

УДК 37.06

DOI [https://doi.org/10.12958/2227-2844-2023-3\(357\)-123-129](https://doi.org/10.12958/2227-2844-2023-3(357)-123-129)

Костенко Ростислав Валерійович,

доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри педагогіки та освітнього менеджменту
КЗВО «Одеська академія неперервної освіти Одеської обласної ради»,
м. Одеса, Україна.
kostenko305@ukr.net
<https://orcid.org/0000-0002-6022-6904>

РОЗВИТОК ЦІННІСНИХ СОЦІАЛЬНИХ УЯВЛЕНЬ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ НАУКОВИХ ПРОЄКТІВ

Актуальною проблемою педагогічної науки є створення необхідних умов для ефективної самореалізації особистості в сучасному суспільстві, формування її компетентності. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», компетентність є здатністю особи успішно соціалізуватися, навчатися, провадити професійну діяльність, яка виникає на основі динамічної комбінації знань, умінь, навичок, способів мислення, поглядів, цінностей, інших особистих якостей.

Проблеми дослідження соціальних уявлень, формування соціальних навичок, цінностей та інших особистісних якостей цікавить широке коло вітчизняних та зарубіжних науковців (І. Бех, З. Карпенко, Л. Бондаренко, Д. Майєрс, І. Трапенцієре, С. Московічі, Д. Жоделе та ін.). Так, соціальний психолог Д. Майєрс пов'язує цінності з соціальними репрезентаціями. Соціальні репрезентації, на думку європейських соціальних психологів, це загальноприйняті переконання, те, що ми сприймаємо як таке, що само собою розуміється. Д. Майєрс розглядає соціальні репрезентації як ідеї та цінності, які широко впроваджуються, включаючи до них і наші припущення та «культуральну ідеологію». Формування ціннісних уявлень було предметом дослідження латвійського вченого І. Трапенцієре. З. Карпенко, зазначає, що цінність як еталон належної поведінки, вироблений суспільною свідомістю, має три форми репрезентації. По-перше, цінність постає як суспільний ідеал – узагальнене уявлення про досконалість у різних сферах суспільного життя; по-друге, цінність має предметне втілення у вигляді витворів матеріальної і духовної культури або людських учинків, що віддзеркалюють певні ціннісні ідеали (етичні, естетичні, політичні, правові та ін.); по-третє, мотиваційні структури особистості і, насамперед, особистісні цінності, що виступають як внутрішні носії соціальної регуляції, закорінені у структурі особистості (Карпенко, 1999). Натомість у науковій літературі відсутні спеціалізовані праці, присвячені розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх проєктних менеджерів, зокрема майбутніх менеджерів наукових проєктів. Постійна соціальна активність та соціальна взаємодія представників цієї професії зумовлює необхідність розвитку у них ціннісних соціальних уявлень про потреби суспільства у найбільш актуальних та ціннісно значущих для соціуму наукових проєктах та шляхи їх ефективної реалізації.

Метою статті є розкриття теоретико-методичних аспектів проблеми розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів.

Визначну роль у формуванні соціальних цінностей та соціальних навичок особистості відіграють соціальні уявлення. Найбільш розробленою на сьогодні є теорія «соціальних уявлень» французького психолога С. Московічі. Ця теорія визнана більшістю дослідників французької школи. Вченими (С. Московічі, Ж.-П. Кодол, Д. Жоделе та ін.) опубліковано особливо значущі наукові праці в означеному напрямку. Соціальні уявлення, на думку С. Московічі, це мережа

понять, тверджень і пояснень, які зароджуються в повсякденному житті під час міжособистісної комунікації (Moscovici, 1981). Д. Жоделе висловлює думку, що категорія соціального уявлення позначає специфічну форму пізнання, а саме знання здорового сенсу: «Група показує свої контури та виявляє свою ідентичність через систему сенсів, які надає уявлення» (Jodelet, 1984, с. 372). Уявлення «надає матеріальну тілесність ідеям, словам, ставить у відповідність речі» (Jodelet, 1984, с. 367). Л. Бондаренко у процесі дослідження феномену «соціальні уявлення» доходить такого ж висновку, як і французькі вчені, що однією з функцій соціальних уявлень є опосередкування поведінки, тобто участь у процесах формування поведінки і орієнтації соціальних комунікацій (Бондаренко, 2013, с. 62). О. Кравчук зазначає: «Вивчення соціальних уявлень є свого роду спостереження за тим, як цінності, соціальні правила та культурні патерни осмислюються суб'єктом і визначають його поведінку» (Кравчук, 2013, с. 103).

