

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
МАРІУПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ**

До захисту допустити:

Завідувач кафедри

_____ Олена БРЕЖНЄВА

«__» _____ 2021 року

**«ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО АСИСТЕНТА
ВИХОВАТЕЛЯ ДІТЕЙ ДОШКІЛЬНОГО ВІКУ В УМОВАХ ЗАКЛАДУ
ВИЩОЇ ОСВІТИ»**

Кваліфікаційна робота
здобувача вищої освіти другого
(магістерського) рівня вищої освіти
освітньо-професійної програми
«Дошкільна освіта»
Погребнякової Олени Гарріївни

Науковий керівник:

Березіна О.О., кандидат педагогічних
наук, доцент

Рецензент:

Єськова Т.Л., кандидат педагогічних
наук, доцент кафедри дошкільної
освіти Бердянського державного
педагогічного університету

Кваліфікаційна робота захищена

з оцінкою _____

Секретар ЕК _____

«__» _____ 2021 року

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. Теоретичні засади формування іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку	
1.1. Теоретико-методологічні основи та ключові поняття дослідження...8	
1.2. Проблема формування іміджу майбутніх асистентів вихователя до професійної діяльності в умовах закладу дошкільної освіти	30
Висновки до розділу I.....	40
РОЗДІЛ II. Обґрунтування структурно-функціональної моделі формування іміджу майбутнього асистента вихователя для професійної діяльності	
2.1. Компоненти іміджу майбутнього асистента вихователя для професійної діяльності в умовах закладу дошкільної освіти.....	42
2.2. Теоретичне обґрунтування технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в умовах закладу вищої освіти	49
2.3. Особливості впровадження технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в освітній процес закладу вищої освіти.....	61
Висновки до розділу II.....	79
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	81
Список використаних джерел.....	84
ДОДАТКИ.....	99

ВСТУП

Актуальність роботи. Пріоритетним завданням вищої освіти на сучасному етапі є підготовка фахівців з дошкільної освіти нового рівня якості, які б відповідали сучасним вимогам суспільства, були б спроможні швидко адаптуватися до змін у професійній діяльності та успішно реалізовувати свої професійні функції. Така якісна підготовка фахівців безперечно забезпечує імідж та успішність функціонування як національної системи дошкільної освіти в цілому, так і дошкільного закладу зокрема.

Проте, нажаль, майже не приділяється увага аспекту формування власного іміджу вихователя. Однією з причин є хибне визначення такого поняття як імідж, під яким суспільство розуміє лише однобічне зовнішнє сприймання образу будь-якого об'єкту та створення відповідного уявлення про нього. Але за останні роки в рамках нової науки іміджелогії імідж педагога розглядається як фактор успіху в професійній діяльності (Г. Почепцов, В. Шепель, В. Черепанова), як інструмент, що допомагає вибудовувати педагогічну взаємодію (А. Калюжний, І. Колеснікова, В. Орешкін), як елемент конкурентоспроможності на ринку праці (Л. Ковальчук, М. Варданян), як образ-уявлення штучної природи утворення, що складається з системи професійно-особистісних якостей педагога та потребує цілеспрямованої технології формування (Л. Мітіна, А. Аскерольд, А. Кононенко, О. Крошка, М. Апраксина).

В результаті теоретичного аналізу проблеми іміджу педагога, що ґрунтується на працях М. Апраксиної, Е. Бекетової, Л. Жарикової, А. Калюжного, Е. Петрової, Г. Почепцова, Н. Тарасенко, В. Шепеля, В. Черепанової та ін., можна зрозуміти, що в сучасних дослідженнях поняття «імідж педагога» трактується неоднозначно. Це пов'язано перш за все з тим, що імідж – це складне утворення, досліджуючи яке різні автори акцентують свою увагу на окремих його аспектах, по-друге, саме потрактування поняття теж відповідно залежить від методологічного підходу дослідника.

В українській педагогічній літературі останніх років до проблеми

формування особистості сучасного педагога звертались такі вчені, як С. Гончаренко, Л. Губерський, М. Євтух, В. Журавський, І. Зязюн, В. Кремень, О. Савченко, О. Сердюк, І. Надольний, В. Огнев'юк та інші.

М. Дідик, А. Капська, В. Сластенін, Г. Сухобська, П. Щербань, В. Ягупов обґрунтували сутність і структуру педагогічної діяльності, В. Семиченко – її методологічні та психологічні особливості. Проблему формування педагогічної майстерності педагога досліджували Є. Барбіна, Н. Бутенко, І. Зязюн, Л. Крамущенко, І. Кривоніс, Г. Сагач та ін. В. Баркасі, А. Карпова, А. Маркова, Л. Мітіна, І. Міщенко, Т. Сорочан вивчали питання формування професійної компетентності майбутнього педагога.

