УДК 015.3: 159.9

DOI 10.33251/2522-1477-2021-10-141-148

ЮНИК Іван Дмитрович,кандидат педагогічних наук, докторант Національного педагогічного університету ім. М. П. Драгоманова
ORCID 0000-0001-5594-8470**ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ
НАУКОВОГО ІМІДЖУ ВИКЛАДАЧА ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ**

У статті наголошено на винятковій важливості наукового іміджу викладача закладу вищої освіти як фактора отримання ним лояльності від студентської аудиторії та запропоновано перспективні напрями його вдосконалення. Наголошено на недоцільності використання індексу цитованості в якості провідного параметра сформованості наукового іміджу викладача вишу.

Ключові слова: науковий імідж, науково-педагогічний працівник, заклад вищої освіти, індекс цитованості, наукова школа.

Постановка проблеми. Імідж викладача закладу вищої освіти є надважливим компонентом його професійної діяльності в сучасних соціоінформаційних умовах, оскільки виконує функцію індивідуалізації фахівця в уяві цільової аудиторії (передусім студентської). Він підлягає як цілеспрямованому формуванню шляхом застосування методів іміджування, так і стихійному виникненню – при відсутності відповідних ініціатив з боку фахівця. Втім, суттєва залежність полюсу модальності іміджу викладача вишу від ступеня і специфіки поінформованості про нього цільової аудиторії свідчить про доцільність цілеспрямованого формування означеного соціально-професійного образу на основі комбінування притаманних і непритаманних суб'єктові іміджування характеристик.

Одним із провідних параметрів оцінювання іміджу викладача закладу вищої освіти є обізнаність студентської цільової аудиторії про наукові здобутки фахівця та їх поцінованість нею. Саме тому проблема вдосконалення наукового іміджу викладача вишу набуває особливої актуальності в умовах глобалізації та інформатизації сучасного суспільства.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Іміджу викладача вищої школи присвячено дослідження О. Володарської, О. Гуртовенко, Г. Левкіна, Т. Наконечної, К. Пецольтта, І. Воробйової, Є. Іноземцева та інших науковців. Особливості наукової діяльності викладача вишу та методи оцінювання її ефективності проаналізовано у працях М. Бориса, М. Главчева, Ю. Главчевої, І. Купчук, С. Лобанової, В. Лукач, О. Михайлова, Л. Семененко, А. Шостак та інших дослідників. Разом з тим, недостатня сформованість наукового іміджу викладачів вишів в умовах інтенсифікації соціальних перетворень свідчить про потребу у віднайденні ефективних методів наукового іміджування.

Мета статті – обґрунтувати перспективні напрями вдосконалення наукового іміджу викладача закладу вищої освіти в сучасних соціокультурних умовах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стрімка глобалізація ринку надання освітніх послуг, активними учасниками якої є всі світові та національні системи навчання у вишах, закономірно підвищує рівень конкуренції між викладачами закладів вищої освіти, актуалізуючи потребу в набутті ними додаткових конкурентних переваг засобами іміджування. З цього приводу О. Гуртовенко, Г. Левкін, В. Осадчий, І. Сердюк, М. Anderson, С. Fund, Р. Hotez, L. Rainie та інші науковці наголошують, що запорукою впізнаваності фахівця студентською цільовою аудиторією і його затребуваності ринком праці [4, с. 55, 58; 9, с. 83; 16, с. 6; 17]. Пріоритетність наукового іміджу для викладача закладу вищої освіти закріплена і на законодавчому рівні. Так, у законі України «Про наукову і науково-технічну

діяльність» від 26 листопада 2015 р. № 848-VII вказано, що «...науково-педагогічний працівник – вчений, який ... в університеті, академії, інституті професійно провадить педагогічну та наукову або науково-педагогічну діяльність...» [11].

