися в будь-який момент, навіть після перших двох карток, і поступитися своїм місцем іншому добровольцю. Коли бажаючих більше не буде, студенти діляться своїми почуттями.

У ході проведення факультативного тренінгу особлива увага приділялася відпрацюванню практичних умінь і навичок роботи з конструювання майбутніми політологами професійного іміджу. На заняттях використовувалися методи, як-от бесіди, обговорення, арт-терапевтичні техніки, міні-конференції, самостійний аналіз літературних джерел, фронтальні технології інтерактивного навчання, індивідуально-дослідні завдання. Для звітування студентів і оцінки їх досягнень їм було надано завдання скласти портфоліо – «Щоденник формування професійного іміджу», яке вони мали змогу публічно презентувати, що позитивно вплинуло на формування їхньої адекватної самооцінки. Наприкінці кожного заняття студенти аналізували, чи досягли вони поставленої на цей термін мети, оцінювали свої досягнення на шляху формування іміджу, ставили нові цілі і розробляли кроки для їх досягнення. Це сприяло формуванню в студентів активного, усвідомленого, відповідального ставлення до формування професійного іміджу.

Одним із основних факторів, що стимулюють у майбутніх політологів самовиявлення професійного іміджу, є, на наш погляд, привабливість вже

сформованого іміджу відомих політологів. Тому ми сприяли більш активному знайомству майбутніх політологів з їх діяльністю, вивченню їх професійних якостей, спостереженню й аналізу матеріалів за їх участю. Ефективним методом формування професійного іміджу студентів виявилось проведення онлайн майстер-класів відомими українськими політологами. З метою формування професійного досвіду, здатності до міжособистісного спілкування, систематизації, передбачення й упередження помилок у професійній діяльності, розвитку уміння реагувати на неординарні моменти в ній було організовано інтерв'ювання політолога, доктора історичних наук, керівника Придніпровського регіонального представництва Міжнародного фонду «Відродження» В. Романова, харківських політологів А. Авксентьєва, експерта аналітичного центру «Обсерваторія демократії», та Ю. Біденко, кандидатів політологічних наук, доцентів кафедри політології ХНУ імені В.Н. Каразіна. Майбутні політологи активно задавали питання у спеціальному чаті, прагнучи оволодіти секретами професії. Після проведення онлайн-зустрічей зі студентами було організовано обговорення, на якому вони мали змогу поділитися своїми спостереженнями й думками щодо особливостей професійного іміджу цих фахівців, якостей і рис, що додають іміджу позитивного чи негативного відтінку, впливають на сприйняття точки зору, позиції професіонала чи особистості в цілому.

На формування певних аспектів номінативної (інформування суспільства щодо позитивних аспектів професійної діяльності фахівця), конативної (здійснення переконливого, аргументованого діалогу), когнітивної (удосконалення і отримання нових знань, пошук нових сфер застосування професійних знань) функцій професійно-діяльнісного компонента моделі професійного іміджу політолога були спрямовані організовані нами за підтримки Департаменту соціальної політики Дніпровської міської ради зустрічі студентів із пенсіонерами міста. На зустрічах майбутні політологи обговорювали з пенсіонерами існуючі сьогодні в Україні політичні течії, цікавились їхньою позицією стосовно

сучасної політичної ситуації. Ці заходи мали двобічний ефект: вони надали змогу майбутнім політологам здобути практичні навички у міжособистісному спілкуванні, у веденні професійного діалогу, більш яскраво зрозуміти політичну ситуацію у країні, провести опитування щодо політичних вподобань певної категорії населення, а з іншої сторони сприяли інформуванню людей похилого віку, які в силу певних причин могли бути обмежені в отриманні реальної картини життя країни щодо сучасних політичних тенденцій і подій.

Важливим кроком на шляху самовиявлення майбутніми політологами професійного іміджу у квазіпрофесійній діяльності виявилися, на нашу думку, організовані нами і проведені студентами експериментальних груп лекції для старшокласників у НВК «Лицей № 100», НВК «Багатопрофільна гімназія № 3», КЗО «СЗШ № 19», КЗО «СЗШ № 23», КЗО «СЗШ № 81». У ході лекцій студенти орієнтували школярів у ключових політологічних поняттях, принципах публічної політики, політичних інститутах та процесах, роз'яснювали деякі аспекти сучасної світової політики та політики окремих країн та регіонів, сприяли розвитку в старшокласників політичної культури. Ці заходи сприяли формуванню в студентів деяких компонентів креативної (реалізація творчого потенціалу особистості в професійній діяльності, розкриття індивідуальних особливостей та здібностей у професії), номінативної (створення позитивного образу професії в суспільстві), конативної (організація, координація та регуляція взаємодії учасників процесу професійної діяльності) функцій професійно-діяльнісного компонента моделі професійного іміджу політолога. Прочитані майбутніми політологами лекції і подальше обговорення їх змісту зі старшокласниками надали змогу студентам отримати професійний досвід, продемонструвати на практиці професійні знання і вміння, навчитися реагувати на неординарні моменти, що можуть виникнути у подальшій професійній діяльності.

У межах реалізації третьої педагогічної умови ми активно стимулювали студентів до участі у громадських заходах, здійснення волонтерської

діяльності, що надавало їм додаткові можливості для професійного самовиявлення, кращого розуміння потреб і політичних вподобань суспільства. Зі студентами експериментальних груп були проведені бесіди, що включали орієнтацію студентів у волонтерському русі (яка роль волонтера в сучасному суспільстві, що робить волонтер, його права, обов'язки, принципи діяльності, якими якостями він повинен володіти); інструктаж (які саме дії потрібні від волонтера і як вони здійснюються); інформування за конкретною проблемою, в рішенні якої належить брати участь (необхідні довідки, причини і наслідки, особливості цільової аудиторії і т. ін.); обговорення можливостей обміну досвідом студентів один з одним.

Більша кількість студентів експериментальних груп брала участь у таких програмах самостійно, не залучаючись до роботи у волонтерських об'єднаннях, чи приєднуючись до окремих акцій певних організацій. Деякі студенти приєдналися до об'єднань, як-от благодійна організація «Благодійний фонд «Допомога Дніпра»», громадська організація «Волонтерський центр допомоги військовим і цивільним «Вільна доля», громадська організація «Єдиний волонтерський центр Дніпропетровської області», Молодіжне відділення Дніпропетровської єпархії, Всеукраїнська молодіжна громадська організація «Фундація регіональних ініціатив» тощо, здійснюючи необхідну допомогу тим, хто її потребує: інваліди, ветерани АТО, діти й пенсіонери. Зазначимо, що з 3 березня 2015 року вступив в силу новий Закон «Про волонтерську діяльність» (№1408), що є першим кроком парламенту назустріч волонтерам і волонтерському руху. У законі підкреслюється, що волонтерські організації та об'єднання сприяють формуванню соціального капіталу особистості завдяки прийняттю нею соціальних норм всередині організації, установленню довірливих стосунків, загальним інтересам, тісним соціальним зв'язкам всередині й поза організацією.

Більшість майбутніх політологів, які входили до експериментальних груп, висловили бажання взяти участь в якості волонтерів передвиборчого

штабу кандидатів у депутати на позачергових виборах до Верховної Ради України ІХ скликання, що були проведені 21 липня 2019 року. З 25 травня 2019 року студенти мали можливість приєднатися до штабу обраного ними кандидата чи партії (за одномандатним чи єдиним виборчими округами). За політичними вподобаннями студенти обрали штаби наступних кандидатів: Д. Кисилевський («Слуга народу»), Ю. Гершун (самовисування) – ОВО № 24; М. Бужанський («Слуга народу»), Ю. Сегеда («Європейська солідарність»), С. Черкаський (ВО «Батьківщина») – ОВО № 25; К. Нестеренко («Слуга народу») – ОВО № 26; В. Медяник («Слуга народу») – ОВО № 27; Ю. Мисягін («Слуга народу»), Н. Начарян («Опозиційна платформа – за життя») – ОВО № 28.

Діяльність волонтерів в основному складалася з організаційної роботи у самому штабі (робота на ресепшені, екскурсії штабом відвідувачами, допомога адміністраторам), участі у публічних акціях (пікетах, флешмобах і т. ін.), організації зустрічей довірених осіб кандидатів з виборцями, проведення агітації, розповсюдженні агітаційної інформації, роботі з соціальними мережами тощо.

Слід зазначити, що бесіди, що проводилися зі студентами у період їхньої участі у волонтерських проєктах і після їх закінчення, виявили підвищення в них рівня особистісного динамізму, ініціативності, життєстійкості, світоглядної активності, чітко виражене прагнення до змін, толерантність до невизначеності й відчуття осмисленості свого життя. Студенти проявляли більше самостійності, були здатні робити вибір з альтернатив у реалізації власних намірів, демонстрували відкритість новому досвіду, усвідомлення себе, своєї «самості», власного унікального внутрішнього світу, здатність змінюватися, щось розвивати і коригувати в собі. Ми мали можливість спостерігати їх безумовний особистісний зріст, здатність вирішувати все більш складні завдання індивідуально-психологічного, соціального і соціально-психологічного плану. Ці факти підтверджуються і науковими доробками, в яких зазначається підвищення в

студентів після участі у волонтерській діяльності незалежності, життєрадісності, відповідальності, раціоналізму, чесності і професіоналізму [142, с. 162]. Волонтерство, тим більше певним чином професійно орієнтоване, не лише формує активну громадянську позицію і розвиває лідерські якості молодого людини, але й дозволяє їй поринути у професійне середовище, відчувати себе фахівцем, який виконує реальні професійні завдання. Здійснюючи квазіпрофесійну волонтерську діяльність, студент стає справжнім суб'єктом свого особистісного і професійного розвитку. Суб'єктна позиція волонтера сприяє розвитку його професійно важливих якостей і компетенцій, а також становленню професійної ідентичності.

Впровадження третьої педагогічної умови було спрямовано на реалізацію ціннісно-рефлексивного і формування професійно-діяльнісного компонентів професійного іміджу майбутніх політологів.

Отже, відповідно до мети й завдань дослідження нами впроваджено педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Реалізація на практиці визначених педагогічних умов відбувалося під час професійної підготовки студентів, їхньої участі у позааудиторних заходах, здійснення ними волонтерської діяльності тощо. Спостереження за діяльністю викладачів та студентів дозволило зробити висновок про доцільність упровадження обґрунтованих педагогічних умов у навчальний процес підготовки майбутніх політологів. Результати експериментально-дослідної перевірки ефективності результатів дослідно-експериментальної роботи представлені у наступному підрозділі.

2.3. Аналіз ефективності результатів дослідно-експериментальної роботи

У процесі дослідно-експериментальної роботи, відповідно до мети, завдань та методів дослідження, традиційна методика навчання майбутніх політологів порівнювалась з експериментальною, яка передбачала поетапну реалізацію педагогічних умов формування професійного іміджу в процесі фахової підготовки студентів.

Метою цього підрозділу є представлення й пояснення результатів контрольного етапу педагогічного експерименту. Виходячи з цього, були сформульовані його завдання: описати й інтерпретувати дані, отримані на формувальному етапі експерименту; проаналізувати зміни в розподілі рівнів сформованості компонентів професійного іміджу студентів контрольної та експериментальної груп після формувального експерименту; сформулювати загальні висновки результатів дослідно-експериментальної роботи. Отже, цей підрозділ розкриває усі задачі, поставлені у розробленій нами моделі формування професійного іміджу майбутнього політолога у процесі фахової підготовки й описані у аналітико-результативному її блоці, а саме: дослідження результативності проведених заходів у ході взаємодії суб'єктів освітнього процесу, виявлення рівнів сформованості професійного іміджу (високий, середній, низький) в майбутніх політологів за потребовим, особистісним і когнітивно-праксіологічним критеріями.

На третьому – *контрольному* – етапі педагогічного експерименту (2020 р.) здійснено аналіз результатів реалізації педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів, опис ходу й результатів дослідження на підставі методів статистичної обробки даних, експертних оцінок, формулювання загальних висновків дослідження, визначення перспективи подальших досліджень означеної проблеми.

У педагогічному експерименті брали участь студенти Університету імені Альфреда Нобеля (м. Дніпро) і Запорізького національного університету, з яких було утворено експериментальну ЕГ (32 особи) й

контрольну КГ (35 осіб) групи. Окрім того, у пілотажному дослідженні взяли участь 63 викладачі та 180 студентів-майбутніх політологів із різних закладів вищої освіти (Національна академія державної прикордонної служби України імені Богдана Хмельницького, Луганського національного університету імені Тараса Шевченка, Ужгородський національний університет).

При формуванні контрольної та експериментальної груп ми спирались на такі визначальні положення:

- кількість студентів контрольної групи (КГ) має приблизно дорівнювати кількості студентів експериментальної групи (ЕГ);
- студенти експериментальної та контрольної груп мають бути майже одного віку, що дає змогу говорити про приблизно однаковий життєвий досвід, рівень знань та інші психофізіологічні характеристики; зіставним повинен бути також зміст освітніх програм, за якими навчаються студенти;
- показники контрольованих параметрів на початок формувального етапу в студентів експериментальної та контрольної груп повинні відрізнятись несуттєво.

Програмою експерименту передбачалось, що контрольна група працюватиме за традиційною технологією професійної підготовки, а експериментальна – згідно з розробленими педагогічними умовами формування професійного іміджу політологів в процесі фахової підготовки.

У процесі дослідно-експериментальної роботи ми застосовували таку сукупність методів: вивчення й аналіз філософської, психолого-педагогічної та нормативно-правової літератури, передового педагогічного досвіду, документів, результатів діяльності студентів, викладачів; анкетування, спостереження, опитування, бесіди, дослідну роботу; методи аналізу, синтезу, абстрагування, моделювання, самоаналізу, експертної оцінки, педагогічного експерименту, кількісного та якісного аналізу оцінок і самооцінок; методи математичної статистики. Організація та розробка методів експериментального дослідження, відбір методів обробки отриманих даних здійснювались нами з опорою на наукові праці з методології та

методики педагогічних досліджень та основ використання методів математичної статистики в педагогіці (П. Воловик [46], В. Горкавий [59], С. Гончаренко [55], А. Киверялг [148], Т. Клімова [104], В. Майборода [159], П. Образцов [194], Д. Райгородський [218], В. Ядов [297], В. Ярова [59], О. Ярошенко [159] та ін.).

Педагогічний експеримент проводився в природних умовах без порушення логіки й ходу навчального процесу. Головним завданням експерименту було встановлення правомірності, дієвості та ефективності педагогічних умов формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їхньої фахової підготовки. Педагогічні умови впроваджувались у процесі викладання дисциплін «Вступ до спеціальності» (1 курс), «Іноземна мова» (1-3 курси), «Філософія» (1 курс), «Соціологія» (3 курс), «Українська ідентичність: історія, культура, мова» (1 курс), «Основи професійної етики» (2 курс), «Політичні еліти і лідерство» (2 курс), «Українська політична думка» (2 курс), «Вибори та виборчі системи» (2 курс), «Партії та партійні системи» (3 курс), «Державне управління та місцеве самоврядування» (2 курс), «Політичний маркетинг і реклама» (2 курс), «Політичний менеджмент» (2 курс), «Політична конфліктологія» (3 курс), «Політична журналістика» (3 курс), циклу факультативних тренінгових занять, волонтерської діяльності, що здійснювалась майбутніми політологами тощо.

Для вирішення поставлених завдань було організовано підсумковий моніторинг, що дозволив визначити зміни в показниках усіх компонентів професійного іміджу майбутніх політологів. Доведення правильності висунутого припущення передбачало здійснення порівняння результатів констатувального й контрольного етапів педагогічного експерименту. Для виявлення результативності проведеної експериментальної роботи досліджувалась динаміка змін як в окремих складниках кожного критерію професійного іміджу, так і в рівнях його сформованості в студентів у цілому. Моніторинг здійснювався як в експериментальній, так і в контрольній групах за допомогою діагностичного інструментарію, який ми використовували на

констатувальному етапі педагогічного експерименту.

Отримані результати вимірювання рівня сформованості професійного іміджу в майбутніх політологів на констатувальному етапі експерименту в експериментальній і контрольній групах представлено нами в таблиці 2.3.1.

Таблиця 2.3.1

Результати діагностики рівнів сформованості професійного іміджу в студентів ЕГ і КГ на констатувальному етапі експерименту

Групи	Розподіл студентів за рівнями сформованості професійного іміджу						Кількість студентів у групі
	фрагментарний		репродуктивний		продуктивний		
	кількість	%	кількість	%	кількість	%	
ЕГ	14	44,7%	12	38,5%	6	16,6 %	32
КГ	15	44,8%	13	36,2%	7	19,0 %	35

Аналіз даних з таблиці 2.3.1 дозволив стверджувати, що на констатувальному етапі була зафіксована перевага фрагментарного, тобто низького рівня сформованості професійного іміджу в студентів як контрольної, так й експериментальної груп.

За підсумками цього етапу експерименту було зафіксовано, що більша частина студентів, а саме 44,75 % студентів у всіх групах, мали фрагментарний рівень сформованості професійного іміджу, 37,35 % майбутніх політологів в середньому мали репродуктивний рівень і тільки 17,80 % досягали продуктивного рівня.

Результат середніх рівнів сформованості професійного іміджу в студентів обох груп на констатувальному етапі експерименту представлений у вигляді кругової діаграми на рисунку 5. Ці дані доводять, що в традиційній системі професійної підготовки майбутніх політологів формуванню професійного іміджу не приділяється належної уваги, тому він у студентів залишається досить низьким. Отже, можемо сформулювати загальний висновок: отримані дані доводять, що досліджувана нами проблема є актуальною і вимагає свого вирішення.

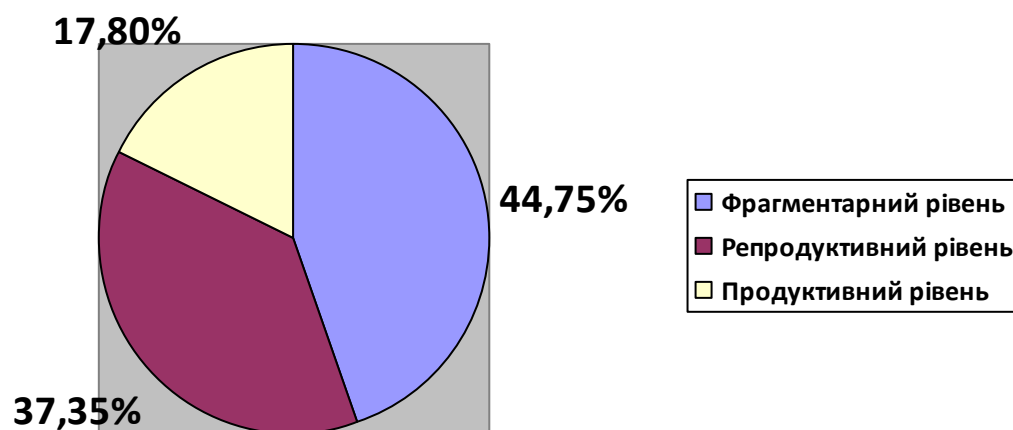


Рисунок 5. Результати констатувального етапу експерименту за рівнями сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу

Розглянемо і проаналізуємо результати формувального етапу експерименту при оцінці критеріїв рівня сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу. Аналіз ефективності експерименту відбувався за потребовим, особистісним і когнітивно-праксіологічним критеріями. У ході контрольного етапу експерименту аналіз змін сформованості професійного іміджу студентів за кожним критерієм був проведений окремо. Моніторинг змін за кожним критерієм здійснювався за допомогою використання визначених у підрозділі 2.1 методик.

Сформованість у майбутніх політологів професійного іміджу за кожним критерієм представлено в табл. 2.3.2. Дані таблиці 2.3.2 засвідчують, що в експериментальній групі кількість осіб, які виявляють високий рівень сформованості професійного іміджу, збільшилась на 27,1 %, а кількість студентів із низьким рівнем зменшилась на 28,2 %. Водночас у контрольній групі таких значних змін не сталось: кількість студентів з високим рівнем збільшилась лише на 4,8 %, а з низьким – зменшилась на 6,6 %.

Проведемо аналіз динаміки змін за кожним критерієм сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу окремо.

Таблиця 2.3.2

Сформованість професійного іміджу майбутніх політологів

Показники/ рівні	КГ (35)			ЕГ(32)		
	До експ. % / кільк.	Після експ. % / кільк.	Приріст % / кільк.	До експ. % / кільк.	Після експ. % / кільк.	Приріст % / кільк.
Потребовий критерій						
<i>потреба у професійному розвитку й саморозвитку</i>						
високий	22,9/ 8	25,7/9	+ 2,8/1	18,7 / 6	46,9/15	+28,2/9
середній	37,1 / 13	40,0/14	+ 2,9/1	43,8 / 14	37,5/12	-6,3/2
низький	40,0 / 14	34,3 /12	-5,7/2	37,5 / 12	15,6/5	-21,9/7
<i>рефлексивні вміння</i>						
високий	34,3 / 12	37,1 / 13	+ 2,8/1	34,4 / 11	56,3 / 18	+21,9/7
середній	28,6 / 10	34,3 / 12	+5,7/2	31,2 / 10	28,1/9	-3,1/1
низький	37,1 / 13	28,6 / 10	-8,5/3	34,4 / 11	15,6 / 5	-18,8/6
Особистісний критерій						
<i>комунікативний контроль</i>						
високий	20,0 / 7	22,9/8	+ 2,9/1	18,8 / 6	34,4/11	+15,6/5
середній	37,1 / 13	40,0/14	+ 2,9/1	40,6 / 13	43,7/14	+3,1/1
низький	42,9 / 15	37,1/13	-5,8/2	40,6 / 13	21,9/7	-18,7/6
<i>уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності</i>						
високий	17,1 / 6	22,9/8	+ 5,8/2	12,5 / 4	34,4/11	+21,9/7
середній	34,3 / 12	37,1/13	+ 2,8/1	43,75 / 14	46,9/15	+3,1/1
низький	48,6 / 17	40,0/14	-8,6/3	43,75 / 14	18,8/6	-25,0/8
<i>самоактуалізація особистості</i>						
високий	17,1 / 6	22,9/8	+5,8/2	15,6 / 5	43,8/14	+28,2/9
середній	34,3 / 12	37,1/13	+2,8/1	37,5 / 12	40,6/13	+3,1/1
низький	48,6 / 17	40,0/14	-8,6/3	46,9 / 15	15,6/5	-31,3/10
Когнітивно-праксіологічний критерій						
<i>дієвість знань</i>						
високий	11,4 / 4	14,2/5	+2,8/1	9,4 / 3	37,5/12	+28,1/9
середній	40,0 / 14	42,9/15	+2,9/1	34,3 / 11	40,6/13	-6,3/2
низький	48,6 /17	42,9/15	-5,7/2	56,3 / 18	21,9/7	-34,4/11
<i>уміння і навички іміджеформуючої діяльності</i>						
високий	14,3 / 5	17,1/6	+2,8/1	9,4 / 3	43,7/14	+34,3/11
середній	37,1 / 13	40,0/14	+2,9/1	40,6 / 13	43,8/14	+3,2/1
низький	48,6 / 17	42,9/15	-5,7/2	50,0 / 16	12,5/4	-37,5/12

Аналіз динаміки сформованості потреби у професійному розвитку й саморозвитку майбутніх політологів за потребовим критерієм визначив такі зміни, що відбулись після впровадження педагогічних умов: кількість

студентів у ЕГ з високим рівнем у порівнянні з констатувальним діагностуванням збільшилась на 28,2 % , а кількість студентів, які виявили низький рівень – зменшилась на 21,9 %. У КГ відсоток високого рівня сформованості потреби у професійному розвитку і саморозвитку в студентів збільшився на 2,8 %, а відсоток студентів, які мають низький рівень зменшився на 5,7 %, що є суттєво меншим за відповідний показник у групі ЕГ.

За показником *розвитку рефлексивних вмінь* кількість майбутніх політологів з контрольної групи (КГ), які виявили високий рівень, збільшилась лише на 2,8 %, тоді як в експериментальній групі (ЕГ) – на 21,9 %. Водночас кількість студентів ЕГ з низьким рівнем розвитку рефлексивних вмінь зменшилась на 18,8 %, а кількість студентів з КГ з низьким рівнем рефлексії зменшилась лише 8,5 %.

У таблиці 2.3.3 представлені дані, отримані на формувальному етапі експерименту в контрольній та експериментальних групах щодо першого, потребового критерію.

Таблиця 2.3.3

Результати діагностики сформованості професійного іміджу за потребовим критерієм на формувальному етапі експерименту

Показники/ рівні	КГ (35)		ЕГ(32)	
	кількість	у %	кількість	у %
<i>потреба у професійному розвитку й саморозвитку</i>				
<i>потреба у самовдосконаленні</i>				
високий	9	25,7	14	43,7
середній	14	40,0	12	37,5
низький	12	34,3	6	18,8
<i>розвиток професійних ціннісних орієнтацій</i>				
високий	9	25,7	16	50,0
середній	15	42,9	12	37,5
низький	11	31,4	4	12,5
<i>Сума показників сформованості потреби у професійному розвитку й саморозвитку</i>				
високий	9	25,7	15	46,9

Продовження таблиці 2.3.3

середній	14	40,0	12	37,5
низький	12	34,3	5	15,6
<i>рефлексивність</i>				
<i>самооцінка</i>				
нормативний	13	37,1	17	53,1
завищений	13	37,1	10	31,3
занижений	9	25,8	5	15,6
<i>вираження і спрямованість рефлексії</i>				
високий	12	34,3	19	59,4
середній	12	34,3	8	25,0
низький	11	31,4	5	15,6
<i>Сума показників сформованості рефлексивних умінь</i>				
високий	13	37,1	18	56,3
середній	12	34,3	9	28,1
низький	10	28,6	5	15,6
<i>Загальні показники за потребовим критерієм</i>				
високий	11	31,4	17	53,1
середній	13	37,2	10	31,3
низький	11	31,4	5	15,6

Динаміку зрушень за *потребовим критерієм* за показником «потреба у професійному розвитку й саморозвитку» та показником «сформованість рефлексивних вмінь», представлено на рис. 6 та 7 відповідно.

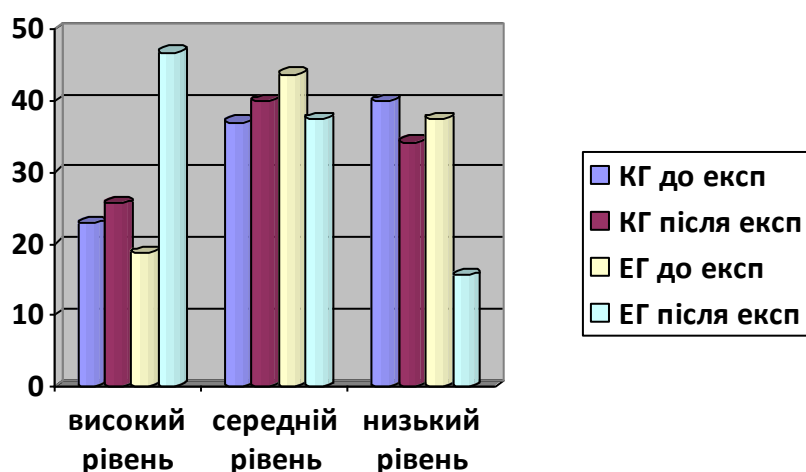


Рис. 6. Порівняльні гістограми змін потребового критерію (за показником «потреба у професійному розвитку й саморозвитку») студентів ЕГ і КГ

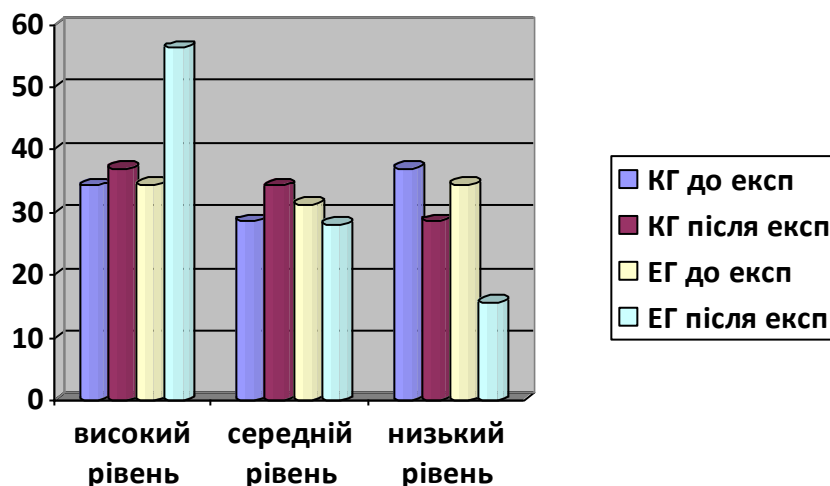


Рис. 7. Порівняльні гістограми змін поребового критерію (за показником «сформованість рефлексивних вмінь») студентів ЕГ і КГ

Позитивні зрушення, що відбулись у ході експериментального дослідження в потребовому критерії, стали результатом упровадження в навчальний процес першої педагогічної умови – *розвиток в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки*. Зокрема, це суттєво вплинуло на розвиток у студентів потреби в самовдосконаленні, рефлексії, професійних цінностей, самооцінку, забезпечення в навчально-виховному процесі сприятливих умов для формування професійного іміджу шляхом спрямування студентів на усвідомлення необхідності саморозвитку, самоактуалізації, на активність у прагненні самореалізовуватись у професії, що відбувалось за допомогою поєднання традиційних та інноваційних педагогічних технологій, методів і форм як, наприклад, біографічний аналіз, аналіз і порівняння, структуроване інтерв'ю, аналіз ситуацій, кейс-метод, комунікативна атака, доведення, переконання, використання на заняттях відповідних ситуаційних практико-орієнтовані завдань і т. ін.

Позитивну динаміку за потребовим критерієм у студентів ЕГ пояснюємо також реалізацією двох інших педагогічних умов – *спрямуванням змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами*

індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції та педагогічним супроводом самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності, що мали у якості однієї з цілей формування в студентів рефлексивних вмінь та активізацію прагнення до самоактуалізації та самореалізації в майбутній професії. Здійсненню другої умови сприяло використання викладачами ситуацій само- і взаємооцінки, що забезпечувало розвиток форми суб'єктного контролю від зовнішнього до внутрішнього, підвищення рівня сформованості в студентів експериментальної групи рефлексивних умінь. Реалізація третьої педагогічної умови сприяла саморозвитку особистості, формуванню в студентів здатності до самоосвіти, професійної культури й здійснювалась шляхом використання розвивальних діагностик, арт-терапевтичних технік, тренінгу з асертивності, тренінгових вправ на корекцію й розвиток мотиваційних і поведінкових установок, саморегуляцію емоційно-вольової сфери тощо.

Подальша діагностика сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу відбувалася за *особистісним критерієм*. Дані, що були отримані на формувальному етапі експерименту в ЕГ і КГ щодо цього критерію наведені у таблиці 2.3.4.

Таблиця 2.3.4

Результати діагностики сформованості професійного іміджу за особистісним критерієм а формувальному етапі експерименту

Показники/ рівні	КГ (35)		ЕГ(32)	
	кількість	у %	кількість	у %
<i>комунікативний контроль</i>				
високий	8	22,9	11	34,4
середній	14	40,0	14	43,7
низький	13	37,1	7	21,9
<i>уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності</i>				
<i>перцептивно-невербальна компетентність</i>				
помірний	7	20,0	11	34,4

Продовження таблиці 2.3.4

завищений	14	40,0	14	43,7
низький	14	40,0	7	21,9
<i>естетика «Я-образу»</i>				
високий	9	25,8	11	34,4
середній	13	37,1	16	50,0
низький	13	37,1	5	15,6
<i>Сума показників сформованості уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності</i>				
високий	8	22,9	11	34,4
середній	13	37,1	15	46,9
низький	14	40,0	6	18,8
<i>самоактуалізація особистості</i>				
високий	8	22,9	14	43,8
середній	13	37,1	13	40,6
низький	14	40,0	5	15,6
<i>Загальні показники за особистісним критерієм</i>				
високий	8	22,9	12	37,5
середній	13	37,1	14	43,8
низький	14	40,0	6	18,7

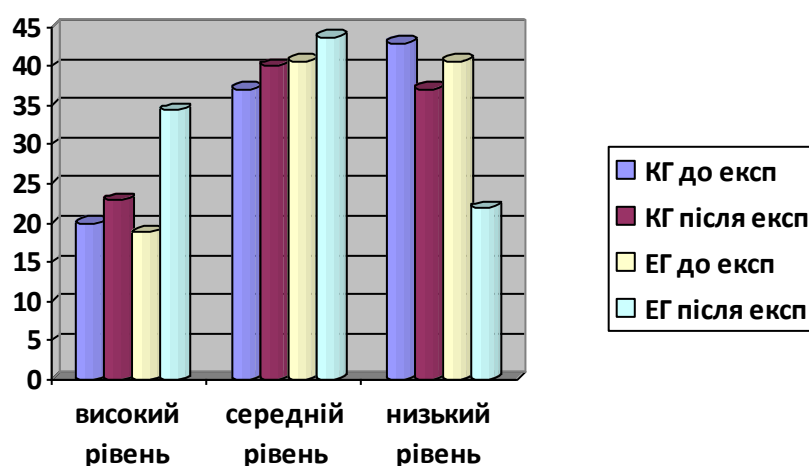


Рис. 8. Порівняльні гістограми змін особистісного критерію (за показником «комунікативний контроль») студентів ЕГ і КГ

Аналіз динаміки змін, що відбулись в особистісному критерії, виявила, що кількість студентів ЕГ, які мають високий рівень розвитку комунікативного контролю, підвищилась на 15,6 %, а кількість студентів цієї

ж групи, рівень розвитку комунікативного контролю в яких залишився на низькому рівні, зменшилась на 18,7 %, у той час як у студентів КГ динаміка високого й низького рівнів розвитку комунікативного контролю склала відповідно 2,9 % і 5,8 %. Динаміка зазначених зрушень надана на рис. 8.