Погоджуючись з думками вчених, можна стверджувати, що соціальні навички та цінності як елементи соціальної дійсності можуть бути засвоєні особистістю, яка розвивається, через певні ціннісні соціальні уявлення. Виникнення соціальних уявлень зумовлене повсякденним, побутовим мисленням, метою якого є осмислити та зрозуміти оточуюче соціальне середовище, його цінності, норми та дати свою інтерпретацію соціальної реальності навколо особистості. Пізнання оточуючого соціального середовища здійснюється через соціальні уявлення.

У процесі дослідження соціальних уявлень, С. Московічі запропонував розглядати особистість не лише як звичайного спостерігача та висловив думку про груповий характер соціальних уявлень, де вони являють собою продукт саме групи. Уривки знань, отримані особистістю, наповнюються певним смисловим навантаженням саме в групі. Поповнення знань відбувається за допомогою самоосвіти, особистісних спостережень та роздумів, що потрібно особистості для розуміння сенсу оточуючого середовища.

Вченими (С. Московічі, Г. Тард та ін.) підкреслюється значна роль соціальних уявлень у соціальному житті особистості. С. Московічі визначає соціальні уявлення як «системи, що мають особливу мову, логіку і структуру імплікацій, системи, які стосуються як цінностей, так і понять» (Moscovici S., 1976, с. 48). Отже, першоосновою всіх понять соціальної дійсності, в тому числі і соціальних навичок та цінностей, є ціннісні соціальні уявлення.

Г. Тард вважав, що «всі головні акти суспільного життя здійснюються під владою прикладу» (Тард, 1906, с. 164), тому рушійною силою будь-якого суспільного явища вважав саме приклад. «Будь-яке соціальне явище має постійно наслідувальний характер, який притаманний виключно соціальним явищам» (Тард, 1901, с. 15). Г. Тард обґрунтовував свої «закони наслідування» власними спостереженнями: «будь-яка, навіть незначна новизна прагне розповсюдитися по всій сфері соціальних відносин, при цьому в напрямку від вищих класів до нижчих» (Тард, 1892, с. 348). Хоча, як відомо з історії, насправді досить часто траплялось і навпаки. На відміну від своїх попередників, Г. Тард зумів наблизитися до розуміння того, що в першу чергу треба вивчати соціальну взаємодію. Хоча його «теорія наслідування» досить явно спотворювала соціальну реальність.

Згідно з К. Юнгом, сторони несвідомого сприйняття, які колективно успадковуються, являють собою так звані «архетипи». Вони за своїм змістом нагадують «колективні уявлення» Е. Дюркгейма. «Архетипи», на думку К. Юнга, стають матеріалом сновидінь, вірувань, а також виявляють себе в різноманітних видах діяльності людей.

Посилаючись на вже розглянуті методологічні положення: 1) сутність соціального процесу складає зміна дійсності людьми (внаслідок чого постійно існує розрив між старими уявленнями про реальність та нею самою); 2) характерна риса соціальних уявлень є в тому, що вони розділяються багатьма людьми, Г. Тажфел (Tajfel, 1981, с. 157) виокремлює дві функції соціальних стереотипів на індивідуальному і дві – на груповому рівні. До індивідуального рівня належать: 1) когнітивна (схематизація, спрощення і т.д.) і 2) ціннісно-захисна (створення і збереження

позитивного «Я-образу». До соціального – 3) ідеологізуюча (формування і збереження групової ідеології, яка пояснює і виправдовує поведінку групи) і 4) ідентифікуюча (створення і збереження позитивного групового «Ми-образу»). На нашу думку, така ідеологізуюча функція соціальних стереотипів реалізується у процесі виникнення групової ідеології, яка являє собою певний набір соціальних цінностей, сформованих на основі ціннісних соціальних уявлень. Як відомо, ідеологія є системою ідей, цінностей, поглядів, норм, що входять до складу суспільної свідомості.