Увага вчених спрямована на вивчення сутності й змісту педагогічної компетентності, розроблення шляхів і засобів її формування і розвитку у майбутніх і практикуючих педагогів (В. Адольф, Ю. Варданян, Б. Гершунський, Т. Добудько, Ю. Кулюткін і Г. Сухобська, А. Маркова, Л. Мітіна, Н. Лобанова, Н. Остапчук, В. Сластьонін та ін.). Серед сучасних дослідників ідеалу вчителя можна назвати В. Беха, І. Беха, С. Гончаренка, В. Журавського, І. Зязюна, В. Мадзигона, С. Максименка, М. Михальченка, І. Надольного, В. Огнев'юка, О. Савченко, С. Сисоеву. В їхніх розвідках ця проблематика досліджується в загальному філософському сенсі.

Окремі аспекти проблеми іміджу педагога та його формування деякою мірою знайшли своє висвітлення у працях багатьох дослідників: проблема іміджу (В. Шепель, І. Кріксунова, Е. Соловйов, Г. Почепцов, П. Дракер, Д. Фрасер); педагогічна іміджелогії як нова галузь педагогічної науки (С. Амінтаєва, М. Апраксіна, Е. Бекетова, Л. Жарікова, А. Калюжний, Е. Петрова, Н. Тарасенко, В. Шепель, В. Черепанова); психологічні аспекти формування іміджу (Р. Ромашкіна, Е. Манякіна, Е. Гришуніна, П. Гуревич, Ф. Кузин, В. Попов, Б. Ушиков, В. Шепель, И. Федоров и др.); імідж як образ, що цілеспрямовано сформований суб'єктом та зорієнтований на самовідчуття (Є. Власова, І. Нефєдова, В. Шепель); імідж як результат сприйняття людини іншими людьми (Т. Адам'янць, А. Панасюк, Є. Петрова, Г. Поченцов); концепції сприйняття та формування іміджу педагога (Л. Донська,

Л. Жарікова, В. Черепанова, В. Шепель, Н. Шкурко); роль особистості керівника та його імідж (В. Шепель, Г. Почепцов, Г. Щокін, Дж. Ягер).

У суспільній свідомості сформовано імідж професії вихователя, який узагальнює загальні характеристики, властиві педагогам означеного фаху та закріплює їх в образі-стереотипі.

Саме суспільство, висуваючи вимоги до особистості вихователя, впливаючи на зміст його професійної підготовки, створюючи стереотип образу сучасного вихователя, спонукає до широкого використання поняття «імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку», вимагає його наукового обґрунтування та цілеспрямованого формування його ще на етапі фахової підготовки майбутніх асистентів вихователя.

Зауважимо, зазначена проблема дотепер не стала предметом спеціального науково-педагогічного дослідження, в межах теорії і практики дошкільної освіти ще не знайшла належного наукового обґрунтування і відповідного методичного забезпечення, що актуалізує тему дослідження і спонукає нас до подальшої науково-пошукової роботи в межах теми: «Формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в умовах закладу вищої освіти».

Об'єкт дослідження: професійна підготовка майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку.

Предмет дослідження: технологія формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в процесі їх фахової підготовки.

Мета дослідження полягає у теоретичному обґрунтуванні технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в процесі їх навчання у закладі вищої освіти.

Гіпотеза дослідження: ми виходимо з припущення, що імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку формується як система вимог до його особистості та професійної діяльності, яку доцільно проваджувати під час фахової підготовки у закладах вищої освіти за умови реалізації в процесі фахової підготовки технології, зорієнтованої на поетапне формування у студентів іміджу майбутнього асистента вихователя дітей

дошкільного віку.

Відповідно до мети і гіпотези визначено **завдання дослідження:**

1. Вивчити зміст понять «імідж», «професійний імідж», «професійний імідж педагога» та розкрити специфіку іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку; теоретично обґрунтувати необхідність формування професійного іміджу у студентів спеціальності «Дошкільна освіта» в період їх фахової підготовки.

2. Виявити та науково обґрунтувати технологію, що забезпечує ефективність процесу формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку під час фахової підготовки у ЗВО.