Динаміка сформованості уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності (перцептивно-невербальна компетентність та естетика «Я-образу») майбутніх політологів за особистісним критерієм показала, що після впровадження педагогічних умов кількість студентів експериментальної групи, які виявили високий рівень розвитку, збільшилась на 21,9 %, а кількість тих, що виявили низький рівень – зменшилась на 25,0 %. Звернемо увагу, що водночас відсоток високого рівня сформованості умінь самопрезентації в студентів контрольної групи збільшився несуттєво (5,8 %), а кількість студентів із низьким рівнем зменшилася на 8,6 %, що значно менше того ж показника в групі ЕГ. Динаміка сформованості уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності студентів ЕГ і КГ надана на рис. 9.

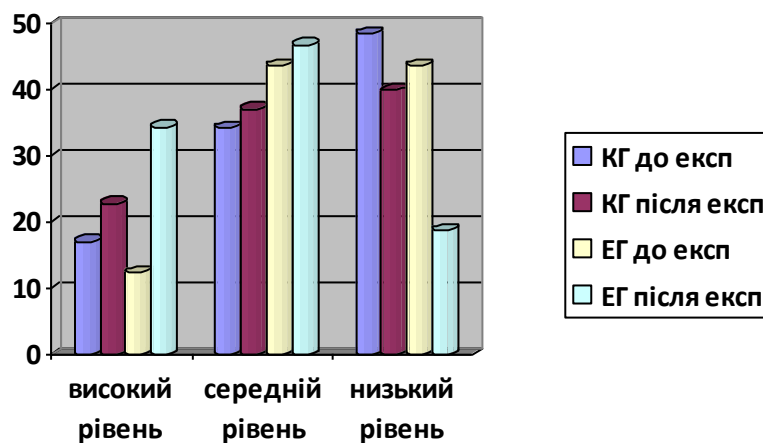


Рис. 9. Порівняльні гістограми змін особистісного критерію (за показником «уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності») студентів ЕГ і КГ

Зрушення за показником «самоактуалізація особистості» особистісного критерію виявили, що цей параметр у студентів ЕГ підвищився на 28,2 %, а кількість студентів цієї ж групи з низьким рівнем самоактуалізації зменшилась на 31,3 %, в той час як у студентів КГ динаміка високого та низького рівня самоактуалізації особистості склала відповідно 5,8 % та 8,6 %. Динаміка змін за показником «самоактуалізація особистості» в студентів ЕГ і КГ представлена на рис. 10.

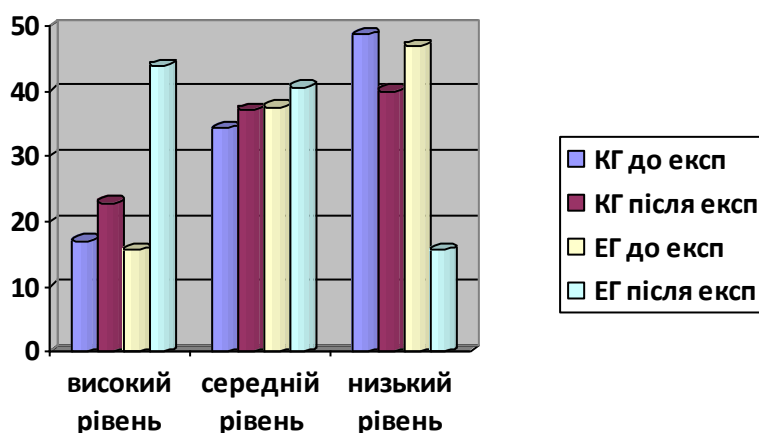


Рис. 10. Порівняльні гістограми змін особистісного критерію (за показником «самоактуалізація особистості») студентів ЕГ і КГ

Пояснення зрушень, що відбулись у стані сформованості особистісного критерію професійного іміджу майбутніх політологів знаходимо у застосуванні другої педагогічної умови – *спрямованість змісту професійної підготовки на проєктування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції*, а саме у активізації впровадження форм і засобів педагогічної діяльності, метою яких було надання студентам інформації, спрямованої на формування в студентів комплексу знань, що забезпечують можливість оволодіння методами й тактиками створення індивідуального маршруту формування особистого іміджу в майбутній професійній діяльності. Серед таких форм і засобів назовемо лекції-бесіди, лекції-дискусії, лекції із задалегідь запланованими помилками, лекції-візуалізації, практичні заняття із

запровадженням діалогово-дискусійних методів («мозкового штурму», «круглого столу», «аналізу ситуацій» і т. ін.), широкий спектр навчальних ігор із створенням, аналізом, розв'язанням, моделюванням та програванням різноманітних імітаційних ситуацій професійного характеру, складання інтелект-карт, написання творів-есе, ведення рефлексивного щоденника, психологічні вправи, завдання, спрямовані на самоспостереження, самоаналіз, самоконтроль, завдання науково-дослідного характеру тощо.

Таблиця 2.3.5

Результати діагностики сформованості професійного іміджу за когнітивно-праксіологічним критерієм на формувальному етапі експерименту

Показники/ рівні	КГ (35)		ЕГ(32)	
	кількість	у %	кількість	у %
<i>дієвість знань</i>				
високий	5	14,2	12	37,5
середній	15	42,9	13	40,6
низький	15	42,9	7	21,9
<i>уміння і навички іміджеформуючої діяльності</i>				
<i>самоорганізація діяльності</i>				
високий	6	17,1	12	37,5
середній	15	42,9	15	46,9
низький	14	40,0	5	15,6
<i>метакогнітивна поведінка</i>				
високий	6	17,1	16	50,0
середній	13	37,1	13	40,6
низький	16	45,8	3	9,4
<i>Сума показників сформованості умінь і навичок іміджеформувальної діяльності</i>				
високий	6	17,1	14	43,7
середній	14	40,0	14	43,8
низький	15	42,9	4	12,5
<i>Загальні показники за когнітивно-праксіологічним критерієм</i>				
високий	6	17,1	13	40,6
середній	14	40,0	14	43,8
низький	15	42,9	5	15,6

Звернемо увагу на зміни, що відбулись у процесі педагогічного

експерименту у показниках *когнітивно-праксіологічного* критерію. Дані, що були отримані на формувальному етапі експерименту щодо цього критерію наведені у таблиці 2.3.5.

Діагностика змін, що відбулися у когнітивно-праксіологічному критерії виявила, що кількість студентів ЕГ, які мають високий рівень дієвості знань, підвищилась на 28,1 %, а кількість студентів цієї ж групи, рівень дієвості знань яких залишився на низькому рівні, зменшилась на 34,4 %, в той час як у студентів КГ динаміка високого та низького рівня дієвості знань стала відповідно 2,8 % та 5,7 %. Динаміка зазначених зрушень представлена на рис. 11.

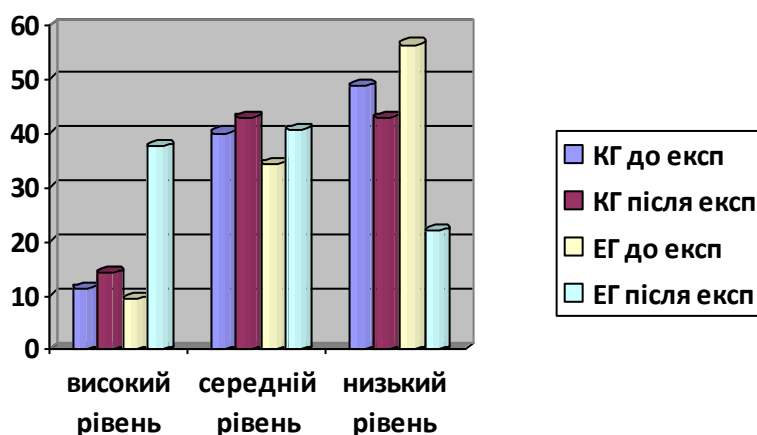


Рис. 11. Порівняльні гістограми змін когнітивно-праксіологічного критерію (за показником «дієвість знань») студентів ЕГ і КГ

За показником розвитку *вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності* кількість майбутніх політологів з експериментальної групи (ЕГ), які виявляють високий рівень, збільшилась на 34,3 %, а студентів, чий рівень виявився низьким, стало на 37,5 % менше. Водночас у студентів контрольної групи (КГ) динаміка зрушень за цим показником не стала вражаючою: кількість студентів з високим показником розвитку вмінь і навичок

іміджеформуючої діяльності збільшилася на 2,8 %, а з низьким показником – зменшилась на 5,7 %. Динаміка описаних змін надана на рис. 12.

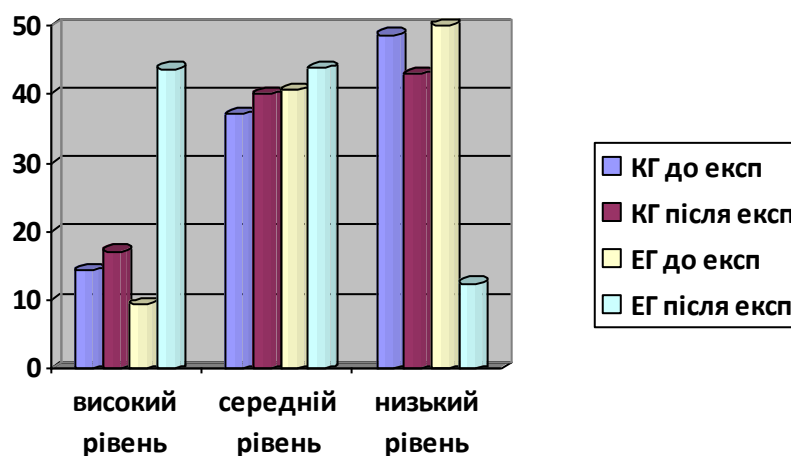


Рис. 12. Порівняльні гістограми змін когнітивно-праксіологічного критерію (за показником «уміння і навички іміджеформуючої діяльності») студентів ЕГ і КГ

У ході експериментального дослідження встановлено, що позитивні зрушення в когнітивно-праксіологічному критерії сформованості професійного іміджу обумовлюються впровадженням у навчально-виховний процес підготовки майбутніх політологів третьої педагогічної умови – *педагогічного супроводу самовиявлення студентами професійного іміджу у квазіпрофесійній діяльності*, а саме використанням у навчальному процесі інтерактивних методів навчання, комплексно-аналітичного моделювання практичних ситуацій на заняттях, методу кейсів, експертної оцінки, сократівського методу, мозкового штурму, навчальних ділових ігор, вирішення навчально-професійних ситуацій, методу портфоліо, міні-конференцій, індивідуально-дослідницьких завдань, циклу факультативних тренінгових занять, спрямованих на оволодіння студентами практичними прийомами саморозвитку, самовиховання, майстер-класів, проведених відомими українськими політологами, зустрічей з пенсіонерами міста, читання лекцій старшокласникам, здійснення волонтерської діяльності тощо.

Отже, можна зробити загальний висновок, що за всіма визначеними нами критеріями й показниками склалась позитивна динаміка формування професійного іміджу в студентів експериментальної групи, що підтверджує позитивний вплив визначених у гіпотезі дослідження педагогічних умов на формування в майбутніх політологів професійного іміджу в процесі їхньої фахової підготовки.

Узагальнення отриманих у процесі педагогічного експерименту даних дозволило також визначити кількість студентів на початку й наприкінці експериментальної роботи, сформованість професійного іміджу яких відповідала одному з визначених рівнів: продуктивному, репродуктивному чи фрагментарному. Дані розподілу студентів за рівнями сформованості професійного іміджу на початку й наприкінці експерименту узагальнено в табл. 2.3.6. та на рис. 13.

Таблиця 2.3.6.

Сформованість професійного іміджу майбутніх політологів

Рівні/зміст виявлення	КГ до експерименту, %	КГ після експерименту, %	ЕГ до експерименту, %	ЕГ після експерименту, %
Продуктивний рівень				
Яскраво виражена потреба в саморозвитку, у формуванні професійного іміджу; стійке ціннісне ставлення до власного професійного іміджу; стійкий інтерес до самореалізації у професії; адекватна самооцінка, високий рівень прояву рефлексивності, здатність до саморегуляції та самоконтролю; високий рівень сформованості особистісно значущих для створення професійного іміджу якостей: пізнавальної активності, критичності розуму, ініціативності, креативності, впевненості у собі, толерантності, емпатії, гнучкості у поведінці, соціальної активності; високорозвинені вміння самопрезентації в умовах професійної діяльності, високий рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування; високий рівень сформованості комунікативних вмінь і навичок, культури ділового спілкування; усвідомлене розуміння специфіки, ролі, стратегій розвитку іміджу в майбутній професійній діяльності; високий рівень розвитку творчих умінь і навичок іміджеформуючої діяльності.				
продуктивний	19,0	23,8	16,6	43,7

Продовження таблиці 2.3.6.

Репродуктивний рівень				
<p>Ситуативно визначена потреба в саморозвитку, у формуванні професійного іміджу; нечітко визначені ціннісні орієнтації до власного професійного іміджу; інтерес до самореалізації у професії виявляється внаслідок педагогічного впливу; ситуативна адекватність самооцінки; достатній рівень прояву рефлексивності, ситуативна схильність звертатись до аналізу своєї діяльності, часткова здатність до саморегуляції та самоконтролю в нетипових професійних ситуаціях; середній рівень сформованості особистісно значущих для створення професійного іміджу якостей: пізнавальної активності, критичності розуму, ініціативності, креативності, впевненості у собі, толерантності, емпатії, гнучкості у поведінці, соціальної активності; прагнення справляти позитивне враження в галузі своєї професії залежно від власної позиції, недостатньо сформовані вміння самопрезентації в умовах професійної діяльності, середній рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування; середній рівень розвитку комунікативних вмінь і навичок; недостатньо повне й усвідомлене розуміння специфіки, ролі, стратегій розвитку іміджу в майбутній професійній діяльності; репродуктивний рівень вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності.</p>				
репродуктивний	36,2	38,1	38,5	39,6
Фрагментарний рівень				
<p>Невизначена потреба в саморозвитку; відсутність потреби у формуванні професійного іміджу; пасивне ціннісне ставлення до власного професійного іміджу; фрагментарний інтерес до самореалізації у професійній діяльності; занижена адекватність самооцінки; слабкий рівень прояву рефлексивності: відсутність схильності замислюватися над власною діяльністю, з'ясовувати причини і наслідки своїх дій; фрагментарне володіння засобами саморегуляції, самоконтролю; низький рівень розвитку особистісно значущих для створення професійного іміджу якостей: пізнавальної активності, критичності розуму, ініціативності, креативності, впевненості у собі, толерантності, емпатії, гнучкості у поведінці, соціальної активності; перевага надається лише зовнішньому складнику іміджу; відсутність умінь створювати привабливий імідж; залежне від реакції інших прагнення справляти позитивне враження в галузі своєї професійної діяльності; несформованість вміння самопрезентації в умовах професійної діяльності, низький рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування; недостатній рівень сформованості професійного етикету, комунікативних вмінь і навичок, культури ділового спілкування; поверхневі знання з питань професійного іміджу, його структури, стратегій розвитку; застосування знань для розвитку власного професійного іміджу на інтуїтивному рівні.</p>				
фрагментарний	44,7	38,1	44,8	16,6

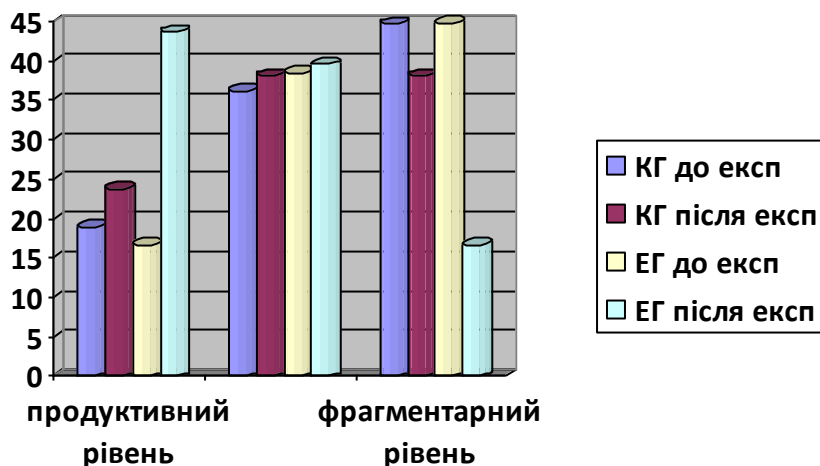


Рис. 13. Порівняльні гістограми змін сформованості професійного іміджу майбутніх політологів EG і КГ

Після впровадження запропонованих нами педагогічних умов в експериментальній групі на 27,1 % зросла кількість майбутніх політологів з високим рівнем сформованості професійного іміджу, на 1,1 % збільшилась кількість студентів з середнім рівнем і на 28,2 % зменшилась кількість студентів з низьким рівнем сформованості професійного іміджу.

Гіпотеза щодо ефективності впровадження педагогічних умов формування професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки підтверджується результатами математичної статистики.

Для визначення статистичної значущості різниці у змінах рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх політологів використовували статистичний аналіз узагальнених даних таблиці 2.1. з використанням описових статистик – середнього арифметичного \bar{x} , вибіркової дисперсії σ^2 та вибіркового середньоквадратичного відхилення σ рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх політологів. Для визначення цих статистик використовуємо такі формули:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k x_i n_i \quad \sigma^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^k (x_i - \bar{x})^2 n_i \quad (1)$$

Тут x_i – це рівні показників (низькому рівню відповідає значення $x_1 = 0$, середньому рівню – значення $x_2 = 1$ та високому рівню – значення $x_3 = 2$), k – число рівнів відповідного показника, n_i – кількість студентів відповідного рівня, n дорівнює 122 та 124 відповідно для ЕГ і КГ.

Крім того, обчислимо відповідні вибіркові коефіцієнти варіації V для кожного показника за формулою:

$$V = \frac{\sigma}{\bar{x}} \quad (2)$$

Результати обробки даних у ЕГ на початку та після впровадження експериментальної роботи щодо формування професійного іміджу майбутніх політологів та у КГ (до та після експерименту) наведено в табл. 2.3.7.

Проаналізуємо результати, відтворені у табл. 2.3.7. Після впровадження педагогічних умов формування професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки позиції у ЕГ за всіма показниками трьох компонентів середнє арифметичне збільшилось, а у КГ змінилось несуттєво (тобто, в експериментальній групі, на відміну від контрольної, відсоток студентів з високими рівнями показників збільшився). Одержаний результат вказує на ефективність експериментально апробованих педагогічних умов.

Можливі відхилення значень показників від середніх рівнів характеризуються вибірковим середньоквадратичним відхиленням (1), що не суттєво змінилось для всіх показників трьох компонентів. Але це абсолютний показник розсіювання. Відносним показником розсіювання значень показників навколо середнього є вибірковий коефіцієнт варіації (2). Відповідно до результатів, представлених у табл. 2.1 – 2.3.7. визначаємо, що в експериментальній групі після застосування педагогічних умов розсіювання навколо середнього для всіх показників усіх компонентів зменшилося, а у контрольній групі за цей час розсіювання не суттєво змінилось.

**Результати статистичної обробки даних динаміки сформованості
професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки**

Показники	Група	Середнє арифметичне, \bar{x}		Дисперсія, σ^2		Середньо квадратичне відхилення, σ		Коефіцієнт варіації, V	
		До експ.	Після експ.	До експ.	Після експ.	До експ.	Після експ.	До експ.	Після експ.
потреба у самовдосконаленні	ЕГ	0.875	1.25	0.357	0.514	0.597	0.717	0.682	0.574
	КГ	0.886	0.914	0.383	0.407	0.619	0.638	0.699	0.698
розвиток професійних ціннісних орієнтацій	ЕГ	0.75	1.375	0.5	0.484	0.707	0.696	0.943	0.506
	КГ	0.743	0.943	0.591	0.568	0.769	0.754	1.035	0.8
самооцінка	ЕГ	1.25	1.375	0.688	0.547	0.829	0.74	0.663	0.538
	КГ	1.2	1.114	0.674	0.616	0.821	0.785	0.684	0.705
вираження і спрямованість рефлексії	ЕГ	0.75	1.438	0.562	0.559	0.75	0.748	1.0	0.52
	КГ	0.771	1.029	0.633	0.656	0.796	0.81	1.032	0.787
комунікативний контроль	ЕГ	0.781	1.125	0.546	0.547	0.739	0.74	0.946	0.658
	КГ	0.771	0.857	0.576	0.58	0.759	0.762	0.984	0.889
перцептивно-невербальна компетентність	ЕГ	0.656	1.125	0.476	0.547	0.69	0.74	1.052	0.658
	КГ	0.657	0.8	0.568	0.56	0.754	0.748	1.148	0.935
естетика «Я-образу»	ЕГ	0.75	1.188	0.5	0.465	0.707	0.682	0.943	0.574
	КГ	0.686	0.886	0.558	0.616	0.747	0.785	1.089	0.886
самоактуалізація особистості	ЕГ	0.688	1.281	0.527	0.515	0.726	0.718	1.055	0.56
	КГ	0.686	0.829	0.558	0.599	0.747	0.774	1.089	0.934
дієвість знань	ЕГ	0.531	1.156	0.437	0.569	0.661	0.754	1.245	0.652
	КГ	0.629	0.714	0.462	0.49	0.68	0.7	1.081	0.98
самоорганізація діяльності	ЕГ	0.656	1.219	0.476	0.483	0.69	0.695	1.052	0.57
	КГ	0.629	0.771	0.519	0.519	0.72	0.72	1.145	0.934
метакогнітивна поведінка	ЕГ	0.562	1.406	0.434	0.429	0.659	0.655	1.173	0.466
	КГ	0.686	0.714	0.501	0.547	0.708	0.74	1.032	1.036

За даними табл. 2.3.8. та формулою (2) обчислимо коефіцієнти варіації для експериментальної та контрольної груп. Для групи ЕГ до експерименту маємо наступний коефіцієнт варіації

відповідно після експерименту

Бачимо, що дані після експерименту менш розсіяні, тобто результати дослідження мають більшу стабільність.

Таблиця 2.3.8.

***Статистичні характеристики динаміки сформованості професійного
іміджу політологів у процесі фахової підготовки***

Група	Середнє арифметичне		Дисперсія		Середньоквадратичне відхилення	
	до експ.	після експ.	до експ.	після експ.	до експ.	після експ.
ЕГ	0.75	1.267	0.551	0.531	0.742	0.729
КГ	0.758	0.87	0.588	0.591	0.767	0.769

Для контрольної групи у констатувальному зрізі маємо коефіцієнт варіації

відповідно у контрольному зрізі маємо

Бачимо, що коефіцієнти варіації для даних у констатувальному зрізі та у контрольному зрізі для КГ відрізняються незначно.

Таким чином, визначаємо, що одержані результати для експериментальних груп є більш стабільні.

Наступним кроком статистичного аналізу була перевірка гіпотези про збільшення рівнів узагальнених показників в експериментальній групі за допомогою критерію Стьюдента. Умовою його застосування є нормальний

розподіл рівнів показників сформованості професійного іміджу політологів. Нормальний розподіл є симетричним. На симетричність розподілу та відповідно на нормальний розподіл рівнів указує коефіцієнт асиметрії. Вибіркова оцінка коефіцієнта асиметрії визначається за формулою:

$$A_k = \frac{1}{n\sigma^3} \sum_{i=1}^k (x_i - \bar{x})^3 n_i$$

Тут, як і раніше x_i – це рівні показників (низькому рівню відповідає значення $x_1 = 0$, середньому рівню – значення $x_2 = 1$ та високому рівню – значення $x_3 = 2$), k – число рівнів відповідного показника, n_i – кількість студентів відповідного рівня, n дорівнює 32 та 35 відповідно для ЕГ і КГ.

Перевіримо нульові гіпотези про нульове значення коефіцієнту асиметрії та відповідно про нормальний розподіл даних у експериментальних та контрольних групах. Для перевірки використовуємо коефіцієнти асиметрії.

Обчислимо коефіцієнти асиметрії для експериментальної та контрольної груп. Для групи ЕГ до експерименту маємо наступний вибірковий коефіцієнт асиметрії

відповідно після експерименту

Для групи КГ при констатувальному зрізі маємо коефіцієнт асиметрії

відповідно при контрольному зрізі маємо

Порівняємо вибіркові коефіцієнти асиметрії з критичними значеннями для гіпотези про нормальність розподілу. Критичні значення визначаються об'ємом вибірки. Порівнявши вибіркові коефіцієнти асиметрії з критичними значеннями для гіпотези про нормальність розподілу, робимо висновок: коефіцієнт асиметрії для експериментальної групи та контрольної групи несуттєво відрізняється від нуля, але зменшився. Це вказує на нормальний

розподіл рівнів серед студентів груп. Таким чином, ми можемо використовувати t-критерій Стьюдента.

Сформулюємо нульову та альтернативну гіпотези для експериментальної та контрольної груп. Отже, нульова гіпотеза H_0 полягає у наступному: різниця середніх показників двох сукупностей об'єктів – експериментальної (контрольної) групи до і після застосування методик є несуттєвою для $k = N_1 + N_2 - 2$ ступенів свободи, тобто високий рівень сформованості професійного іміджу політологів в експериментальній групі пояснюється випадковими чинниками.

Альтернативна гіпотеза H_1 полягає у наступному: різниця середніх показників двох сукупностей об'єктів – експериментальної (контрольної) групи до і після застосування методик є суттєвою для $k = N_1 + N_2 - 2$ ступенів свободи, тобто саме запровадження обґрунтованої системи пояснює високий рівень сформованості професійного іміджу політологів в експериментальній групі.

Емпіричне значення t-критерію Стьюдента визначається за формулою:

$$t = \frac{\bar{x}_2 - \bar{x}_1}{\sqrt{\frac{\sigma_1^2}{N_1} + \frac{\sigma_2^2}{N_2}}} \quad (3)$$

де \bar{x}_1 та \bar{x}_2 – середні показники, що порівнюються;

N_1, N_2 кількість студентів у групі (експериментальної або контрольної) до і після експерименту (у нашому випадку $N_1 = N_2$);

σ_1^2 та σ_2^2 – значення дисперсії ознаки, що аналізується.

У таблиці значень критичних точок розподілу t-критерію ступеням свободи $k_I=32+32-2=62$ (у випадку ЕГ) та $k_I=35+35-2=68$ (у випадку КГ) при рівні значущості $p=0,05$ відповідне табличне значення критерію Стьюдента [2] є $t_{tab}=1,99$. Знайдемо фактичні значення критерію Стьюдента за даними таблиці 2.4. та формулою (3).

Для експериментальної групи ЕГ маємо:

Для контрольної групи КГ маємо:

Таким чином, фактичні значення різниці середніх для експериментальної групи більше табличного критичного, а отже, можна зробити висновок, що різниця між середніми величинами рівнів сформованості професійного іміджу політологів в експериментальній групі є статистично значущою, а різниці між двома сукупностями (контингентом експериментальної групи до і після впровадження методик) суттєві та не випадкові. Цей факт є підставою до відхилення нульової гіпотези та прийняття альтернативної для експериментальної групи.

Навпаки, фактичне значення різниці середніх для контрольної групи менше табличного критичного, отже, можна зробити висновок, що різниці між середніми величинами рівнів сформованості професійного іміджу політологів контрольної групи є статистично незначущими та пояснюються випадковими чинниками. Цей факт є підставою для прийняття нульової гіпотези для контрольної групи.

Проведене дослідження щодо впровадження педагогічних умов формування професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки дозволило позитивно вплинути на результат експерименту. Так, її сформованість на високому рівні визначено у 43.466%; на середньому рівні – у 39.772% студентів ЕГ, тоді як у студентів контрольної групи було визначено високий та середній рівні сформованості професійного іміджу політологів відповідно 23.897% та 39.22%.

Ці результати є статистично значущими відповідно представлених обчислень за методами математичної статистики.

Отже, висунута на початку дослідження гіпотеза щодо позитивного впливу теоретично обґрунтованих та реалізованих у навчально-виховному

процесі ЗВО педагогічних умов на рівень сформованості професійного іміджу політологів знайшла своє підтвердження.

Для підтвердження значущості статистичних висновків застосуємо критерій Фішера. Перевірка значної різниці між розподілом рівнів в експериментальній та контрольній групах за цим критерієм здійснюється для кожного рівня узагальнених даних окремо. Таким чином, для кожного рівня експериментальної та контрольної груп висувається нульова гіпотеза H_0 : частка відповідного рівня у двох сукупностях об'єктів – експериментальної (або контрольної) групи до і після застосування методик несуттєво змінилася. Альтернативна гіпотеза H_1 – полягає у тому, що зміни часток суттєві.

Для застосування критерію Фішера перекладемо відсоткові частки рівнів узагальнених даних табл. 2.2 у величини центрального кута, який вимірюється в радіанах, за формулою:

$$\varphi_i = 2 \arcsin(\sqrt{m_i})$$

де $m_i = \frac{n_i}{100}$ – відсоткові частки відповідного рівня для експериментальної (або контрольної) групи до і після застосування методик, що виражена у частках одиниці.

Відповідно емпіричне значення критерію одержуємо за формулою:

де φ_1 – кут, що відповідає більшій відсотковій частці; φ_2 – кут, що відповідає меншій відсотковій частці m_i ; N_1 – кількість спостережень у першій вибірці; N_2 – кількість спостережень у другій вибірці.

Визначимо табличне значення критерію Фішера при рівні статистичної значущості 0,01 та при ступенів свободи $k_1=32+32-2=62$ (у випадку ЕГ) та $k_2=35+35-2=68$ (у випадку КГ): $\varphi_{кр}^* = 1.78$. За узагальненими даними табл. 2.2 обчислили емпіричні значення критерію, результати узагальнили у табл. 2.3.9.

Таким чином, для високого та низького рівнів експериментальної групи одержуємо, що вимірне значення критерію Фішера більше критичного табличного, тобто сформованість професійного іміджу політологів після експерименту в групі ЕГ статистично значущо позитивно змінилася (доля високого рівня статистично значущо збільшилася, а доля низького рівня статистично значущо зменшилася). З іншого боку, для високого та низького рівнів контрольної групи одержуємо, що вимірне значення критерію Фішера менше критичного табличного, тобто сформованість професійного іміджу політологів в контрольній групі КГ статистично несуттєво змінилася. Таким чином, можна зробити висновок про статистичну значущість одержаних результатів.

Таблиця 2.3.9.

Результати статистичної значущості експерименту за критерієм Фішера

Рівні	Частка до експ. %	Частка після експ. %	φ_i^1 (для більшої частки) радіан	φ_i^2 (для меншої частки) радіан		Співвідношення
ЕГ високий рівень	18.181	43.466	1.44	0.881	2.235	$\varphi_i^* > \varphi_{кр}^*$
КГ високий рівень	20.26	23.897	1.022	0.934	0.367	$\varphi_i^* < \varphi_{кр}^*$
ЕГ середній рівень	38.638	39.772	1.365	1.342	0.093	$\varphi_i^* <$
КГ середній рівень	35.326	39.22	1.353	1.273	0.337	$\varphi_i^* < \varphi_{кр}^*$
ЕГ низький рівень	43.181	16.762	1.434	0.844	2.361	$\varphi_i^* > \varphi_{кр}^*$
КГ низький рівень	44.414	36.883	1.459	1.305	0.642	$\varphi_i^* < \varphi_{кр}^*$

Отже, отримані статистичні розрахунки експерименту дозволили зробити загальний висновок: гіпотеза, висунута при дослідженні, знайшла

своє підтвердження в ході проведеного експерименту, завдання вирішені й мета досягнута, що підтверджує результативність функціонування запропонованої моделі формування професійного іміджу в системі фахової підготовки майбутніх політологів.

Висновки до розділу 2

У другому розділі дослідження розкрито організаційно-процесуальні аспекти педагогічного експерименту, представлено його формувальний етап, здійснено якісний аналіз результатів і статистичну обробку даних.

Розроблено систему оцінки сформованості професійного іміджу політолога у вигляді критеріїв – *потребового, особистісного, когнітивно-праксіологічного*, показників її визначення. Відповідно до виділених критеріїв визначено рівні їх сформованості (*продуктивний, репродуктивний, фрагментарний*), розкрито їхнє змістовне наповнення.

З'ясовано стан проблеми сформованості професійного іміджу майбутніх політологів. Проаналізовано дані щодо наявних уявлень викладачів і студентів про сутність поняття «професійний імідж», значущість цього феномена для професійної діяльності політолога й фактори, що сприяють чи стримують його формування. На підставі аналізу результатів проведеного опитування зроблено висновок, що більшість викладачів закладів вищої освіти достатньою мірою обізнані щодо суті поняття «професійний імідж», упевнені в необхідності приділяти особливу увагу формуванню в майбутніх політологів професійного іміджу в процесі їх фахової підготовки, але вважають, що в їхньому університеті відсутні необхідні для цього педагогічні умови й виказують потребу покращити знання щодо формування в студентів професійного іміджу. Студенти виявили недостатню інформованість щодо сутності професійного іміджу й можливостей його формування, їхні знання й уявлення стосовно цієї проблеми склалися здебільшого стихійно та ґрунтуються на поширених стереотипах, але водночас більшість опитуваних усвідомлюють цінність професійного іміджу в майбутній професійній діяльності.