Саме поняття «соціальне уявлення» було запозичено в Е. Дюркгейма, з його соціологічної доктрини. Концепцією соціальних уявлень воно пояснюється як особлива форма колективного знання, що засвоюється окремими індивідами.

Можна погодитись з вченими, що структура соціального уявлення складається з трьох компонентів: інформації, поля уявлення, настанови. Уявлення поєднує в собі атрибути образу й поняття. У сформованому вигляді воно трактується як узагальнюючий символ, знак певних суспільних явищ, як «система інтерпретації... система класифікації та типології особистостей і подій» (*Introduction à la psychologie sociale / Ed. by S. Moscovici, 1972, c. 312*).

Одним із визначальних чинників успішності реалізації наукового проєкту є позитивне ставлення до нього суспільства, яке формується на основі ціннісних соціальних уявлень про цей проєкт. Відомо, що значна кількість проєктів не мали успіху через упереджене ставлення суспільства до певних напрямків наукових досліджень. Це упереджене ставлення виникало на основі соціальних уявлень про етичність, екологічність, безпеку та інші характеристики певного виду наукових досліджень. Особливою формою критичного ставлення до науки є, як відомо, антисцієнтизм. Представники радикального антисцієнтизму, наприклад, особливо критично ставляться до таких наукових розробок, як засоби масового знищення та ін., наголошуючи на негативних наслідках наукової роботи в цьому напрямку, що ставлять під загрозу існування людства. Саме тому важливим завданням педагогічної науки є розвиток ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів, що дозволить реалізувати нові підходи до вибору напрямків наукових досліджень на основі оцінки цінності того чи іншого проєкту для суспільства.

З метою розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів, поряд із застосуванням інших методів і форм роботи, вбачається доцільним проведення педагогічного тренінгу. Основними методами, які можна застосувати у процесі проведення цього тренінгу можуть бути групова дискусія, розв'язок ситуаційних завдань, ділові та рольові ігри, мозковий штурм та інші.

Для проведення сеансу мозкового штурму комплектується група з 5-6 осіб. Якщо група учасників велика, її можна розділити на декілька підгруп і кожній з них видати окреме завдання. Зі складу групи обирається голова, генератори ідей та критики-аналітики. З метою розвитку ціннісних соціальних уявлень, майбутнім менеджерам наукових проєктів можна запропонувати для генерації ідей такі завдання:

- 1) сформулюйте перелік з десяти найбільш цінних для суспільства наукових тем;
- 2) спроектуйте наукове дослідження, яке має сьогодні надзвичайну актуальність та цінність для суспільства;
- 3) запропонуйте шляхи подолання упередженого ставлення суспільства до результатів наукових розробок у сфері застосування генетично модифікованих організмів і т.ін.

Після проведення мозкового штурму рекомендується підвести підсумок роботи та наголосити на важливості врахування ціннісних соціальних уявлень про наукові дослідження в тій чи іншій сфері, що панують у суспільстві, під час вибору тематики наукового проєкту, оскільки вплив цих уявлень може призводити до певних утруднень під час реалізації розпочатого проєкту. Також слід відмітити важливість просвітницької діяльності з метою популяризації науки,

позитивного ставлення до нових напрямків наукових досліджень, ціннісних соціальних уявлень про підвищення рівня життя шляхом впровадження новітніх наукових розробок.

Досить ефективним методом, який можна використати під час проведення тренінгу з розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів є групова дискусія. Для обговорення під час групової дискусії можна запропонувати такі питання:

- 1) найбільш цінні для суспільства напрямки наукових досліджень;
- 2) причини критичного ставлення до науки;
- 3) шляхи популяризації наукової діяльності;
- 4) правда та міфи про наукову діяльність;
- 5) стереотипні помилки мислення;
- 6) альтернатива стереотипному мисленню та ін.