Науковий імідж викладача вишу є для студентської аудиторії додатковим доказом того, що сформовані в ході навчальної співпраці з ним знання, уміння і навички релевантні економічним та культурним потребам сучасного соціуму. Натомість, недостатньо сформований та/або неефективно презентований студентській аудиторії науковий імідж фахівця може викликати у неї закономірні сумніви щодо перспектив використання здобутої у виші інформації в сучасних умовах, особливо з урахуванням і без того суттєвого відставання науково-методичного інструментарію сфери вищої освіти від темпів загальноцивілізаційного поступу.

Визнаність іміджу викладача закладу вищої освіти цільовою аудиторією прямо корелює з вихідними положеннями теорії дифузії інновацій, згідно якої представників означеної професії можна умовно диференціювати на інноваторів, ранніх послідовників, ранньої та пізньої більшості, а також «аутсайдерів». Приналежність фахівця як науковця до категорії інноваторів є запорукою довіри цільової аудиторії на когнітивному, емоційному і діяльнісному рівнях до отриманої від нього інформації. Натомість, навіть умовне ототожнення тематики наукових досліджень викладача вишу з категоріями ранньої/пізньої більшості і, тим паче, «аутсайдерів» закономірно підсилює скептицизм цільової аудиторії відносно вартісності його наукових досліджень, негативно позначаючись на науковому іміджі. Слід зазначити, що цільова аудиторія викладача закладу вищої освіти не обмежується студентами – до неї також входять абітурієнти, адміністрація вишу, колеги, наукова спільнота, незалежні аналітики, потенційні співавтори, потенційні роботодавці, які зацікавлені у проєктній співпраці з фахівцем поза межами вишу тощо [4, с. 55; 10, с. 435; 18, с. 290-301].

Імідж викладача закладу вищої освіти також прямо корелює з іміджем науки, який, у свою чергу, формується у суспільстві як прямим шляхом передачі іміджевої інформації (завдяки практичній задіяності у виробничій або побутовій діяльності вихідних положень науки), так і непрямым шляхом іміджевого інформування (завдяки популяризації інформації щодо наукових досягнень й перспектив подальших наукових досліджень фахівця з використанням засобів масової інформації та комунікативних інструментів освітньої сфери). До основних умов формування у суспільстві позитивного іміджу науки доцільно віднести високий рівень обізнаності населення про здобутки науковців, їх практичну значущість для розвитку цивілізації загалом і використання в певному територіальному/галузевому просторі зокрема. Також іміджуванню наукової сфери сприяють затребуваність науковців на ринку праці та засвідчена експертними/рейтинговими дослідженнями конкурентоздатність результатів наукових досліджень на національному і міжнародному рівнях тощо [2, с. 12-13].

Одним із провідних факторів досягнення фахівцем закладу вищої освіти як науковцем впізнаваності виступає його швидка і безальтернативна ідентифікація в реальному комунікативному просторі та онлайн-середовищі. Саме вона уможливорює вирішення проблеми поліваріантності в ході пошуку наукових робіт певного дослідника, яка набула особливої актуальності на фоні поширеності цілого ряду прізвищ та ініціалів і ускладнень щодо їх транслітерації. Окрім того, ефективна ідентифікація викладача закладу вищої освіти як науковця сприяє вчасному ознайомленню його цільової аудиторії (передусім студентської) з новими публікаціями фахівця завдяки відстеженню його інтернет-профіля на спеціалізованих наукових ресурсах: ORCID та Google Scholar ID – для універсальної ідентифікації дослідника і його наукових праць за допомогою відповідних інтернет-сервісів; Scopus Author ID – для ідентифікації науковця в міжнародній наукометричній базі даних Scopus; Researcher ID – для ідентифікації автора в базі даних Web of Science тощо [3, с. 94, 96; 9, с. 81-82; 13, с. 24].

Показники кількості та якості наукових публікацій викладача вишу є діалектично взаємообумовленими, що передбачає доцільність двовекторної реалізації іміджу фахівця – через кількість презентованих цільовій аудиторії наукових досліджень та з урахуванням практичної значущості публікацій і статусу наукових видань, до складу яких вони увійшли.