Проведена педагогічна діагностика реального рівня сформованості професійного іміджу студентів експериментальної та контрольної груп продемонструвала в цілому недостатній рівень сформованості професійного

іміджу за всіма визначеними нами критеріями. Отримані дані підтвердили необхідність наукового обґрунтування педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки.

Опис процесу впровадження теоретично обґрунтованих у першому розділі педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки в практику ЗВО та аналіз його результатів дозволяє зробити такі висновки.

У процесі впровадження *першої педагогічної умови – розвиток у майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки* – активно застосовувались такі методи: біографічний аналіз, аналіз і порівняння, виконання вправ, аналіз ситуацій, кейс-метод, комунікативна атака, доведення, переконання, сугестія (навіювання), самостійна робота студентів. Сукупність цих методів, як показали отримані результати, дозволила студентам успішно аналізувати свій особистісний образ, прагнути до самовдосконалення, розвивати творчі здібності, проявляти самостійність у вирішенні проблемних питань, виявляти особливості проектування професійного іміджу в майбутній спеціальності.

Діяльність викладачів була спрямована на підвищення мотивації майбутніх політологів до оволодіння професією, формування прагнення стати фахівцем високого професійного рівня. Основними засобами й методами на заняттях виступали завдання на розуміння значущості досліджуваних понять, аналіз і оцінку власних особистісних якостей, потреб, мотивів формування професійного іміджу, бесіди й дискусії про моделі професійного спілкування й поведінки, що сприяли розвитку вмінь аналізувати отриману інформацію, робити висновки, аргументувати тощо. Заняття проводились із використанням діагностичних тестів, інформаційних, аудіовізуальних технічних засобів. У процесі самостійної роботи студенти експериментальних груп виконували завдання з пошуку літератури, обробки

й систематизації зібраного матеріалу, підготовки презентацій, складання портфоліо тощо.

Методична робота зі студентами проходила у три етапи: на першому студенти вивчали матеріал за темами «імідж», «професійний імідж», «проектування професійного іміджу»; на другому проводили самооцінку й визначали власний особистісний потенціал; на третьому вони, маючи уявлення про свій наявний образ, керуючись отриманими знаннями, слідували рекомендаціям, ефективно працюючи над створенням свого професійного іміджу.

Реалізація першої педагогічної умови позитивно вплинула на сформованість ціннісно-рефлексивного компонента професійного іміджу політолога.

Друга педагогічна умова – спрямування змісту професійної підготовки на проектування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції – дала можливість актуалізувати в учасників експериментальної групи процес самопізнання, розвивати механізм рефлексії шляхом задіяння комунікативної складової, забезпечення переходу зовнішнього діалогу у внутрішній (з самим собою), сприяння усвідомленню індивідуальних можливостей у пізнавальній діяльності особистості.

Реалізація другої умови здійснювалася на рівні навчальної діяльності (лекції-бесіди; лекції-дискусії; лекції із заздалегідь запланованими помилками; лекції-візуалізації; практичні заняття із запровадженням діалогово-дискусійних методів («мозкового штурму», «круглого столу», «аналізу ситуацій» тощо), складання інтелект-карт), на рівні квазіпрофесійної діяльності (навчальні ігри зі створенням, аналізом, розв'язанням, моделюванням і програванням різноманітних імітаційних ситуацій професійного характеру), на рівні навчально-професійної діяльності (постановка цільових завдань на оволодіння майбутньою професійною діяльністю (аналіз організації та оцінювання стилю діяльності суб'єктів

політичного процесу, самооцінка власного стилю діяльності майбутнього політолога тощо); організація творчої та науково-дослідницької діяльності (активне залучення студентів до написання рефератів, есе; підготовка виступів на науково-практичних конференціях).

Упровадження другої педагогічної умови виявилось визначальним для формування візуально-поведінкового й частково ціннісно-рефлексивного компонентів професійного іміджу студентів.

Здійснення третьої педагогічної умови – *педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності* – було спрямоване на формування в студентів професійних знань і вмінь, здатності до самоосвіти, професійної культури, громадянської відповідальності й соціальної активності, розвитку їхнього професіоналізму.

Третю педагогічну умову реалізовано завдяки впровадженню низки методів активного навчання, а саме: інтерактивні методи навчання, бесіди, обговорення, експертна оцінка, круглий стіл, міні-конференції, навчальні ділові ігри, індивідуально-дослідницькі завдання, комплексно-аналітичне моделювання, сократівський метод, мозковий штурм, вирішення навчально-професійних ситуацій, метод кейсів, метод портфоліо, методи тренінгового навчання, арт-терапевтичні техніки та ін.

Уведення вказаної умови передбачало також здійснення педагогічного супроводу самовиявлення студентами професійного іміджу шляхом впровадження в навчальний процес циклу факультативних тренінгових занять, на якому студенти ознайомились з практичними прийомами саморозвитку, оволодівали методичними прийомами самовиховання, практичними вміннями й навичками конструювання професійного іміджу.

Створенню сприятливих умов для самовиявлення студентами експериментальних груп професійного іміджу сприяли організація онлайн майстер-класів відомими українськими політологами, зустрічі з пенсіонерами міста, проведені студентами лекції для старшокласників, їхня активна

волонтерська діяльність. Всі ці заходи мали за мету формування в майбутніх політологів професійного досвіду, здатності до міжособистісного спілкування, ведення професійного діалогу, передбачення й упередження помилок у професійній діяльності, розвиток уміння реагувати на неординарні моменти в ній.

З'ясовано, що реалізація в навчальному процесі третьої педагогічної умови активізує формування ціннісно-рефлексивного й професійно-діяльнісного компонентів професійного іміджу майбутніх політологів.

Подано опис формувального етапу експерименту, який передбачав дослідно-експериментальну перевірку й реалізацію в навчально-виховному процесі закладу вищої освіти педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки.

На підставі зіставлення отриманих результатів, їхнього кількісного та якісного аналізу виявлено, що реалізація педагогічних умов формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки призвела до суттєвих статистично значущих змін у рівні сформованості професійного іміджу студентів експериментальної групи.

Статистична значущість отриманих результатів була підтверджена шляхом використання критерію Фішера для незалежних вибірок.

Узагальнення отриманих результатів дозволило констатувати, що мету дисертаційної роботи досягнуто, а вирішені завдання та підтверджена гіпотеза дали змогу сформулювати загальні висновки.

Матеріали, які увійшли до розділу, опубліковано автором у наукових статтях і матеріалах конференцій [126; 127; 128; 129; 130; 132; 134].

ВИСНОВКИ

У дисертації здійснено теоретичне узагальнення проблеми формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки та запропоновано її практичне розв'язання, що виявляється в обґрунтуванні й експериментальній перевірці педагогічних умов, які забезпечують ефективність цього процесу. Результати пошуку підтвердили провідні положення наукового задуму, свідчать про ефективність розв'язання завдань дослідження й надають можливість сформулювати **загальні висновки**.

1. На підставі аналізу сучасного стану проблеми в науковій літературі розкрито теоретичні засади формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, визначено зміст та ознаки феномена «професійний імідж» щодо професійної діяльності майбутніх політологів, що розглядається як інтегральний образ, цілеспрямовано створений з метою особистісного й професійного самовдосконалення, що поєднує в собі усвідомлений світогляд, зовнішній вигляд і сформовані професійно значущі характеристики, активне виявлення яких забезпечує індивідуальний стиль професійної діяльності та професійну самопрезентацію політолога.

2. У процесі дослідження визначено компонентно-структурний зміст професійного іміджу політолога. Доведено, що структура цього феномена є сукупністю таких рівноцінних взаємопов'язаних компонентів: ціннісно-рефлексивного, візуально-поведінкового, професійно-діяльнісного. Означено функції, що виконує кожний з компонентів: мотиваційна, аксіологічна й рефлексивна (ціннісно-рефлексивний компонент), естетична, емотивна, функція міжособистісної адаптації (візуально-поведінковий компонент), номінативна, інформаційна, конативна, когнітивна та креативна функції (професійно-діяльнісний компонент).

Установлено критерії та показники сформованості професійного іміджу майбутніх політологів: потребовий (потреба у професійному розвитку й саморозвитку (потреба у самовдосконаленні, розвиток професійних ціннісних орієнтацій), рефлексивність (самооцінка, вираження й

спрямованість рефлексії)), особистісний (комунікативний контроль, уміння самопрезентації в умовах професійної діяльності (перцептивно-невербальна компетентність, естетика «Я-образу»), самоактуалізація особистості) та когнітивно-праксіологічний (дієвість знань; уміння і навички іміджеформуючої діяльності (самоорганізація діяльності, метакогнітивна поведінка). Відповідно до виділених критеріїв визначено рівні їхньої сформованості (продуктивний, репродуктивний, фрагментарний), висвітлено зміст показників кожного критерію, дібрано джерела інформації з діагностування (анкети, питальники, тести, діагностичні методики тощо).

3. Розроблено модель формування професійного іміджу політолога, що охоплює чотири блоки, взаємозв'язки між якими забезпечують системну цілісність професійного іміджу як результату функціонування моделі в системі фахової підготовки майбутніх політологів: 1) методологічно-цільовий – мета (формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки), завдання (сформувати в студентів знання з іміджеології; мотивувати їх до розвитку необхідних особистісних якостей, формування власного професійного іміджу, його вдосконалення), наукові підходи (системний, особистісно-діяльнісний, акмеологічний, аксіологічний) і принципи (об'єктивності, системності, єдності теорії та практики, свідомості, активності й самостійності, науковості й доступності, професійної спрямованості, варіативності, доцільності); 2) структурно-змістовний – зміст процесу формування професійного іміджу політолога (знання, вміння й навички, що формуються в процесі навчання й досвіду волонтерської діяльності, реалізуються в єдності аудиторної й позааудиторної роботи та впливають на позитивні зміни у візуально-поведінковому, ціннісно-рефлексивному й професійно-діяльнісному компонентах); 3) процесуально-технологічний – педагогічні умови формування професійного іміджу політолога; організація процесу його формування (форми, методи і засоби навчання); 4) аналітико-результативний

(критерії, показники й рівні сформованості професійного іміджу майбутніх політологів).

Виокремлено й теоретично обґрунтовано педагогічні умови формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки: *розвиток стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки; спрямування змісту професійної підготовки на проєктування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції; педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.* На основі зіставлення отриманих у проведеному педагогічному експерименті результатів, їх кількісного та якісного аналізу виявлено, що реалізація в навчально-виховному процесі фахової підготовки в закладі вищої освіти педагогічних умов формування професійного іміджу політолога призвела до суттєвих статистично значущих змін у рівні сформованості професійного іміджу студентів. Виявлено важливий кореляційний зв'язок між компонентами досліджуваного феномену, статистичну достовірність отриманих результатів, підтверджену за допомогою F-критерію Фішера. Результати експерименту є переконливою підставою для того, щоб уважати досягнутою мету й завдання дисертаційного дослідження.

4. Розроблено й упроваджено організаційне та навчально-методичне забезпечення формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, зокрема методичні вказівки для викладачів «Формування в майбутніх політологів професійного іміджу», що містять банк завдань для проведення інтерактивних форм аудиторної та позааудиторної роботи з формування професійного іміджу з дисциплін «Вступ до спеціальності», «Іноземна мова», «Українська ідентичність: історія, культура, мова», «Політичні еліти і лідерство», «Основи професійної етики», «Політична конфліктологія», «Політичний маркетинг і реклама», «Політичний менеджмент», «Порівняльна політологія», «Політична журналістика»,

«Загальна теорія політики», «Українська політична думка», «Вибори та виборчі системи», «Партії та партійні системи» тощо; методичні рекомендації для самостійної роботи студентів з інструктивними матеріалами щодо їхнього виконання; методичні завдання для проведення тренінгових занять зі студентами, зміст яких спрямований на поглиблення й закріплення теоретичних знань щодо іміджу, набуття майбутніми політологами особистісних якостей і практичних поведінкових навичок, необхідних для ефективного формування іміджелогічної компетентності у професійній сфері; пакет діагностичних матеріалів для визначення рівня сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів окресленої проблеми, подальший його розвиток вбачається в розробці механізмів формування професійного іміджу в студентів-поліологів, які мають різний рівень його сформованості на момент вступу на навчання в магістратуру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абашкіна Н.В. Принципи розвитку професійної освіти в Німеччині: монографія. Київ: Вища шк., 1998. 207 с.
2. Абульханова-Славская К.А. Стратегия жизни. Москва : Издательство «Мысль», 1991. 299 с.
3. Академічний тлумачний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/>.
4. Алексюк А. М., Аюрзанайн А. А., Підкасистий П. І. Організація самостійної роботи студентів в умовах інтенсифікації навчання : навч. посіб. Київ : ІСДО, 1993. 336 с.
5. Андреева О. М. Формування професійного іміджу педагога в процесі підготовки студентів педколеджу. *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Педагогічні науки.* 2013. № 13 (1). С. 220–226.
6. Андрущенко В. П. Пріоритети для освіти ХХІ ст. *Вища освіта України. Тематичний випуск «Педагогіка вищої школи; методологія, теорії, технології».* 2009. № 3. Київ : Гнозис, 2009. С. 7-8.
7. Артемьева О.А., Макеева М.Н. Система учебно-ролевых игр профессиональной направленности : монография. Тамбов : Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. 208 с.
8. Атаманська К. І. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології.* 2014. № 4. С. 196-202.
9. Багдай Е.В. Формирование рефлексивной позиции студента в процессе изучения гуманитарных дисциплин : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Киров, 2007. 186 с.
10. Балахтар В. Емпіричне вивчення сформованості іміджу особистості фахівця із соціальної роботи на різних стадіях професійного

становлення. *Проблеми сучасної психології Збірник наукових праць КПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. 2018. Вип. 42. С. 9-30.

11. Балл Г.О. Гуманістичні засади педагогічної діяльності. *Педагогіка і психологія*. 1994. Вип. 2. С. 3-4.

12. Барановская Л. А. Формирование социальной ответственности студента в социокультурном образовательном пространстве: автореф. дис. ... докт. пед. наук: спец. 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования». Чита, 2012. 42 с.

13. Барашков Г.М., Сергеева Е.В. Политология: творческие задания, практические упражнения, тесты: учебно-методическое пособие для студентов юридических специальностей. Саратов: Издательский центр «Наука», 2012. 141 с.

14. Барбіна Є. С., Дзядевич Ю. В. Особливості формування професійного іміджу вчителя. *Педагогічні науки : зб. наук. пр.* 2011. Вип. 59. С. 195-200.

15. Барна Н. В. Іміджелогія : навч. посібник для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бобика. Київ : Університет «Україна», 2007. 217 с.

16. Барна Н. В., Уланова С. І. Естетика іміджмейкінгу: монографія. Київ : Відкритий міжнар. ун-т розв. людини «Україна», 2010. 200 с.

17. Басалаева Н.В. Особенности смыслообразования в условиях квазипрофессиональной деятельности : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 – «Общая психология, психология личности, история психологи». Барнаульский государственный педагогический университет. Барнаул, 2006. 25 с.

18. Батаршев А.В. Система психолого-педагогического сопровождения профессионально-личностного развития педагога. *Человек и образование*. 2015. № 1 (42). С. 16-21.

19. Бебик В. М. Політичний маркетинг і менеджмент у демократичному суспільстві : автореф. дис. ... д-ра політ. наук: 23.00.02. Київ, 1996. 32 с.
20. Беспалько В. П., Татур Ю. Г. Системно-методологическое обеспечение учебно-воспитательного процесса подготовки специалиста. Москва : Высш. шк., 1989. 141 с.
21. Беляева М.А., Самкова В.А. Азы имиджеологии : имидж личности, организации, территории : учеб. пособие для вузов. Москва; Екатеринбург : Кабинетный ученый Федор Еремеев, 2017. 227 с.
22. Бибики С. П., Сютя Г. М.; Словник іншомовних слів. Тлумачення, словотворення та слововживання : близько 35000 слів і словосполучень / за ред. С. Я. Єрмоленко. Харків: Фоліо, 2005. 623 с
23. Білик Т.М. Концептуальний простір поняття імідж у психологічній літературі. *Психологічні перспективи*. 2011. Вип. 17. Луцьк, РВВ «Вежа» Волинського національного університету імені Лесі Українки. С. 12-19.
24. Боброва М. П. Дидактическая подготовка педагогических кадров дошкольных учреждений в контексте профессиональной деятельности : автореф. дисс. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования». Барнаул, 1997. 17 с.
25. Богданов Е.Н., Зазыкин В.Г. Психологические основы «Пабликрилейшнз». Санкт-Петербург : Питер, 2003. 208 с.
26. Бойко В. В. Энергия эмоций в общении: взгляд на себя и на других. Москва : Филинь, 1996. 472 с.
27. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу. *Управління школою*. № 7–9 (37–381), березень. 2013. С. 51–55.
28. Бондаренко В. І. Формування іміджу майбутнього вчителя технологій в системі виховної роботи педагогічного університету : монографія. Слов'янськ : Б. І. Маторін, 2015. 460 с.

29. Бородаева Г.Г., Руднева И.А. Волонтерская деятельность как фактор формирования личности студента. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 4; URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=14037>
30. Борытко Н. М. Гуманитарно-целостная стратегия воспитания. *Известия Волгоградского государственного педагогического университета*. 2008. № 1. С. 40-44.
31. Бражнич О. Г. Педагогічні умови диференційованого навчання учнів загальноосвітньої школи: дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.09 «Теорія навчання». Кривий Ріг, 2001. 238 с.
32. Бутенко Н. Формування і презентація іміджу викладача як складова його професійно-педагогічної культури та запорука ефективної діяльності. *Вісник Львівського університету. Серія «Педагогіка»*. 2005. Вип. 19. Ч. 1. С. 96-103.
33. Бухаркова О. В., Горшкова Е. Г. Имидж лидера: технология создания и продвижения. Тренинговая программа. Санкт-Петербург : Речь, 2007. 222 с.
34. Вайніленко Т.В. Сутність та зміст професійно-педагогічного самовдосконалення. *Науковий вісник Чернівецького університету. Серія: Педагогіка і психологія : збірник наукових праць*. 2005. Вип. 278. С. 13-20.
35. Вайнола Р. Х. Реалізація особистісно орієнтованого підходу в процесі професійно-орієнтованої практики майбутніх соціальних педагогів. *Вісник Глухівського державного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки*. 2011. Вип. 15. С. 28-32.
36. Валеева О.Н. Педагогический потенциал образовательной организации как средство формирования имиджа студента: автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования». Оренбургский государственный педагогический университет. Оренбург, 2016. 25 с.

37. Варбан М. Ю. Рефлексія професійного становлення в студентські роки : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : 19.00.01. Київ, 1999. 18 с.
38. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за ред. В. Т. Бусел. Київ, Ірпінь : Перун, 2005. 1728 с.
39. Великий тлумачний словник сучасної української мови / за ред. А.А. Загнітко. Донецьк : ТОВ ВКФ «БАО», 2008. 704 с.
40. Вербицкий А. А., Ильязова М. Д. Инварианты профессионализма: проблемы формирования: монография. Москва: Логос, 2011. 288 с.
41. Вергун Д. В. Соціокультурні контексти функціонування іміджу. *Актуальні проблеми філософії та соціології*. 2015. Вип. 6. С. 38-40.
42. Вергун Д.В. Соціокультурні контексти проектування та функціонування концепту іміджу: дис. ... канд. флос. наук : 09.00.03 «Соціальна філософія та філософія історії». КНУ імені Тараса Шевченко, Київ, 2017. 185с.
43. Вієвська М.Г. Соціальна відповідальність сучасного фахівця як підґрунтя його продуктивної професійної діяльності. *Наука і освіта*. 2015. № 9. С. 19-24.
44. Вільний тлумачний словник. Новітній онлайнний словник української мови. URL: <http://sum.in.ua/f/imidzh>
45. Волкова Н.П., Батраченко І.Г. Формування рефлексії магістрантів педагогіки вищої школи у процесі професійної підготовки. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія»*. Педагогічні науки. 2015. № 1 (9). С. 94-101.
46. Воловик П.М. Проблеми порівняння результатів педагогічних експериментів. *Неперервна професійна освіта: теорія і практика*. 2002. Вип. I (5). С. 121-127
47. Волосюк Т.В. Результати констатувального експерименту з формування професійного іміджу майбутніх майстрів виробничого навчання

будівельного профілю. *Вісник Черкаського університету: Педагогічні науки*. 2016. № 9. С. 46-53.

48. Вонсович В. П. Використання імітаційних технологій і прийомів у навчально-професійній діяльності студентів. URL: <http://www.nbuiv.gov.ua>.

49. Вступ.Освіта.UA. URL: <https://vstup.osvita.ua/spec/1-40-1/0-93-0-0-0-0/>

50. Газман О. С. Педагогика свободы: путь в гуманистическую цивилизацию XXI века. *Классный руководитель*. 2000. № 3. С. 47-53.

51. Ганичева А.Н., Каитов А.П. Контекстный подход и квазипрофессиональная деятельность в подготовке студентов бакалавриата к проектной деятельности *Известия института педагогики и психологии образования МГПУ*, Июнь 2018; URL: <http://izvestia-ippo.ru/ganicheva-a-n-kaitov-a-p-kontekstnyu-po/>

52. Гасаненко Е.А. Формирование готовности студентов технического вуза к проектированию профессионального имиджа : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08 «Теория и методика профессионального образования»; Магнитогорский государственный технический университет им. Г.И. Носова. Магнитогорск, 2019. 192 с.

53. Гіптерс З. В. Культурологічний словник-довідник. Київ : ВД «Професіонал», 2006. 328 с.

54. Глузман Н.А. Формирование профессионального имиджа социального педагога. *Образование и наука*. 2017. № 9 (19). С. 52-69.

55. Гончаренко С.У. Педагогічні дослідження: Методологічні поради молодим науковцям. Київ-Вінниця: ДОВ «Вінниця», 2008. 278 с.

56. Гончаренко С. Український педагогічний словник. Київ: Либідь, 1997. 376 с.

57. Горбатенко І.А. Деякі питання практичної підготовки студентів-політологів. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 22, Політичні науки та методика викладання*

соціально-політичних дисциплін : збірник. Київ : Вид-во НПУ ім. М.П. Драгоманова, 2011. Вип. 6. С. 124-128.

58. Горovenko O.A. Формування особистісно-професійного іміджу вчителя загальноосвітнього навчального закладу засобами самопрезентації : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04; ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди», Переяслав-Хмельницький. 2013. 271с.

59. Горкавий В.К. Математична статистика: навч. посібн. Київ: ВД «Професіонал», 2004. 384 с.

60. Горчакова В. Г. Прикладная имиджелогия. Ростов н/Д : Феникс, 2010. 478 с.

61. Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого навчального закладу. *Гуманітарний вісник*. 2007. № 19 .С. 14–21.

62. Грень Л.М. Педагогічні умови формування у студентів вищих технічних навчальних закладів спрямованості на успішну професійну діяльність : автореф. дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти»; ХНПУ імені Г.С.Сковороди; Харків, 2010. 23 с.

63. Грень Л.М. Розвиток мотиваційної сфери студентів як основа досягнення успіху в майбутній професійній діяльності. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти: зб. наук. пр.* Харків : УПА, 2010. № 28-29. С. 209-214.

64. Гринчук О., Назарчук Н. Імідж майбутнього психолога: особливості уявлень студентської молоді. *Збірник наукових праць: психологія*. ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника». Івано-Франківськ. 2019. Вип. 23. С. 26-35.

65. Губский Е.Ф., Кораблева Г.В., Лутченко В.А. Философский энциклопедический словарь. Москва: Инфра-М, 2012. 570 с.

66. Гузій Н. І Педагогічний імідж і професійна культура. *Творча особистість вчителя: проблеми теорії і практики* : зб. наук, праць. Київ, 1997. С 28-31.

67. Данильчук Л. О. Формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Житомир, 2007. 20 с.
68. Денищич Т.А. Розвиток комунікативних умінь і навичок майбутніх фахівців з історії і політології : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.02, Херсон. держ. ун-т., Херсон, 2012. 200 с.
69. Денисюк С.Г. Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури: особливості формування та механізми реалізації: дис... канд. політичних наук : 23.00.03. Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2007. 209 с.
70. Дент Ф. Э. Управление саморазвитием. Карманный справочник. - Москва : НИРРО, 2004. 112 с.
71. Дзядевич Ю. В. Педагогічні умови формування професійного іміджу у студентів мистецьких спеціальностей : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Херсон, 2012. 323 с.
72. Довга Т.Я. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді : збірник наукових праць*. 2010. Вип. 14. Кн. I. С. 66-75.
73. Донская Л. Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы : автореф. дисс. ... канд. психол. наук. Ставрополь, 2004. 212 с.
74. Дрозденко Н.М., Дрозденко В.М. Психолого-педагогічні аспекти формування іміджу сучасного вчителя. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Серія : Педагогічні науки*. 2014. Вип. 120. С. 112-115.
75. Дудікова Л.В. Педагогічні умови підготовки майбутніх медиків до самовдосконалення. *Педагогічні науки: збірник наукових праць*. Херсон: Видавництво ХДУ. 2009. С. 289-29.

76. Дурманенко О. Теоретичний аналіз поняття «педагогічні умови» в контексті моніторингу виховної роботи у вищому навчальному закладі. *Молодь і ринок*. 2012. № 7 (90). С. 135-138.
77. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України; голов. ред. В.Г. Кремень. Київ : Юрінком Інтер, 2008. 1036 с.
78. Енциклопедія педагогічних технологій та інновацій / автор-укладач Н. П. Наволокова. Харків : Основа, 2012. 176 с.
79. Еремеева Н.А. 100 игр и упражнений для бизнес-тренингов. Санкт-Петербург: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. 128с.
80. Єрохін С.А., Нікітін Ю.В., Нікітіна І.В. Концепція професійної мотивації студентів як фактору конкурентності на ринку праці. *Юридична наука*. 2011. №1. С. 20-28.
81. Єрмоменко О.А. Сутність педагогічного супроводу освітнього процесу. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2012. № 36. С. 96-100.
82. Жигір В.І. Методологічні підходи як основа науково-педагогічних досліджень у професійній освіті. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах : зб. наук. пр.* Запоріжжя : КПУ, 2016. Вип. 48 (101). С. 107-115.
83. Жулай В. І. Теоретичні виміри понять «імідж» та «репутація»: соціально-філософський аспект. *Гілея: науковий вісник : зб. наук. праць*. 2011. Вип. 46. С. 325-330.
84. Завгородня Т. Виховання іміджу як важлива складова психолого-педагогічної підготовки викладача вищої школи. *Вісник Львівського університету. Серія: педагогіка*. 2009. Вип. 25, Ч. 1. С. 87-92.
85. Заглада Л. Політологи про майбутнє України: чи буде остаточно зламані старі правила політичної гри? *Ракурс*. 26 травня 2019 р. URL: <https://racurs.ua/ua/2363-politology-pro-maybutnie-ukrayiny-chy-bude-ostatochno-zlamano-stari-pravy-la-politychnoyi-gry.html>
86. Загребельна Л.В. Педагогічні умови підготовки майбутніх менеджерів у економічних навчальних закладах. *Сучасні інформаційні*

технології та інноваційні методики навчання у підготовці фіхівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: зб. наук. праць. Київ-Вінниця: Планер, 2005. Вип. 8. С. 288-295.

87. Занюк С. С. Психологія мотивації : Навчальний посібник. Київ : Либідь, 2002. 304 с.

88. Затворнюк О.М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. *Освіта та розвиток обдарованої особистості.* 2014. № 9-10 (28-29). С. 41-44.

89. Зелюк В. В Журнал «Імідж сучасного педагога» як трибуна розвитку інноваційного потенціалу педагогів України. *Імідж сучасного педагога.* 2014. № 1. С. 4-8.

90. Зимняя И.А. Педагогическая психология: учебное пособие для вузов. Ростов н/Дону: Феникс, 1997. 480 с.

91. Зязюн І. А. Філософія поступу і прогнозу освітньої системи. Педагогічна майстерність : проблеми, пошуки, перспективи : Монографія. Київ; Глухів : РВВ ГДПУ, 2005. С. 810.

92. Зязюн І. А. Інтелектуально творчий розвиток особистості в умовах неперервної освіти. Неперервна професійна освіта: проблеми, пошуки, перспективи : Монографія. Київ : Вид-во «Віпол», 2000. С. 11 - 57.

93. Іванова О. Поняття «професійна позиція» у науковому дискурсі. *Молодь і ринок.* 2019. № 1. С. 130-135.

94. Ильин Н.П. Мотивация и мотивы. Санкт-Петербург: Питер. 2011. 512 с.

95. Ільницька У. В. Технологія «переконувального впливу» (технологія переконування) у системі іміджевих вербальних комунікацій. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць.* Київ : Міленіум, 2008. Вип. 8. С. 43-52.

96. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.04

Південноукраїнський держ. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського; Одеса, 2004. 215 с.

97. Ипполитова Н. Анализ понятия «педагогические условия»: сущность, классификация. *General and Professional Education*. 2012. № 1. С. 8-14.

98. Калюжний А.А. Використання психотехнік у формуванні іміджу вчителя. *Журнал прикладної психології*. 2005. № 6. С. 45-48.

99. Калюжний А. А. Социально-психологические основы имиджа учителя : автореф. дис. ... доктора психол. наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология». Ярославль, 2007. 50 с.

100. Камышева Е. Ю. Педагогический имидж учителя. *Известия Уральского государственного университета*. 2009. № 4 (68). С. 48–53.

101. Кайдалова Л. Г. Професійна підготовка та імідж сучасного викладача. URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppmb/texts/2009-01/09klgimt.pdf.

102. Капустюк О. М. Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості: автореф. дис. ... канд. психол. наук: 19.00.05 / АПН України. Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. Київ, 2007. 19 с.

103. Кипнис М. Энциклопедия игр и упражнений для любого тренинга Москва: АСТ, 2018. 622 с.

104. Климова Т.Е. Методы корреляционного анализа в педагогике. Магнитогорск: Магнито-гор. гос. ун-т, 2000. 146 с.

105. Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : дис... канд. психол. наук: 19.00.07; Південноукраїнський держ. педагогічний ун-т ім. К.Д.Ушинського. Одеса, 2007. 340 с.

106. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Педагогический словарь: для студ. высш. и сред. учеб. заведений Москва : Издательский центр «Академия», 2001. 176 с.

107. Козлова О. С. Психологічні засади формування професійного іміджу викладача ВНЗ. *Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2012. Т. VI., вип. 8. С. 114-121.

108. Конверський А.Є., Лубський В.І., Горбаченко Т.Г. та ін. Політологія: освітньо-професійний комплекс: напрям підготовки 030104 – «Політологія», спеціальність – «Політологія» (6.030104; 7.040301; 8.040301): Навч. посібник. – Київ: Центр учбової літератури, 2007. 680 с.

109. Концептуальні засади становлення інноваційного суспільства в Україні: монографія / кол. авт.: Г.П.Клімова, С.М.Іванов, Л.С.Шевченко та ін.; за ред. Ю.Є.Атаманової, Г.П.Клімової. Харків: Право, 2015. 450 с.

110. Компетентнісний підхід у сучасній освіті: світовий досвід та українські перспективи: Бібліотека з освітньої політики / під заг. ред. О.В. Овчарук. Київ: К.І.С., 2004. 112 с.

111. Кон И. С. Категория «Я» в психологии. *Психологический журнал*. 1981. Т. 2. № 3. С. 25-38.

112. Кондратьев Э.В., Абрамов Р.Н. Связи с общественностью: учеб. пособие. Москва: Академический Проект, 2003. 416 с.

113. Кордонова А. В. Теоретичні засади підготовки майбутніх політологів до професійної діяльності англійською мовою. *Науковий вісник Південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Педагогічні науки*. 2019. № 2. С. 14-20.

114. Коркішко А. В. Сутнісна характеристика категорії «імідж»: історико-педагогічний аспект (IX – XVIII ст.). *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2016. Вип. 2. С. 88–96.

115. Коркішко А. В. Специфіка професійного іміджу майбутнього педагога як предмет наукових досліджень. *Духовність особистості: методологія, теорія і практика*. 2017. Вип. 1. С. 103-111.

116. Коркішко А.В. Формування професійного іміджу педагогічних кадрів (за матеріалами семінару «Імідж сучасного педагога»). Електронний

каталог наукової бібліотеки ЧНУ. URL:
<https://www.pulib.sk/web/kniznica/elpub/dokument/Bernatova9/subor/Korkishko.pdf>

117. Коркішко А.В. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх магістрів педагогіки вищої школи: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 / ДВНЗ «Донбаський держ. пед. ун-т». Слов'янськ, 2018. 357 с.

118. Корсун Ю.О. Педагогічні умови формування професійної самосвідомості у майбутніх інженерів : метод. рекомендації. Вінниця: ВДПУ, 2018. 60 с.

119. Костєва Т. Роль іміджу в професії соціального працівника. *Наукові праці. Педагогіка*. Миколаїв. 2016. Випуск 257. Том 269. С.21-27.

120. Костюк В.В. Теоретичні засади творчого самовиявлення особистості студента-журналіста. *Вісник Запорізького національного університету. Педагогічні науки*. № 2(13). 2010. С. 68-73.