3. Розробити спецкурс задля формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Для досягнення визначеної мети як результату розв'язання поставлених завдань використовувалися такі **методи дослідження:**

теоретичні: порівняльний, системно-функціональний аналіз філософської, психологічної, педагогічної й іншої літератури з метою систематизації підходів до розв'язання обраної проблеми дослідження; узагальнення, зіставлення та класифікація з метою визначення структури іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку; моделювання – для розробки концептуальних основ формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку; синтез прогресивних ідей щодо проектування сучасних виховних технологічних конструктів з метою проектування технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку;

емпіричні: спостереження, бесіди, опитування, анкетування, тестування з метою визначення стану розв'язання обраної проблеми у педагогічних університетах;

методи оцінки отриманих результатів: зіставлення результатів педагогічної оцінки з результатами самоаналізу й самооцінювання студентами ступенів сформованості певних складників педагогічного іміджу – для формування висновків за підсумками дослідження.

Передбачувана наукова новизна та теоретичне значення здобутих

результатів полягає в тому, що:

- вперше буде обґрунтовано та розроблено цілісну технологію формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку у період їх фахової підготовки у закладі вищої освіти;

- виявлені педагогічні умови, що сприяють формуванню іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку під час навчання у ЗВО;

- розроблено спецкурс «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО», спрямовані на опанування студентами етико-естетичними вміннями самопрезентації, що лежать в основі іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Передбачуване практичне значення одержаних результатів:

- обґрунтувати технологію, спрямовану на формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку у період їх фахової підготовки у закладі вищої освіти;

- матеріали проведеного дослідження можуть бути використані при читанні курсів зі вступу до спеціальності, основ педагогічної майстерності та інших навчальних предметів з циклу професійно-орієнтованих дисциплін за професійним спрямуванням.

Структура кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного розділу, загальних висновків, списку використаних джерел. **Загальний обсяг роботи становить 141 сторінка, із них основного тексту – 111.**

РОЗДІЛ І. Теоретичні засади формування іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку

1.1. Теоретико-методологічні основи та ключові поняття дослідження

У контексті питання іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку особливої значущості набувають наукові пошуки щодо розв'язання проблеми його підготовки, що є запорукою успіху в майбутній педагогічній діяльності. Зокрема, М. Дідик, А. Капська, В. Сластенін, Г. Сухобська, П. Щербань, В. Ягупов обґрунтували сутність і структуру педагогічної діяльності, В. Семиченко – її методологічні та психологічні особливості.

Проблему формування педагогічної майстерності педагога досліджували Є. Барбіна, Н. Бутенко, І. Зязюн, Л. Крамущенко, І. Кривоніс, Г. Сагач та ін. В. Баркасі, А. Карпова, А. Маркова, Л. Мітіна, І. Міщенко, Т. Сорочан вивчали питання формування професійної компетентності майбутнього педагога.

В українській педагогічній літературі останніх років до проблеми формування особистості сучасного педагога звертались такі вчені, як С. Гончаренко, Л. Губерський, М. Євтух, В. Журавський, І. Зязюн, В. Кремень, О. Савченко, О. Сердюк, І. Надольний, В. Огнев'юк та інші. Однак, незважаючи на дослідження цих та багатьох інших вчених, проблема іміджу лишається актуальною. В її структурі існують такі не досить вивчені питання, як формування професійного іміджу сучасного вихователя дітей дошкільного віку.

Постать вихователя, його професійна компетентність, імідж, престиж, авторитет набувають надзвичайно важливого значення в контексті соціального чинника мотивування принципу інновації суспільства. Гуманістична функція іміджу як провідного соціального чинника ще й нині недостатньо усвідомлюється. Адже завдання вихователя – особистим прикладом сформувати всебічно розвинену людину, вселити їм віру у власні сили,

допомогти побачити перспективу, добиватися успіху в самостійному житті. Задля плідної професійної діяльності у напрямі виховання дітей вихователю необхідна мобілізація інтелекту, волі, моральних зусиль, організаторських здібностей та вправне оперування засобами морального, інтелектуального та духовного у дітей. Все це входить до професійного іміджу вихователя.

Особливості сьогоденного стану економіки України виявилися зовсім несприятливими для творчої інтелігенції та освітян сучасності. Загальновідомо, що ця верства населення, яка колись мала значний престиж у суспільстві, поступово втрачає його через невідповідність оплати праці.

Безперечно, педагог потребує державної підтримки. Але чи завжди лише економічний фактор визначає престиж та імідж педагога, відношення до нього з боку дітей та їх батьків? Чи спроможні самі педагоги підняти престиж своєї професії? Відповідь на це питання ми пов'язуємо з цілеспрямованим формуванням іміджу кожного педагога, бо загальне уявлення про будь-яку професію виникає в результаті формування цього уявлення у самих представників даної професії.

