

СЕКЦІЯ 5

ЗАГАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ. ІСТОРІЯ ПСИХОЛОГІЇ

МІЖДИСЦИПЛІНАРНА ІНТЕГРАЦІЯ ВИКЛАДАННЯ ПСИХОЛОГІЇ МАРКЕТИНГУ Й РЕКЛАМИ ОРГАНІЗАЦІЙ, НЛП ТА ЗООПСИХОЛОГІЇ І ПОРІВНЯЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ В ХОДІ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ СТУДЕНТІВ-ПСИХОЛОГІВ

INTERDISCIPLINARY INTEGRATION OF TEACHING PSYCHOLOGY OF MARKETING AND ADVERTISING ORGANIZATIONS AND NLP COMPARATIVE PSYCHOLOGY AND COMPARATIVE PSYCHOLOGY DURING TRAINING STUDENTS PSYCHOLOGIST

Стаття наголошує на важливості інтеграції викладання психологічних дисциплін для розвитку професійних умінь і навичок майбутніх практичних психологів. Розкрито поняття «інтеграція», визначено сутність терміна «міждисциплінарна інтеграція», підкреслено значення міжпредметних зв'язків. Висвітлено досвід зарубіжних учених щодо впровадження проблематики міждисциплінарності та її ролі під час професійної підготовки майбутніх практичних психологів. Виокремлено тематику лекційних, семінарських і практичних занять, конкретизовано значення інтеграції для формування знань, умінь і навичок комунікативної взаємодії та важливості перцептивного складника у сприйнятті партнера по взаємодії. Проаналізовано зміни, які відображені в робочих навчальних програмах відповідно до інтегрованих освітніх компонентів. Наведено приклади застосування різних методів і засобів навчання інтегрованих освітніх компонентів під час викладання лекційних, семінарських і практичних занять зі здобувачами вищої освіти. Обґрунтовано взаємодію освітніх компонентів професійної підготовки та вільного вибору студентів. Доведено, що застосування інтегративних навчальних технологій дає змогу формувати в майбутніх практичних психологів професійні компетентності (комунікативні, soft skills, екологічні, акмеологічні), науковий світогляд, широту мислення, які допомагають вирішувати завдання, що отримані при вивченні теоретичних дисциплін. Описано засоби, які покликані забезпечити високу кваліфікацію та конкурентоспроможність практичних психологів на ринку праці. Також у статті наведено приклади професійно-зорієнтованих завдань, що можуть бути використані викладачами психологічних дисциплін. Виявлено, що застосування міждисциплінарних зв'язків підготовки до професійної діяльності майбутніх практичних психологів дає можливість підвищити й модернізувати якість викладання у ЗВО.

Ключові слова: міждисциплінарна інтеграція, підготовка майбутніх практичних психологів, професійна підготовка, механізми впливу, комунікативна взаємодія, перцепція.

The article emphasizes the importance of integrating the teaching of psychological disciplines for the development of professional skills and abilities of future practical psychologists. The concept of "Integration" is revealed, the essence of "Interdisciplinary integration" is defined, the importance of interdisciplinary connections is emphasized. The experience of foreign scientists in the implementation of interdisciplinarity and its role in the training of future practical psychologists is highlighted. The topics of lectures, seminars and practical classes are singled out, the importance of integration for the formation of knowledge, skills and abilities of communicative interaction and the importance of the perceptual component in the perception of the interaction partner are specified. The changes that are reflected in the working curricula in accordance with the integrated educational components are analyzed. Examples of application of various methods and means of teaching integrated educational components during the teaching of lectures, seminars and practical classes with students of higher education are given.

The interaction of educational components of professional training and free choice of students is substantiated. It is proved that the use of integrative educational technologies allows to form in future practical psychologists professional competencies (communicative, soft skills, ecological, acmeological), scientific worldview, breadth of thinking, which allow to solve problems obtained in the study of theoretical disciplines. The means designed to ensure high qualification and competitiveness of practical psychologists in the labor market are described. The article also provides examples of professionally-oriented tasks that can be used by teachers of psychological disciplines.