121. Костюченко К.Є. Педагогічні умови формування раціонально-критичного мислення у майбутніх учителів у процесі вивчення психолого-педагогічних дисциплін: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04; Кіровоград. держ. пед. ун-т ім. В. Винниченка. Кіровоград, 2011. 20 с.

122. Кравець Р.Е. Діагностика готовності до формування професійного іміджу в майбутніх політологів. *Педагогіка та психологія: виклики сьогодення*: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, Україна, 3-4 травня 2019 року). У 2-х частинах. Київ: ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2019. Ч. 2. С.25-19.

123. Кравець Р.Е. Діагностика професійного іміджу майбутніх політологів. Діагностика професійного іміджу майбутніх політологів. Пріоритетні напрями розвитку сучасних педагогічних та психологічних наук: Збірник наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (7–8 серпня 2020 р., м. Одеса). Одеса: ГО «Південна фундація педагогіки», 2020. С. 105-109.

124. Кравець Р.Е. Закономірності та специфіка формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їх фахової підготовки. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Вип. № 30. Т.4. С. 100-107

125. Кравець Р.Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: зб. наук. пр.* / [редкол.: Т.І. Сущенко (голов. ред.) та ін.]. Запоріжжя: КПУ, 2019. № 65. Т.2. С. 53-57.

126. Кравець Р.Е. Педагогічний імідж майбутнього політолога як компонент його професійної культури. *Інноваційна педагогіка: науковий журнал*. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2019. Вип. 11. Т.2. С. 67-70.

127. Кравець Р.Е. Педагогічний супровід іміджеформуючої діяльності майбутніх політологів. *Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної педагогіки та психології*: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м Львів, 26–27 червня 2020 року). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2020. С. 98-102.

128. Кравець Р.Е. Практичні шляхи розвитку в майбутніх політологів потреби у створенні професійного іміджу. *Наукові досягнення, відкриття та шляхи розвитку педагогічної науки*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 29–30 травня 2020 року). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. Ч.1. С. 152-157.

129. Кравець Р.Е. Професійні вимоги до формування іміджу майбутнього політолога. *Vysokoškolská edukácia pre "digitálnu" spoločnosť a v "informačnej" spoločnosti : Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 2. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce*. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2019. P. 152-158.

130. Кравець Р.Е. Професійний імідж майбутнього політолога: структурно-функціональна модель феномену. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія»*. Вип. 2 (10). Ч.1. С. 31-34.

131. Кравець Р.Е. Професійний імідж як важливий крок на шляху формування професійного акме. *Проблеми та шляхи реалізації компетентнісного підходу в сучасній освіті*: матеріали Міжнародної науково-методичної Інтернет-конференції, (м. Харків, 14-15 травня 2020 року). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. С. 305-309.

132. Кравець Р.Е. Професійний імідж як структурний компонент професійного статусу фахівця. *Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні* : Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 23-24 серпня 2019 року). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. С. 101-104.

133. Кравець Р.Е. Структурна модель професійного іміджу майбутнього політолога. *Освіта і формування конкурентоспроможності фахівців в умовах євроінтеграції*: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачево, 24-25 жовтня 2019 року). Мукачево: Вид-во МДУ, 2019. С. 239-241.

134. Кравець Р. Формування професійного іміджу майбутніх політологів у квазіпрофесійній діяльності. *Vzdelávaním k perspektívnemu uplatneniu. Časť 2*. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2020. P.208-214

135. Кравець Р.Е. Шляхи формування професійного іміджу майбутнього політолога. *Інноваційні наукові дослідження у галузі педагогіки та психології*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (м. Запоріжжя, 7-8 лютого 2020 року). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. Ч.1. С. 111-115.

136. Кравець Р.Е., Резван О.О. Стратегії організації іміджеформуючої діяльності майбутніх політологів. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія». Педагогічні науки.* 2020. № 1 (19). С. 264-270.
137. Кравченко О. Теоретичні засади визначення змісту категорії «самовиявлення особистості». *Актуальні питання гуманітарних наук.* Вип. 27. Том 3. 2020. С. 157-162.
138. Краткий психологический словарь / Ред.-сост. Л. А. Карпенко: Под общ. ред. А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского. Ростов н/Д : изд-во «Феникс», 1999. 512 с.
139. Кривошеїн В.В. Іміджева складова політичного світосприйняття: структура елементарного рівня. *Грані. Науково-теоретичний і громадсько-політичний альманах.* 2002. № 4. С. 117-121.
140. Криницын Е.В. Педагогические условия формирования профессионального имиджа будущего журналиста. *Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки.* 2013. №6 (178). С. 112-115.
141. Ксьонзенко М.А. Самовиховання вчителя як невід'ємна частина його професійного самовдосконалення. *Наукова скарбниця Донеччини.* 2011. №1(8). С. 84-87.
142. Кузнецова А.А., Соловьева Н.А. Динамика психологических характеристик личности студента в процессе профессионально-ориентированной волонтерской деятельности. *Образование и наука.* 2018. №7. С.151-164.
143. Кузьмін О. Є., Пирог О.В., Чернобай Л.І., Романишин С.Б., Вацик Н.О. Соціальна відповідальність: навчальний посібник. Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2016. 328 с.
144. Курлянд З. Н. Методика діагностики і формування професійної усталеності майбутніх учителів. Одеса, 1993. 242 с.
145. Курлянд З. Н. Становлення позитивної «Я-концепції» майбутнього вчителя : монографія. Одеса, 2005. 142 с.

146. Курлянд З.Н. Формирование учителя-мастера в контексте становления его позитивной Я-концепции. *Проблеми педагогіки вищої школи* : збірник наукових праць. Одеса : ПДПУ імені К.Д.Ушинського. 2003. Вип. I. С. 3-5.
147. Куцова О.М. Стратегії формування іміджу політичного лідера: регіональний вимір: автореф. дис. ... канд. політ. наук : 23.00.02; Південноукр. держ. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського. Одеса, 2010. 17 с.
148. Кыверялг А. А. Методы исследования в профессиональной педагогике. Таллин: Валгус, 1980. 335 с.
149. Леонтьев А.Н. Деятельность. Сознание. Личность. Москва: Смысл, Академия, 2005. 352 с.
150. Лікарчук Н.В. Формування іміджу політичного лідера в процесі виборчої кампанії: автореф. дис. ... канд. політ. наук: 23.00. 02; Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Київ, 2003. 21 с.
151. Лісниченко А.П. Підготовка майбутнього вчителя до творчої самореалізації в професійній діяльності : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 ; Вінниц. держ. пед. ун-т ім. М. Коцюбинського. Вінниця, 2011. 20 с.
152. Литвин А. Типологія поняття «умови» в науково-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка і психологія професійної освіти*. 2013. № 5. С. 9-28.
153. Литвинова Т. Н. Обучающая игра в развитии профессиональных компетенций студентов-международников: на примере имитации «Внешняя политика государства». *Вестник МГИМО*. 2009. №6. С.120-131.
154. Лозова В.І., Троцько Г.В. Теоретичні основи виховання і навчання : навч.посіб. Харків :Харк. держ. пед. ун-т ім. Г.С. Сковороди, 2002. 400 с.
155. Лосєва Н.М. Саморозвиток викладача вищої школи : навчальний посібник. Донецьк : ДонНУ, 2003. 336 с.
156. Ляшенко І.В. Формування професійної мотивації студентів до успішної фахової діяльності. *Народна освіта*. 2013. Вип. 1 (19). URL: <http://www.narodnaosvita.kiev.ua/vupysku/19/statti/lyashenko.htm>

157. Мазоренко М. О. Психологічні складові іміджу сучасного фахівця. *Вісник Національного університету оборони України. Питання психології*. Харків, 2012. Вип. 4. С. 187-199.

158. Мазоренко М.О. Психологічна структура іміджу професіонала. *Проблеми екстремальної та кризової психології. Збірник наукових праць*. Вип. 9. Харків: НУЦЗУ, 2011. С. 177-184.

159. Майборода В., Ярошенко О., Скиба Ю. Теоретичні засади науково-дослідницької діяльності суб'єктів освітнього процесу університетів: практичний посібник. Київ : Інститут вищої освіти НАПН України, 2015. 174 с.

160. Макар Л.М. Теоретичні аспекти організації освітнього середовища у педагогічному процесі. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2013. № 32 (85). С. 314-323.

161. Макарова Г.Г. Критерії, показники та рівні професійного розвитку студентів педагогічних ВНЗ. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. : Педагогічні науки*. 2013. Вип. 113. С. 178-183.

162. Макаровець Ю. В. Дослідження іміджу публічної особи у лінгвістиці. *Наукові записки НДУ імені М. Гоголя. Філологічні науки*. 2013. Книга 3. С. 75-80.

163. Максимюк С. П. Педагогіка: навчальний посібник. Київ: Кондор, 2005. 667 с.

164. Малишенко Л. О. Політичний імідж: питання визначення та класифікації . *Сучасне суспільство*. 2014. Вип. 1. С. 95-104.

165. Марєєва Т. В. Позитивний професійний імідж майбутнього вихователя дошкільного навчального закладу: актуальність та перспективи наукових досліджень. *Вісник інституту розвитку дитини. Серія: Філософія. Педагогіка. Психологія*. 2012. Вип. 24. С. 98-102.

166. Маркин В.М. «Я» как личностная характеристика государственного служащего. Имидж госслужбы. Москва : Аспект пресс, 1996. 122 с.
167. Марусинець М.М. Рефлексивна позиція у формуванні професійного становлення майбутнього вчителя. *Гірська школа Українських Карпат*. 2013. № 8-9. С. 93-97.
168. Марусинець М.М., Долгопол О.О., Соціально-гуманітарний контекст формування іміджу майбутнього політолога. *Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Сер.: Педагогічні науки. зб. наук. пр. / Глухів. нац. пед. ун-т ім. Олександра Довженка. Глухів: [б. в.], № 2. 2020. С. 47-53.*
169. Марченко О. О. Закономірність та специфіка формування професійно-особистісного іміджу майбутніх інженерів-механіків. *Проблеми та перспективи формування національної гуманітарно-технічної літи : зб. наук. пр. : матер. Всеукраїнської наук.-практ. конф. «Психолого-педагогічні аспекти формування управлінського потенціалу сучасної молоді: теорія і Практика»*, 22 жовтня 2014 р. / ред. Л.Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, О. Г. РОМАНОВСЬКИЙ. Харків : НТУ «ХП», 2014. Вип. 40-41 (44-45). С. 23-30.
170. Марченко О. О. Критерії сформованості професійно-особистісного іміджу майбутніх інженерів-механіків. Міжнародна науково-теоретична конференція студентів і аспірантів «Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта і соціальний прогрес». Харків: НТУ «ХП», 2015. С. 213–215.
171. Маслоу А. Мотивация и личность. Санкт-Петербург: Питер, 2012. 352 с.
172. Матюшина Ю. И. Формирование профессионального имиджа у будущего переводчика : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.08. Калининград, 2010. 22 с.
173. Маценко В. Технологія іміджу: психологічний інструментарій. Київ : Главник, 2005. 96 с.

174. Медведева Е. Основы рекламоведения. Москва : РИП-холдинг, 2004. 266 с.
175. Межерицька О. Впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих закладах освіти. *Теорія та методика управління освітою*. 2010. № 3. С. 23-27.
176. Метляева Т.В. Исследование феномена имиджа как культурного явления. *Территория новых возможностей*. 2017. №1 (36). С. 188-199.
177. Методичні матеріали до тем семінарських занять з курсу «Політологія». Краматорськ: ДІТіМ МНТУ імені Ю. Бугая, 2011. 56 с. URL: <https://studfile.net/preview/5080255/>
178. Мирончук Н. М. Педагогічний супровід майбутніх викладачів вищої школи у процесі професійної підготовки. *Нові технології навчання: наук.-метод.зб.* / Інститут інноваційних технологій і змісту освіти МОН України. Київ, 2016. Випуск 89. Ч.2. С. 127-131.
179. Митцева О.С. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх фахівців з інформаційних технологій у процесі вивчення дисциплін соціально-гуманітарного циклу: теоретичний аспект. *Інноваційна педагогіка*. 2018. Вип. 5. С. 116-119.
180. Митцева О.С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. *Педагогіка та психологія: збірник наукових праць*. Харків, 2018. Вип. 59. С. 191-200.
181. Муратова И.А. Имидж как репрезентация социально-культурных отношений : дисс. ... канд. филос. наук : 09.00.11. Челяб. гос. ун-т. Тюмень, 2014. 144 с.
182. Мясоедова В.А. Основные параметры образовательной модели подготовки политологов. *Современные проблемы науки и образования*. 2015. № 2-2. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=23119>
183. Навроцька М. М. Розвиток професійного іміджу педагога в системі післядипломної педагогічної освіти: дис. на здобуття наук. ступеня

канд. пед. наук : 13.00.04;Тернопільський нац. пед. ун-т ім. В. Гнатюка. Тернопіль, 2019. 250 с.

184. Навчально-методичний комплекс спеціальності бакалаврів 6.040300 «Політологія»/ За редакцією Б.І. Андрусина. Київ: НПУ імені М.П. Драгоманова, 2011. 526 с.

185. Насимова Г. О., Сейсебаева Р. Б., Насимов М. О. Подготовка специалистов-политологов в современных условиях. *Молодой ученый*. 2013. № 4 (51). С. 432-434.

186. Наукові підходи до педагогічних досліджень: колективна монографія / За заг. ред. д. пед. наук, проф., чл.-кор. НАПН України В.І. Лозової. Харків: Вид-во А.П. Віровець «Апостроф», 2012. 348 с.

187. Некрасова У.С. Философско-антропологические измерения индивидуального имиджа : дисс. ... канд. филос.наук : 09.00.13 Тула, 2007. 169 с.

188. Ніколаєску І. О. Імідж як презентаційна складова особистісних проявів соціального педагога. *Соціальна педагогіка: теорія та практика*. 2007. № 3. С. 88-92.

189. Ніколаєску І. О. Розвиток професійного іміджу соціального педагога в післядипломній освіті : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти. Черкаси, 2011. 20 с.

190. Новейший философский словарь. Минск : Книжный Дом. 2003. 1280 с.

191. Новий тлумачний словник української мови / за ред. О. Сліпущко, В. Яременко. Київ : Аконт, 2004. 926 с.

192. Новік Л.О. Психологічний аналіз змістових компонентів позитивного іміджу психолога. Проблеми сучасної психології : Збірник наукових праць К-ПНУ імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С.Костюка НАПН України Збірник наукових праць К-ПНУ. 2015. Вип. 30. С. 427-436.

193. Новоселова Л.А. Психолого-педагогическое сопровождение становления будущего педагога профессионального обучения : автореф. дис. ... канд. пед. наук : спец. 13.00.08. Екатеринбург, 2007. 23 с.
194. Образцов П.И. Методы и методология психолого-педагогического исследования. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 268 с.
195. Омельченко Е. А. Качественные характеристики становления культуры самовыражения будущих педагогов. *Современные наукоемкие технологии*. 2016. № 5-2. С. 385–389.
196. Орбан-Лембрик Л. Е. Психологія управління. Київ: Академвидав, 2010. 567 с.
197. Орешкин В. Г. Тренинг формирования имиджа. 13 мастерских имидж-класса. Санкт-Петербург : Речь. 176 с.
198. Орешкин В. Г. Формирование речевого имиджа в системе профессиональной подготовки специалиста (на примере профессий типа «Человек-Человек») : автореф. дис. ... канд. пед. наук. Санкт-Петербург, 2006. 23 с.
199. Охріменко О.О., Іванова Т.В. Соціальна відповідальність: навч. посіб. Київ : НИУ «КП», 2015. 180с
200. Пакулина С.А. Педагогика и психология самостоятельной работы студентов в высшей школе. Челябинск, 2007. 190 с.
201. Палеха Ю. І. Іміджологія: навч. посіб. / за заг. ред. З. І. Тимошенко. Київ : Вид-во Європ. у-ту, 2005. 324 с.
202. Панасюк А. В. Організація тестового контролю з іноземної мови у процесі самостійної навчальної діяльності студентів вищих технічних навчальних закладів : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Вінниця, 2009. 304 с.
203. Панфилова А. П. Тренинг педагогического общения: учеб. пособие для студ. высш. учеб. Заведений. Москва: Издательский центр «Академия», 2006. 336 с.

204. Паршукова Л.П., Шакурова З.А. Физиогномика: читай по лицу. Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. 138 с.
205. Педагогічний словник / за ред. М Д. Ярмаченка. Київ : Педагогічна думка, 2001. 516 с.
206. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б. М. Бим-Бад. Москва : Большая Российская энциклопедия, 2003. 528 с.
207. Пелих А., Кизилова Т., Пронченко А. Имидж делового человека. Москва : Приор 1997. 110 с.
208. Перельгина Е. Б. Психология имиджа : учебное пособие. Москва : Аспект Пресс, 2002. 223 с.
209. Петренко В.Ф. Основы психосемантики. Санкт-Петербург: Питер, 2005. 480 с.
210. Петрова Е. А. Психология имиджа: Психосемиотический поход. *Психология как система направлений*. Ежегодник Российского психологического общества. 2002. Т. 9. Вып. 2. С.72-89.
211. Пехота О.М. Підготовка майбутнього вчителя до впровадження педагогічних технологій: навч. посібник. Київ : В-во А.С.К., 2003. 240 с.
212. Пінська О. Професійна мотивація як засіб підвищення ефективності навчальної діяльності студентів. *Проблеми трудової і професійної підготовки*. 2009. Вип. 14. С. 111-115.
213. Позднишев Є. В. Соціально-психологічні основи формування іміджу суб'єктів спортивної діяльності: дис... д-ра пед. наук: 19.00.05 – соціальна психологія, психологія соціальної роботи. Інститут психології імені Г. С. Костюка НАПН України. Київ. 2019. 534 с.
214. Пометун О. І. Інтерактивні методики та система навчання. Київ: Шк. світ, 2007. 112 с.
215. Попова В. В. Професійний імідж : основні напрями вивчення поняття. *Держава та регіони. Соціальні комунікації*. 2013. № 1. С. 170-173.

216. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство вообразяемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. Київ : АДЕФ-Україна, 1997. 328 с.

217. Поясок Т.Б., Беспарточна О.І., *Формування позитивного іміджу майбутнього викладача вищої школи як складова його професійної підготовки*. Вісник Університету імені Альфреда Нобеля Серія: Педагогіка та психологія. 2020. № 20 (2). С. 37-47

218. Практическая психодиагностика. Методики и тесты / Под ред. Д.Я. Райгородского. Самара: Бахрах, 1998. 668 с.

219. Присяжнюк Ю. С. Психолого-педагогічний супровід розвитку професійної компетентності вчителя-філолога в умовах модернізації освіти. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 19 : Корекційна педагогіка та спеціальна психологія : зб. наук. праць*. Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2014. Вип. 25. С. 163-170.

220. Приходько Ю.О., Юрченко В.І. Психологічний словник-довідник: навч. посіб. Київ: Каравела, 2012. 328 с.

221. Про вищу освіту : Закон України від 1 лип. 2014 р. № 1556-VII // *Офіційний вісник України*. 2014. № 63. Ст. 1728.

222. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року : Указ Президента України : від 25.06.2013 р., № 344/2013 : <http://www.president.gov.ua/documents/15828.html>.

223. Професійна освіта. Словник /за ред Н.Г.Нічкало. Київ: Вища школа, 2000. 420 с.

224. Прус Н.О. Роль іміджу особистості як соціокультурного феномену у професійному становленні майбутнього фахівця. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2015. № 48-49. С. 368-375.

225. Прус Н.О. Формування професійного іміджу майбутнього викладача іноземних мов : автор. дис. ... канд. пед.. наук : 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти». Дніпро, 2017. 21 с.

226. Психологія особистості: словник-довідник / За редакцією П. П. Горностая, Т. М. Титаренко. Київ : Рута, 2001. 320 с.
227. Психологічний словник / авт.-уклад.: В.В.Синявський, О.П.Сергеєнкова ; за ред. Н.А.Побірченко. Київ: Наук. світ, 2007. 336 с.
228. Психологічний тлумачний словник найсучасніших термінів / [укл.: В.Б. Шапар, В.О. Олефир, А.С. Куфлієєвський, Б.І. Фурманець та ін.]. Харків : Прапор, 2009. 672 с.
229. Пузік В. К., Синявін В. Д., Хлопенко В.І., Бондаренко Т.В., Паніна К.Л. Формування іміджу і професійного здоров'я сучасного спеціаліста: навч. посіб. Харків: Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В.Докучаєва, 2009. 296 с.
230. Размолодчикова І. В. Формування професійного іміджу вчителя початкових класів у процесі вивчення фахових дисциплін: дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Кривий Ріг, 2011. 263 с.
231. Рацул А.Б., Довга Т.Я., Рацул А.В. Педагогіка: інформативний виклад: навч. посібник. Київ : КНТ, 2015. 320 с.
232. Резван О. О. Методика викладання у вищій школі : навч. посібник. Харків : ХНАДУ, 2013. 172 с.
233. Резван О.О. Соціально-комунікативна активність як чинник перетворення професійно-особистісної позиції майбутнього фахівця. *Педагогіка та психологія*. 2017. Вип. 58. С. 149-156.
234. Реван О.О. Формування професійно-рефлексивної позиції майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі : монографія. Харків : «Точка», 2015. 400 с.
235. Репьева А.В. Понятие имиджа: социологический аспект. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/46221124.pdf>
236. Рожков М.И. Педагогическое обеспечение работы с молодежью. Юношество: учеб.пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Организация работы с молодежью». Москва : Гуманитар. изд. центр ВЛАДОС, 2008. 264 с.

237. Романовська О. О. Поняття і структура іміджу сучасного викладача вищої школи. *Теорія і практика управління соціальними системами: філософія, психологія, педагогіка, соціологія*. 2016. № 2. С. 135-146.

238. Рибалко Л. С. Акмеологічні засади професійно-педагогічної самореалізації майбутнього вчителя : автореф. дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.04. Харк. нац. пед. ун-т ім. Г. С. Сковороди. Харків, 2008. 42 с.

239. Савва Л.И., Гасаненко Е.А. Профессиональный имидж студента технического ВУЗа. *Вестник Челябинского государственного педагогического университета*. 2012. № 2. С. 170-177.

240. Савченко Н. Професійний імідж учителя початкової школи як предмет психолого-педагогічних досліджень. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи*. 2015. Випуск 53. С. 56-65.

241. Семененко І. Є. Педагогічний супровід як психолого-педагогічна проблема. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах*. 2013. Вип. 29. -С. 346-351.

242. Семенова Л. М. Концепция формирования профессионального имиджа будущего специалиста по связям с общественностью : автореф. дис. ... д-ра пед. наук. Челябинск, 2010. 35 с.

243. Семенова Л.М. Профессиональный имиджбилдинг на рынке труда: учебник и практикум для академического бакалавриата. Москва : Издательство Юрайт, 2019. 242 с.

244. Семченко О.А. Іміджева політика України : монографія. Київ : Академія, 2014. 272 с.

245. Сидельникова Т.Т. Система инновационного научно-методического обеспечения профессионального обучения студентов-политологов : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.08. Казань, 2006. 372 с.

246. Симонова И.Ф. Педагогика имиджа. Монография. Санкт-Петербург : Ультра-Принт, 2012. 304 с.

247. Симонова И. Ф. Формирование имиджа специалиста социально-культурной сферы в культурно-образовательном пространстве вуза : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.05 «Теория, методика социально-культурной деятельности». Санкт-Петербург, 2014. 24 с.

248. Сисоева С.О., Кристопчук Т.Є. Методологія науково-педагогічних досліджень: Підручник. Рівне: Волинські обереги, 2013. 360 с.

249. Скворцов С.Ю. Математические методы в психологии: Метод. пособ. Киров: Вятск. социал.-эконом. ин-т. 1999. 69 с.

250. Скворцова С.О. Формування професійної компетентості майбутнього вчителя на засадах контекстного навчання. *Психолого-педагогічні проблеми сільської школи*: збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини. Умань: ПП Жовтий, 2010. Випуск 35. С. 66-71.

251. Скрипаченко Т. В. Соціально-психологічний імідж сучасного керівника: автореф. дис. ... канд. психол. наук. Київ, 2001. 20 с.

252. Скрипник Н. Педагогічний супровід як умова формування суб'єктивної позиції майбутніх фахівців. *Проблеми підготовки сучасного вчителя*. 2014. № 10(2). С. 186-192.

253. Словник-довідник з професійної педагогіки / ред.-упоряд. А.В. Семенова. Одеса: Пальміра, 2006. 272 с.

254. Словник іншомовних слів: 23000 слів та термінологічних словосполучень / За ред. О.Л. Пустовіт. Т.В. Київ : Довіра, 2000. 1017с.

255. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. Київ : Наукова думка, 1970-1980. Т. 4. С. 250.

256. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970-1980. Т. 1. 799 с.

257. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970-1980. Т. 9. 916 с.
258. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І.К. Білодіда. Київ: Наукова думка, 1970-1980. Т. 10. 658 с.
259. Смирнова Н. Е. Имидж учителя. *Лучшие страницы педагогической прессы*. 2001. № 5-6. С. 23-37.
260. Смульсон М. Л. Психологія розвитку інтелекту : монографія. Київ : Нора-Друк, 2003. 298 с.
261. Современные технологии обучения в вузе (опыт Санкт-Петербургского филиала НИУ ВШЭ): учеб.-метод. пособие. Санкт-Петербург. 2010. 135 с.
262. Созикіна Г.С. Суть і зміст структурних компонентів соціальної відповідальності майбутніх фахівців автомобільно-дорожньої галузі. *Педагогіка та психологія*, 2016. № 52, С. 70–78.
263. Сорока О. Діагностика професійного іміджу майбутніх фахівців соціальної сфери. *Social Work and Education*, 2016. Vol. 3. № 2. Р. 63-72.
264. Соціологічна енциклопедія / уклад. В.Г.Городяненко. Київ: Академвидав, 2008. С. 150-151.
265. Соціолого-педагогічний словник / авт.-уклад.: В. В. Радул, Я. В. Галета, Т. Я. Довга та ін. ; за заг. ред. В. В. Радула. Харків : Мачулін, 2015. 443 с.
266. Сперанська-Скарга М.А. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів філологічних спеціальностей у позанавчальній діяльності: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04 «Теорія та методика професійної освіти». ДЗ «Луганський національний університет імені Т.Г.Шевченка». Луганськ, 2011. 20 с.
267. Спичева Д.И. Имидж как коммуникативно-управленческий феномен: социально-философский анализ : автореф. дис. ... канд. филос.

наук. 09.00.11 «Социальная философия»; ФГБОУ ВПО Томский государственный архитектурно-строительный университет. Томск, 2014. 22 с.

268. Стандарт вищої освіти підготовки здобувачів першого (бакалаврського) рівня у галузі знань 05 «Соціальні та поведінкові науки» спеціальності 052 «Політологія». URL: https://mon.gov.ua/...standartiv_VO/052.doc

269. Стеблюк С.В. Квазіпрофесійні методи і завдання у процесі викладання економічних дисциплін в умовах коледжу. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Серія «Педагогіка та психологія», 2017. Випуск 1 (5). С. 84-84.

270. Столярчук О.А. Роль рефлексивної культури у формуванні професійного універсалу майбутнього фахівця. *Психологія та педагогіка: методика та проблеми практичного застосування*: матеріали Міжнар.наук.-практ. Конф., м. Львів, 25-26 грудня 2015 р. /Львівська педагогічна спільнота. Львів, 2015. С.58-59.

271. Стонога А. О. Педагогічні аспекти формування професійного іміджу майбутнього інженера-педагога. *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. 2015. № 48-49. С. 391-395.

272. Сурмін Ю.П. Метод аналізу ситуацій (Case study) та його навчальні можливості. Глобалізація і Болонський процес: проблеми і технології : монографія. Київ : МАУП, 2005. 431 с.

273. Сучасний словник іншомовних слів / укл.: О.І. Скопенко, Т.В. Цимбалюк. Київ : Довіра, 2006. 789 с.

274. Тарарак Н. Г. Еволюція аксіологічних концепцій формування "ціннісних орієнтацій" в науковій думці. *Вісник Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. Філософія*. 2013. Вип. 41(1). С. 151-160.

275. Терещук Г. В., Сидоренко В. К. Основи педагогічних досліджень. Ольштин : Wydaw. uczelniane Wyższej szkoły informatyki i ekonomii TWP, 2010. 326 с.
276. Тимошенко Н.Є., Кирилюк О.В. Складові формування професійного іміджу майбутнього соціального працівника. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 11: Соціальна робота. Соціальна педагогіка*. 2017. Вип. 23. С. 193-199.
277. Тонишева Н.В. Психолого-педагогическое сопровождение профессионально-го становления психолога образования в университете. *Современные проблемы науки и образования*. 2012. № 2. С. 12-22.
278. Універсальний словник-енциклопедія / гол. ред. ради академік НАНУ М. Попович. Київ : Видавництво «ТЕКА», 2006. 1432 с.
279. Федоров И.А. Индивидуальный имидж как феномен духовной жизни общества : дис. ... д-ра соціолог.наук : 22.00.06. Тамбов, 1998. 366 с.
280. Філософський словник / За ред. В. І. Шинкарука. Київ : Укр. рад. енциклопедія, 1986. 796 с.
281. Філософський енциклопедичний словник / Голов. ред. В.І. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
282. Фройд Зігмундт. Вступ до психоаналізу. Київ : Основи, 1998. 714 с.
283. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скориніна О. В. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : Монографія. Харків : Інжек, 2005. 272 с.
284. Храмов В., Крутінъ Г. Політолог: загальна характеристика професії. *Генеза*. 2004. № 1(9). С. 60-69.
285. Чебикін О. Я., Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу : монографія. Одеса : СВД М.П. Черкасов, 2009. 223 с.
286. Черемушникова И.К. Имидж в смысловом пространстве культуры: дис. ... д-ра филос. наук. Волгоград, 2010. 341 с.

287. Черепанова В.Н. Формирование индивидуального имиджа педагога как средство реализации гуманистической концепции образования: автореф. дис. ... канд. пед. наук: спец. 13.00.01 «Общая педагогика, история педагогики и образования». Тюмень, 1998. 16 с.
288. Шахматова Т.В. Формування професійного іміджу майбутніх фахівців в умовах ВНЗ. *Наука і освіта*. 2011. № 5. С. 57-60.
289. Шепель В.М. Имиджология. Секреты личного обаяния. Москва : Феникс, 2005. 320 с.
290. Шепель В.М. Имиджология. Как нравится людям. Москва: Народное образование, 2002. 427 с.
291. Шеремет П. М. Розвиток професійного іміджу вчителя історії системі післядипломної освіти: автореф. дис. ... канд. пед. наук: 3.00.04 / Льотна академія національного авіаційного університету. Кропивницький, 2018. 20 с.
292. Шимко І.М. Дидактичні умови організації самостійної навчальної роботи студентів вищих навчальних закладів : дис. ... канд. пед. наук: 13.00.04. Кривий Ріг, 2003. 181 с.
293. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность: монографія. Москва : МОСУ, 2001. 272 с.
294. Шовкун В.В. Формування професійної компетентності майбутніх учителів інформатики у квазіпрофесійній діяльності. *Наука і освіта* 2016. № 6. С. 76-81.
295. Шумська С.Є., Бучинська Т.В. Використання кейс-методу у професійному навчанні. *Збірник наукових праць Хмельницького інституту соціальних технологій Університету «Україна»*. 2013. №2(8). С. 277-280.
296. Юр'єва І.А. Конспект лекцій з дисципліни «Соціальна відповідальність». Харків: НТУ ХПІ, 2016. 118 с.
297. Ядов В.А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара : Самар. ун-т, 1995. 331 с.
298. Ягупов В.В. Педагогіка: навч. посіб. Київ : Либідь, 2002. 560 с.

299. Ягупов В. В. Професійний розвиток особистості фахівця: поняття, зміст та особливості. *Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*. Київ, 2015. Т. 175. С. 22–28.
300. Яковлева Н. О. Сопровождение как педагогическая деятельность. *Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки*. 2012. № 4(263). С. 46-49.
301. Якушева А. Значущі якості особистості педагога. *Відкритий урок: розробки, технології, досвід*. 2013. № 6. С. 88-95.
302. American Dictionary of the English Language. URL: <https://www.merriam-webster.com>
303. Benton R. E., Woodward G. C. *Politikal Kommunikation in America*. N. V. Praeger, 1985, p.405.
304. Bird P. *Sell yourself. Persuasive tactics to boost your image*. L.: GroomHelm, 1999. p.398.
305. Belanger C.H., Bali S., Longden B. How Canadian universities use social media to brand themselves. *Tertiary Education and Management*. 2014, No 20, pp. 14-29.
306. Bernays E. L. *Emergence of the Public Relations Counsel: Principles and Recollections* *The Business History Review* Vol. 45, No. 3 (Autumn, 1971), pp. 296-316.
307. Boulding K. *National images and international system // Comparative Foreign Policy*. Ed. By W. Hanrieder. N.Y., 1971. pp. 90-102.
308. Brown L., Newman E. *Your Public Best : The Complete Guide to Making Successful Public Appearances in the Meeting Room, on the Platform, and on TV*. Newmarket Press US, 2002. p.240.
309. Brown T. *History of an image*. London : Tauris. 1988. p.150.
310. Bruce B. *Images of Power. How the Images Makers Shape Our Leaders*. London: Kogan Page, 1992. p.192.