В якості ділової гри в межах педагогічного тренінгу з розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів можна запропонувати гру «Науковий проєкт для суспільства». Група розподіляється на шість підгруп по 5-6 осіб. Кожна підгрупа у діловій грі є представником окремих соціальних груп: три підгрупи – «Вчені», одна підгрупа – «Інвестори», одна підгрупа – «Суспільство», одна підгрупа – «Судді-експерти». Кожній з цих підгруп дається завдання. Трьом підгрупам вчених, які працюють у діловій грі незалежно одна від одної та конкурують, змагаючись між собою, необхідно обрати актуальну та особливо цінну для суспільства наукову тему та розробити за цією темою план реалізації наукового проєкту. Підгрупі «Інвестори» необхідно оцінити кожен із запропонованих проєктів на предмет економічної ефективності та швидкої окупності, виступити під час ділової гри з обґрунтованим висновком щодо кожного запропонованого наукового проєкту. Підгрупі «Суспільство» необхідно оцінити кожен із запропонованих наукових проєктів на предмет корисності наукової розробки для суспільства, її цінності для нього та виступити з обґрунтованим висновком з цього питання. Підгрупі «Судді-експерти» необхідно оцінити кожен із запропонованих наукових проєктів на предмет етики, екологічності, безпечності, а також оцінити об'єктивність висновків підгруп «Інвестори» та «Суспільство». Після виступів з обґрунтованими висновками підгруп «Інвестори», «Суспільство» та «Судді-експерти», проводиться голосування цих підгруп, шляхом якого визначається та підгрупа вчених, яка перемогла і отримала фінансування на реалізацію запропонованого наукового проєкту.

Ефективність використання тренінгової форми роботи з метою розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів обумовлюється їхньою активною участю, у процесі якої вони набувають нових знань, умінь, соціальних навичок та цінностей, нового досвіду соціальної взаємодії, інших особистісних якостей, що в повній мірі відповідає принципам компетентнісного підходу та педагогіки партнерства.

Прискорений розвиток сучасного суспільства зумовлює появу цілого ряду об'єктивних вимог до виконання індивідом соціальних функцій, виконання яких здійснюється на основі засвоєних раніше соціальних цінностей, сформованих соціальних навичок. Однією з передумов засвоєння соціальних цінностей та формування соціальних навичок особистості є ціннісні соціальні уявлення. Звичайно, що перед тим, як виконати певну соціальну функцію, людина уявляє себе в тій чи іншій соціальній ролі. Таким чином, соціальні уявлення виступають однією з форм пізнання соціальної дійсності. Розвиток ціннісних соціальних уявлень особистості відбувається у процесі комплексного застосування найбільш ефективних методів та засобів освіти, неформальної освіти, самоосвіти під дією соціального середовища. Розвинуті на високому рівні ціннісні соціальні уявлення особистості зумовлюють її ефективне самовизначення та корисну для суспільства соціальну активність. Виконуючи конкретну соціальну функцію, особистість в такому разі враховує потреби суспільства, його інтереси та цінності.

Перспективами подальших досліджень є вивчення чинників розвитку ціннісних соціальних уявлень особистості, що дозволить визначити умови педагогічного впливу на особистість

у межах педагогіки партнерства з метою покращення її подальшого соціального розвитку та ефективної самореалізації.

