

Використання мови першоджерела сприяє глибшій професійній ідентифікації студента зі школою чи напрямом.

Деякі мови (наприклад, англійська) можуть сприяти більш аналітичному, оперативному та покроковому стилю мислення.

Інші (наприклад, українська) можуть підсилювати метафоричність, емоційну глибину та синтетичне розуміння, що є важливим у гуманістичній та нарративній терапії.

Мова, яку психолог використовує для внутрішнього "діалогу" з клієнтом, впливає на його інтерпретаційний стиль та здатність до формулювання висновків. Наприклад, термін, засвоєний англійською, може асоціюватися у свідомості з англійськими дослідницькими контекстами, тоді як український термін – з вітчизняною традицією.

Отже, мова, якою психолог вивчає термінологію та спілкується з клієнтами, впливає на його трирівневий вияв особистості та допомагає професійному зростанню.

Квасник О. В., Старостіна Є.
Науковий керівник: к. пед. н., доц. Шаполова В. В.
НТУ «ХП»

ФОРМУВАННЯ ЗНАТЬ ПРО ІМІДЖ НАУКОВОГО ВИДАННЯ У ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ

У сучасному інформаційному суспільстві соціальні мережі стали не лише засобом комунікації, а й важливим інструментом популяризації науки та просування наукових видань. Для наукових журналів активна присутність у соціальних мережах формує публічний імідж, підвищує рівень впізнаваності, а також сприяє залученню нових авторів та читачів.

Формування знань про ефективну стратегію та імідж наукового видання є ключовим елементом професійної підготовки здобувачів вищої освіти. Студенти та магістри, як майбутні дослідники та автори, повинні усвідомлювати, що репутація журналу та його цифровий слід у соціальних

мережах прямо впливає на визнання та цитованість їхніх власних наукових результатів.

Наприклад місія Twitter звучить як: “У Твіттері ми віримо, що вільний обмін інформацією може мати позитивний глобальний вплив. Щодня нас надихають історії про те, як люди за допомогою Твіттера роблять світ кращим найнеочікуванішим способом”. Тобто обмін науковою інформацією може бути доступним для багатьох учасників соціальних мереж.

Однією з переваг комунікування через соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, LinkedIn та Instagram, є швидке інформування про нові випуски журналів, публікації статей, наукові події. Вони є надійними помічниками для встановлення ефективної комунікації між редакцією, авторами та читачами будь-яких вікових груп, рівнів підготовки тощо. Така відкритість формує довіру до видання, надає можливість відчутти себе причетним до наукової спільноти.

Окрім загальновідомих платформ, важливу роль відіграють спеціалізовані наукові соціальні мережі, такі як ResearchGate та Academia.edu. Сучасні SMM-стратегії наукових видань активно інтегрують короткі відео-анотації від авторів (Video Abstracts) та подкасти (Podcasts), що значно підвищує доступність та сприйняття складних наукових результатів.

Активна дисемінація наукового контенту через соціальні мережі прямо корелює зі зростанням індексів цитування (*Scopus/SJR*, *WoS*).

Ще одним пріоритетом у використанні соціальних мереж науковим журналом є якість поширення результатів своїх досліджень, збільшення впливу наукових досліджень, охоплюючи ширшу аудиторію за межами своєї спільноти. Кооперація вчених із різних галузей наукового знання сприяє виникненню унікальних дослідницьких ідей і тем, а також міждисциплінарних підходів до наукових проблем.

Імідж наукового журналу впливає на його рейтинг, індексацію, кількість поданих статей та цитування. Ці показники формують рівень інтересу до видання його позитивну репутацію у цифровому середовищі.

Ефективне використання соціальних мереж вимагає стратегії: регулярного оновлення контенту, дотримання академічних стандартів, візуальної привабливості та врахування цільової аудиторії, що є показником успішного просування журналу. Присутність у соціальних мережах також вимагає від редакції активного репутаційного менеджменту. Журнал повинен дотримуватися академічної етики та оперативно реагувати на критичні дискусії чи спростування, що демонструє його прозорість та прихильність до наукової доброчесності. Це посилює довіру до видання як до надійного та відповідального джерела інформації. Соціальні мережі слугують містком для інтеграції з ключовими науковими інструментами (DOI, ORCID, прямі посилання на сайт), що легітимізує та структурує процес наукової комунікації.

Таким чином, соціальні мережі відіграють ключову роль у формуванні іміджу наукового журналу як динамічного, доступного й авторитетного джерела знань, що відповідає вимогам цифрової епохи. У світлі цифрової трансформації, інтеграція знань про управління цим іміджем та використання цифрових інструментів (Altmetrics, спеціалізовані соцмережі) у професійну підготовку здобувачів вищої освіти є необхідною умовою для формування компетентних та конкурентоспроможних фахівців у науковій сфері.

Клименко О. І.
Науковий керівник: к. пед. н., доц. Бугаєвська Ю. В.
ХНАДУ

РОЗВИТОК ТВОРЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СУЧАСНОГО ФАХІВЦЯ

Креативність як багатостороннє явище інтегративного характеру не тільки визначає об'єктивні перспективи творчого розвитку, а й забезпечує функціонування актуальної зони творчої діяльності людини. Вона може проявлятися в різних ступенях. Ця відмінність зумовлена як відмінністю засобів реалізації, так і джерелом походження, рівнем усвідомлення та її стійкістю. Креативність є фактором будь-якої діяльності,