311. Buzan T. *Mind Map Mastery: The Complete Guide to Learning and Using the Most Powerful Thinking Tool in the Universe*. London: Watkins Publishing, 2018. p.224.
312. Dutton J.E., Dukerich J.M. Organizational image and member identification. *Administrative Science Quarterly*. 1994. No 39(2).P. 239-263.
313. Gardener B., Levy S. The Product and The Brand. *Harvard Business Review*, 1955. Vol. 33, No 2. P. 33-39.
314. Jefkins F. *Public Relations*. L., 1994. p.314.
315. Keller J. M. Motivational design of instruction. In C.M.Reigeluth (Ed.), *Instructional design theories and models: an overview of their current status*. N. J: Lawrence Erlbaum, 1983. pp. 383-434.
316. Oliver Sandra. *Public relations strategy*. London, Philadelphia : Kogan Page Ltd, 2010. p.192.
317. Proforientator.info. Обирай свою професію правильно. URL: http://proforientator.info/?page_id=5215
318. Sampson E. *The Image Faktor.AGuide to Effective self-presentation for career enhancement*.London: L., 1994. p. 378.
319. Stark M. *Creating a Positive Professional Image*. Harvard Business School Working Knowledge. 2005. June 20. URL: <http://hbswk.hbs.edu/item/4860.html>
320. Webster International Dictionary. *The English Language*. 2nd ed. London: Penguin Books, 2002.

9. Як Ви розумієте сутність поняття «професійний імідж»? Назвіть найважливіші, на Вашу думку, його складові.

10. Проранжуйте в порядку зниження значущості (1–найважливіше, 2–мени важливе і т. ін.) найважливіші, на Вашу думку, привабливі сторони професії «політолог»:

- професія перспективна, затребувана в майбутньому;
- надає можливість кар'єрного росту;
- надає можливість спілкування з цікавими людьми;
- хороші перспективи працевлаштування;
- забезпечує високий рівень доходу;
- творчий цікавий характер праці.

11. Проранжуйте в порядку зниження значущості негативні, на Вашу думку, сторони професії «політолог»:

- побоююся проблем з працевлаштуванням;
- побоююся низької заробітної плати;
- боюся, що не вистачить знань і навичок для роботи;
- професія виявиться не перспективною;
- не вийде зробити успішну кар'єру;
- буде не цікаво працювати за професією.

12. Проранжуйте в порядку зниження значущості якості і здатності, що, на Вашу думку, найбільшою мірою сприяють формуванню позитивного професійного іміджу політолога.

- професійні знання, навички, вміння, пізнавальний потенціал;
- здатність до особистісної саморегуляції, самоорганізації, саморозвитку;
- ціннісні орієнтації;
- комунікативні якості і вміння;
- інтелектуальні якості;
- емоційно-вольові якості;
- соціальна відповідальність;
- рефлексивна діяльність, спрямована на усвідомлення суб'єктом того, як його сприймають інші;
- культура вербальної та невербальної поведінки, візуальна привабливість;
- працьовитість;
- прагнення до розвитку професіоналізму.

Результати опитування студентів

Таблиця А.2.1 – Результати опитування студентів

№	Питання анкети	так	ні	
1.	Чи залежить успіх справи від іміджу фахівця?	74 студ. – 67 %	36 студ. – 33 %	
2.	Чи є необхідною установка на створення іміджу?	Не треба створювати ніякого іміджу. 14 студ. – 12%	Не варто докладали особливих зусиль. 23 студ. – 21 %	Треба формувати імідж і використовувати його можливості. 73 студ. – 66 %
	Питання анкети	так	ні	
3.	Чи дбаєте ви про те, як вас сприймають оточуючі?	81 студ. – 74%	29 студ. – 26%	
4.	Чи є для Вас важливим, щоб інші схвалювали Вашу поведінку?	75 студ. – 68%	35 студ. – 32%	
5.	Чи стежите Ви за своїм іміджем?	68 студ. – 62%	42 студ. – 38%	
6.	Чи потрібен позитивний імідж у діяльності політолога?	92 студ. – 84%	18 студ. – 16%	
7.	Чи буде для Вас важливим у подальшому житті і діяльності Ваш професійний імідж?	92 студ. – 84%	18 студ. – 16%	
8.	Чи приділяють увагу викладачі у навчальному процесі формуванню вашого професійного іміджу?	59 студ. – 54%	61 студ. – 56%	
9.	<p>Назвіть найважливіші, на Вашу думку, складові поняття «професійний імідж».</p> <p>Серед відповідей найбільш часто зустрічались наступні: уявлення про людину як професіонала, професійний статус особистості, виконання своїх професійних обов'язків на високому рівні, особистісно-професійні якості фахівця, манера говоріння і поведінки, зовнішній вигляд, синтез особистісних якостей, професійних компетентностей і зовнішності особистості, професійні компетенції, особливості професійної</p>			

Продовження таблиці А.2.1

	діяльності, успішна професійна само презентація, ділові якості (відповідальність, організованість, працьовитість), ступінь успішності (визнання в певних колах, професійні нагороди, досягнення), індивідуальний стиль професійної діяльності.		
	<i>Питання анкети</i>		
10.	<i>Проранжуйте в порядку зниження значущості найважливіші, на Вашу думку, привабливі сторони професії «політолог».</i>	місце за рангом	Кількість студентів, які надали перевагу цьому компоненту
	творчий цікавий характер праці;	1	36 студ. – 33 %
	професія перспективна, затребувана в майбутньому;	2	23 студ. – 21 %
	надає можливість спілкування з цікавими людьми;	3	21 студ. – 20 %
	надає можливість кар'єрного росту;	4	14 студ. – 12%
	забезпечує високий рівень доходу;	5	11 студ. – 10%
	хороші перспективи працевлаштування.	6	5 студ. – 4 %
	<i>Питання анкети</i>		
11.	<i>Проранжуйте в порядку зниження значущості негативні, на Вашу думку, сторони професії «політолог».</i>	місце за рангом	Кількість студентів, які надали перевагу цьому компоненту
	можливі проблеми працевлаштуванням;	1	42 студ. – 38%
	не вийде зробити успішну кар'єру;	2	24 студ. – 22%
	побоююся низької заробітної плати;	3	14 студ. – 13%
	боюся, що не вистачить знань і навичок для роботи;	4	12 студ. – 11 %
	професія виявиться не перспективною;	5	11 студ. – 10 %
	буде не цікаво працювати за професією.	6	7 студ. – 6 %
	<i>Питання анкети</i>		
12.	<i>Проранжуйте в порядку зниження значущості якості і здатності, що, на Вашу думку, найбільшою мірою сприяють формуванню позитивного професійного іміджу політолога.</i>	місце за рангом	Кількість студентів, які надали перевагу цієї якості
	професійні знання, навички, вміння, пізнавальний потенціал;	1	32 студ. – 29 %

Продовження таблиці А.2.1

культура вербальної та невербальної поведінки, візуальна привабливість;	2	25 студ. – 23%
здатність до особистісної саморегуляції, самоорганізації, саморозвитку;	3-4	11 студ. – 10 %
комунікативні якості і вміння;	3-4	11 студ. – 10 %
інтелектуальні якості;	5	6 студ. – 5 %
прагнення до розвитку професіоналізму	6-8	5 студ. – 4,5 %
працьовитість;	6-8	5 студ. – 4,5 %
емоційно-вольові якості;	6-8	5 студ. – 4,5 %
рефлексивна діяльність, спрямована на усвідомлення суб'єктом того, як його сприймають інші;	9	4 студ. – 3,5%
соціальна відповідальність;	10-11	3 студ. – 3 %
ціннісні орієнтації	10-11	3 студ. – 3%

Результати анкетування викладачів

Таблиця Б.2.1 – Результати опитування викладачів

№	Питання анкети	Загальна кількість анкет – 72	
		так	ні
1.	Чи вважаєте Ви за необхідне формувати у майбутніх політологів професійний імідж у процесі фахової підготовки у закладі вищої освіти?	52 викладачі – 83%	11 викладачів – 17 %
2.	Чи створені, на Ваш погляд, у вашому університеті педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їх фахової підготовки ?	17 викладачів – 27%	46 викладачів – 73 %
3.	Чи відчуваєте Ви потребу покращити знання щодо формування у майбутніх політологів професійного іміджу?	49 викладачів – 78%	14 викладачів – 22 %
	<i>Питання анкети</i>		
4.	Проранжуйте в порядку зниження значущості здібності, які, на Вашу думку, необхідно розвивати майбутньому політологу для формування професійного іміджу й успішної реалізації фахівця цього профілю у професії:	<i>місце за рангом</i>	<i>Кількість викладачів, які надали перевагу цій здібності</i>
	аналітичне і синтетичне мислення	1-2	60 викл. – 95%
	ораторські здібності	1-2	60 викл. – 95%
	здатність сприймати велику кількість інформації	3	57 викл. – 90%
	короткочасна і довготривала пам'ять	4-5	51 викл. – 81%
	дедуктивне мислення	4-5	51 викл. – 81%
	концентрація і стійкість уваги	6-7	43 викл. – 68%
	комунікативні здібності	6-7	43 викл. – 68%
	понятійне мислення	8-9	36 викл. – 57%
	схильність до дослідницької діяльності	8-9	36 викл. – 57%

Продовження таблиці Б.2.1

	<i>Питання анкети</i>		
	Оберіть 6 найважливіших, на Вашу думку, особистісних якостей, що необхідно розвивати майбутньому політологу для формування професійного іміджу й успішної реалізації у професії.	<i>місце за рангом</i>	<i>Кількість викладачів, які обрали цю якість як найважливішу</i>
	прагнення до самовдосконалення	1	63 викл. – 100%
	креативність	2	60 викл. – 95%
	соціальна відповідальність	3	58 викл. – 92%
	організованість	4	49 викл. – 78%
	цілеспрямованість	5	47 викл. – 75%
	грамотна, чітка, логічна усна і письмова мова	6	43 викл. – 68%
	самоконтроль	7	36 викл. – 57%
	ерудованість	8	29 викл. – 46%
	принциповість	9	17 викл. – 27%
	гнучкість	10	15 викл. – 24%
	допитливість	11	14 викл. – 22%
	об'єктивність	12	11 викл. – 17%
	тактовність	13	8 викл. – 13%
	організаторські здібності	14	7 викл. – 11%

Додаток В

Характеристика рівнів сформованості професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки

Таблиця В.1 – Рівні сформованості професійного іміджу політологів у процесі фахової підготовки

Кри- терії	Рівні		
	продуктивний	репродуктивний	фрагментарний
1	2	3	4
Потребовий	<p>Студент виявляє:</p> <ul style="list-style-type: none"> - чітко визначену потребу в саморозвитку; - стійкий характер сформованості потреби у формуванні професійного іміджу; - стійке ціннісне ставлення до власного професійного іміджу; - стійкий інтерес до самореалізації у професійній діяльності; - адекватну самооцінку, - високий рівень прояву рефлексивності, здатність до саморегуляції та самоконтролю. 	<p>У студента наявні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ситуативно визначена потреба в саморозвитку; - нечітко визначена потреба у формуванні професійного іміджу; - нечітко визначені ціннісні орієнтації до власного професійного іміджу; - інтерес до самореалізації у професійній діяльності виявляється внаслідок педагогічного впливу; - ситуативна адекватність самооцінки; - достатній рівень прояву рефлексивності, ситуативну схильність звертатись до аналізу своєї діяльності, часткову здатність до саморегуляції та самоконтролю в нетипових професійних ситуаціях. 	<p>Студент виявляє:</p> <ul style="list-style-type: none"> - невизначену потребу в саморозвитку; - відсутність потреби у формуванні професійного іміджу; - пасивне ціннісне ставлення до власного професійного іміджу; - фрагментарний інтерес до самореалізації у професійній діяльності; - занижена адекватність самооцінки; - слабкий рівень прояву рефлексивності: відсутність схильності замислюватися над власною діяльністю, з'ясувати причини і наслідки своїх дій; - фрагментарне володіння засобами саморегуляції, самоконтролю.

Продовження таблиці В.1

1	2	3	4
Особистісний	<p>У студента на високому рівні сформовані особистісно значущі для створення професійного іміджу якості: пізнавальна активність, критичність розуму, ініціативність, креативність, впевненість у собі, толерантність, емпатія, гнучкість у поведінці, соціальна активність;</p> <p>- високорозвинені вміння створення візуальної привабливості, самопрезентації в умовах професійної діяльності, високий рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування;</p> <p>- високий рівень сформованості професійного етикету, комунікативних вмінь і навичок, культури ділового спілкування.</p>	<p>Студент виявляє:</p> <p>- середній рівень сформованості особистісно значущих для створення професійного іміджу якостей: пізнавальної активності, критичності розуму, ініціативності, креативності, впевненості у собі, толерантності, емпатії, гнучкості у поведінці, соціальної активності;</p> <p>- прагнення справляти позитивне враження в галузі своєї професії залежно від власної позиції, недостатньо сформовані вміння самопрезентації в умовах професійної діяльності, частіше виявляє середній рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування;</p> <p>- середній рівень сформованості професійного етикету, комунікативних вмінь і навичок, культури ділового спілкування.</p>	<p>У студента наявні:</p> <p>- низький рівень розвитку особистісно значущих для створення професійного іміджу якостей; перевага надається лише зовнішньому складнику іміджу;</p> <p>- відсутність умінь створювати привабливий імідж; залежне від реакції інших прагнення справляти позитивне враження в галузі своєї професійної діяльності; несформованість вміння самопрезентації в умовах професійної діяльності, низький рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування.</p> <p>- недостатній рівень сформованості професійного етикету, комунікативних вмінь і навичок, культури ділового спілкування.</p>
Когнітивно-праксіологічний	<p>У студента сформовані</p> <p>- усвідомлене розуміння специфіки, ролі, стратегій розвитку іміджу в майбутній професійній діяльності;</p> <p>- творчі вміння і навички іміджеформуючої діяльності.</p>	<p>Студент виявляє :</p> <p>- недостатньо повне й усвідомлене розуміння специфіки, ролі, стратегій розвитку іміджу в майбутній професійній діяльності;</p> <p>- репродуктивний рівень вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності.</p>	<p>У студента сформовані:</p> <p>- поверхневі знання з питань професійного іміджу, його структури, стратегій розвитку;</p> <p>- застосування знань для розвитку власного професійного іміджу на інтуїтивному рівні.</p>

Продуктивний рівень є високим показником ґрунтовного володіння майбутнім політологом обсягом знань про сутність, структуру, функції професійного іміджу та вміння застосовувати їх на практиці. Він повністю усвідомлює, що розвиток професійного іміджу є запорукою його успішної майбутньої професійної діяльності. Студент вмотивований на формування професійного іміджу, в нього чітко сформовані стійкий інтерес до самореалізації у професійній діяльності, потреба у формуванні власного професійного іміджу та стійке ціннісне ставлення до цього. Студент виявляє високий рівень прояву рефлексивності, стійку схильність звертатися до аналізу своєї діяльності, ретельно її планувати та прогнозувати всі можливі наслідки, здатний до самоаналізу, самооцінки і самоконтролю своєї поведінки. У студента на високому рівні сформовані особистісно значущі для формування професійного іміджу якості: пізнавальна активність, критичність розуму, ініціативність, креативність, впевненість у собі, толерантність, емпатія, гнучкість у поведінці, соціальна активність. Студент має високий рівень володіння прийомами іміджмейкерства щодо створення привабливого зовнішнього вигляду, самопрезентації в умовах професійної діяльності. Усвідомлює взаємозалежність зовнішнього та внутрішнього складника іміджу; йому властиві комунікативна і невербальна компетентність. Він демонструє високі показники володіння комунікативними вміннями і навичками, культурою ділового спілкування. У студента сформовані творчі вміння і навички іміджеформуючої діяльності.

Репродуктивний рівень є середнім показником і характеризується недостатньо повним володінням майбутнім політологом обсягом знань про сутність, структуру, функції, стратегії розвитку професійного іміджу в майбутній професійній діяльності. Студент зустрічається з труднощами в організації самостійної діяльності з проектування професійного іміджу при перенесенні засвоєних знань в життя. Він має середній рівень налаштованості на досягнення найкращого результату діяльності, епізодично визначені потреби у формуванні професійного іміджу, саморозвитку, нечітко визначені

ціннісні орієнтації щодо власного професійного іміджу. Інтерес до самореалізації у професійній діяльності виявляється в нього здебільшого внаслідок педагогічного впливу. Студент виявляє достатній рівень прояву рефлексивності, але ситуативну схильність звертатися до аналізу своєї діяльності, здатний до поверхневого самоаналізу, самооцінки, відчуває певні труднощі в самоконтролі своєї поведінки. У нього на середньому рівні сформовані особистісно значущі для формування професійного іміджу якості: пізнавальна активність, критичність розуму, ініціативність, креативність, впевненість у собі, толерантність, емпатія, гнучкість у поведінці, соціальна активність. Студент ситуативно володіє прийомами іміджмейкерства щодо створення привабливого зовнішнього вигляду, не вважає, що зовнішній вигляд ефективно впливає на професійну діяльність, проявляє прагнення справляти позитивне враження в галузі своєї професії залежно від власної позиції, в нього недостатньо сформовані вміння самопрезентації в умовах професійної діяльності. Частіше виявляє середній рівень володіння вербальними та невербальними засобами спілкування, в нього достатньою мірою розвинені комунікативні вміння і навички; орієнтований на партнера та результативність взаємодії, але іноді зазнає труднощів у виконанні комунікативних завдань. Студент має середній рівень сформованості професійного етикету, культури ділового спілкування. У нього відмічено репродуктивний рівень вмінь і навичок іміджеформуючої діяльності.

Фрагментарний рівень є низьким показником і характеризується наявністю в студента поверхневого рівня знань про сутність, структуру, функції професійного іміджу та майже відсутністю вміння застосовувати їх на практиці. Низький рівень сформованості професійного іміджу констатовано в тих майбутніх політологів, які не мають певної думки щодо важливості його впливу на професійну діяльність і не вважають його запорукою її ефективності. Репродуктивний рівень свідчить про недостатню сформованість у студента потреби у формуванні професійного іміджу,

фрагментарний інтерес до самореалізації у професійній діяльності та пасивне ціннісне ставлення до власного іміджу. У нього спостерігається слабкий рівень прояву рефлексивності: відсутність схильності замислюватися над власною діяльністю, з'ясовувати причини і наслідки своїх дій; занижена адекватність самооцінки; фрагментарне володіння засобами саморегуляції, самоконтролю; епізодичні потреби в саморозвитку. Не усвідомлює значущості самопізнання та самовдосконалення в процесі розвитку професійного іміджу. Відмічається низький рівень сформованості особистісно значущих для формування професійного іміджу якостей: пізнавальної активності, критичності розуму, ініціативності, креативності, впевненості у собі, толерантності, емпатії, гнучкості у поведінці, соціальної активності. У студента відсутні вміння самопрезентації, вміння створювати привабливий імідж. Не усвідомлюючи взаємозалежність зовнішнього та внутрішнього складника іміджу, він надає перевагу лише зовнішньому його складнику. Прагне справляти залежне від реакції інших позитивне враження в галузі своєї професійної діяльності. Студент на низькому рівні володіє вербальними та невербальними засобами спілкування, в нього недостатньо сформовані комунікативні вміння і навички, культура ділового спілкування. Студент проектує свій професійний імідж на рівні повторення або наслідування, при цьому він більше керується не теоретичними знаннями, а своїм особистим досвідом. У нього недостатньо сформовані вміння і навички іміджеформуючої діяльності, застосування наявних знань для розвитку власного професійного іміджу відбувається на інтуїтивному рівні.

Додаток Г

Діагностика потреби у самовдосконаленні (за методикою Р. Бабушкіна)

Інструкція до тесту: перед вами діагностичний опитувальник, мета якого – з'ясувати особливості поведінки в різних ситуаціях. Відповідаючи на питання, оберіть одну з трьох запропонованих відповідей і запишіть її в питальному листі напроти номера питання.

Текст анкети:

1. Чи цікаво Вам брати участь у конкурсах, олімпіадах, виставках, змаганнях?
а) так; б) не дуже; в) ні.
2. Як Ви вважаєте, чи повинна людина доводити свої вміння та навички до досконалості?
а) так; б) не завжди; в) ні.
3. Чи властиве Вам прагнення виконувати лідерські функції і чи подобається Вам це?
а) так; б) не завжди; в) ні.
4. Самовиховання та самоосвіта повинна бути обов'язковою, якщо людина хоче досягти досконалості в чомусь?
а) так; б) не завжди; в) ні.
5. Програючи на змаганнях або отримуючи низьку оцінку (наприклад, на іспиті), Ви:
а) переживаєте і прагнете в майбутньому посісти більш високе місце, підвищити оцінку;
б) не завжди так;
в) немає таких почуттів.
6. Якою мірою у вас виражено прагнення до досягнення поставлених цілей?
а) швидше недостатньо;
б) напевно достатньо;
в) достатньо.
7. Поразки і невдачі мобілізують мене на досягнення поставленої мети:
а) так; б) не завжди; в) немає.
8. Чи завжди вас задовольняли оцінки, одержувані на іспитах?
а) так; б) не завжди, іноді; в) ні.
9. У житті людина повинна керуватися перспективними цілями:
а) найближчими; б) важко відповісти; в) так, перспективними.
10. Характерне для Вас постійне відчуття незадоволення досягнутим?
а) ні; б) не завжди, іноколи; в) так.
11. Результатом гри в шахи, шашки, футбол, теніс тощо для учасників є:
а) перемога; б) процес гри; в) не знаю.
12. Чи прагнете Ви виконувати будь-яку роботу якнайкраще?
а) так; б) не завжди; в) ні.
13. Чи проявляється у Вас азарт при виконанні будь-якої роботи?
а) проявляється; б) іноді; в) ні.
14. Для мене краще працювати самостійно, ніж із кимось.
а) так; б) не завжди; в) ні.
15. Виступаючи на будь-яких змаганнях, людина повинна прагнути до найвищих результатів.

- а) так; б) не завжди; в) ні.
16. Перебуваючи в компанії друзів, я вважаю за краще більше слухати, ніж говорити.
- а) так; б) не завжди; в) ні.
17. У незнайомій компанії я не відчуваю незручності від присутності незнайомих мені людей.
- а) відчуваю; б) не завжди; в) не відчуваю.
18. Як Ви вважаєте, що спонукає людей до відмінного навчання, до високих показників у роботі, спорті?
- а) важко відповісти; б) матеріальне стимулювання; в) прагнення бути першим.
19. Оточення вважає мене безініціативною людиною.
- а) так; б) не завжди; в) ні.
20. Кожна людина, яка поважає себе, повинна постійно ставити перед собою більш високі цілі.
- а) ні; б) не завжди; в) так.
21. Як Ви вважаєте, чи приємно людині читати чи чути про себе позитивні відгуки?
- а) так; б) не завжди; в) не знаю.
22. Чи вважаєте Ви, що знайшли своє покликання в житті?
- а) так; б) не впевнений; в) ні.
23. Якій геометричній фігурі Ви віддаєте перевагу?
- а) кулі; б) кубу; в) циліндру.
24. Як багато часу Ви приділяєте своєму улюбленому заняттю?
- а) дуже багато; б) небагато; в) напевно, мало.
25. У процесі виконання будь-якої роботи я контролюю себе, щоб переконатися, що я роблю все правильно.
- а) так; б) не завжди; в) ні.
26. Ви погоджуєтесь, коли вас обирають ватажком у якій-небудь грі?
- а) ні; б) іноді; в) так.
27. Чи часто Ви критикуєте своїх товаришів, фільми, газетні статті тощо?
- а) ніколи; б) іноді; в) часто.
28. Якби на зборах Вас запропонували обрати лідером, керівником (старостою групи, командиром студентського загону, капітаном команди тощо), але в процесі голосування вибрали б іншого, то:
- а) це мене не зачепило; б) не знаю, не було такого; в) було б трохи неприємно.
29. Я б хотів хоча й не помітну роботу, але престижну і високооплачувану.
- а) так; б) не знаю; в) ні.
30. Я не завжди досягаю поставленої мети, незважаючи на усі подолані труднощі.
- а) рідко; б) не завжди; в) так.

Обробка результатів:

Відповіді в питаннях 1-5, 11-15, 21-25 оцінюються таким чином: а – 3 бали, б – 2 бали, в – 1 бал; у питаннях 6-10, 16-20, 26-30: а – 1 бал, б – 2 бали, в – 3 бали. Потреба у самовдосконаленні визначається за шкалою:

- високий ступінь вираження потреби – 71–90 балів;
- середній ступінь вираження потреби – 62–70 балів;
- низький ступінь вираження потреби – 30–61 бал.

Діагностика реальної структури ціннісних орієнтацій особистості (за методикою С.С. Бубнова)

Інструкція. Цей опитувальник спрямований на дослідження вашої особистості й ваших відносин. Відповідайте швидко, довго не роздумуючи над кожним питанням. Пам'ятайте, що поганих або хороших відповідей немає, є тільки ваша власна думка. Відповідати потрібно «так» або «ні». У бланку відповідей це відповідно «+» або «-», які потрібно проставити поруч з номером питання.

ТЕСТ

1. Чи любите ви лежати на дивані й нічого не робити?
2. Чи любите ви самі заробляти гроші й отримувати від цього задоволення?
3. Чи часто вас відвідує думка, що хочеться сходити в театр або на виставку?
4. Чи часто ви допомагаєте близьким по господарству?
5. Вважаєте ви, що любов – визначальне почуття в житті?
6. Чи любите ви читати книги про щось нове, ще невідоме вам?
7. Чи хочете ви стати босом (начальником якої-небудь компанії)?
8. Чи хочете ви, щоб вас поважали друзі за ваші особистісні якості?
9. Чи хочете ви самі приймати участь у будь-яких громадських заходах (мітингах, страйках) на користь близької вам частки населення?
10. Чи вважаєте ви, що без спілкування з друзями ваше життя буде похвалим і безрадісним?
11. Вважаєте ви, що було б здоров'я, а все інше додасться?
12. Чи часто вам хочеться розслабитися (послухати легку музику, наприклад)?
13. Ви обрали свою професію в основному тому, що вона може вам приносити великий матеріальний достаток?
14. Чи вважаєте ви, що в житті важливо вміти грати на музичних інструментах, малювати і т. ін.?
15. Якщо хтось із ваших знайомих захворів, чи виберете ви час, щоб його відвідати?
16. Ваш шлюб укладено (буде укладено) по любові?
17. Чи любите ви читати науково-популярні книги?
18. Хотіли ви в школі стати організатором чогось?
19. Якщо ви скоїли непорядний вчинок по відношенню до друзів або одногрупників, чи будете ви переживати з цього приводу?
20. Вважаєте ви, що шляхом громадських дій (мітингів, зібрань) можна що-небудь змінити в суспільному житті?
21. Чи можете ви спокійно обійтися без частого спілкування зі своїми знайомими?
22. Вважаєте ви, що необхідно будь-яким чином зміцнювати своє здоров'я (плавати, бігати, грати в теніс і т. ін.)?
23. Головне для вас – ваш настрій в цей момент, а що буде потім – не так важливо?
24. Вважаєте ви, що головне – це придбати будинок (квартиру), машину та інші матеріальні блага?
25. Чи любите ви гуляти по лісу, парку?
26. Як ви вважаєте, чи потрібно допомагати матеріально тим, хто просить милостиню, чи ні?

27. Любов – це почуття, яке народжується й помирає?
28. Хотіли б ви стати вченим або науковим співробітником?
29. Влада – це почесно і значимо або від неї більше клопоту і всяких неприємностей?
30. Хотіли б ви, щоб у вас було більше друзів?
31. Чи спадало вам на думку зайнятися перебудовою якоїсь громадської організації (клубу, консультаційного пункту)?
32. Чи хотіли б ви багато свого вільного часу приділяти спілкуванню?
33. Чи часто ви замислюєтесь про своє здоров'я?
34. Чи вважаєте ви, що дуже важливо вміти приносити собі задоволення?
35. Якщо все почати спочатку, обрали б ви зараз більш високооплачувану роботу, ніж справжня?
36. Хотіли б ви зайнятися фотографією?
37. Чи вважаєте ви, що потрібно обов'язково допомогти людині, яка впала?
38. Почуття любові для вас – це першооснова життя чи ні?
39. Чи часто ви задасте собі питання: «А чому саме так?»
40. Хотіли б ви «робити» політику?
41. Чи часто ваш внутрішній голос задає вам питання: «А чи поважають мене оточуючі?»
42. Чи є для вас суспільні явища предметом обговорення вдома або в університеті?
43. Якщо ви три дні проведете на безлюдному острові, помрете ви від самотності?
44. Катаєтесь ви на лижах, щоб зміцнити своє здоров'я?
45. Чи часто ви мрієте, лежачи з закритими очима?
46. Головне в житті – це робити гроші і створювати власний бізнес?
47. Чи часто ви купуєте картини та інші художні вироби або хотіли б їх купити?
48. Якщо хтось із близьких досить довго хворіє, чи будете ви за нього виконувати його обов'язки по господарству смиренно і покійно?
49. Чи любите ви маленьких дітей?
50. Хотіли б ви створити свою «теорію» (відносності, таблицю і т. ін.)?
51. Чи хочете ви бути схожим на відому людину (актора, політика, бізнесмена)?
52. Чи важливо вам, щоб вас поважали товариші по службі за ваші професійні знання?
53. Хотіли б ви вже зараз що-небудь самі зробити в політиці?
54. Ви людина рішуча?
55. Чи ходите ви в сауну, басейн, лазню, чи займаєтесь фітнесом для підтримки доброго фізичного стану?
56. Нормальний відпочинок – це надзвичайно важливо, чи не так?
57. У житті надзвичайно важливо накопичити матеріальні засоби і передати їх дітям?
58. Чи хотілося вам коли-небудь самому намалювати картину або скласти музику?
59. Коли маленька дитина плаче – це «крик про допомогу»?
60. Для вас важливіше любити самому, ніж бути коханим?
61. «У всьому хочеться дійти до самої суті» – це про вас?
62. Ви хотіли б, щоб ваші діти стали знаменитими людьми?
63. Хотіли б ви, щоб товариші по навчанню зверталися до вас за допомогою в особистому плані, як до людини?
64. У суспільному житті нехай залишається все як є?
65. Спілкування – це лише марна трата часу?
66. Здоров'я – це не найголовніше в житті, чи не так?

Обробка та інтерпретація результатів тесту. Ступінь кожної з ціннісних орієнтацій особистості визначається за допомогою ключа. Відповідно цьому підраховується кількість позитивних відповідей у всіх одинадцяти стовпчиках. За результатами обробки даних будується графічний профіль, що відображає вираженість кожної цінності. Для цього по вертикалі фіксується кількісна вираженість цінностей (по 6-бальній системі), а по горизонталі - види цінностей.

Номери питань

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44
45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55
56	57	58	59	60	61	62	63	64	65	66
I	II	II	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI

Цінності:

1. Приємне проведення часу, відпочинок.
2. Високий матеріальний добробут.
3. Пошук і насолода прекрасним.
4. Допомога і милосердя до інших людей.
5. Любов.
6. Пізнання нового у світі, природі, людині.
7. Високий соціальний статус і управління людьми.
8. Визнання та повага людей і вплив на оточуючих.
9. Соціальна активність для досягнення позитивних змін у суспільстві.
10. Спілкування.
11. Здоров'я.

Експрес-діагностика рівня самооцінки (за методикою Н.Фетіскіна)

Інструкція. Відповідаючи на питання, вкажіть, наскільки частими бувають для вас вказані нижче стани за наступною шкалою: дуже часто – 4 бали, часто – 3 бали, іноді – 2 бали, рідко – 1 бал, ніколи – 0 балів.

Опитувальник

1. Я часто хвилююся марно.
2. Мені хочеться, щоб мої друзі підбадьорювали мене.
3. Я боюся виглядати безглуздим.
4. Я тривожуся про своє майбутнє.
5. Зовнішній вигляд інших краще за мій.
6. Як шкода, що багато людей не розуміють мене.
7. Я відчуваю, що не вмю як треба розмовляти з людьми.
8. Люди чекають від мене дуже багато.
9. Я почуваю себе скутим.
10. Мені здається, що зі мною повинна відбутися якась неприємність.
11. Мене турбує думка про те, як люди відносяться до мене.
12. Я відчуваю, що люди говорять про мене за моєю спиною.
13. Я не відчуваю себе у безпеці.
14. Мені нема з ким поділитися думками.
15. Люди не особливо цікавляться моїми досягненнями.

Обробка та інтерпретація результатів. Для визначенні рівня самооцінки потрібно визначити суму балів за твердженнями.

Рівні самооцінки: до 10 балів – завищений рівень; 11-29 балів – середній рівень, тобто нормативний рівень реалістичної оцінки своїх можливостей; 30 балів і вище – занижений рівень.

Методика вимірювання рівня вираження і спрямованості рефлексії (за методикою М. Гранта)

Інструкція. Опитувальник складається з двох шкал – саморефлексії і соціорефлексії. Відповідати на питання потрібно «так» або «ні». У бланку відповідей це відповідно «+» або «-», які потрібно проставити поруч з номером питання.

Саморефлексія

1. Я схильний аналізувати свої почуття.
2. Я рідко замислююсь над причинами своєї поведінки.
3. Як правило, я просто роблю по ситуації, не роздумуючи.
4. Мені важливо розуміти, як працює моя думка.
5. Я часто роздумую, чому поступаю так чи інакше.
6. Я зазвичай прислухаюся до своїх внутрішніх відчуттів.
7. Я завжди оцінюю свої почуття і вчинки.
8. Коли я працюю, я ретельно контролюю свої дії.
9. За характером я людина, схильна до самоаналізу.
10. Я люблю проводити час наодинці з собою.