Прагнення поєднання вищевказаних аспектів стало причиною розробки спеціальних рейтингових показників – імпаکت-фактора для періодичних продовжуваних видань та індексу Гірша для наукових і науково-педагогічних працівників. Імпакт-фактор показує ступінь важливості журналу для наукової спільноти і обчислюється як відношення кількості цитувань на опубліковані в ньому протягом заданого періоду статті до загальної кількості надрукованих у ньому за звітний період статей. Індекс Гірша (*h*-індекс) є показником продуктивності наукової діяльності фахівця і обчислюється з урахуванням кількості його публікацій і кількості їх цитувань іншими дослідниками.

Ініціативи наукової спільноти щодо пошуку альтернатив суб'єктивній експертній оцінці важливості наукових робіт дослідників через розробку математично обґрунтованих і визнаних на міжнародному рівні способів їх аналізу заслуговує безумовного схвалення. Разом з тим, специфіка обчислення імпакт-фактора й індексу Гірша має ряд суттєвих недоліків, котрі потребують обов'язкового усунення. Так, обидва показники спираються на показник цитованості наукових праць фахівця як потенційний доказ їх затребуваності науковою спільнотою та міру наукової впливовості їх автора. При цьому досконалість алгоритму обчислення самого показника цитованості викликає ряд дискусій, оскільки:

- навіть застосування в означеному алгоритмі коефіцієнтів самоцитованості автора та/або журналу не дозволило подолати проблему самоцитовування як одного із найпоширеніших шляхів підвищення власного індексу цитованості;
- члени наукових колективів за спільною згодою активно вдаються до взаємочитування як засобу гарантованого підвищення індексу Гірша, що суперечить основам вільної конкуренції наукових ідей;
- цитування наукової праці, написаної у співавторстві, сприяє підвищенню індексу Гірша усіх дотичних до авторства осіб, унеможливаючи при цьому чітку ідентифікацію конкретного автора процитованого фрагменту тексту;
- високий рівень цитованості наукового дослідження умовно тотожний не тільки її актуальності, але й універсальності, тоді як вартісні вузькоспеціалізовані праці апріорі мають набагато менше коло потенційних «цитувальників»;
- науковці, які наділені важелями адміністративного впливу на колег (завідувачі кафедр, декани, очільники закладів вищої освіти тощо), здатні забезпечити підвищення власного індексу Гірша завдяки ініціюванню включення себе до списку співавторів наукових публікацій, в написанні яких вони не брали безпосередньої участі, а також завдяки «заохоченню» підлеглих до цитування власних наукових публікацій;
- об'єктивне обчислення кількості цитувань цілого ряду наукових досліджень «закритої» тематики (передусім військового спрямування) є неможливим;
- алгоритми упорядкування списку наукових публікацій фахівця деяких інтернет-ресурсів (наприклад, Google Scholar) дозволяють додавати в «ручному» режимі праці, в написанні яких він не брав безпосередньої участі, виступаючи відносно них експертом, опонентом або рецензентом або лише згадуючись в їх тексті;
- індекс цитованості новаторських за тематикою досліджень є невиправдано нижчим, ніж у менш значущих для науки, але більш популярних за тематикою публікацій (відповідно теорії дифузії інновацій, згідно якої появи великої кількості послідовників інновації передують період її тимчасової «незатребуваності»);
- обчислення індексів цитованості є певною мірою «автономним», оскільки відбувається з урахуванням виключно цитат в межах певної бази даних (Scopus, Web of Science, Google Scholar тощо);
- в алгоритмі визначення індексу Гірша закладено умовну тотожність «наукової активності» одного дослідника та наукової значущості робіт іншого дослідника (наприклад, і у дослідника, чиї 100 наукових публікацій процитовані тільки по 1 разу кожна, і у молодого науковця, чия одна вагома наукова праця процитована одразу 100 разів, *h*-індекс дорівнюватиме 1) [6, с. 63-65; 7, с. 56-61; 10, с. 435; 15, с. 381].