It was found that the use of interdisciplinary links of preparation for professional activity of future practical psychologists allows to improve and modernize the quality of teaching in free economic education.

Key words: interdisciplinary integration, training of future practical psychologists, professional training, mechanisms of influence, communicative interaction, perception.

УДК 378.011.3:159.92:159.93
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2020.18.1.8>

Бужинська С.М.

к.психол.н., доцент,
доцент кафедри педагогіки, психології,
початкової освіти та освітнього
менеджменту
КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна
академія» Харківської обласної ради

Даніліч-Скаун А.А.

викладач кафедри педагогіки,
психології, початкової освіти та
освітнього менеджменту
КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна
академія» Харківської обласної ради

Кондрацька Л.В.

к.психол.н., доцент,
доцент кафедри педагогіки, психології,
початкової освіти та освітнього
менеджменту
КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна
академія» Харківської обласної ради

Постановка проблеми. Стратегічні зміни в системі освіти практичного психолога вимагають пошуку нових організаційних форм, методів навчання й виховання. У зв'язку з цим виникає необхідність підготовки майбутніх фахівців з психології на високому рівні, що забезпечить засвоєння здобувачами вищої освіти наукових уявлень про природу психіки, про методи та результати дослідження психічних явищ, розвиток здатності до застосування психологічних знань в умовах професійної діяльності. Здатність розв'язувати складні спеціалізовані завдання та практичні проблеми у сфері психології досягається завдяки комплексному навчанню, що базується на принципах інтеграції. Під інтеграцією розуміють поєднання в єдине ціле частин, елементів і компонентів, які до цього існували окремо, з ускладненням і зміцненням зв'язків між ними [1]. Інтеграція сприяє формуванню цілісності професійних знань і навичок. При цьому викладання проводиться так, щоб інформація певної дисципліни, яка засвоюється, базувалася на знаннях, отриманих при вивченні іншої дисципліни. Вирішення цього завдання передбачає систему відповідних заходів, до яких необхідно зарахувати й удосконалення фахової підготовки майбутніх практичних психологів у педагогічному ЗВО. На нашу думку, перспективним напрямом цієї роботи є залучення студента до мотивованої активної пізнавальної діяльності шляхом застосування інноваційних технологій; єдність теоретичних і практичних знань, уміння застосовувати їх на основі чіткого усвідомлення, де, як саме й для яких цілей ці знання можуть бути використані; вивчення дисциплін навчального плану, що орієнтовані на майбутню професійну діяльність; повне забезпечення майбутніх професійних потреб студента шляхом єдності окремих дисциплін професійної компетенції та вибіркового блоку відповідно до підготовки фахівця з психології за відповідним освітньо-кваліфікаційним рівнем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розглядаючи наукові розвідки сучасних науковців щодо означеної проблематики, не можна оминати роботи М. Ахундова, І. Блауберга, В. Дьоміна, П. Смирнова, Е. Юдіна, які вивчали зв'язки між інтеграцією та систематизацією наукових знань. Проблемою використання міждисциплінарних зв'язків при вивченні дисциплін природничого й гуманітарного циклу займалися В. Максимова, І. Москальова, І. Петрова, Н. Лошкарьова. Питанням застосування міжпредметних зв'язків і професійної спрямованості навчання займалися С. Гончаренко, І. Зверєв, В. Максимова. Вивченню питання щодо посилення інтегративних процесів у межах окремого навчального предмета присвячено праці М. Гадецького. Нарешті, методологічну основу інтегратив-

ного підходу в професійній освіті відображено в працях Л. Демінської, П. Джуринського та ін.

Британські вчені Catherine Lyall, Ann Bruce, Joyce Tait and Laura Meagher досліджують проблематику міждисциплінарності та її роль під час формування креативної особистості [3]. Представники фінської наукової школи (Aalto University School of Science and Engineering, Espoo, Finland) кафедри біомедичної інженерії та обчислювальних наук Jukka-Pekka Kauppi, Iiro P. Jääskeläinen, Mikko Sams and Jussi Tohka вивчають особливості міжпредметних кореляцій гемодинамічних реакцій головного мозку під час перегляду фільмів [4]. Проаналізувавши наукові розвідки відомих учених, можемо дійти висновку, що науковці різних країн світу досліджують питання міждисциплінарності в різних аспектах.