Твердження: 2 і 3 є зворотними.

Соціорефлексія

1. Поведінка інших людей часто збентежує мене.
2. Я легко прогноую слова і вчинки знайомих людей.
3. Дуже важливо розуміти мотиви поведінки інших людей.
4. Думка оточуючих дуже важлива для мене.
5. Мені нецікаво, які почуття викликають у інших людей мої слова і вчинки.
6. Мені неважко керувати ходом бесіди або переговорів.
7. Я можу свідомо зробити на іншу людину потрібне мені враження.
8. Мені буває важко зрозуміти почуття інших, навіть близьких мені людей.
9. Я люблю спостерігати за поведінкою оточуючих людей.
10. Справжні мотиви поведінки людей практично неможливо розкрити.

Твердження: 1, 5, 8, 10 є зворотними

Обробка та інтерпретація результатів. Кожна шкала містить 10 прямих і зворотних тверджень, кожне з яких, у свою чергу, оцінюється за 6-бальною шкалою: 1 – абсолютно не згодний, 2 – не згодний, 3 – скоріше не згодний, 4 – скоріше згодний, 5 – згодний, 6 – абсолютно згодний. Таким чином, у результаті діагностики отримуються два показники – саморефлексії та соціорефлексії, що варіюються від 10 до 60 балів. Аналізується співвідношення двох форм рефлексії. Найбільш адаптованим вважається середній рівень саморефлексії та високий чи вище середнього рівень соціорефлексії.

Діагностика саморегуляції і комунікативного контролю (за методкою М.Шнайдера)

Інструкція. Уважно прочитайте 10 висловлювань, що відображають реакції на деякі ситуації спілкування. Кожне з них оцініть як вірне (В) чи невірне (Н) стосовно себе, поставте поруч з кожним пунктом відповідну букву.

Опитувальник

1. Мені здається важким наслідувати інших людей.
2. Я зміг би зваляти дурня, щоб привернути увагу оточуючих.
3. З мене міг би вийти непоганий актор.
4. Іншим людям іноді здається, що мої переживання більш глибокі, ніж це є насправді.
5. У компанії я рідко опиняюся в центрі уваги.
6. У різних ситуаціях в спілкуванні з іншою людиною я часто поведжуся по-різному.
7. Я можу відстоювати тільки те, в чому щиро переконаний.
8. Щоб досягти успіху в справах і в стосунках з людьми, я часто буваю саме таким, яким мене очікують бачити.
9. Я можу бути дружелюбним з людьми, яких не виношу.
10. Я не завжди такий, яким здаюся.

Обробка та інтерпретація результатів. По 1 балу начисляється за відповідь «Н» на питання 1,5,7 і за відповідь «В» на всі інші питання. Підраховується сума балів.

0-3 бали – низький комунікативний контроль; висока імпульсивність у спілкуванні, відкритість, розкутість, поведінка мало подається змінам у залежності від ситуації спілкування і не завжди співвідноситься з поведінкою інших людей.

4-6 балів – середній комунікативний контроль; у спілкуванні безпосередній, щиро відноситься до інших людей, але стриманий в емоційних проявах, співвідносить свої реакції з поведінкою оточуючих людей.

7-10 балів – високий комунікативний контроль; постійно слідкує за собою, керує вираженням своїх емоцій.

**Тест визначення рівня перцептивно-невербальної компетентності
(за методикою Г.Я. Розена)**

Інструкція до тесту. Прочитайте уважно кожне питання й оберіть один із запропонованих варіантів відповіді (а, б, в).

Тестовий матеріал

1. Чи добре ви знаєте мову жестів?
а) так; б) і так, і ні; в) ні.
2. Чи чутливі ви до чужих потреб?
а) так, чутливий; б) не знаю; в) ні, не чутливий.
3. Чи відразу ви помічаєте, що комусь стало нудно при розмові з вами?
а) відразу; б) вірно щось середнє; в) не помічаю взагалі.
4. Ви умієте слухати інших?
а) так, умію; б) і так, і ні; в) ні, не вмію.
5. Чи завжди ви однаково ввічливі у спілкуванні?
а) так, завжди; б) залежно від обставин; в) ніколи.
6. Чи можете ви негайно визначити, що хтось із співрозмовників засуджує вас?
а) так, можу; б) не завжди; в) ні, не можу.
7. Чи завжди ви вірно оцінюєте інших людей?
а) так, завжди; б) іноді; в) ніколи.
8. Чи можете ви відразу відчувати, що викликаєте у співрозмовника симпатію?
а) так, можу; б) і так, і ні; в) ні, не можу.
9. Чи здатні ви передбачити, між ким з ваших знайомих може зав'язатися дружба?
а) так, здатний; б) не знаю; в) ні, не здатний.
10. Чи завжди ви відчуваєте, що у співрозмовника є щось приховане на думці?
а) так, завжди; б) залежно від обставин; в) не завжди.
11. Чи вмієте ви вчасно відчувати, коли не слід бути занадто наполегливим?
а) так, умію; б) коли як; в) ні, не вмію.
12. Чи часто люди приходять до вас зі своїми проблемами?
а) часто; б) іноді; в) рідко.
13. Як ви думаєте, чи завжди вам удається розпізнати брехню?
а) думаю, що завжди; б) не знаю; в) думаю, що ні.
14. Чи відразу ви відчуваєте, що співрозмовник перебуває у поганому настрої?
а) так, відразу; б) і так, і ні; в) ні, не відразу.
15. Чи передчуваєте ви, що співрозмовник може ось-ось несподівано розридатися (або вибухнути)?
а) так, передчуваю; б) коли як; в) ні, не передчуваю.

Обробка та інтерпретація результатів тесту. За відповіді а – 2 бали; б – 1 бал; в – 0 балів. Підсумуйте оцінки за пунктами методики, переведіть бали в стени за допомогою таблиці.

Стени	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Бали	0	1-4	5-8	9-12	13	14-17	18-21	22-25	26-29	30

Запропонована шкала невербальної компетентності виявляє міру вираження вміння налагоджувати стосунки і прочитувати контекст спілкування. Кожен досліджуваний може бути віднесений до однієї з трьох груп: з низьким рівнем невербальної компетентності (1-3 стенів); з помірним рівнем невербальної компетентності (4-7 стенів); з високим рівнем невербальної компетентності (8-10 стенів). Особи, віднесені до першої групи, поглинені своїми власними проблемами і недостатньо уважні до проблем інших. Вони виявляють нездатність до налагоджування стосунків і розуміння характеру міжособистісної взаємодії. Особи, віднесені до третьої групи, навпаки, характеризуються тим, що занадто переймаються проблемами інших людей і неухважні до своїх власних.

Тест «Перевірте свій імідж» (за методикою А. Панфілової)

Інструкція. Для визначення манери поведінки вашої особистості поряд з кожною з перерахованих нижче складових іміджу зробіть позначку в графі оцінок. За кожен фактор, оцінений вами по вищому рівню, нарахуєте собі 3 очки; 2 – за кожен відповідь «вище середнього»; по 1 очку за ті характеристики, де ви перебуваєте нарівні з усіма.

Складові іміджу	Створює вам перешкоди	На середньому рівні	Вище середнього	Першокласно
Звчання вашого голосу				
Мистецтво спілкування (писемного й усного)				
Навички презентації				
Світські навички				
Вміння поводити себе за столом				
Візуальний контакт				
Рукостиснення				
Осанка				
Підтримання форми				
Догляд за собою				
Одяг та індивідуальний стиль				
Манери				

Інтерпретація результатів. Менше 8 очок: ваш імідж вбиває вас.

9-12 очок: ви – пан Середина, який мало кого ображає, але й мало що отримує від людей, які мають значення для вашої кар'єри.

13-24 очка: у вас є перспектива, але ваш імідж суперечливий, в деяких випадках він хороший, в деяких – слабкий.

25-36 балів: ви усвідомлюєте важливість свого іміджу і, без сумніву, працюєте над його покращенням. Можливо, що деяку перевагу вам дали батьки, які навчили вас хорошим манерам і етикету і які надавали великого значення вмінню добре одягатися. Іншим складовим іміджу ви навчилися за допомогою спеціальних занять, читання або спостереження за іншими людьми.

Рівень самоактуалізації особистості (Опитувальник особистісних орієнтацій (РОІ) Е. Шостера)

Інструкція. Опитувальник призначений для діагностики рівня самоактуалізації особистості. У тесті 126 питань і 14 шкал, кожна з яких відповідає певній властивості особистості. У кожному пункті тесту містяться два висловлювання (а та б). Уважно прочитайте кожне з двох висловлювань і відзначте те з них, яке більшою мірою відповідає вашій точці зору.

Опитувальник:

1. а) Я вірю в себе тільки тоді, коли відчуваю, що можу впоратися з усіма завданнями, що стоять переді мною.
б) Я вірю в себе й тоді, коли відчуваю, що не можу впоратися з усіма завданнями, що стоять переді мною.
2. а) Я часто внутрішньо бентежусь, коли мені говорять компліменти.
б) Я рідко бентежусь, коли мені говорять компліменти.
3. а) Мені здається, що людина може прожити своє життя так, як їй хочеться.
б) Мені здається, що людина має мало шансів прожити своє життя так, як їй хочеться.
4. а) Я завжди відчуваю в собі сили для подолання життєвих негараздів.
б) Я далеко не завжди відчуваю в собі сили для подолання життєвих негараздів.
5. а) Я відчуваю докори сумління, коли серджуся на тих, кого люблю.
б) Я не відчуваю докорів сумління, коли серджуся на тих, кого люблю.
6. а) В складних ситуаціях треба діяти вже випробуваними способами, так як це гарантує успіх.
б) У складних ситуаціях завжди треба шукати принципово нові рішення.
7. а) Для мене важливо, чи поділяють інші люди мою точку зору.
б) Для мене не дуже важливо, чи поділяють інші люди мою точку зору.
8. а) Мені здається, що людина повинна спокійно ставитися до того неприємного, що вона може почути про себе від інших.
б) Мені зрозуміло, коли люди ображаються, почувши щось неприємне про себе.
9. а) Я можу без жодних докорів сумління відкласти на завтра те, що повинен зробити сьогодні.
б) Мене мучать докори сумління, якщо я відкладаю на завтра те, що повинен зробити сьогодні.
10. а) Я іноді буваю такий злий, що мені хочеться кидатися на людей.
б) Я ніколи не буваю зол настільки, щоб мені хотілося б кидатися на людей.
11. а) Мені здається, що в майбутньому мене чекає багато доброго.
б) Мені здається, що моє майбутнє обіцяє мені мало доброго.
12. а) Людина повинна залишатися чесною у всьому і завжди.
б) Бувають ситуації, коли людина має право бути нечесною.
13. а) Дорослі ніколи не повинні стримувати допитливість дитини, навіть якщо її задоволення може спричинити негативні наслідки.

б) Не варто заохочувати зайву цікавість дитини, якщо вона може привести до небажаних наслідків.

14. а) У мене часто виникає потреба знайти обґрунтування тим своїм діям, які я здійснюю тільки тому, що мені цього хочеться.

б) У мене ніколи не виникає потреби в обґрунтуванні тих своїх дій, які я здійснюю просто тому, що мені цього хочеться.

15. а) Я всіляко намагаюся уникати прикростей.

б) Я не вважаю за потрібне для себе уникати прикростей.

16. а) Я часто відчуваю почуття занепокоєння, думаючи про майбутнє.

б) Я рідко відчуваю почуття занепокоєння, думаючи про майбутнє.

17. а) Я не хотів би відступати від своїх принципів навіть заради того, щоб зробити щось корисне, за що люди були б вдячні мені.

б) Я хотів би зробити щось корисне, за що люди були б вдячні мені, навіть якщо заради цього потрібно було б відійти від своїх принципів.

18. а) Мені здається, що більшу частину часу я не живу, а як би готуюся до того, щоб почати жити в майбутньому.

б) Мені здається, що більшу частину часу я живу по-справжньому вже зараз, а не готуюся до майбутнього справжнього життя.

19. а) Зазвичай я висловлюю і роблю те, що вважаю за потрібне, навіть якщо це загрожує ускладненнями у відносинах з близькими.

б) Я намагаюся не говорити й не робити того, що може загрожувати ускладненнями у відносинах з близькими.

20. а) Люди, які проявляють інтерес до всього на світі, іноді мене дратують.

б) Люди, які проявляють інтерес до всього на світі, завжди викликають у мене симпатію.

21. а) Мені не подобається, коли люди проводять багато часу в безплідних мріях.

б) Мені здається, що немає нічого поганого в тому, що люди витрачають багато часу на безплідні мріяння.

22. а) Я часто замислююся про те, чи правильно я поведився в тих чи інших випадках.

б) Я рідко замислююся про те, чи правильно я поведився в тій чи іншій ситуації.

23. а) Мені здається, що будь-яка людина за своєю природою здатна долати ті труднощі, що ставить перед нею життя.

б) Я не думаю, що будь-яка людина за своєю природою здатна долати ті труднощі, що ставить перед нею життя.

24. а) Головне в нашому житті – творити, створювати щось нове.

б) Головне в нашому житті – приносити користь.

25. а) Мені здається, що було б краще, якби у більшості чоловіків переважали традиційно чоловічі риси характеру, а у жінок – традиційно жіночі.

б) Мені здається, що було б краще, якби і чоловіки, і жінки поєднували в собі і традиційно чоловічі, і традиційно жіночі риси характеру.

26. а) Двоє людей краще ладнають між собою, коли кожен з них намагається перш за все зробити приємність іншому на протигагу вільного вираження своїх почуттів.

б) Двоє людей краще ладнають між собою, якщо кожен з них намагається перш за все висловити свої почуття на протигагу прагненню зробити приємність іншому.

27. а) Жорстокі й егоїстичні вчинки, що здійснюють люди, є природними проявами їх людської природи.

б) Жорстокі й егоїстичні вчинки, що здійснюють люди, не є природними проявами їх людської природи.

28. а) Я впевнений в собі.

б) Я не впевнений в собі.

29. а) Здійснення моїх планів в майбутньому багато в чому залежить від того, чи будуть у мене близькі друзі.

б) Здійснення моїх планів в майбутньому лише незначно залежить від того, чи будуть у мене близькі друзі.

30. а) Мені здається, що найбільш цінним для людини є її улюблена робота.

б) Мені здається, що найбільш цінним для людини є її сімейне життя.

31. а) Я ніколи не пліткую.

б) Іноді мені приємно попліткувати.

32. а) Я мирюся з протиріччями в самому собі.

б) Я не можу миритися з протиріччями в самому собі.

33. а) Якщо незнайома людина зробить мені послугу, то я відчуваю себе зобов'язаним їй.

б) Якщо незнайома людина виявить мені послугу, то я не відчуваю себе зобов'язаним їй.

34. а) Іноді мені буває важко бути щирим, навіть якщо мені цього хочеться.

б) Мені завжди вдається бути щирим, навіть якщо мені цього не хочеться.

35. а) Мене іноді (рідко) турбує почуття провини.

б) Мене часто турбує почуття провини.

36. а) Я відчуваю себе відповідальним за те, щоб у тих, з ким я спілкуюся, був гарний настрій.

б) Я не відчуваю себе відповідальним за те, щоб у тих, з ким я спілкуюся, був гарний настрій.

37. а) Мені здається, що кожній людині необхідно мати уявлення про основні закони фізики.

б) Мені здається, що багато людей можуть обійтися без знання законів фізики.

38. а) Я вважаю за необхідне дотримуватися правила «не витрачай час даремно».

б) Я не вважаю за необхідне дотримуватися правила «не витрачай час даремно».

39. а) Критичні зауваження на мою адресу знижують мою самооцінку.

б) Критичні зауваження на мою адресу не знижують моєї самооцінки.

40. а) Я часто переживаю через те, що в даний момент не роблю нічого чудового.

б) Я рідко переживаю через те, що в даний момент не роблю нічого чудового.

41. а) Я віддаю перевагу залишати приємне «на потім».

б) Я не залишаю приємне «на потім».

42. а) Я часто приймаю спонтанні рішення.

б) Я рідко приймаю спонтанні рішення.

43. а) Я намагаюся висловлювати відкрито свої почуття, навіть якщо це може призвести до неприємностей.

б) Я намагаюся не висловлювати відкрито свої почуття, навіть якщо це може призвести до неприємностей.

44. а) Я не можу сказати, що я собі подобаюся.
б) Я можу сказати, що я собі подобаюся.
45. а) Я часто згадую про неприємні для мене речі.
б) Я рідко згадую про неприємні для мене речі.
46. а) Мені здається, що люди повинні відкрито виявляти у відносинах з іншими своє невдоволення ними.
б) Мені здається, що в спілкуванні з іншими людьми потрібно приховувати своє невдоволення ними.
47. а) Мені здається, що я можу судити про те, як повинні поводитися інші люди.
б) Мені здається, що я не можу судити про те, як повинні поводитися інші люди.
48. а) Мені здається, що поглиблення у вузьку спеціалізацію є необхідною для справжнього вченого.
б) Мені здається, що поглиблення у вузьку спеціалізацію робить людину обмеженою.
49. а) При визначенні того, що добре, а що погано, для мене важлива думка інших людей.
б) Я намагаюся сам визначити, що добре, а що погано.
50. а) Мені буває важко відрізнити любов від простого потягу.
б) Я легко відрізняю любов від простого потягу.
51. а) Я постійно прагну до самовдосконалення.
б) Мене мало хвилює проблема самовдосконалення.
52. а) Досягнення щастя не може бути метою людських відносин.
б) Досягнення щастя – це головна мета людських відносин.
53. а) Мені здається, що я цілком можу довіряти власним оцінкам.
б) Мені здається, що я не можу повною мірою довіряти власними оцінками.
54. а) За необхідністю людина може досить легко звільнитися від своїх звичок.
б) Людині вкрай важко звільнитися від своїх звичок.
55. а) Мої почуття іноді дивують мене самого.
б) Мої почуття ніколи не дивують мене.
56. а) У деяких випадках я вважаю за можливе дати зрозуміти людині, що вона здається мені нецікавою.
б) У деяких випадках я не вважаю за можливе дати зрозуміти людині, що вона здається мені нецікавою.
57. а) Про те, наскільки щасливо складаються стосунки між людьми, можна судити, спостерігаючи за ними з боку.
б) Спостерігаючи з боку, не можна сказати, наскільки щасливо складаються стосунки між людьми.
58. а) Я часто по кілька разів перечитую книги, що сподобалися мені.
б) Я думаю, що краще прочитати якусь нову книгу, ніж повертатися до вже прочитаного.
59. а) Я дуже захоплений своєю роботою.
б) Я не можу сказати, що захоплений своєю роботою.
60. а) Я незадоволений своїм минулим.
б) Я задоволений своїм минулим.

61. а) Я відчуваю себе зобов'язаним завжди говорити правду.
 б) Я не відчуваю себе зобов'язаним завжди говорити правду.
62. а) Існує дуже мало ситуацій, коли я можу дозволити собі дуріти.
 б) Існує безліч ситуацій, коли я можу дозволити собі дуріти.
63. а) Прагнучи розібратися в характері й почуттях оточуючих, люди часто бувають нетактовними.
 б) Прагнення розібратися в характері й почуттях оточуючих природно для людини і тому може виправдати нетактовність.
64. а) Зазвичай я впадаю в розпач через втрату або поломку речі, що подобається мені.
 б) Зазвичай я не засмучуюсь через втрату або поломку речі, що подобається мені.
65. а) Зазвичай я намагаюся робити те, що від мене чекають оточуючі.
 б) Зазвичай я не замислююся над тим, чи відповідає моя поведінка тому, що від мене чекають.
66. а) Інтерес до самої себе завжди необхідний людині.
 б) Зайве самокопання іноді має погані наслідки.
67. а) Іноді я боюся бути самим собою.
 б) Я ніколи не боюся бути самим собою.
68. а) Велика частина того, що я роблю, приносить мені задоволення.
 б) Лише небагато з того, що я роблю, приносить мені задоволення.
69. а) Лише люди з гонором думають про свої достоїнства і не думають про недоліки.
 б) Не тільки пихаті люди не думають про свої недоліки.
70. а) Я можу робити що-небудь для інших, не вимагаючи, щоб вони це оцінили.
 б) Я вправі очікувати від інших, щоб вони оцінили те, що я роблю для них.
71. а) Людина повинна каятися в своїх провинах.
 б) Людина не обов'язково повинна каятися в своїх провинах.
72. а) Мені потрібні обґрунтування для прийняття моїх почуттів.
 б) Зазвичай мені не потрібні ніякі обґрунтування для прийняття моїх почуттів.
73. а) У більшості ситуацій я перш за все намагаюся зрозуміти, чого хочу я сам.
 б) У більшості ситуацій я перш за все намагаюся зрозуміти, чого хочуть оточуючі.
74. а) Я намагаюся ніколи не бути «білою вороною».
 б) Я дозволяю собі іноді бути «білою вороною».
75. а) Коли я подобаюся сам собі, мені здається, що я подобаюся всім оточуючим.
 б) Навіть коли я подобаюся сам собі, я розумію, що є люди, яким я неприємний.
76. а) Моє минуле значною мірою визначає моє майбутнє.
 б) Моє минуле дуже слабо визначає моє майбутнє.
77. а) Часто буває так, що висловити свої почуття важливіше, ніж обдумувати ситуацію.
 б) Досить рідко буває так, що висловити свої почуття важливіше, ніж обдумувати ситуацію.
78. а) Зусилля і витрати, яких вимагає пізнання істини, варті того, так як приносять користь людям.

б) Зусилля й витрати, яких вимагає пізнання істини, варті того, так як доставляють людині задоволення.

79. а) Мені завжди необхідно, щоб інші схвалювали те, що я роблю.

б) Мені не завжди необхідно, щоб інші схвалювали те, що я роблю.

80. а) Я не довіряю тим рішенням, що приймаю спонтанно.

б) Я довіряю тим рішенням, що приймаю спонтанно.

81. а) Мабуть, я можу сказати, що я живу з відчуттям щастя.

б) Мабуть, я не можу сказати, що живу з відчуттям щастя.

82. а) Досить часто мені буває нудно.

б) Мені ніколи не буває нудно.

83. а) Я часто проявляю свою прихильність до людини, незалежно від того, чи взаємна вона.

б) Я рідко проявляю свою прихильність до людини, не будучи впевненим, що вона взаємна.

84. а) Я легко приймаю ризиковані рішення.

б) Зазвичай мені буває важко прийняти ризиковані рішення.

85. а) Я намагаюся у всьому і завжди поступати чесно.

б) Іноді я вважаю можливим пошахраювати.

86. а) Я готовий примиритися зі своїми помилками.

б) Мені буває важко примиритися зі своїми помилками.

87. а) Якщо я роблю щось виключно в своїх інтересах, то це зазвичай викликає у мене почуття провини, навіть якщо мої дії нікому не шкодять.

б) Я ніколи не відчуваю почуття провини, якщо роблю щось виключно для себе.

88. а) Діти повинні розуміти, що у них немає тих прав і привілеїв, що є у дорослих.

б) Дітям не обов'язково усвідомлювати, що у них немає прав і привілеїв дорослих людей.

89. а) Я добре розумію, які почуття я здатен відчувати, а які – ні.

б) Я ще не зрозумів до кінця, які почуття я здатен відчувати, а які – ні.

90. а) Я думаю, що більшості людей можна довіряти.

б) Я думаю, що без крайньої необхідності не треба довіряти людям.

91. а) Минуле, сьогоднішнє і майбутнє представляються мені єдиним цілим.

б) Моє справжнє представляється мені слабо пов'язаним з минулим і майбутнім.

92. а) Я вважаю за краще проводити відпустку подорожуючи, навіть якщо це пов'язано з великими витратами і незручностями.

б) Я вважаю за краще проводити відпустку спокійно, в комфортних умовах.

93. а) Буває, що мені подобаються люди, чию поведінку я не схвалюю.

б) Мені ніколи не подобаються люди, чию поведінку я не схвалюю.

94. а) Людям від природи властиво розуміти один одного.

б) За своєю природою людині властиво дбати про свої власні інтереси.

95. а) Мені ніколи не подобаються сальні жарти.

б) Мені іноді подобаються сальні жарти.

96. а) Мене люблять тому, що я сам здатний любити.

б) Моя поведінка викликає любов до мене.

97. а) Мені здається, що емоційне і раціональне в людині не суперечать одне одному.
б) Мені здається, що емоційний і раціональний в людині суперечать одне одному.
98. а) Я відчуваю себе впевнено в стосунках з іншими людьми.
б) Я відчуваю себе невпевнено у стосунках з іншими людьми.
99. а) Захищаючи власні інтереси, люди часто ігнорують інтереси оточуючих.
б) Захищаючи власні інтереси, люди часто не забувають про інтереси оточуючих.
100. а) Я завжди можу покласти на свій творчий хист орієнтуватися в ситуації.
б) Я далеко не завжди можу покласти на свій творчий хист орієнтуватися в ситуації.
101. а) Я вважаю, що здатність до творчості – природна властивість всіх людей.
б) Я вважаю, що далеко не всі люди обдаровані здатністю до творчості.
102. а) Зазвичай я не засмучуюсь, якщо мені не вдається домогтися досконалості в тому, що я роблю.
б) Я часто засмучуюсь, якщо мені не вдається домогтися досконалості в тому, що я роблю.
103. а) Іноді я боюся здатися занадто ніжним.
б) Я ніколи не боюся здатися занадто ніжним.
104. а) Мені легко змиритися зі своїми слабостями.
б) Мені важко змиритися зі своїми слабостями.
105. а) Мені здається, що я повинен домагатися досконалості в усьому, що я роблю.
б) Мені не здається, що я повинен домагатися досконалості в усьому, що я роблю.
106. а) Мені часто доводиться виправдовуватися перед самим собою за свої вчинки.
б) Мені рідко доводиться виправдовуватися перед самим собою за свої вчинки.
107. а) Вибираючи для себе будь-яке заняття, людина повинна зважати на те, наскільки воно необхідне.
б) Людина повинна займатися тільки тим, що їй цікаво.
108. а) Мені подобається більшість людей, яких я знаю.
б) Я не можу сказати, що мені подобається більшість людей, яких я знаю.
109. а) Іноді я не проти того, що мною командують.
б) Мені ніколи не подобається, коли мною командують.
110. а) Я не соромлюся виявляти свої слабкості перед друзями.
б) Мені нелегко виявляти свої слабкості навіть перед друзями.
111. а) Я часто боюся зробити яку-небудь помилку.
б) Я не боюся зробити яку-небудь помилку.
112. а) Найбільше задоволення людина отримує, коли досягає бажаного результату в роботі.
б) Найбільше задоволення людина отримує в процесі роботи.
113. а) Про людину ніколи не можна з упевненістю сказати, добра вона чи зла.
б) Зазвичай про людину можна сказати, добра вона чи зла.
114. а) Я майже завжди відчуваю в собі сили вчинити так, як вважаю за потрібне, незважаючи на наслідки.

б) Я далеко не завжди відчуваю в собі сили вчинити так, як я вважаю за потрібне, незважаючи на наслідки.

115. а) Люди іноді дратують мене.

б) Люди рідко дратують мене.

116. а) Моє почуття самоповаги багато в чому залежить від того, чого я досяг.

б) Моє почуття самоповаги мало залежить від того, чого я досяг.

117. а) Зріла людина повинна завжди усвідомлювати причини кожного свого вчинку.

б) Зріла людина зовсім не обов'язково повинна усвідомлювати причини кожного свого вчинку.

118. а) Я сприймаю себе таким, яким мене бачать оточуючі.

б) Я бачу себе зовсім не таким, яким мене бачать оточуючі.

119. а) Буває, що я соромлюся своїх почуттів.

б) Я ніколи не соромлюся своїх почуттів.

120. а) Мені подобається брати участь в палких суперечках.

б) Я ніколи не любив брати участь в палких суперечках.

121. а) У мене не вистачає часу, щоб стежити за новими подіями в світі мистецтва та літератури.

б) Я постійно стежу за новими подіями в світі мистецтва та літератури.

122. а) Мені завжди вдається керуватися в житті своїми власними почуттями і бажаннями.

б) Мені не часто вдається керуватися в житті своїми власними почуттями і бажаннями.

123. а) Я часто керуюся загальноприйнятими уявленнями в рішенні моїх особистих проблем.

б) Я рідко керуюся загальноприйнятими уявленнями в рішенні моїх особистих проблем.

124. а) Мені здається, що для того, щоб займатися будь-якою творчою діяльністю, людина повинна володіти певними знаннями в цій сфері.

б) Мені здається, що для того, щоб займатися будь-якою творчою діяльністю, людині не обов'язково володіти певними знаннями в цій сфері.

Ключ до опитувальника.

Шкала «Орієнтація у часі» (всього 17 питань): 11а, 16б, 18б, 21а, 29б, 38б, 40б, 41б, 45б, 60б, 64б, 71б, 76б, 82б, 91б, 106б, 126б.

Шкала «Підтримка» (всього 90 питань): 1б, 2б, 3а, 4а, 5б, 7б, 8а, 9а, 10а, 12б, 14б, 15б, 17а, 19а, 22б, 23а, 25б, 26б, 27б, 28а, 31б, 32а, 33б, 34а, 35б, 36б, 39б, 42а, 43а, 44б, 46а, 47б, 49б, 50б, 51б, 52а, 53а, 55а, 56а, 57а, 59а, 61б, 62б, 65б, 66а, 67б, 68а, 69б, 70а, 72б, 73а, 74б, 75б, 77а, 80а, 81а, 83а, 85б, 86а, 87б, 88б, 89б, 90а, 93а, 94а, 95б, 96а, 97а, 98а, 99б, 100а, 102а, 103б, 104а, 105б, 108б, 109а, 110а, 111б, 113а, 114а, 115а, 116б, 117б, 118а, 119б, 120а, 122а, 123б, 125б.

Шкала «Ціннісні орієнтації» (всього 20 питань): 17а, 28а, 42а, 49б, 50б, 53а, 56а, 59а, 67б, 68а, 69б, 80а, 81а, 90а, 93а, 97а, 99б, 113а, 114а, 122а.

Шкала «Гнучкість поведінки» (всього 24 питання): 3а, 9а, 12б, 33б, 36б, 38б, 40б, 47б, 50б, 51б, 61б, 62б, 65б, 68б, 70а, 74б, 82б, 85б, 95б, 97а, 99б, 102а, 105б, 123б.

Шкала «Сензитивність» (всього 13 питань): 2б, 5б, 10а, 43а, 46а, 55а, 73а, 77а, 83а, 89б, 103б, 119б, 122а.

Шкала «Спонтанність» (всього 14 питань): 5б, 14б, 15б, 26б, 42а, 62б, 67б, 74б, 77а, 80а, 81а, 83а, 95б, 114а.

Шкала «Самоповага» (всього 15 питань): 2б, 3а, 7б, 23а, 28а, 44б, 53а, 66а, 69б, 98а, 100а, 102а, 106б, 114а, 122а.

Шкала «Самоприйняття» (всього 21 питання): 1б, 8а, 14б, 22б, 31б, 32а, 34а, 39б, 53а, 61б, 71б, 75б, 86а, 87б, 104а, 105б, 106б, 110а, 111б, 116б, 125б.

Шкала «Погляд на природу людини» (всього 10 питань): 23а, 25б, 27б, 50б, 66а, 90а, 94а, 97а, 99б, 113а.

Шкала «Синергічність» (всього 7 питань): 50б, 68а, 91б, 93а, 97а, 99б, 113а.

Шкала «Прийняття агресії» (всього 16 питань): 5б, 8а, 10а, 15б, 19а, 28а, 39б, 43а, 46а, 56а, 57а, 67б, 85б, 93а, 94а, 115а.

Шкала «Контактність» (всього 20 питань): 5б, 7б, 17а, 23а, 26б, 36б, 46а, 65б, 70а, 73а, 74б, 75б, 79б, 96а, 99б, 103б, 108б, 109а, 120а, 123б.

Шкала «Пізнавальні потреби» (всього 11 питань): 13а, 20б, 37а, 48а, 63б, 66а, 78б, 82б, 92а, 107б, 121б.

Шкала «Креативність» (всього 14 питань): 6б, 24а, 30а, 42а, 54а, 58а, 59а, 68а, 84а, 101а, 105б, 112б, 123б, 124б.

Обробка й інтерпретація результатів опитувальника. За кожне судження, вибране випробуванним і відповідне самоактуалізації, нараховується 1 бал. Потім необхідно підрахувати бали за всіма шкалами тесту і створити індивідуальний профіль.

Базові шкали:

Шкала орієнтації в часі (ОЧ) – 17 пунктів. Високий бал за цією шкалою свідчить про здатність людини жити справжнім (переживати поточний момент свого життя у всій його повноті, а не просто сприймати сучасність як фатальний наслідок минулого або підготовку до майбутнього «справжнього» життя) і відчувати нерозривність минулого, сьогодення і майбутнього (бачити своє життя цілісною). Низький бал за шкалою означає орієнтацію людини лише на одному з відрізків тимчасової шкали (минуле, сьогодення або майбутнє) і (або) дискретне сприйняття свого життєвого шляху.

Шкала підтримки (П) – 91 пункт. Вимірює ступінь незалежності цінностей і поведінки суб'єкта від впливу ззовні (внутрішня / зовнішня підтримка). Людина, яка має високий бал за цією шкалою, незалежна у своїх вчинках, прагне керуватися в житті власними цілями, переконаннями, установками і принципами, що не означає ворожості до оточуючих і конфронтації з груповими нормами. Вона вільна у виборі, не схильна до зовнішнього впливу. Низький бал свідчить про високий ступінь залежності, конформності, несамостійності суб'єкта, зовнішній локус контролю.