Узагальнення вищевикладеної інформації свідчить про недоцільність використання індексу цитованості як провідного параметра сформованості наукового іміджу викладача закладу вищої освіти. Втім, можливості вдосконалення алгоритмів обчислення h -індексу (зокрема, завдяки посиленню контролю з боку спеціально створених незалежних контролюючих інституцій за явищами самоцитування й «добровільно-примусового» взаємощитування) все ж залишають за індексом Гірша перспективу набуття достатньої об'єктивності.

Проблема «умисно-раціонального» співавторства значно підсилюється висуненням вищими вимог до науково-педагогічних працівників щодо певної кількості щорічно виданих публікацій у журналах категорії «А». Слід зазначити, що подібна постановка завдання зорієнтована виключно на досягнення бажаних кількісних показників наукової діяльності фахівців і не передбачає контроль закладу вищої освіти за дотриманням ними норм академічної доброчесності. Саме тому набула особливої популярності практика включення до складу співавторів наукового дослідження навіть фахівців принципово різних наукових напрямів або навіть галузей науки, які не можуть бути навіть теоретично дотичними до тематики публікації. Означена проблема принаймні частково нівелюється шляхом започаткування дослідниками власних наукових шкіл, оскільки приналежність авторів певної публікації до спільної наукової школи засвідчує свідому відмову авторського колективу від включення до свого складу «сторонніх» зацікавлених дослідників. Співавторство учасників наукової школи теж не виключає можливість «формальної» участі когось із них до окремої публікації, однак доцільність таких ініціатив підлягає колективній самооцінці учасниками наукової школи як саморегульованої системи, котра прагне підтримувати позитивний імідж у науковому середовищі [14, с. 28].

Поняття «наукова школа» є звичним для наукової спільноти та сфери вищої освіти, однак на законодавчому рівні статус, функції, права та обов'язки наукової школи поки що не врегульовано: в законі України «Про освіту» та «Про вищу освіту» означене поняття не знайшло свого відображення, а в законі України «Про наукову і науково-технічну діяльність» воно використовується лише опосередковано — створення членом-кореспондентом Національної академії наук України наукової школи постає однією з умов висунення його кандидатури для обрання дійсним членом/академіком цієї організації, однак характерні ознаки наукової школи у документі не конкретизовано [11].

У науковій літературі простежується синонімічне вживання понять «наукова школа» та «наукова течія/напрямок», які не є семантично й навіть ієрархічно тотожними. Наукова течія формується поєднанням декількох наукових шкіл, а науковий напрям виникає внаслідок взаємодоповнюючого синтезу наукових течій. Ще однією суттєвою відмінністю вищезначених понять є специфіка їх координації: наукова школа завжди має визнаного науковою спільнотою лідера, авторитет та прогресивність ідей якого виступають джерелом синхронізації дослідницьких зусиль усіх учасників наукової школи, тоді як наукова течія й науковий напрям позбавлені особистісної координації [8, с. 130].

За сутністю та структурою наукові школи умовно поділяються на чотири види: «школа – напрям в науці»; «наукова школа – освітня система»; «наукова школа – виробнича система»; «наукова школа – інкубатор». Основою формування наукової школи як напрямку в науці є спільна парадигма дослідницької діяльності для науковців, які дистанційовані територіально або навіть хронологічно. «Наукова школа – освітня система» відрізняється від трьох інших видів приналежністю до неї декількох поколінь дослідників зі спільним місцем отримання вищої освіти, науковим наставником чи науково-педагогічною традицією. Означений вид наукової школи формується внаслідок накопичення «критичного обсягу наукових знань» на базі певної територіальної/освітньої одиниці (міста, регіону, закладу вищої освіти тощо). «Наукова школа – виробнича система» передбачає обов'язковість перспективи практичної реалізації згенерованих наукових знань (чітку виробничу спрямованість), тому притаманна передусім прикладним галузям науки. У свою чергу, для «наукової школи – інкубатора» характерна домінуюча роль особистісної культури дослідників, наявність спільних моделей дослідницької поведінки та системи міжособистісних комунікацій тощо [8, с. 124; 14, с. 4].