Предметне поле освітніх компонентів підготовки практичних психологів першого (бакалаврського) рівня у ЗВО є теоретико-методологічним підґрунтям для формування професійної компетентності майбутніх практичних психологів. Проте виникає суперечність між необхідністю оволодіння майбутніми практичними психологами комплексом відповідних професійних здатностей у сфері психології, що передбачають застосування основних психологічних теорій і методів, та обмеженістю навчального часу й відповідного навчального змісту в ході вивчення «Психології маркетингу та реклами організацій», «НЛП» та «Зоопсихології і порівняльної психології». Для їх розв'язання пропонуємо здійснювати міждисциплінарну інтеграцію.

Постановка завдання. Мета статті полягає в обґрунтуванні важливості міждисциплінарної інтеграції психології маркетингу та реклами організацій, НЛП та зоопсихології й порівняльної психології в системі професійної підготовки майбутніх фахівців з психології в умовах вищої школи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для якісної професійної підготовки сучасного фахівця з психології вагоме значення має підвищення ефективності методики викладання та дотримання принципів управлінської пізнавальної активності суб'єктів навчання. Саме тому сьогодні проблематика міждисциплінарних зв'язків як системи, якою можна управляти як дидактичним засобом, що сприяє підвищенню ефективності професійної підготовки майбутнього фахівця з психології, є актуальною і перспективною.

Міждисциплінарна інтеграція – це цілеспрямоване посилення міждисциплінарних зв'язків за умови збереження теоретичної і практичної цілісності навчальних дисциплін. Водночас міждисциплінарна інтеграція – це процес узгодження змісту навчальних дисциплін щодо відображення ними єдиних, безперерв-

них і цілісних явищ професійної діяльності [1]. Міжпредметні зв'язки – це система відношень між знаннями, уміннями й навиками, які формуються в результаті послідовного відображення об'єктивних зв'язків із реальністю в засобах, методах і змісті освітніх компонентів [2]. Міжпредметні зв'язки допомагають швидшому засвоєнню, поглибленню, систематизації та закріпленню знань, що сприяють усебічному розвитку здобувачів вищої освіти.

У процесі професійної підготовки фахівців галузі знань 05 Соціальні та поведінкові науки спеціальності 053 «Психологія» освітнього ступеня «бакалавр» КЗ «Харківська гуманітарно-педагогічна академія» ХОР освітні компоненти «Психологія маркетингу та реклами організацій», «НЛП» та «Зоопсихологія і порівняльна психологія» зараховано до циклу дисциплін професійної підготовки та дисциплін вільного вибору студентів. Ґрунтовний психолого-педагогічний зміст цих навчальних курсів є теоретичною основою для більш повного висвітлення навчальних тем з урахуванням пізнавальних можливостей здобувачів вищої освіти й практичною організацією професійної діяльності майбутніх фахівців з психології.

Теоретичними засадами підготовки студентів у цьому напрямі слугували новітні документи про освіту, а саме: Закон України «Про освіту», Державний стандарт вищої освіти за спеціальністю 053 «Психологія» для першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Крім того, ураховано результати сучасних наукових досліджень щодо здійснення професійної психологічної освіти й реалізації міжпредметної інтеграції у ЗВО. Зміст курсів «Психологія маркетингу та реклами організацій», «НЛП» та «Зоопсихологія і порівняльна психологія» відображено в робочих програмах, навчально-методичних рекомендаціях, робочих зошитах тощо. Для забезпечення інтегративного характеру викладання вищезазначених дисциплін зміст робочої програми з дисципліни «Психологія маркетингу та реклами організацій» доповнено такими темами: «Система зв'язків з громадськістю: особливості впливу на модально-специфічні механізми сприйняття людини», «Психотехнології в рекламній діяльності», «Імідж і особистість: система взаємовпливів», «Психічні процеси в рекламній комунікації», «Хай-тек і хай-юм комунікації в рекламній діяльності», «Роль психологічних та соціальних процесів у формуванні рекламних образів», «Психологія реклами в засобах масової інформації». У ході розробки робочої програми курсу «НЛП» перероблено й доповнено зміст такими темами: «Розвиток особистості і її творчого потенціалу методами НЛП», «НЛП в бізнесі, менеджменті та рекламі» й «Основи ефективної комунікації». У робочій програмі курсу «Зоопсихологія та порівняльна психологія» перероблено й доповнено зміст