Додаткові шкали, на відміну від базових, які вимірюють глобальні характеристики самоактуалізації, орієнтовані на реєстрацію окремих її аспектів. Для додаткових шкал високий бал характеризує високий ступінь самоактуалізації.

Блок цінностей

Шкала ціннісної орієнтації (ЦО) – 20 пунктів. Вимірює, якою мірою людина поділяє цінності, властиві особистості, яка самоактуалізується.

Шкала гнучкості поведінки (ГП) – 24 пункту. Діагностує ступінь гнучкості людини в реалізації своїх цінностей в поведінці, взаємодії з оточуючими людьми, здатність швидко і адекватно реагувати на мінливу ситуацію.

Блок почуттів

Шкала сензитивності (Сенз) – 13 пунктів. Визначає, якою мірою людина віддає собі звіт у своїх потребах і почуттях, наскільки добре їх рефлексує.

Шкала спонтанності (Сп) – 14 пунктів. Вимірює здатність людини спонтанно і безпосередньо виражати свої почуття. Високий бал не означає відсутності здатності до продуманих, цілеспрямованих дій, він лише свідчить про можливість і іншого способу поведінки (прорахованого заздалегідь), про те, що людина не боїться вести себе природньо і розкуто, демонструвати оточуючим свої емоції.

Блок самосприйняття

Шкала самоповаги (СП) – 15 пунктів. Діагностує здатність людини цінувати свої достоїнства, позитивні якості характеру, поважати себе за них.

Шкала самоприйняття (Спр) – 21 пункт. Відображає ступінь прийняття людини себе такою, якою вона є, незалежно від оцінки своїх достоїнств і недоліків (можливо, і всупереч їм).

Блок концепції людини

Шкала уявлень про природу людини (ПЛ) – 10 пунктів. Високий бал за шкалою свідчить про схильність випробовуваного в цілому позитивно сприймати природу людини (люди швидше добрі) і не брати до уваги дихотомії мужності / жіночності, раціональності / емоційності та інші.

Шкала синергії (Син) – 7 пунктів. Визначає здатність людини до цілісного сприйняття світу і людей, до розуміння пов'язаності протилежностей, таких як гра і робота, тілесне і духовне й ін.

Блок міжособистісної чутливості

Шкала прийняття агресії (ПА) – 16 пунктів. Високий бал за шкалою свідчить про здатність людини приймати своє роздратування, гнів і агресивність як природний прояв людської природи (звичайно ж, мова не йде про виправдання своєї антисоціальної поведінки).

Шкала контактності (К) – 20 пунктів. Характеризує здатність людини до швидкого встановлення глибоких, тісних і емоційно насичених контактів з людьми.

Блок ставлення до пізнання

Шкала пізнавальних потреб (ПізП) – 11 пунктів. Визначає ступінь вираження у людини прагнення до набуття знань про навколишній світ.

Шкала креативності (Кр) – 14 пунктів. Характеризує вираження творчої спрямованості особистості.

Авторський діагностичний тест дієвості знань

Параметр: повнота знань про сутність іміджу

1. Чи знайоме Вам поняття «імідж»?
2. Сформулюйте визначення іміджу.
3. Які характеристики має імідж людини?
4. Як Ви думаєте, що таке «професійний імідж» і чим він відрізняється від інших видів іміджу?
5. Які типи іміджу Вам відомі?

Об'єм знань про прийоми і методи проектування іміджу

6. Які прийоми Ви використовуєте у проектуванні Вашого іміджу?
7. Які методи проектування іміджу Вам відомі?
8. Якими засобами досягається бажаний результат комунікації?
9. Яким прийомам і засобам надаєте перевагу Ви?
10. Які прийоми саморегуляції Вам необхідно використовувати для формування свого іміджу?

Усвідомленість знання про засоби, структуру і функції професійного іміджу

11. Основними структурними компонентами іміджу є ...
12. У яких сферах життєдіяльності людини можливо проектування його іміджу?
13. Які функції виконує імідж людини?
14. Що дає проектування професійного іміджу студенту?
15. Що дає проектування професійного іміджу фахівцю?
16. Які події у Вашій біографії здійснили вплив на Ваш імідж?
17. Які якості необхідні Вам для формування професійного іміджу?
18. Складіть свою імідж-карту на найближчі п'ять років.

Додаток II

Тест-опитувальник самоорганізації діяльності (ОСД) та сформованості навичок планування та цілепокладання

Мета: діагностика сформованості навичок тактичного планування і стратегічного цілепокладання, особливостей структурування самоорганізації діяльності.

Інструкція: Вам пропонується ряд тверджень. Обведіть на шкалі ту цифру, що найбільшою мірою характеризує Вас і відображає Вашу точку зору (1 – повну незгоду, 7 – повну згоду з цим твердженням, 4 – середина шкали, інші цифри - проміжні значення).

1	Мені потрібно багато часу, щоб «розгойдатися» і почати діяти.	1 2 3 4 5 6 7
2	Я планую мої справи щодня.	1 2 3 4 5 6 7
3	Мене виводять з себе і вибивають із звичного графіка непередбачені справи.	1 2 3 4 5 6 7
4	Зазвичай я намічаю програму на день і намагаюся її виконати.	1 2 3 4 5 6 7
5	Мені буває важко завершити розпочате.	1 2 3 4 5 6 7
6	Я не можу відмовитися від розпочатої справи, навіть якщо вона мені «не по зубах».	1 2 3 4 5 6 7
7	Я знаю, чого хочу, і роблю все, щоб цього домогтися.	1 2 3 4 5 6 7
8	Я заздалегідь вибудовую план майбутнього дня.	1 2 3 4 5 6 7
9	Мені важливіше те, що я роблю і переживаю в цей момент, а не те, що буде або було.	1 2 3 4 5 6 7
10	Я можу почати робити кілька справ і жодну з них не закінчити.	1 2 3 4 5 6 7
11	Я планую мої повсякденні справи згідно з визначеними принципами.	1 2 3 4 5 6 7
12	Я вважаю себе людиною, що живе «тут і зараз».	1 2 3 4 5 6 7
13	Я не можу перейти до іншої справи, якщо не завершив попередньої.	1 2 3 4 5 6 7
14	Я вважаю себе цілеспрямованою людиною.	1 2 3 4 5 6 7
15	Замість того, щоб займатися справами, я часто даремно витрачаю час.	1 2 3 4 5 6 7
16	Мені подобається вести щоденник і фіксувати в ньому те, що відбувається зі мною.	1 2 3 4 5 6 7
17	Іноді я навіть не можу заснути, згадавши про недороблені справи.	1 2 3 4 5 6 7
18	У мене є до чого прагнути.	1 2 3 4 5 6 7
19	Мені подобається користуватися щоденником та іншими засобами планування часу.	1 2 3 4 5 6 7
20	Моє життя спрямоване на досягнення певних результатів.	1 2 3 4 5 6 7
21	У мене бувають труднощі з упорядкуванням моїх справ.	1 2 3 4 5 6 7
22	Мені подобається писати звіти за підсумками роботи.	1 2 3 4 5 6 7
23	Я ні до чого не прагну.	1 2 3 4 5 6 7
24	Якщо я не закінчив якусь справу, то це не виходить у мене з голови.	1 2 3 4 5 6 7
25	У мене є головна мета в житті.	1 2 3 4 5 6 7

Обробка результатів. За кожним фактором підраховуються результати кожного пункту, що входить до цього фактору. Результати за «зворотними» пунктам, зазначеним знаком «-», підраховуються наступним чином: 1 бал замінюється на 7 балів, 2 бали – на 6 балів і т. ін.

Ключ до тесту-опитувальника ОСД

Шкала «Планомірність» (пункти 2,4,8, 11) вимірює ступінь залученості особистості до тактичного щоденного планування за певними принципами.

Шкала «Цілеспрямованість» (пункти 7, 14, 18, 20, 23(-), 25) вимірює здатність особистості сконцентруватися на цілі.

Шкала «Наполегливість» (пункти 1(-),5(-),10(-),15(-),21(-)) вимірює схильність особистості додавати вольових зусиль для завершення розпочатої справи і впорядковувати активність.

Шкала «Фіксація» (пункти 3,6, 13, 17,24) вимірює схильність особистості до фіксації на заздалегідь запланованій структурі організації подій у часі.

Шкала «Самоорганізація» (пункти 16, 19, 22) вимірює схильність суб'єкта до використання зовнішніх засобів організації діяльності.

Шкала «Орієнтація на дійсність» (пункти 9, 12) вимірює тимчасову орієнтацію на сьогодення.

Високий загальний сумарний бал (більше 125) характеризує людину, якій властиве бачити і ставити цілі, планувати свою діяльність, в тому числі за допомогою зовнішніх засобів, і, проявляючи вольові якості і наполегливість, йти до її досягнення, що іноді може призводити до негнучкості.

Середній загальний сумарний бал (95-125 балів) характеризує людину, яка здатна поєднувати структурований підхід до організації часу свого життя зі спонтанністю і гнучкістю, вміє цінувати всі складові власного психологічного часу і знаходити для себе цінний досвід у багатоплановості свого життя.

Низький загальний сумарний бал (менш ніж 95) характеризує людину, для якої майбутнє досить туманно, їй не властиво планувати свою щоденну активність і докладати вольові зусилля для завершення розпочатих справ. У той же час це дозволяє їй досить швидко перебудовуватися на нову діяльність, але вона «застрає» на структурованості і на поточних відчуттях.

Додаток Р

Шкала самооцінки метакогнітивної поведінки (за методикою Ла Коста)

Інструкція: Вам пропонується ряд тверджень. Оцініть мисленнєві стратегії, що ви використовуєте, за наступною шкалою: використовую дуже часто – 5; часто – 4; іноді – 3; рідко – 2; дуже рідко – 1.

1.	Стратегічне планування (планування, моніторинг та оцінка діяльності).	5	4	3	2	1
2.	Формулювання питань (свідоме формулювання питань, звернених до прогалін в тій чи іншій області знання).	5	4	3	2	1
3.	Усвідомлене прийняття рішень (прогнозування ефекту і наслідків кожного варіанту вибору).	5	4	3	2	1
4.	Диференційована оцінка (рефлексивна оцінка власних дій за різними критеріями).	5	4	3	2	1
5.	Осмислення досягнень (співвіднесення суб'єктивно оцінюваних досягнень з об'єктивним зворотним зв'язком).	5	4	3	2	1
6.	Подолання суб'єктивних обмежень (усвідомлення можливостей вирішення складних завдань і наполегливий свідомий пошук рішень).	5	4	3	2	1
7.	Перефразування і резюмування одержуваної інформації (переосмислення ідей, що надходять).	5	4	3	2	1
8.	Позначення когнітивної поведінки (визначення використовуваних когнітивних стратегій та їх значимості для вирішення завдання).	5	4	3	2	1
9.	Визначення термінів (формулювання точних визначень спочатку розмитих, багатозначних або погано зрозумілих термінів).	5	4	3	2	1
10.	Рольові ігри (програвання позиції партнера по спілкуванню, уявний діалог з ним).	5	4	3	2	1
11.	Ведення щоденників (письмова фіксація власних думок).	5	4	3	2	1
12.	Моделювання (побудова ментальних репрезентацій досвіду).	5	4	3	2	1

Результатом є сума балів.

Витяг
з освітньо-професійної програми «Політологія»
першого (бакалаврського) рівня
за спеціальністю 052 Політологія,
галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки
Університету імені Альфреда Нобеля

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
«ПОЛІТОЛОГІЯ»

Рівень: перший рівень вищої освіти

За спеціальністю: 052 Політологія

Галузь знань: 05 Соціальні та поведінкові науки

Кваліфікація: бакалавр з політології

ПРОФІЛЬ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ «ПОЛІТОЛОГІЯ» ЗІ СПЕЦІАЛЬНОСТІ 052
«ПОЛІТОЛОГІЯ»

1 - Загальна інформація		
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Університет імені Альфреда Нобеля, кафедра політології та міжнародних відносин	
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Бакалавр, бакалавр з політології	
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма «Політологія»	
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом бакалавра, одиничний, 240 кредитів ЄКТС, термін навчання 3 роки 10 місяців	
...		
2 – Мета освітньої програми		
Підготовка кваліфікованих фахівців-політологів, які володіють базовим категорійно-понятійним та аналітично-дослідницьким апаратом політичної науки, знаннями політичної теорії та практики		
...		
6 - Програмні компетентності		
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати спеціалізовані задачі в предметній сфері політології та застосовувати ключові теорії і методи політичних досліджень та аналізу політики у експертно-аналітичній, політико-організаційній, консультаційній, викладацькій та громадській сфері практичної професійної діяльності.	ІК
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	1. Здатність до абстрактного мислення, аналізу та синтезу і раціональної аргументації.	ЗК 1
	2. Здатність вчитися і оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичній діяльності.	ЗК 2
	3. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел, зокрема завдяки	ЗК 3

	<p>використанню інформаційних і комунікаційних технологій.</p> <p>4. Здатність спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово.</p> <p>5. Здатність бути критичним і самокритичним.</p> <p>6. Навички міжособистісної взаємодії та здатність працювати в команді.</p> <p>7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, з експертами з інших галузей знань та загальною аудиторією для презентації своїх ідей та результатів досліджень.</p> <p>8. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.</p> <p>9. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної галузі, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя.</p> <p>10. Здатність працювати автономно, розробляти та управляти проектами.</p> <p>11. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо.</p>	<p>ЗК 4</p> <p>ЗК 5</p> <p>ЗК 6</p> <p>ЗК 7</p> <p>ЗК 8</p> <p>ЗК 9</p> <p>ЗК 10</p> <p>ЗК 11</p>
<p><i>Фахові компетентності спеціальності (ФК)</i></p>	<p>1. Розуміння загальної природи та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи основні віхи розвитку уявлень про політику та її сучасні інтерпретації.</p> <p>2. Базові знання нормативної та позитивної політичної теорії, політичного аналізу, порівняльної та прикладної політології.</p> <p>3. Вільне володіння базовим категорійно- понятійним та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки.</p> <p>4. Розуміння ключових принципів функціонування та закономірностей розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн та регіонів.</p> <p>5. Застосування ключових політологічних понять, теорій та методів до аналізу владно- політичних відносин політичних акторів, інститутів та ідей відповідно до певного історичного або сучасного контексту.</p> <p>6. Розуміння базових особливостей реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту функціонування та взаємодії.</p>	<p>ФК1/СОК1</p> <p>ФК2/СОК2</p> <p>ФК3/СОК3</p> <p>ФК4/СОК4</p> <p>ФК5/СОК5</p> <p>ФК6/СОК6</p>

	<p>7. Здатність використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні.</p> <p>8. Здатність конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням якісних і кількісних методів та інструментарію прикладного аналізу.</p> <p>9. Здатність до участі в роботі органів державної влади, місцевого самоврядування, суспільно-політичних організацій та політичних партій та у сфері політичної журналістики.</p> <p>10. Спроможність професійно виконувати політико-організаційні, експертні, дорадчі та консультаційні функції на національному та міжнародному ринку праці.</p> <p>11. Поглиблені знання про організацію та функціонування Європейського Союзу, розуміння сучасних європейських інтеграційних процесів та місця в них України.</p>	<p>ФК7/ССК1</p> <p>ФК8/ССК2</p> <p>ФК9/ССК3</p> <p>ФК10/ССК4</p> <p>ФК11/ССК5</p>
7 - Програмні результати навчання		
<i>Загальні результати навчання</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Абстрактного мислити, аналізувати та синтезувати і раціонально аргументувати. 2. Вчитися і оволодівати сучасними знаннями та застосовувати їх у практичній діяльності. 3. Шукати, обробляти та аналізувати інформацію з різних джерел, зокрема завдяки використанню інформаційних і комунікаційних технологій. 4. Спілкуватися державною та іноземною мовою як усно, так і письмово. 5. Бути критичним і самокритичним. 6. Здатність до міжособистісної взаємодії та роботи в команді. 7. Здатність спілкуватися з представниками інших професійних груп різного рівня, з експертами з інших галузей знань та загальною аудиторією для презентації своїх ідей та результатів досліджень. 8. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні. 9. Здатність зберігати та примножувати моральні, культурні, наукові цінності і досягнення суспільства на основі розуміння історії та закономірностей розвитку предметної галузі, її місця у загальній системі знань про природу і суспільство та у розвитку суспільства, техніки і технологій, використовувати різні види рухової активності для активного відпочинку та ведення здорового способу життя. 10. Здатність працювати автономно, розробляти та управляти проектами 11. Здатність діяти соціально відповідально та свідомо 	
<i>Спеціальні (фахові) результати навчання</i>	<ol style="list-style-type: none"> 12. Розуміти загальну природу та значення політики як специфічного виду людської діяльності та особливої сфери пізнання, включаючи основні віхи розвитку уявлень про політику 	

	<p>та її сучасні інтерпретації.</p> <p>Знати нормативні та позитивні політичні теорії, політичний аналіз, порівняльну та прикладну політологію.</p> <p>14. Володіти базовим категорійно-понятійним та аналітично-дослідницьким апаратом сучасної світової політичної науки.</p> <p>15. Розуміти ключові принципи функціонування та закономірностей розвитку влади та публічної політики, політичних інститутів та процесів, політичної поведінки, політичної культури та ідеології, світової політики та політики окремих країн та регіонів.</p> <p>16. Застосовувати ключові політологічні поняття, теорії та методи до аналізу владно-політичних відносин політичних акторів, інститутів та ідей відповідно до певного історичного або сучасного контексту.</p> <p>17. Розуміти базові особливості реалізації влади у різних політичних системах, їх соціально-економічного, історичного та соціокультурного контексту функціонування та взаємодії.</p> <p>18. Використовувати сучасні політологічні теорії, концепти та методи для аналізу політики на місцевому, національному та міжнародному рівні.</p> <p>19. Конструювати дизайн, розробляти програму та виконувати політологічні дослідження з використанням якісних і кількісних методів та інструментарію прикладного аналізу.</p> <p>20. Брати участь в роботі органів державної влади, місцевого самоврядування, суспільно-політичних організацій та політичних партій та у сфері політичної журналістики.</p> <p>21. Професійно виконувати політико-організаційні, експертні, дорадчі та консультаційні функції на національному та міжнародному ринку праці.</p> <p>13. Знати про організацію та функціонування Європейського Союзу, розуміти сучасні європейські інтеграційні процеси та місце в них України.</p>
--	---

Перелік компонентів освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

Таблиця 1

Обсяги та форми підсумкового контролю компонентів ОП

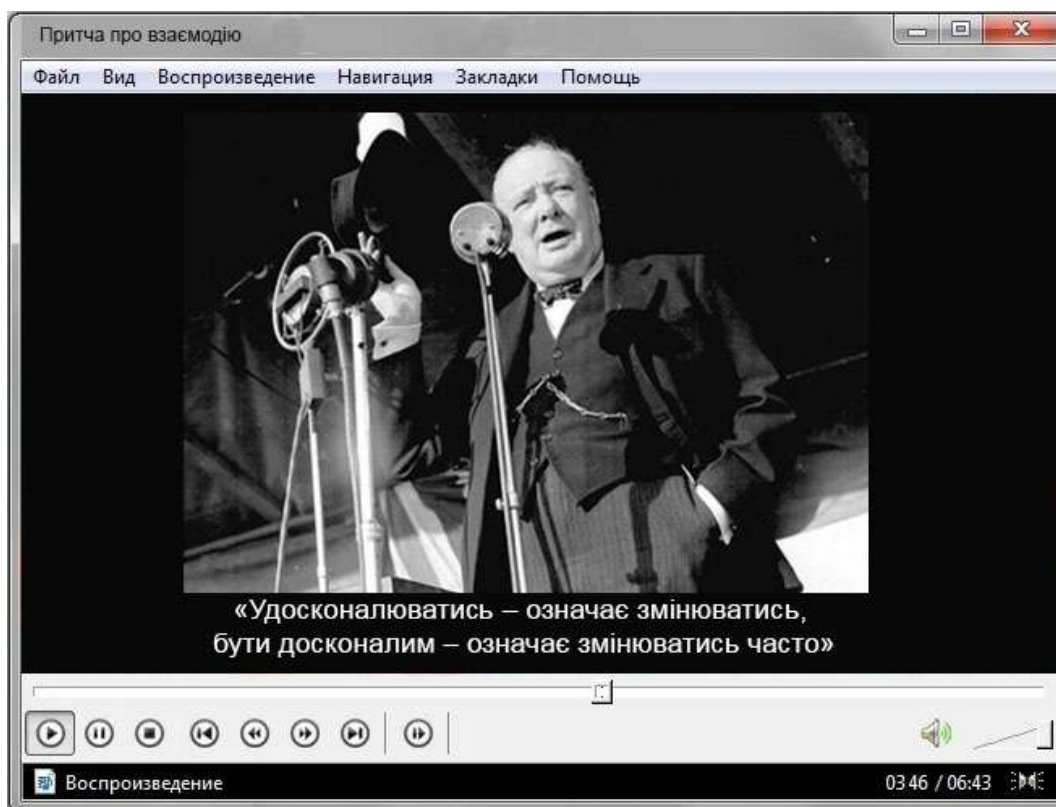
Код н/д	Компоненти освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумк. контролю
1	2	3	4
Обов'язкові компоненти ОП			
ОК 1.	Українська ідентичність: історія, культура, мова	4.5	е
ОК 2.	Іноземна мова	12	з
ОК 3.	Інформаційні системи і технології	6	з
ОК 4.	Вступ до спеціальності	6	з
ОК 5.	Загальна теорія політики	13.5	е
ОК 6.	Історія зарубіжних політичних вчень	7	е
ОК 7.	Політологічні країнознавчі студії	6	з
ОК 8.	Українська політична думка	7	е
ОК 9.	Політичні еліти і лідерство	6	з
ОК 10.	Державне управління та місцеве самоврядування	6	е

ОК 11.	Вибори та виборчі системи	6	е
ОК 12.	Політичний маркетинг і реклама	7	е
ОК 13.	Політичний менеджмент	6	з
ОК 14.	Політичні ідеології	6	з
ОК 15.	Партії та партійні системи	6	е
ОК 16.	Політична конфліктологія	7	е
ОК 17.	Політична журналістика	4	з
ОК 18.	Соціологія	4	з
ОК 19.	Порівняльна політологія	4.5	е
ОК 20.	Іноземна мова професійного спрямування	9.5	е
ОК 21.	Європеїстика	6	з
ОК 22.	Методологія політологічних досліджень	6	е
ОК 23.	Політичні технології	6	е
ОК 24.	Політична транзитологія	4.5	з
ОК 25.	Політична культура	4	е
	Курсова робота: Порівняльна політологія	1	
	Курсова робота: Політична транзитологія	1	
	Фізичне виховання		з
Загальний обсяг обов'язкових компонентів:		162.5 кредити / 4875 годин	
Вибіркові компоненти ОП			
ВК 1.	Вибіркова дисципліна (Культурологія, Філософія, Логіка)	5	з
ВК 2.	Поглиблене вивчення іноземної мови	11	е
ВК 3.	Вибіркова дисципліна (Основидемократії, Дипломатичний протокол і етикет, Основи професійної етики)	5	з
ВК 4.	Вибіркова дисципліна (Основи сталого розвитку, Гендерні студії, Глобальні проблеми сучасності)	6	з
ВК 5.	Іноземна мова професійного спрямування	12	з
ВК 6.	Вибіркова дисципліна (Актуальні проблеми міжнародних відносин, Політична аксіологія, Міжнародні організації)	5	з
ВК 7.	Вибіркова дисципліна (Глобалістика, Геополітика, Теорія міжнародних відносин)	6	з
ВК 8.	Вибіркова дисципліна (Права і свободи людини у сучасному світі, Міжнародне публічне право, Міжнародне приватне право)	5	з
ВК 9.	Вибіркова дисципліна (Політика і економіка, Політика і релігія, Політична ризикологія)	6	з
Загальний обсяг вибірових компонентів:		61 кредит / 1830 годин	
Виробнича практика III курс		4.5	
Атестаційний екзамен з політичної теорії		1.5	е
Виробнича практика IV курс		9	
Атестаційний екзамен з практичної політології		1.5	е
ЗАГАЛЬНИЙ ОБСЯГ ОСВІТНЬОЇ ПРОГРАМИ		240 кредитів / 7200 годин	

МАТРИЦЯ «ОСВІТНІЙ КОМПОНЕНТИ-РЕЗУЛЬТАТИ»

Освітні компоненти / Результати																		PH17	PH18	PH19	PH20	PH21	PH22	
Українська ідентичність: історія, культура, мова				+	+			+																
Іноземна мова		+	+	+																				
Інформаційні системи і технології			+					+												+		+		
Вступ до спеціальності	+	+	+		+					+	+													
Загальна теорія політики	+								+		+	+	+			+								
Історія зарубіжних політичних вчень											+	+					+							
Політологічні країнознавчі студії			+											+	+	+								+
Українська політична думка	+											+	+											
Політичні еліти і лідерство														+	+	+								
Державне управління та місцеве самоврядування			+									+		+	+	+						+		
Вибори та виборчі системи									+		+					+	+					+	+	
Політичний маркетинг і реклама			+		+		+									+	+						+	
Політичний менеджмент	+			+		+	+			+	+												+	
Політичні ідеології	+		+									+						+						
Партії та партійні системи			+					+							+	+						+		
Політична конфліктологія	+	+			+	+					+	+						+						
Політична журналістика			+	+	+		+				+												+	
Соціологія	+				+				+		+												+	
Порівняльна політологія	+		+		+							+		+	+	+								
Іноземна мова професійного спрямування		+	+	+			+																	
Європеїстика								+							+	+								+
Методологія політологічних досліджень	+		+							+				+		+		+	+				+	
Політичні технології	+	+				+	+			+					+									
Політична транзитологія	+		+												+	+	+							
Політична культура	+							+	+						+									
Курсова	+	+	+	+						+									+	+				

Скріншоти анімаційного ролику, що використовувався у процесі
практичного заняття з дисципліни «Історія зарубіжних політичних
вчень»



Професіограма «Політолог»

Найменування професії	політолог	
Домінуючий спосіб мислення	адаптація – аналіз	
Додаткові способи мислення	доповнення - регуляція; креативність - гнучкість	
Галузь базових знань № 1, їх рівень	історія, політологія, психологія, політичні відносини, рівень 3, високий (теоретичний)	
Галузь базових знань № 2, їх рівень	прикладна політологія, прикладна соціологія, вища математика, статистика, рівень 2, середній (практичне використання знань)	
Професійна галузь	політика	
Міжособистісна взаємодія	часта, по типу «поруч»	
Домінуючий інтерес	дослідницький	
Додатковий інтерес	соціальний	
Умови праці	у приміщенні / поза приміщенням; мобільний	
<i>Домінуючі види діяльності:</i>		
<ul style="list-style-type: none"> • вивчення політичних явищ у їх послідовному часовому розвитку, виявлення зв'язків між минулим, сьогоденням і майбутнім; • дослідження залежності політики, політичних процесів від суспільства, економічних відносин, соціальної структури суспільства, ідеології та культури; • визначення значення політичних явищ для суспільства та особистості, їх оцінка з точки зору загального блага, справедливості, поваги людської гідності; • вивчення залежності між політичними явищами в досвіді й рівнем економічного розвитку, політичним ладом, між ступенем урбанізації населення та його політичною активністю, між кількістю партій і виборчою системою і т. ін.; • дослідження і аналіз вербальної, практичної, усвідомленої і підсвідомої поведінки окремих особистостей і груп; • вивчення й аналіз діяльності інститутів, за допомогою яких здійснюється політична діяльність (держави, партії, урядові програми і т. ін.); • дослідження й виявлення суб'єктивних механізмів політичної поведінки, індивідуальних якостей, рис характеру, а також типових механізмів психологічної мотивації; • аналіз політичних явищ з метою виявлення їх загальних рис і специфіки, знаходження найбільш ефективних форм політичної організації чи оптимальних шляхів вирішення завдань; • прогнози з приводу політичного майбутнього держави, партії, політика. 		
<i>Якості, що забезпечують успішність виконання професійної діяльності (професійно-важливі якості)</i>		
Здібності:	Особистісні якості, інтереси і схильності:	Якості, що перешкоджають ефективності професійної діяльності (небажані якості):
<ul style="list-style-type: none"> • високий рівень розвитку аналітичного й синтетичного мислення (вміння отримувати та обробляти потрібну інформацію, оцінювати, порівнювати й 	<ul style="list-style-type: none"> • чесність і порядність; • організованість і відповідальність; • цілеспрямованість; • креативність; 	<ul style="list-style-type: none"> • користь; • агресивність; • вузькість кругозору; • невпевненість в собі, нерішучість;

<p>засвоювати її);</p> <ul style="list-style-type: none"> • високий рівень розвитку понятійного мислення (володіння науковими поняттями); • високий рівень розвитку дедуктивного мислення (уміння робити висновки від загального до конкретного); • схильність до дослідницької діяльності (увага до деталей, здатність групувати безліч фактів, установлювати причинно-наслідкові зв'язки і т. ін.); • здатність займатися тривалий час кропіткою роботою (робота з досьє, архівними документами); • високий рівень розвитку короткочасної та довготривалої пам'яті; • розвинені комунікативні здібності (уміння входити в контакт, налагоджувати взаємини, розвиненість каналів вербального і невербального спілкування, професійна компетентність і т. ін.); • наявність гарно розвинених вербальних здібностей (уміння правильно та зрозуміло висловлюватися); • вміння слухати; • ораторські здібності (грамотне висловлювання думки); • високий рівень розвитку концентрації та стійкості уваги (здатність протягом тривалого часу зосереджуватися на певному виді діяльності); • здатність сприймати велику кількість інформації (всебічне адекватне сприйняття ситуації); • здатність контролювати свої емоції. 	<ul style="list-style-type: none"> • ерудованість, широкий кругозір (гарні пізнання у різних галузях наук); • пунктуальність, відповідальність; • високі моральні якості (принциповість, переконаність, чуйність і уважність до людей і т. ін.); • допитливість; • тактовність (здатність виявляти почуття міри); • гнучкість, наявність розвиненої інтуїції; • наполегливість, об'єктивність; • самоконтроль, холонокровність; • комунікабельність, енергійність; • вміння швидко відновлювати працездатність; • прагнення до самовдосконалення. 	<ul style="list-style-type: none"> • низький рівень розвитку чи відсутність комунікативних здібностей, погана дикція; • неврівноваженість, безтактність; • інертність; • безпринципність; • відсутність інтересу до виконуваної роботи; • запальність, імпульсивність; • нездатність зіставляти й аналізувати факти; • невміння протистояти зовнішнім факторам.
<p><i>Області застосування професійних знань:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • періодичні видання (газети, журнали і т. ін.); • телебачення (телевізійні програми, круглі столи тощо); • інформаційні агентства (Укрінформ, УНІАН, Інтерфакс-Україна і т. ін.); • навчальні заклади; • науково-дослідні установи. 		

Навчальна гра «Державотворці»

Предмет гри – процес пошуку та прийняття зовнішньополітичного рішення.

Мета гри – розробити зовнішньополітичний курс держави за умови максимального урахування національно-державних інтересів.

Хід виконання

Перший етап – «Створення держав» (30 хвилин).

Викладач (координатор гри) представляє досліджувану тему: нагадує основні положення сучасних теорій міжнародних відносин, акцентує увагу на цілях і засобах зовнішньої політики держави, структурі зовнішньополітичного механізму й ресурсів, описує ігрову ситуацію й доводить до студентів правила гри.

Група студентів поділяється на три команди – три незалежних держави, кожна з яких прагне забезпечити свою національну безпеку й зберегти економічний потенціал, достатній для здійснення самостійної зовнішньої політики. Кожна команда отримує характеристику своєї держави згідно із «загальносвітовим» рівнем (ресурси, загальні економічні й соціальні показники, політична система, збройні сили) та список посадових осіб, які здійснюють політичне керівництво країною.



Рис. 1. Карта світу – поле взаємодії команд у гри «Державотворці»

Як і в реальному житті, держави різняться за територією, чисельністю населення, природними ресурсами, економічним і військовим потенціалом, ідеологією та ступенем згуртованості нації, тобто мають неоднакову могутність. Держава 1 є великою державою, випереджаючої всіх інших акторів за основними економічними показниками: ВВП, рівнем

національного доходу на душу, рівнем промислового виробництва і розвитку сфери послуг, наявності та рівня видобутку дефіцитних і стратегічних ресурсів. Разом з тим, оскільки в країні достатньо ємний внутрішній ринок (велика територія та значна частка населення, що володіє платоспроможним попитом), ступінь залучення країни до міжнародного поділу праці невелика (експортна квота становить всього 20% ВВП). За індексом людського розвитку, що враховує середньодушовий дохід, грамотність дорослого населення і очікувану тривалість життя населення, Держава 1 також вигідно відрізняється від інших держав (0,95). 11 Таким чином, йому притаманне все, що відрізняє сучасну постіндустріальну державу. Воно володіє ядерною й іншими видами зброї масового знищення. Військова могутність Держави 1 унеможливує для неї поразку від будь-якого іншого актора і навіть альянсу двох інших сильних «держав». Бюджет Держави 1 становить 40 у.о.