Таким чином, приналежність викладача закладу вищої освіти до певної наукової школи є одним із факторів формування його наукового іміджу з полюсом модальності, оскільки іміджування та особистісна активність фахівця в межах наукової школи відзначаються наявністю ряду спільних рис, а саме: самоорганізованістю, адміністративною незалежністю відносно вибору доцільних форм та методів комунікації з цільовою аудиторією, наявністю характерних неймінгових особливостей (наукові школи традиційно ідентифікуються за прізвищем їх засновника, що тотожно неймінгу в іміджуванні).

Макропоказником ефективності наукового іміджування є визнання наукових здобутків фахівця взірцевими з боку цільової аудиторії, що закономірно актуалізує дискусію щодо пріоритетності прикладних наукових досліджень над фундаментальними. Законом України «Про наукову і науково-технічну діяльність» визначено суспільну рівноважність наукових результатів фундаментальних та прикладних наукових досліджень, де під останніми слід розуміти нові знання, які уможливають «... створення нових або вдосконалення існуючих матеріалів, продуктів, пристроїв, методів, систем, технологій, конкретні пропозиції щодо виконання актуальних науково-технічних та суспільних завдань» [11]. Разом з тим, О. Володарська, Б. Прокопенко та ряд інших дослідників наголошують, що результати саме прикладної науки є більш принагідними для застосування у процесі формування позитивного наукового, адже максимально орієнтовані на презентацію цільовій аудиторії [2, с. 25; 12, с. 75].

Перспективним шляхом вирішення означеної дискусії вбачається досягнення консенсусу – органічного і взаємовигідного поєднання фундаментальної та прикладної науки в технаукі. Для фундаментальної науки це позначиться отриманням переваг від набуття «людиновимірності» результатів досліджень, чітко орієнтованих на індивідуального чи масового споживача, тоді як прикладна наука отримає змогу ефективно послуговуватися найсучаснішими вихідними положеннями фундаментальної науки. Окрім того, особливою перевагою для фундаментальної науки від такої трансформації стане отримання додаткового матеріального стимулювання завдяки реінвестуванню: пролонгація релевантних запитам суспільства наукових досліджень є вигідною і для зацікавленого в інноваціях бізнесу, і для держави загалом. Слід зазначити, що і технаукі постає лише знаковим, але проміжним етапом на шляху до меганауки, створеної на основі синергійного поєднання біо-, інфо-, нано- та когнітивних технологій. Поодинокі використання елементів «прамеганауки» вже простежується у сфері брендингу, де конвергенція Hi-Tech та Hi-Hume-технологій уможливила виникнення сенсорного маркетингу і штучного інтелекту [1, с. 172-179; 5, с. 165; 12, с. 71, 75].

Висновки та перспективи подальших досліджень.

1. Ступінь сформованості та полюс модальності наукового іміджу викладача закладу вищої освіти є фактором отримання лояльності студентської аудиторії до отриманих в ході навчальної співпраці з фахівцем знань, умінь і навичок, а також до вишу і навіть сфери вищої освіти загалом.

2. Індекс цитованості недоцільно використовувати в якості провідного параметра сформованості наукового іміджу викладача закладу вищої освіти, оскільки алгоритм його обчислення має ряд недоліків, зокрема: не надає змоги вирішити проблеми самоцитовання, умисного «добровільно-примусового» взаємочитування та контролю за дотриманням академічної доброчесності; умовно ототожнює показники «наукової активності» фахівця та наукової значущості його досліджень; не враховує вихідні положення теорії дифузії інновацій тощо.