такими темами: «Світ відчуттів людини і тварини та їх значення у розвитку поведінкових реакцій», «Особливості компонентів невербальної взаємодії у тварин і людей», «Спільне та відмінне у функціонуванні сигнальних систем тварини та людини», «Види симбіозу у тварин», «Прояви біоетики (комплекс інстинктивних заборон) у взаємодії тварин та психіці людини», «Біоніка та рекламна діяльність», «Тваринний гіпноз, його особливості», «Індивідуальні психотерапевти та екстрасенси – наші домашні улюбленці».

Під час проведення лекцій із психології маркетингу та реклами організацій студенти оволодівають фундаментальними психолого-педагогічними знаннями, які стосуються особливостей інформаційного впливу на зорове сприйняття в друкованій рекламі, інтегровані маркетингові комунікації в системі маркетингу, особливості застосування гіпнотичного (несвідомого) та підсвідомого навіювання, психологічні механізми рекламного впливу (механізм «ореолу», технологія «25 кадр», НЛП), закономірності сенсорної та перцептивної сфери в утворенні рекламного образу. Унаслідок цього в студентів формуються цілісні уявлення щодо таких понять, як роль емоційних чинників у споживанні рекламної продукції, принципи та критерії встановлення ефективної рекламної комунікації, сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень, інтерпретація результатів досліджень у сфері маркетингу й практики їх застосування, сучасні маркетингові персонал-технології на основі міжнародного досвіду HR-маркетингу. На лекційних заняттях із НЛП студенти знайомляться з основними поняттями, теоретичними положеннями й конкретними техніками нейролінгвістичного програмування; з історією створення та основними сучасними тенденціями в розвитку НЛП. Унаслідок цього в студентів формуються цілісні уявлення щодо таких понять, як зовнішні та внутрішні канали сприйняття, репрезентативні системи, субмодальності, невербальна комунікація, рапорт, калібровка, техніки якоріння, метафори як засіб спілкування, техніки роботи з психосоматичними проблемами, творча візуалізація, модель SCORE, синтаксис асоціювання образів як логіка реклами. Вивчення курсу «Зоопсихологія та порівняльна психологія» забезпечує формування в студентів наукового світогляду, розуміння закономірностей розвитку й еволюції психіки, значення біологічного фактору в розвитку психіки. Під час порівняння психологічних особливостей тварин і людей підвищується професійна компетентність майбутніх практичних психологів за можливості усвідомити принципові відмінності відображення дійсності тваринами, значення вроджених форм поведінки. При вивченні

соціальних форм поведінки та реакцій тварин у студентів формується цілісне уявлення про передумови соціальності людини, значення масової комунікації, сукупну пристосованість, механізми природженої заборони, особливості відчуттів у тварин із різними рівнями чутливості, біологічні передумови зародження свідомості й мовлення людини.