Держава 2 значно поступається першій за розміром території та кількістю населення, а також за більшістю соціально-економічних показників. Разом з тим вона володіє різноманітними природними ресурсами, в тому числі стратегічними й дефіцитними, видобутком яких активно займається. Рівень залучення країни до міжнародного поділу праці відносно високий (показник експортної квоти 65% ВВП). Галузева структура її економіки повинна продемонструвати студентам, що вона відноситься до числа багатих країн, які розвиваються, тому в характеристиці держави наводимо такі цифри: сільське господарство -14% ВВП, промисловість - 39%, сфера послуг - 47%. морські сили та військова авіація за кількістю і якістю перевершують сухопутні сили, країна не володіє ядерною зброєю. Бюджет Держави 2 на початок гри становить 18 у.о.

Держава 3 найбільша за розмірами території. Вона багата різноманітними природними ресурсами, які активно розробляються. Її характеризує середній рівень національного доходу на душу населення. Галузеву структуру ВВП представляють: сільське господарство (11%), промисловість 55% (в тому числі обробна -14%), послуги - 35%. Експортна квота - 45% ВВП. Індекс людського розвитку - 0,74. Сухопутні сили за чисельністю переважають морські й повітряні. Країна має власну ядерну зброю. Бюджет Держави 5 на початок гри 14 у.о.

До характеристики кожної держави додаються ролі посадових осіб (глав держав, міністрів, голів парламентських (законодавчих) структур), які гравці розподіляють між собою. Державою 2 керує король, іншими – президент.

Правила гри:

1. На обдумування кожного ходу відводиться 10 хвилин. Протягом цього часу посадові особи кожної держави обговорюють свою наступну політичну дію. Після обговорення кожна держава робить хід по черзі.

2. За один хід можна обрати тільки один вид політичної акції (список додається). Для прийняття рішення необхідно врахувати політичні наслідки своїх дій. Наприклад, не встановивши з іншою державою дипломатичних відносин, неможливо розвивати з нею подальші політичні й економічні відносини.

3. Кожна політична акція приносить команді певну кількість балів і дохід (або витрати) державного бюджету (у.о). Політична ініціатива приносить бали й економічні наслідки тільки в разі згоди сторін.

4. Оголошення війни або захоплення території іншої держави може спричинити за собою колективні дії з боку міжнародного співтовариства проти агресора. Не можна почати війну проти держави, яка значно перевищує Вас за потужністю.

5. При скороченні бюджету держави до 5 умовних одиниць, воно втрачає можливість самостійно діяти на міжнародній арені, і команда виходить з гри.

Список зовнішньополітичних і внутрішньополітичних акцій представляє 50 можливий дій для гравців. Акції з 1 по 35 включають односторонні зовнішньополітичні дії від пропозиції встановити дипломатичні відносини до оголошення війни і захоплення частини території сусідньої держави. Акції з 36 по 42 представляють багатосторонні політичні рішення, що можуть бути прийняті на міжнародній конференції. Вони містять ініціативу скликання конференції, що виходить від одного або декількох держав і можливі рішення конференції (підписання багатосторонньої конвенції про охорону навколишнього середовища, підписання багатосторонньої торгівельної угоди і т.ін.). Акції з 43 по 50 пропонують список можливих внутрішньодержавних перетворень від соціально-економічних (ринкова реформа, розвиток промисловості, реформа освіти) до реорганізації або переозброєння армії і державного перевороту. Кожна зовнішньо- або внутрішньополітична акція приносить державі певну кількість балів і дохід (витрату) державного бюджету, що вимірюється в умовних одиницях. Кожній команді надається форма для фіксації та підрахунку ігрових результатів.

Другий етап: основна частина (2 години). Гра зупиняється координатором, коли сума дій усіх держав, що вимірюється у балах, досягне 200, або сукупний приріст економічного потенціалу усіх держав досягне 200 умовних одиниць. Система оцінювання є дворівневою: на рівні команди

гравців (оцінюються результати зовнішньої політики конкретної держави), і на рівні координатора гри (оцінюється сукупність всіх політичних дій держав на світовій арені). У систему оцінювання дій гравців закладений принцип, згідно до якого більш агресивні політичні акції держав приносять їм більше балів, а найбільш шкідливі для навколишнього середовища економічні проекти сприяють швидкому економічному зростанню. Коли сума політичних акцій діючих на міжнародній арені держав досягне 200 балів, це значить, що агресивна політика, гонка озброєнь і війна, що неминуче зачіпає всі держави погубили «світ». А якщо сукупний прибуток держав складає 200 умовних одиниць, це означає, що держави вичерпали всі ресурси «планети» і привели її до екологічної катастрофи.

Третій етап – післяігрове обговорення (30 хвилин) починається зразу після оголошення результатів гри. Координатор пояснює, чому гра закінчилася так несподівано. Після цього починається дискусія, під час якої гравцю кожної команди надається можливість висловитися. Несподіване закінчення гри, коли гравці були охоплені новими ідеями та планами щодо реалізації розробленого зовнішньополітичного курсу, стає потрясінням для гравців. Усвідомлення того, що загибель «світу» була наслідком загарбницької війни, яку розв'язала одна команда при невтручанні інших учасників і непомірного збагачення іншої команди за рахунок концесій в різних точках «планети» ставить гравців перед необхідністю проаналізувати і осмислити зроблені помилки і прорахунки. Завданням координатора в процесі обговорення є спрямування студентів на усвідомлення своїх дій. Для цього він використовує такі питання «Якій стратегії ви дотримувалися?», «У чому, як вам здається, полягали ваші національні інтереси?», «З якою метою ви вступили в політичний союз?», «Чому ви запропонували скликати конференцію або підписати багатосторонню конвенцію?» і т. ін. Обговорюються також конфлікти, що виникли в ході гри, їх причини та шляхи виходу з них.

Таблиця Ф.1. Фрагмент списку можливих зовнішньополітичних і внутрішньополітичних акцій у грі «державотворці»

№	Вид зовнішньополітичної (внутрішньополітичної) діяльності	Бали	Дохід і витрати (у.о.)
1	Пропозиція встановити дипломатичні відносини	2	при позитивній відповіді іншої сторони – 0,5 у.о.

**Завдання для практичного заняття
з дисципліни «Політичний маркетинг і реклама»**

Ви працюєте політичним технологом на виборах Президента в країні X. Вас найняла кандидат від Соціалістичної партії Ганна Берг. Без узгодження з вами вона дала інтерв'ю знаменитому блогеру і журналісту Олександр Дуді, де наробила велику кількість помилок. Це може дуже сильно нашкодити її передвиборчій кампанії. Тепер ваше завдання полягає в тому, щоб перезняти інтерв'ю з тими ж питаннями від Дуда, але вже з виправленими для Ганни Берг відповідями. Допоможіть кандидату вірно відповісти на запитання у повторному інтерв'ю. Знайдіть помилки в її передвиборчій стратегії і поясніть, чому ви радите їй так змінити свої відповіді (тобто пояснення помилки можна вважати запорукою вірної відповіді кандидата у наступному інтерв'ю)

О.Д.: Доброго дня, Ганна! Спасибі, що погодились дати інтерв'ю в такий нелегкий для вас час. Перш за все, мене і моїх глядачів цікавить питання про можливі коаліції на цих президентських виборах. Наприклад, кандидат від соціал-демократів Борис Іваненко: чи робить ваша партія йому якусь підтримку в зв'язку з ідеологічної схожістю позицій?

Г.Б.: Звичайно, так! Іваненко звинувачує у кризі «жадібних банкірів», він говорить про безкоштовну освіту, доступну медичну страховку тощо. І він ніколи не говорить про те, що проблема полягає в капіталістичній системі, з якої необхідно покінчити. Тому я із задоволенням його підтримаю!

О.Д.: Раз вже ми торкнулися капіталістичної системи, то якою є позиція вашої партії з питання приватної власності?

Г.Б.: Ми говоримо про супербагатіїв, про впливові сім'ї, правлячі в цій країні. Ми не говоримо про невеликі компанії, ми говоримо про тих, кому належить індустрія, технології, комунікації. Тому я не думаю, що ми коли-небудь зможемо обмежити приватну власність і почати експропріацію у крупних власників. Однак все це зміниться. Можливо, не завтра, але ми

точно побачимо посилення боротьби робітників за свої права, активізацію профспілок, але поки їх мало.

О.Д.: Ви напевно чули, що перший секретар ЦК Комуністичної партії Куби Рауль Кастро на заході з нагоди 60-ї річниці кубинської революції заявив, що країна готова до поважних відносин з США. Що ви думаєте з приводу цієї заяви?

Г.Б.: Думаю, що ця заява абсолютно виправдана! США і Куба, по суті, нічим не відрізняються у своїй соціальній і економічній системі. Їм [Кубі] вже давно треба припинити той курс, який вони почали в 1959 році, ні до чого він у результаті не призведе!

О.Д.: Добре, з цього питання ваша позиція зрозуміла, а що ви думаєте з приводу державного регулювання економічної сфери?

Г.Б.: Держава повинна піклуватися про своїх громадян, не залишати їх у важкі хвилини. Саме тому я виступаю за те, щоб держава була як нічний сторож: не втручалось в економічну політику, саме так можна досягти економічного процвітання громадян, бізнесу та країни! Будь-які адміністративні одиниці в складі держави найкраще представляють, куди і яким чином направити ті кошти, що становлять їх бюджет.

О.Д.: Спасибі велике за ваші змістовні відповіді! І в завершенні інтерв'ю хотілося б почути вашу думку про становище країн третього світу: це наболіла тема для всіх сучасних політиків у світі.

Г.Б.: Я вважаю, що існує безліч міфів про те, як складається доля країн третього світу. Імперіалізм як вища стадія капіталізму завдав страхотливої шкоди економіці країн третього світу, починаючи з XIX сторіччя. Однак зараз немає ніяких підстав для того, щоб ці самі економіки відгороджували себе від зовнішнього світу і не брали участь у глобальному економічному процесі. Ми спостерігаємо прямо зараз, як економічні кризи стрясають сучасний світ, і немає нічого більш природнього, щоб робітничий клас і соціалісти по всьому світі об'єднувались у боротьбі з розрухою і безробіттям!

Дискусія «Права людини» за моделлю «Акваріум»

Мета дискусії – формування в студентів вміння відстоювати і аргументувати свою позицію за рахунок методу соціально-психологічного навчання, що дозволяє учасникам відрефлексувати свою поведінку у процесі дискусійного спілкування, проаналізувати хід взаємодії учасників на міжособистісному рівні і відкоригувати його.

Хід дискусії

1. Викладач-ведучий поділяє студентів на мікрогрупи. У процесі «акваріумного» обговорення проблеми студенти кожної мікрогрупи збираються у центрі аудиторії й обговорюють її, представляючи та відстоюючи інтереси своєї групи. Решта учасників спостерігає за ходом дискусії, займаючи позицію аналітиків, які оцінюють зміст і форму виступів, ступінь їх переконливості, особливості стилю спілкування дискутуючих, але не втручаються в хід дискусії.

Викладач представляє проблему.

Проблема 1. Найфундаментальнішим правом людини є право на життя. Однак у багатьох сучасних країнах зберігається смертна кара. Ставлення до неї неоднозначно, існуючі крайні позиції можна представити у вигляді дискусії двох людей:

А: «Смертна кара суперечить головному праву людини – праву на життя. Ніхто, включаючи і державу, не має права зазіхати на людське життя. Тому смертна кара у правовій державі повинна бути скасована».

Б: «Я згоден з тим, що право на життя носить фундаментальний характер. Я також згоден з тим, що права людини повинні бути гарантовані державою. Однак смертна кара застосовується до тих осіб, які самі порушили права інших людей. Здійснюючи тяжкий злочин, людина тим самим ставить себе поза законом, вона опиняється за межею суспільства, моралі, моральності. Отже, до неї не застосовуються права людини. Злочин проти життя інших людей має каратися найжорстокішими методами, аж до смертної кари. Смертна кара людини, яка вчинила тяжкий злочин проти життя іншої, – це відновлення справедливості і гарантія відсутності подібних злочинів у подальшому».

А: «Перш за все, я хочу зауважити з приводу Вашої останньої тези про гарантії проти подібних злочинів. У країнах, де, як і раніше, існує й застосовується смертна кара, важких злочинів проти життя, честі і гідності людини відбувається не менше, ніж в країнах, де смертна кара скасована. Тепер з приводу справедливості: розплата – це ще не справедливість. Вводячи смертну кару, держава сама переступає через права людини. Якщо сьогодні держава не гарантує право на життя, нехай навіть самому відчайдушному злочинцеві, то завтра вона не гарантує це право добропорядному, законослухняному громадянину. До того ж, скажімо прямо, слідство і правосуддя іноді допускають помилки. Відомі випадки, коли

помилково до страти засуджувалися особи, які згодом опинилися невинними у скоєнні тяжких злочинів. Тому я роблю висновок, що держава в ім'я прав людини має відмовитися від смертної кари, замінивши її, скажімо, на довічне ув'язнення».

Б: «Цікаво виходить. Смертну кару Ви пропонуєте скасувати заради дотримання прав людини. А довічне ув'язнення хіба не порушує право людини на свободу? Чи не здається вам, що ви пропонуєте замінити одне порушення прав людини з боку держави (смертну кару) іншим (на довічне ув'язнення)? А якщо, слідуючи Вашій логіці, держава не повинна порушувати права людини, то потрібно взагалі скасувати всю пенітенціарну систему. До чого ж ми тоді, в результаті, прийдемо?».

2. Викладач пропонує студентам долучитися до дискусії і висловити свою думку, з чим вони згодні, а з чим – ні.

Проблема 2. У переліку прав людини в особливу групу виділяються соціально-економічні. Однак їх трактування неоднозначно. Відповідно до однієї точки зору, держава повинна нести відповідальність за здійснення цих прав. Суть іншої у тому, що держава лише позначає ці права, а відповідальність за їх реалізацію несе сама людина. Пояснимо ці положення на прикладі дискусії про право на працю.

А: «Я вважаю, що правова держава повинна забезпечити повну зайнятість, гарантувати кожному індивіду роботу відповідно до певної професії та її гідну винагороду. В іншому випадку держава не може вважатися правовою».

Б: «В умовах ринкової економіки прагнення держави до забезпечення загальної зайнятості на практиці означає фінансування збиткових підприємств, значні фінансові витрати, що неминуче ведуть до інфляції. Тому, проголошуючи право на працю, держава не зобов'язана прагнути до його здійснення і забезпечувати кожній людині роботу. Вона лише гарантує індивіду, що ніхто не може примусити його до підневільної праці або заборонити займатися професійною діяльністю, якщо вона не порушує громадську безпеку і права інших».

А: «Чи можна у такому випадку стверджувати, виходячи з Ваших міркувань, що безробіття не є порушенням прав людини на працю?».

Б: «Правова держава не може запобігти безробіттю, але вона повинна забезпечити індивіду допомогу з безробіття, за можливістю допомогти отримати йому нову, потрібну для суспільства професію, працевлаштуватися. Держава не може брати на себе відповідальність за долю людини. Тому окремий працездатний громадянин повинен сам проявляти активність, ініціативу і підприємливість, самостійно дбати про реалізацію свого права на працю».

Викладач ставить перед студентами запитання: Яке з двох трактувань соціально-економічних прав здається вам більш коректним? Як, в світлі обраної вами точки зору, можна трактувати право на освіту, на відпочинок тощо?

3. Наприкінці заняття викладач систематизує висновки студентів і підводить загальний підсумок спільної діяльності.

ДОДАТОК Ч

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті в наукових фахових виданнях України, які входять до міжнародних наукометричних баз даних

1. Кравець Р.Е. Професійний імідж майбутнього політолога: структурно-функціональна модель феномену. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія»*. 2019. Вип. 2 (10). Ч.1. С. 31-34.
2. Кравець Р.Е. Педагогічний імідж майбутнього політолога як компонент його професійної культури. *Інноваційна педагогіка: науковий журнал*. Одеса: Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій, 2019. Вип. 11. Т.2. С. 67-70.
3. Кравець Р.Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. *Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах: зб. наук. пр. / [редкол.: Т.І. Сущенко (голов. ред.) та ін.]*. Запоріжжя: КПУ, 2019. № 65. Т.2. С. 53-57.
4. Кравець Р.Е., Резван О.О. Стратегії організації іміджеформуючої діяльності майбутніх політологів. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія «Педагогіка і психологія. Педагогічні науки»*. 2020. № 1 (19). С. 264-270.
5. Кравець Р.Е. Закономірності та специфіка формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі їх фахової підготовки. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2020. Вип. № 30. Т.4. С. 100-107.

Статті у наукових виданнях інших держав, які входять до міжнародних наукометричних баз даних

6. Кравець Р.Е. Професійні вимоги до формування іміджу майбутнього політолога. *Vysokoškolská edukácia pre "digitálnu" spoločnosť a v "informačnej" spoločnosti : Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 2. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce*. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2019. P. 152-158.
7. Кравець Р. Формування професійного іміджу майбутніх політологів у квазіпрофесійній діяльності. *Vzdelávaním k perspektívnemu uplatneniu (motivácia, kompetencie, adaptácia, pracovný trh) : Vedecký medzinárodný recenzovaný zborník. Časť 1. Vzdelávanie, zručnosti a trh práce*. Technical University of Kosice. Kosice, Slovakia, 2020. P.208-214.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

8. Кравець Р.Е. Діагностика готовності до формування професійного іміджу в майбутніх політологів. *Педагогіка та психологія: виклики сьогодення*: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, Україна, 3-4 травня 2019 року). У 2-х частинах. Київ: ГО «Київська наукова організація педагогіки та психології», 2019. Ч. 2. С.25-19.

9. Кравець Р.Е. Професійний імідж як структурний компонент професійного статусу фахівця. *Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні* : Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 23-24 серпня 2019 року). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2019. С. 101-104.

10. Kravets R. Professional requirements for the formation of the image of the future politology. *Higher education for "digital" society and "information" society* : Zborník abstraktov z kolokvia s medzinárodnou účasťou (16. 06. 2019). Košice 2019. Technical University of Kosice, Словачія.

11. Кравець Р.Е. Структурна модель професійного іміджу майбутнього політолога. *Освіта і формування конкурентоспроможності фахівців в умовах євроінтеграції*: збірник тез доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Мукачево, 24-25 жовтня 2019 року). Мукачево: Вид-во МДУ, 2019. С. 239-241.

12. Кравець Р.Е. Шляхи формування професійного іміджу майбутнього політолога. *Інноваційні наукові дослідження у галузі педагогіки та психології*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (м. Запоріжжя, 7-8 лютого 2020 року). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. Ч.1. С. 111-115.

13. Кравець Р.Е. Професійний імідж як важливий крок на шляху формування професійного акме. *Проблеми та шляхи реалізації компетентнісного підходу в сучасній освіті*: матеріали Міжнародної науково-методичної Інтернет-конференції, (м. Харків, 14-15 травня 2020 року). Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2020. С. 305-309.

14. Кравець Р.Е. Практичні шляхи розвитку в майбутніх політологів потреби у створенні професійного іміджу. *Наукові досягнення, відкриття та шляхи розвитку педагогічної науки*: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 29–30 травня 2020 року). Запоріжжя : Класичний приватний університет, 2020. Ч.1. С. 152-157.

15. Кравець Р.Е. Педагогічний супровід іміджеформуючої діяльності майбутніх політологів. *Теоретичні та практичні аспекти розвитку сучасної педагогіки та психології*: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м Львів, 26–27 червня 2020 року). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2020. С. 98-102.

16. Кравець Р.Е. Діагностика професійного іміджу майбутніх політологів. Діагностика професійного іміджу майбутніх політологів.

Пріоритетні напрями розвитку сучасних педагогічних та психологічних наук: Збірник наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (7–8 серпня 2020 р., м. Одеса). Одеса: ГО «Південна фундація педагогіки», 2020. С. 105-109.



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
 ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
 «УЖГОРОДСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ»

вул. Підгірна, 46, м. Ужгород, Закарпатська область, 88000
 тел: (0312) 61-33-21, 42-99-89 факс: (0312) 61-33-96
 e-mail: official@uzhnu.edu.ua Код ЄДРПОУ 02070832

02.12.20 № 3537/01-14 На № _____ від _____

Довідка

про впровадження результатів наукового дослідження
КРАВЦЯ РОСТИСЛАВА ЕДУАРДОВИЧА
 на тему «Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки»,
 поданого на здобуття наукового ступеня
 доктора філософії за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Результати дисертаційного дослідження Р.Е. Кравця впроваджено у процес професійної підготовки майбутніх фахівців суспільно-політичної сфери в Ужгородському національному університеті на факультеті суспільних наук.

Р.Е. Кравець презентував матеріали, де представив теоретично обґрунтовані педагогічні умови формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, що забезпечують успішність формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, які полягають у розвитку в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки, спрямованості змісту професійної підготовки на проєктування студентами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції, педагогічному супроводі самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності. Значний інтерес викликав пакет діагностичних методик, спрямованих на виявлення рівня сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу.

Цінність дослідження Р.Е.Кравця полягає в тому, що представлені матеріали можуть бути успішно використані в підготовці не тільки політологів, але й інших фахівців суспільно-політичної сфери. Зокрема, кафедра соціології та соціальної роботи УжНУ впровадила наукові здобутки Р.Е.Кравця у процес підготовки соціологів, майбутня професійна діяльність яких тісно зв'язана з політологією. Матеріали використовувалися під час вивчення дисциплін («Соціологія політики», «Політологія», «Соціологія особистості», «Соціологія конфліктів», «Аналіз соціальних мереж», «Соціальна структура та стратифікація»), при підготовці курсових і магістерських робіт.

Реалізація окремих ідей наукового доробку Р.Е. Кравця в університеті сприяла вдосконаленню підготовки майбутніх фахівців суспільно-політичної сфери, підвищенню інтересу студентів до формування професійного іміджу.

Ректор

Завідувач кафедри соціології
 і соціальної роботи



(Handwritten signature)
(Handwritten signature)

проф. Смоланка В.І.

проф. Шандор Ф.Ф.



Міністерство освіти і науки України
Державний заклад
«ЛУГАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА»

пл. Гоголя, 1, м. Старобільськ, 92703
тел./факс: (06461) 2-40-61, 097-567-20-45
e-mail: mail@luguniv.edu.ua, www.luguniv.edu.ua

04.09.2020 № 1/818

Довідка

**про впровадження результатів дисертаційної роботи
КРАВЦЯ РОСТИСЛАВА ЕДУАРДОВИЧА
на тему «Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової
підготовки», поданої на здобуття наукового ступеня
доктора філософії за спеціальністю 015 Професійна освіта (за
спеціалізаціями), в освітній процес Державного закладу «Луганський
національний університет імені Тараса Шевченка»**

Довідка засвідчує, що протягом 2019-2020 н. р. в освітньому процесі
Луганського національного університету імені Тараса Шевченка
впроваджувалися теоретичні та практичні доробки Р. Е. Кравця з проблеми
формування у студентів професійного іміджу.

Відповідно до визначених дисертантом педагогічних умов, моделі
формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової
підготовки, проводилась спеціальна підготовка викладачів до здійснення цього
процесу. У роботі зі студентами реалізовувалось також розроблене науково-
методичне забезпечення формування в них професійного іміджу, що
охоплювало їхню аудиторну й позааудиторну діяльність. Крім того, надавався
дієвий педагогічний супровід особистості щодо здійснення систематичного
самовдосконалення у визначеному напрямі.

Практична реалізація напрацювань Р. Е. Кравця в університеті
забезпечила позитивні зміни в рівнях сформованості у студентів професійного
іміджа політолога. Отримані позитивні результати стали підставою для
висновку про теоретичну і практичну цінність проведеного дослідження, а як
наслідок – про доцільність рекомендації підготовлених дисертантом
методичних матеріалів для широкого впровадження в інших закладах вищої
освіти України.

В. о. ректора



Сергій САВЧЕНКО

Харченко Сергій
0999769480



УКРАЇНА

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

вул. Жуковського, 66, м. Запоріжжя, МСП-41, 69600, Україна
 тел.: (061) 764-45-46, факс: (061) 228-75-08, e-mail: znu@znu.edu.ua, Код ЄДРПОУ 02125243

03.09.2020 № 01.01-13/117 На № _____ від _____

Довідка

про впровадження результатів наукового дослідження
КРАВЦЯ РОСТИСЛАВА ЕДУАРДОВИЧА
 на тему «Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки»,
 поданого на здобуття наукового ступеня
 доктора філософії за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Результати дисертаційного дослідження Р.Е. Кравця було впроваджено у процес професійної підготовки майбутніх політологів менеджерів в Запорізькому національному університеті.

Автор виступив з доповіддю перед викладачами й презентував компонентно-структурний аналіз феномена «професійний імідж політолога», який представлено такими компонентами: ціннісно-рефлексивний, візуально-поведінковий, професійно-діяльнісний.

Особливу зацікавленість викликала авторська модель формування професійного іміджу майбутніх політологів у процесі фахової підготовки. Розроблена модель містить методологічно-цільовий, структурно-змістовний, процесуально-технологічний і аналітико-результативний блоки.

Цінним для викладачів виявився погляд автора на педагогічні умови формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки: розвиток у майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки; спрямування змісту професійної підготовки на проєктування майбутніми політологами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції; педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.

Розроблений Р.Е. Кравцем пакет діагностичних методик, спрямованих на виявлення рівня сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу, було апробовано серед студентів.

Спостереження викладачів та результати дослідно-експериментальної роботи дозволили зазначити суттєві позитивні зміни у рівні сформованості в майбутніх політологів професійного іміджу.

Результати наукового дослідження Кравця Р.Е. обговорені на засіданні кафедри політології ЗНУ і отримали позитивну оцінку.

Проректор з науково-педагогічної та
 навчальної роботи



О.І. Гура

00100



**ДЕРЖАВНА
ПРИКОРДОННА СЛУЖБА УКРАЇНИ
Національна академія Державної прикордонної
служби України імені Богдана Хмельницького
(Національна академія)**

вул. Шевченка, 46, м. Хмельницький, 29000, факс 72-08-02, e-mail: nadpsu@dpsu.gov.ua

30.11.2020 № 15/150
на № _____

ЗАТВЕРДЖУЮ

Заступник ректора (проректор) з навчальної та наукової роботи Національної академії Державної прикордонної служби України імені Богдана

доктора педагогічних

наук

позивник

Сергій БІЛЯВЕЦЬ

«30» 11 2020 року

Акт

**про реалізацію результатів дисертаційного дослідження
здобувача ступеня доктора філософії за спеціальністю 015 Професійна освіта (за
спеціалізаціями) Кравця Ростислава Едуардовича**

Комісія у складі голови – начальника науково-організаційного відділу кандидата педагогічних наук, доцента Ю. Дем'янюка; членів комісії: начальника кафедри психології, педагогіки та соціально-економічних дисциплін доктора педагогічних наук, доцента В. Мірошніченко; професора кафедри психології, педагогіки та соціально-економічних дисциплін доктора педагогічних наук, професора О. Торічного, склала цей акт про те, що результати дисертаційного дослідження Кравця Ростислава Едуардовича з теми «Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки» впроваджено в освітній процес підготовки майбутніх фахівців за спеціальністю 081 «Право», 262 «Правоохоронна діяльність», 252 «Безпека державного кордону» у 2019–2020 навчальному році.

Розробки автора, висновки і пропозиції дослідження становлять певний інтерес і прийнятні для практичного використання в освітній діяльності НАДПСУ, а саме:

презентовані автором шляхи вдосконалення змісту реалізовані під час розробки програм навчальних дисциплін «Юридична деонтологія», «Сучасні системи судових

та правоохоронних органів», «Сучасна комунікація», «Політичні та економічні системи», «Етика професійної діяльності прикордонника», «Основи професійної етики», «Політичні та економічні системи»;

методичні вказівки для викладачів «Підготовка студентів до виявлення креативності» використовуються для підвищення якості викладання навчальних дисциплін;

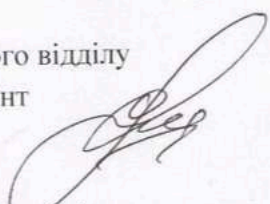
розроблений автором банк завдань для проведення практичних занять і методичні вказівки для самостійної роботи студентів (курсантів) з інструктивними матеріалами щодо їхнього виконання використовуються для викладання навчальних дисциплін «Юридична деонтологія», «Сучасні системи судових та правоохоронних органів», «Сучасна комунікація», «Політичні та економічні системи», «Етика професійної діяльності прикордонника», «Основи професійної етики», «Політичні та економічні системи»;

методичні завдання для проведення тренінгових занять зі студентами, зміст яких спрямовано на поглиблення та закріплення теоретичних знань щодо іміджу, набуття майбутніми фахівцями особистісних якостей і практичних поведінкових навичок, використовуються у професійній підготовці майбутніх офіцерів.

Викладачами перевірено ефективність педагогічних умов, що забезпечують успішність формування професійного іміджу в процесі фахової підготовки (розвиток стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки; спрямованість змісту професійної підготовки на проєктування студентами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції; педагогічний супровід самовиявлення професійного іміджу у квазіпрофесійній діяльності).

Критичний аналіз і узагальнення результатів дисертаційного дослідження Р. Кравця дозволив дійти висновку, що вони є науково обґрунтованими та можуть надалі використовуватися у практичній діяльності закладу вищої освіти.

Начальник науково-організаційного відділу
кандидат педагогічних наук, доцент
полковник



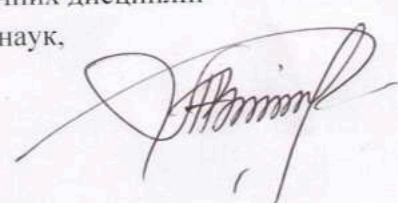
Юрій ДЕМ'ЯН'ЮК

Начальник кафедри психології, педагогіки
та соціально-економічних дисциплін
доктор педагогічних наук, професор
полковник



Валентина МІРОШНІЧЕНКО

Професор кафедри психології, педагогіки
та соціально-економічних дисциплін
доктор педагогічних наук,
професор



Олександр ТОРІЧНИЙ

УНІВЕРСИТЕТ
імені
АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ



ALFRED NOBEL
UNIVERSITY

вул. Січеславська Набережна, 18, м. Дніпро, Україна, 49000
тел. +38 (056) 370-36-26, fax.: +38 (0562) 31-20-33
e-mail: info@duan.edu.ua, www.duan.edu.ua

18, Sicheslav's'ka Naberezhna Str., Dnipro, 49000, Ukraine
tel.: +38 (056) 370-36-26, fax.: +38 (0562) 31-20-33
e-mail: info@duan.edu.ua, www.duan.edu.ua

№ 295/1 від 19.05.2020

Довідка
про впровадження результатів наукового дослідження
КРАВЦЯ РОСТИСЛАВА ЕДУАРДОВИЧА
на тему «Формування професійного іміджу політолога в процесі фахової
підготовки», поданого на здобуття наукового ступеня
доктора філософії за спеціальністю 015 Професійна освіта (за спеціалізаціями)

Результати дисертаційного дослідження Р.Е. Кравця було впроваджено упродовж 2017–2020 рр. у процес професійної підготовки здобувачів вищої освіти, які навчаються за спеціальністю 052 «Політологія» у ВНЗ «Університет імені Альфреда Нобеля».

Викладачами університету було перевірено на практиці структурно-функціональну модель формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки з урахуванням сучасних вітчизняних і зарубіжних напрацювань щодо професійно-особистісного розвитку фахівця, що поєднує наступні взаємообумовлені блоки: методологічно-цільовий (мета, методологічні підходи, принципи), структурно-змістовний (знання, вміння й навички, які формуються і реалізуються у єдності аудиторної та позааудиторної роботи і впливають на позитивні зміни у компонентах професійного іміджу майбутніх політологів), процесуально-технологічний (форми організації, методи, засоби навчання, педагогічні умови формування професійного іміджу політолога) і аналітико-результативний (критерії, рівні та результат).

Розробленими Р.Е. Кобцем матеріалами було збагачено зміст таких: «Вступ до спеціальності», «Іноземна мова», «Соціологія», «Історія зарубіжних політичних вчень», «Політичні еліти і лідерство», «Основи професійної етики», «Політична конфліктологія», «Політичний маркетинг і реклама», «Політичний менеджмент», «Порівняльна політологія», «Політична журналістика», «Загальна теорія політики», «Українська політична думка», «Вибори та виборчі системи», «Партії та партійні системи».

УНІВЕРСИТЕТ СЕРТИФІКОВАНО ТА АКРЕДИТОВАНО МІЖНАРОДНИМИ ОРГАНІЗАЦІЯМИ
THE UNIVERSITY HAS BEEN CERTIFIED AND ACCREDITED BY INTERNATIONAL ORGANIZATIONS



Цікавими виявилися розроблені методичні вказівки для викладачів «Підготовка студентів до виявлення креативності».

Протягом формувального етапу дослідження Р.С. Кобцем експериментально перевірено педагогічні умови, що забезпечують успішність формування професійного іміджу політолога в процесі фахової підготовки, які полягають у розвитку в майбутніх політологів стійкої потреби у формуванні професійного іміджу на основі усвідомлення цілей професійної підготовки, спрямованості змісту професійної підготовки на проектування студентами індивідуальної траєкторії формування професійного іміджу на основі рефлексивної позиції, педагогічному супроводі самовиявлення професійного іміджу майбутніми політологами у квазіпрофесійній діяльності.

Розроблений Р.Е. Кравцем пакет діагностичних методик, спрямованих на виявлення рівня сформованості професійного іміджу політолога, було апробовано серед студентів.

Спостереження викладачів та результати дослідно-експериментальної роботи дозволили зазначити суттєві позитивні зміни у рівні сформованості професійного іміджу майбутніх політологів.

**ПРОРЕКТОР ІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ
ЯКОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ**



І.С. ШКУРА