3. Перспективними напрямками вдосконалення наукового іміджу викладача закладу вищої освіти є забезпечення його швидкої та безальтернативної ідентифікації в онлайн- та офлайн-режимі, започаткування власної наукової школи або входження до вже існуючої, а також позиційне тяжіння до технауки як органічного і взаємовигідного поєднання фундаментальної та прикладної науки.

Список використаних джерел

1. Бондаренко Д. И. Технонаука – необходимый этап на пути к меганауке. *Філософія науки: традиції та інновації*. 2014. № 2 (10). С. 169–180.
2. Володарская Е. А. Социально-психологическая концепция имиджа науки в обществе: автореф. дисс. ... д-ра психол. наук: 19.00.05. Москва, 2009. 46 с.
3. Горак В. В. Міжнародні системи ідентифікації вчених як показник іміджу науковця. *Науково-педагогічні студії*. 2018. № 2. С. 93–98.
4. Гуртовенко О. М., Левкин Г. Г. Бренд преподавателя высшего учебного заведения. *Основы экономики, управления и права*. 2014. № 6 (18). С. 55–61.
5. Денежников С. С. Індустрія hi-hume-технологій – до абрисів трансгуманістичного майбутнього. *Філософія науки: традиції та інновації*. 2014. № 2 (10). С. 161–170.
6. Лобанова Л. С. Імпаکت-фактори наукових журналів та індекси цитування вчених: проблеми точності, моралі, етики та можливості використання. *Наука та наукознавство*. 2007. № 2. С. 61–75.
7. Михайлов О. Близк і убогість індексу цитування. *Вісник НАН України*. 2004. № 12. С. 56–61.
8. Наконечна Т. Ю. Наукова школа як фактор розвитку економічної науки. *Український соціум*. 2010. № 2. С. 123–132.
9. Осадчий В. В., Сердюк І. М. Персональний сайт як засіб формування цифрового іміджу науково-педагогічного працівника. *Інформаційні технології і засоби навчання*. 2019. Т. 69. № 1. С. 78–91.
10. Пецольдт К., Воробьева И. В., Иноземцева Е. С. Репутация преподавателя и ее роль в повышении конкурентоспособности ВУЗа на мировом рынке образовательных услуг. *Проблемы современной экономики*. 2010. № 2 (34). С. 433–438.
11. Про наукову і науково-технічну діяльність: Закон України від 26.11.2015 р. № 848-VIII. Дата оновлення: 18.04.2021 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text> (дата звернення: 01.10.2021).
12. Прокопенко Б. В. Новые мировоззренческие ориентиры меганауки под влиянием современных конвергентных технологий. *Філософія науки: традиції та інновації*. 2013. № 2 (8). С. 67–77.
13. Семененко Л. П., Главчев М. І., Главчева Ю. М. Формування бренду вченого. *Сучасні проблеми діяльності бібліотеки в умовах інформаційного суспільства: матеріали щостої міжнар. наук.-практ. конфер., м. Львів, 10–11 вересня 2015 р. Львів, 2015. С. 22–27.*
14. Устюжанина Е. В., Евсюков С. Г., Петров А. Г., Казанкин Р. В., Дмитриева М. Б. *Научная школа как структурная единица научной деятельности*. Москва: ЦЭМИ РАН, 2011. 73 с.
15. Шостак А. В., Лукач В. С., Борис М. М., Купчук І. М. Індекс Хірша та імпаکت-фактор як інструменти наукометрії у дослідницькому університеті. *Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Технічні науки*. Вінниця, 2012. Т. 1 (65), № 11. С. 375–382.
16. Hotez P. J. Crafting your scientist brand. *PLOS Biology*. 2018. Vol. 16, No. 10. Retrieved from: <https://journals.plos.org/plosbiology/article?id=10.1371/journal.pbio.3000024> (accessed: 01.10.2021).
17. Rainie L., Fund C., Anderson M. How Scientists Engage the Public. *Pew Research Center*. 2015. Retrieved from: <http://www.pewinternet.org/2015/02/15/how-scientists-engage-public/> (accessed: 01.10.2021).
18. Rogers E. M. *Diffusion of Innovations*. 4th ed. New York: Free Press, 1995. 518 p.