Семінарські заняття з психології маркетингу та реклами організацій спрямовано на поглиблене вивчення теоретичних питань, що опрацьовані під час проведення лекцій. Здобувачі освіти з психології опановують зміст інтегрованих освітніх компонентів при підготовці повідомлень і презентацій на теми: «Таргетинг», «Текстово-графічний блок», «Нейролінгвістичне програмування», «Реклама на тілі», «Body embedding» («Упровадження в тіло»), «Сугестивна лінгвістика», «Рефреймінг», «Словотвір», «Сенсорний маркетинг», «Умови та чинники ефективності візуальної та аудіальної реклами», «Психотехнології в маркетинговій діяльності», «Ілюстративність (наочність) реклами та її співвідношення з текстовим», «Поданням рекламного матеріалу», «Слоган та ай-стопер – доцільність та адресність використання» тощо. Практичні заняття спрямовані на оволодіння вміннями, які будуть корисними в професійній діяльності майбутніх фахівців з психології. У процесі проведення та активної їх участі в практичних заняттях вони вчаться аналізувати й використовувати досягнення психологічної науки в процесі подальшої професійної діяльності. Під час опрацювання таких тем, як «Реклама як засіб психологічного впливу», «Роль психологічних та соціальних процесів у формуванні рекламних образів», «Методи психологічного впливу реклами на споживача» запропоновано різноманітні форми роботи: тренінгові вправи, рольові ігри, мозковий штурм, тимблдинг, тайм-менеджмент, невербальні етюди, інформаційні повідомлення, проблемні питання тощо. У ході опрацювання тем студенти виступали в ролі споживачів, рекламодавців, директорів фірм, із цих позицій розповідали про свої відчуття щодо впливу на психічні процеси в результаті реклами продукту, про засоби впливу, які, на їхню думку, були найбільш ефективними, тощо. Наприкінці тренінгових занять студентам було запропоновано скласти поради рекламодавцям щодо успішного просування їхнього продукту на споживчому ринку, опрацьовані основні критерії щодо якостей і вмінь працівників. Підсумком такої взаємодії стало відпрацювання сформованих навичок, засобами відпрацювання були такі методи: твір-роздум на зазначену тему з наступним обговоренням у форматі «Відкритий мікрофон», написання твору-есе, узагальнені результати вправою «Побажання».

Семінарські заняття з НЛП спрямовані на поглиблене вивчення базисних теоретичних положень, що лежать в основі нейролінгвістичного програмування. Опанування понять з інтегрованих освітніх компонентів відбувається при розробці проектів, підготовці повідомлень, презентацій і доповідей для виступу під час «Круглого столу» на теми: «Модифікація сценарію поведінки», «Сенс комунікації полягає в отриманій реакції», «Магічні слова», «Репрезентативні системи як переважний спосіб отримання людиною інформації з зовнішнього світу», «Калібрування і сенсорна чутливість», «Особливості «рекламної комунікації»»; складанні анотації на одну зі статей з періодичної преси про проблеми нейролінгвістичного програмування в психології маркетингу та реклами організацій. Практичні заняття з НЛП спрямовані на формування вмінь, пов'язаних з аналітичною діяльністю психолога; уміння встановлювати контакт із клієнтом, формулювати проблему й бажаний результат; отримання навичок ефективного професійного спілкування та надання психологічної допомоги в широкому спектрі питань і проблем, що постають перед особистістю в ході її розвитку. Під час опрацювання теми «Використання репрезентативних систем» студенти мають можливість підготувати ґрунтовні доповіді, а також провести діагностичне дослідження з таких питань: 1) ключі доступу до репрезентативних систем; 2) положення очей і динаміка роботи репрезентативних систем; 3) використання патернів руху очей; «методи НЛП. Якоріння», де студенти отримують особистий досвід процесу якоріння й учаться розрізняти свої стани свідомості; під час опрацювання теми «Використання методів творчої візуалізації» студенти мають можливість створити плакат власних цілей за методикою творчої візуалізації та презентувати свої нароби.