Список використаної літератури

1. Про вищу освіту: Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII із змінами. Дата оновлення: 26.02.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> (Дата звернення: 26.02.2021).
2. Moscovici S. Introductory Address. *Papers on social representations*. 1993. V. 2. № 3. P. 160–170.
3. Moscovici S. La psychanalyse, son image et son public. Paris, 1976.
4. Moscovici S. On Social representations. *Social cognition: Perspectives on everyday understanding* / Ed. by H. J. Forgas. London, 1981. P. 181–209.
5. Moscovici S. The origin of social representations: a response to Michael. *New ideas in psychology*. 1990. V. 8. № 3. P. 383–388. DOI: [https://doi.org/10.1016/0732-118X\(94\)90025-6](https://doi.org/10.1016/0732-118X(94)90025-6).
6. Codol J.-P. On the system of representation in a group situation. *European Journal of Social Psychology*. 1974. № 4. P. 343–365. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420040306>.
7. Codol J.-P. On the so-called «superior conformity on the self» behaviour: twenty experimental investigations. *European Journal of Social Psychology*. 1975. № 5. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420050404>.
8. Codol J.-P. L'interdépendance des représentations dans une situation de groupe. *Communication présentée au colloque sur les représentations sociales*. P., 1979.
9. Codol J.-P. Différenciation et indifférenciation sociale. *Bull. de Psychol.* 1984. T. XXXVII. DOI: <https://doi.org/10.3406/bupsy.1984.13284>
10. Codol J.-P., Plament G. Représentations des structures sociales simples dans lesquelles le sujet est impliqué. *Cahiers de Psychol.* 1971. № 14.
11. Codol J.-P., Leyens J.-P. Cognitive analysis of social behavior. The Hague, 1982. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-94-009-7612-2>.
12. Jodelet D. Le corps représenté et ses transformations. Communication présentée au colloque sur les représentations sociales. P., 1979.
13. Jodelet D. Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale. *Table Ronde Internationale sur les représentations*. 17-20 décembre 1982. Lyon, 1982.
14. Jodelet D. Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie / Moscovici S. (éd.) *Psychologie sociale*. P., 1984.
15. Introduction à la psychologie sociale / Ed. by S. Moscovici. P., 1972, Vol. 1-2.
16. Tajfel H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge: Univ. press, 1981.
17. Бондаренко Л. О. Феномен соціальних уявлень у сучасній психології. *Актуальні проблеми психології. Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України*. 2013. Том 10. Вип. 25. С. 55–63.
18. Кравчук О. В. Соціальні уявлення як психологічний феномен. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. Сер. : Психологічні науки*. 2013. Вип. 114. С. 103–106.

References

1. Pro vyshchu osvitu: Zakon Ukrainy vid 01.07.2014 r. № 1556-VII iz zminamy. Data onovlennia: 26.02.2021 [On higher education: Law of Ukraine dated July 1, 2014 No. 1556-VII as amended. Date of update: 02.26.2021]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1556-18#Text> [in Ukrainian].
2. Moscovici, S. (1993). Introductory Address. *Papers on social representations*, 2, 3, 160-170 [in English].
3. Moscovici, S. (1976). La psychanalyse, son image et son public. Paris [in French].

4. Moscovici, S. (1981). On Social representations. *Social cognition: Perspectives on everyday understanding* / Ed. by H. J. Forgas. (pp. 181-209). London [in English].
5. Moscovici, S. (1990). The origin of social representations: a response to Michael. *New ideas in psychology*, 8, 3, 383-388. DOI: [https://doi.org/10.1016/0732-118X\(94\)90025-6](https://doi.org/10.1016/0732-118X(94)90025-6) [in English].
6. Codol, J.-P. (1974). On the system of representation in a group situation. *European Journal of Social Psychology*, 4, 343-365. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420040306> [in English].
7. Codol J.-P. (1975). On the so-called «superior conformity on the self» behaviour: twenty experimental investigations. *European Journal of Social Psychology*, 5. DOI: <https://doi.org/10.1002/ejsp.2420050404> [in English].
8. Codol, J.-P. (1979). L'interdépendance des représentations dans une situation de groupe. *Communication présentée au colloque sur les représentations sociales* [in French].
9. Codol, J.-P. (1984). Différenciation et indifférenciation sociale. *Bull. de Psychol. T., XXXVII*. DOI: <https://doi.org/10.3406/bupsy.1984.13284> [in French].
10. Codol, J.-P., & Plament, G. (1971). Représentations des structures sociales simples dans lesquelles le sujet est impliqué. *Cahiers de Psychol.*, 14 [in French].
11. Codol, J.-P., & Leyens, J.-P. (1982). Cognitive analysis of social behavior. The Hague. DOI: <https://doi.org/10.1007/978-94-009-7612-2> [in English].
12. Jodelet, D. (1979). Le corps représenté et ses transformations. *Communication présentée au colloque sur les représentations sociales* [in French].
13. Jodelet, D. (1982). Réflexions sur le traitement de la notion de représentation sociale en psychologie sociale. *Table Ronde Internationale sur les représentations*. 17-20 décembre 1982. Lyon [in French].
14. Jodelet, D. (1984). Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie / Moscovici S. (éd.). *Psychologie sociale* [in French].
15. Introduction à la psychologie sociale / Ed. by S. Moscovici. (1972). Vol. 1-2. P. [in French].
16. Tajfel, H. (1981). Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge: Univ. press [in English].
17. Bondarenko, L. O. (2013). Fenomen sotsialnykh uivlen u suchasniï psykholohii [The phenomenon of social representations in modern psychology]. *Aktualni problemy psykholohii. Zbirnyk naukovykh prats Instytutu psykholohii imeni H. S. Kostiuks NAPN Ukrainy – Actual problems of psychology. Collection of scientific works of the Institute of Psychology named after H. S. Kostyuk of the National Academy of Sciences of Ukraine*, 10, 25, 55-63 [in Ukrainian].
18. Kravchuk, O. V. (2013). Sotsialni uivlennia yak psykholohichni fenomen [Social representations as a psychological phenomenon]. *Visnyk Chernihivskoho natsionalnoho pedahohichnoho universytetu. Ser.: Psykholohichni nauky – Bulletin of the Chernihiv National Pedagogical University. Ser.: Psychological sciences*, 114, 103-106 [in Ukrainian].