References

1. Bondarenko, D.I. (2014). Tekhnouka – neobkhodimyi etap na puti k meganauke [Technoscience is a necessary stage on the road to megascience]. *Filosofia nauky: tradytsii ta innovatsii*, 2(10), 169-180 [in Russian].

2. Volodarskaya, E.A. (2009). Socio-psychological concept of the science image in society: Abstract of Thesis, Doctor (Psychological sciences). Moscow. 46 p. [in Russian].
3. Horak, V.V. (2018). Mizhnarodni systemy identyfikatsii vchenykh yak pokaznyk imidzu naukovtsia [*International systems of scientists identification as an indicator of the scientist image*]. Naukovo-pedahohichni studii, 2, 93-98 [in Ukrainian].
4. Gurtovenko, O.M., Levkin, G.G. (2014). Brend prepodavatelya vysshego uchebnogo zavedeniya [*The university professor's brand*]. Osnovy ekonomiki, upravleniya i prava, 6(18), 55-61 [in Russian].
5. Dieniezhnikov, S.S. (2014). Industriia hi-hume-tehnolohii — do abrysiv transhumanistychnoho maibutnoho [*The hi-hume technology industry – to the outlines of the transhumanist future*]. Filosofiia nauky: tradytsii ta innivatsii, 2(10), 161-170 [in Ukrainian].
6. Lobanova, L.S. (2007). Impakt faktory naukovykh zhurnaliv ta indeksy tsytuvannia vchenykh: problemy tochnosti, morali, etyky ta mozhlyvosti vykorystannia [*Impact factors of scientific journals and citation index of scientists: problems of accuracy, morality, ethics and possibilities to use*]. Nauka ta naukoznavstvo, 2, 61-75 [in Ukrainian].
7. Myhailov, O. (2004). Blysk i ubohist indeksu tsytuvannia [*The brilliance and poverty of the citation index*]. Visnyk NAN Ukrainy, 12, 56-61 [in Ukrainian].
8. Nakonechna, T.Yu. (2010). Naukova shkola yak faktor rozvytku ekonomichnoi nauky [*Scientific school as a factor in the development of economics*]. Ukrainskyi sotsium, 2, 123-132 [in Ukrainian].
9. Osadchy, V.V., Serdiuk, I.M. (2019). Personalnyi sait yak zasib formuvannia tsyfrovoho imidzhu naukovo-pedahohichnoho pratsivnyka [*Personal site as a means of forming a digital image of a university professor*]. Informatsiini tehnolohii i zasoby navchannia, 69(1), 78-91 [in Ukrainian].
10. Petsol'dt, K., Vorob'eva, I.V., Inozemtseva, E.S. (2010). Reputatsiya prepodavatelya i ee rol' v povyshenii konkurentosposobnosti VUZa na mirovom rynke obrazovatel'nykh uslug [*The reputation of the university professor and its role in increasing the competitiveness of the university in the world market of educational services*]. Problemy sovremennoi ekonomiki, 2(34), 433-438 [in Russian].
11. Pro naukovu i naukovo-tehnichnu diialnist: Zakon Ukrainy vid 26.11.2015 r. No. 848-VIII. Data onovlennia: 18.04.2021. [*About scientific and scientific-technical activity: Law of Ukraine from 26.11.2015. No. 848-VIII. Date of update: 18.04.2021*]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/848-19#Text> (accessed: 01.10.2021) [in Ukrainian].
12. Prokopenko, B.V. (2013). Novye mirovozzrencheskie orientiry meganauki pod vliyaniem sovremennykh konvergentnykh tekhnologii [*New worldview landmarks of megascience influenced by modern convergent technologies*]. Filosofiia nauky: tradytsii ta innivatsii, 2(8), 67-77 [in Russian].
13. Semenenko, L.P., Hlavchev, M.I., Hlavcheva, Yu.M. (2015). Formuvannia brendu vchenoho [*The scientist brand formation*]. In: *Modern problems of library activity in the conditions of information society*, 6th International Scientific and Practical Conference, Lviv, September 10-11 2015. Lviv, 22-27 [in Ukrainian].
14. Ustyuzhanina, E.V., Evsyukov, S.G., Petrov, A.G., Kazankin, R.V., Dmitrieva, M.B. (2011). [*Scientific school as a structural unit of scientific activity*]. Moscow: CEMI RAN. 73 p. [in Russian].
15. Shostak, A.V., Lukach, V.S., Borys, M.M., Kupchuk, I.M. (2012). Indeks Hirsha ta impakt-faktor yak instrumenty naukometrii u doslidnytskomu universyteti [*Hirsch index and impact factor as tools of scientometrics in a research university*]. Zbirnyk naukovykh prats Vinnytskoho natsionalnoho ahrarnoho universytetu, 1(65(11)), 375-382 [in Ukrainian].
16. Hotez, P.J. (2018). Crafting your scientist brand. *PLOS Biology*, 16(10). Retrieved from: <https://journals.plos.org/plosbiology/article?id=10.1371/journal.pbio.3000024> (accessed: 01.10.2021). [in English].