Метою семінарських занять із зоопсихології та порівняльної психології є опрацювання та доповнення вивчених на лекціях теоретичних питань. Інтеграція навчальних компонентів відбувається при підготовці до навчального модуля «Психологія міжвидової взаємодії» повідомлень «Міжвидова взаємодія в системі «Тварина-Людина», «Історія утримання людиною свійських тварин», «Психологічні причини та функція психологічної взаємодії людини з тваринами». Основним предметом дослідження є психічні особливості людини, що впливають на тварину, наприклад, під час дресури, або такі, що приймають впливи, наприклад, під час анімало-терапії. Результати розробки різних моделей взаємодії можуть бути використані в практичній діяльності психолога в маркетинговій діяльності, НЛП-практиці. Виконання завдань практичних занять забезпечує формування

вмінь і навичок майбутніх практичних психологів, необхідних при безпосередній діяльності в системі «Людина-Природа», виконанні самостійних емоційно забарвлених завдань, пов'язаних із професійною компетентністю. На практичних заняттях опрацювання тем відбувається із залученням інтерактивних елементів, рефлексивних методів «Доречність і психологічні причини міжвидової взаємодії», форм самостійної дослідницької діяльності студентів і презентацій «Тварина як соціальний комунікатор», «Тварина як стабілізатор психологічного клімату», «Тварина як анімалотерапевт». Наприкінці практичних занять студентам була запропонована організаційно-діяльнісна гра в групах «Мій особистий досвід взаємодії з тваринами», що дало можливість узагальнити сутність та адаптаційне значення способів і видів комунікації тварин.

Нами розроблено та проведено інтегровану лекцію «Механізм психологічного впливу реклами на споживача, його підсвідомість та споживчу поведінку» та практичне заняття «Методи нейролінгвістичного програмування та міжвидової взаємодії та їх використання в рекламній практиці». Підсумовуючи результативність проведення лекційних, семінарських і практичних занять із психології маркетингу та реклами організацій, НЛП, зоопсихології та порівняльної психології, можемо зазначити, що студенти усвідомили значущість своєї професійної місії щодо розвитку здатності до застосування психологічних знань в умовах професійної діяльності. Результати напрацювань відображено в презентації та сумісній участі у створенні колажу на тему «Роль нейролінгвістичного програмування та споживчої поведінки в успішному просуванні рекламного продукту».

Висновки з проведеного дослідження.

Отже, міждисциплінарна інтеграція є необхідним складником підготовки майбутнього

фахівця. Доведено, що відбувається доповнення змісту одного освітнього компонента поняттями іншого, а об'єднання забезпечує не вузькодисциплінарну підготовку, а діяльність, яка формує професійно важливі вміння, навички та особистісні якості. Міждисциплінарну інтеграцію розглядають як педагогічну умову, яка, по-перше, змінює зміст освіти, робить її більш насиченою та цілісною, по-друге, передбачає модернізацію освітнього процесу, по-третє, активізує пізнавальну діяльність здобувачів психології, формує інтегроване професійне мислення. Отже, упровадження міждисциплінарних зв'язків між такими освітніми компонентами, як психологія маркетингу та реклами організацій, НЛП та зоопсихологія, дає змогу вдосконалювати форми й методи навчання у ЗВО. Як подальші перспективи зазначимо глибші та детальніші дослідження засобів і методів, що можуть застосовуватися при побудові таких зв'язків.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Прошкін В.В. Інтеграція університетської науки й освіти: історичний аспект. *Педагогічна наука: історія, теорія, практика, тенденції розвитку*. 2010. № 2. URL: http://intellect-invest.org.ua/pedagog_editions_e-agazine_pedagogical_s... (дата звернення: 30.10.2020).
2. Філософія : навчальний посібник / Л.В. Губерський, І.Ф. Андрущенко та ін. ; за ред. І.Ф. Надольного. 8-ме вид., стер. Київ : Вікар, 2011. 455 с.
3. Lyall Catherine, Ann Bruce, Joyce Tait and Laura Meagher. *Interdisciplinary Research Journeys: Practical Strategies for Capturing Creativity*. London : Bloomsbury. 2011. 240 p.
4. Jukka-Pekka Kauppi. Inter-subject correlation of brain hemodynamic responses during watching a movie: localization in space and frequency. Jukka-Pekka Kauppi, Iiro P. Jääskeläinen, Mikko Sams, Jussi Tohka. URL: <http://journal.frontiersin.org/article/10.3389/fninf.2010.00005/full> (дата звернення: 30.10.2020).