Костенко Р. В. Розвиток ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів

У статті розглянуто теоретико-методичні аспекти проблеми розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів. Подано теоретичний аналіз наукових праць вчених, присвячених дослідженням соціальних уявлень. Соціальні уявлення виступають однією з форм пізнання соціальної дійсності. Розвиток ціннісних соціальних уявлень особистості відбувається у процесі комплексного застосування найбільш ефективних методів та засобів освіти, неформальної освіти, самоосвіти під дією соціального середовища. Розвинуті на високому рівні ціннісні соціальні уявлення особистості зумовлюють її ефективне самовизначення та корисну для суспільства соціальну активність. Наголошується на важливості розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів, що обумов-

лено особливостями їхньої майбутньої праці, пов'язаної з постійною соціальною взаємодією. Подано приклади методів та форм роботи з розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів. Ефективність використання тренінгової форми роботи з метою розвитку ціннісних соціальних уявлень майбутніх менеджерів наукових проєктів обумовлюється їхньою активною участю, у процесі якої вони набувають нових знань, умінь, соціальних навичок та цінностей, нового досвіду соціальної взаємодії, інших особистісних якостей, що в повній мірі відповідає принципам компетентнісного підходу та педагогіки партнерства. Окреслено перспективи подальших досліджень, що полягають у вивченні чинників розвитку ціннісних соціальних уявлень особистості, що дозволить визначити умови педагогічного впливу на особистість у межах педагогіки партнерства з метою покращення її подальшого соціального розвитку та ефективної самореалізації.

Ключові слова: соціальні уявлення, ціннісні соціальні уявлення, майбутні менеджери наукових проєктів, розвиток особистості, тренінгова форма роботи.

Kostenko R. Development of valuable social ideas of future managers of scientific projects

The article examines the theoretical and methodological aspects of the problem of the development of valuable social ideas of future managers of scientific projects. A theoretical analysis of the scientific works of domestic and foreign scientists dedicated to the study of social perceptions is provided. Social representations are one of the forms of knowledge of social reality. The development of valuable social ideas of the individual takes place in the process of complex application of the most effective methods and means of education, informal education, self-education under the influence of the social environment. Highly developed value social representations of an individual determine its effective self-determination and social activity useful for society. Emphasis is placed on the importance of the development of valuable social ideas of future managers of scientific projects, which is due to the specifics of their future work associated with constant social interaction. Examples of methods and forms of work for the development of valuable social ideas of future managers of scientific projects are presented. The effectiveness of using a training form of work for the purpose of developing valuable social ideas of future managers of scientific projects is determined by their active participation, in the process of which they acquire new knowledge, skills, social skills and values, new experience of social interaction, and other personal qualities that fully correspond to the principles competence approach and partnership pedagogy. Prospects for further research are outlined, which consist in the study of the factors of development of valuable social perceptions of the individual, which will allow to determine the conditions of pedagogical influence on the individual within the framework of partnership pedagogy in order to improve its further social development and effective self-realization.

Key words: social ideas, valuable social ideas, future managers of scientific projects, personality development, training form of work.

Creative Commons Attribution 4.0
International (CC BY 4.0)



Стаття надійшла до редакції 09.05.2023 р.
Прийнято до друку 30.05.2023 р.