17. Rainie L., Fund C., Anderson M. (2015). How Scientists Engage the Public [Pew Research Center]. Retrieved from: <http://www.pewinternet.org/2015/02/15/how-scientists-engage-public/> (Last accessed: 01.10.2021). [in English].

18. Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of Innovations*. 4th ed. New York: Free Press, 518 p. [in English].

YUNYK Ivan, Candidate of Pedagogical Sciences, Doctoral student of M. P. Dragomanov National Pedagogical University.

PROSPECTIVE DIRECTIONS OF IMPROVEMENT OF UNIVERSITY PROFESSOR'S SCIENTIFIC IMAGE

Abstract. *The article focuses on the exceptional importance of university professor's scientific image as a factor in gaining loyalty from the student audience. The emphasis is on the dependence of the pole of modality of university professor's scientific image on the degree and specificity of awareness of target audience, as well as on its direct correlation with the dominant image of science in national and international information space. It is specified that the university professor's scientific image is for the student audience an additional proof that the knowledge, abilities and skills formed in the course of educational cooperation with him are relevant to the economic and cultural needs of modern society. The author was differentiated the concepts of "scientific school", "scientific current" and "scientific direction" and was given the classification of scientific schools into four types: "scientific school – a direction in science"; "scientific school – educational system"; "scientific school – production system"; "scientific school – incubator". There are analyzed prospects for the transformation of temporarily singular basic and applied sciences first into technoscience and later – into megascience on the basis of a synergistic combination of bio-, info-, nano- and cognitive technologies. Perspective directions of improving the university professor's scientific image are offered: ensuring fast and non-alternative identification of professor in online and offline mode using naming technologies; starting your own scientific school or joining an existing one; positional attraction to technoscience as an organic and mutually beneficial combination of basic and applied science. The inexpediency of using the citation index as a leading parameter of formation of the university professor's scientific image is proved, because the algorithm of its calculation is not able to solve the problems of self-citation and intentional mutual citation, this algorithm does not take into account the starting points of the theory of diffusion of innovations and it conditionally equates the indicators of "scientific activity of the specialist" and "the scientific significance of his research". Ways to improve the algorithm for calculating the impact factor of a scientific journal and the university professor's h-index are outlined in the article.*

Key words: *scientific image, professor, university, h-index, scientific school.*

Одержано редакцією: 11.08.2021 р.
Прийнято до публікації: 27.08.2021 р.