Необхідність реабілітації престижу професії вихователя не викликає сумнівів. Адже вихователь не лише виховує та навчає, він створює нове покоління українців, нову генерацію громадян демократичної держави.

Ця проблема цікава для педагогіки насамперед у світлі нових вимог, що ставляться до особистості сучасного вихователя в умовах побудови демократичного громадянського суспільства, в центрі якого стоять гуманістичні цінності – цінність особистості, її духовного й морального розвитку та самоудосконалення.

Перш ніж визначити сутність професійного іміджу вихователя спочатку маємо за необхідне розглянути категоріально-термінологічний ланцюжок: імідж – професійний імідж – імідж педагога – професійний імідж вихователя.

Поняття «імідж» походить від латинського *imago*, що пов'язане з латинським словом *imitary*, тобто «імітувати». У перекладі з англійської «*image*» означає образ, зображення, подання, подоба.

Це поняття імпортовано в педагогіку зі сфер реклами, менеджменту, політології. Відомий той факт, що американський економіст Болдуінг у 60-ті роки ХХ століття ввів у ділову сферу поняття «імідж» та обґрунтував його користь для ділового успіху.

З часом імідж, як специфічний феномен, був помічений політологією у зв'язку з появою нових методів проведення та організації виборчих кампаній. Практичну цінність цього феномену було обґрунтовано в роботах відомих політологів Нікколо Макіавеллі «Государ» та Г. Лебона «Психологія соціалізму».

Як наслідок, психологічне обґрунтування іміджу стало об'єктом та предметом дослідження соціальних та політичних психологів, які надали цій проблемі теоретично-прикладний характер. Таким чином, «візуальний ефект» або «ефект особистої привабливості» став предметом багатьох досліджень як в сфері політики, так і в області психології [116; 117].

Важливо зазначити, що ця проблема цікавила ще мислителів античного світу – Гіппократ пропонував використовувати міміку для визначення темпераменту людини; Аристотель в своїх працях «Риторика» та «Про виникнення тварин» розмірковував про психологію виразності людських рухів; давньоримський лікар Гален створив вчення під назвою «фізіогноміка». Пізніше проблема зовнішнього образу людини стала предметом наукових пошуків в роботах Артура Шопенгауера «Про фізіогноміку» та Чарльза Дарвіна «Про вираз емоцій у людині та тварин».

У книзі вітчизняного політолога та психолога Б. Хатунцева «Про природу влади. Досвід дослідження соціально-психологічних основ влади» особиста привабливість розглядалася як суб'єктивний засіб створення навколо себе ореолу, що допомагає підкорити людей та отримати їх визнання [116; 117].

Спочатку в середині ХХ століття імідж сприймався як символічне сповіщення споживача про конкретний продукт і скоріш про його унікальність, ніж про дійсну властивість. Пізніше почали говорити про імідж організації, імідж людини, зокрема: політика, бізнесмена, лідера, керівника і навіть

сучасного чоловіка, сучасної жінки.

Відповідно до тлумачного словника Вебстера, імідж являє собою штучну імітацію або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкту, особливо особи. Він є мисленним уявленням про людину, товар чи інститут, що цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою реклами або пропаганди.

За педагогічним енциклопедичним словником імідж визначається як образ (особи, явища, предмета), що формується цілеспрямовано і має чинити емоційно-психологічну дію на когось з метою популяризації, реклами тощо. [93].

В багатьох довідникових виданнях поняття «імідж» трактується як «цілеспрямовано сформований образ», як «сформований в масовій свідомості та маючий характер стереотипу емоційно забарвлений образ», як «набір певних якостей, які люди асоціюють з певною індивідуальністю», або як «уявне представлення чогось раніше видимого ... конкретного або абстрактного, що нагадує ... в представленні про іншого».

Сьогодні трактовка поняття «імідж» пов'язана з поняттями образу людини, сприйняття або уявлення про неї, з тим, як вона виявляє себе оточуючим. В середині 90-х років з'явилися перші вітчизняні розробки з іміджування, присвячені психологічним аспектам формування іміджу (Р. Ромашкіна, Е.Манякіна, Е.Грішуніна, Ф.Кузін, В.Попов, Б. Ушиков, И.Федоров та ін.).

За останні роки імідж став все частіше використовуватись в різних сферах діяльності людини та досліджуватись багатьма науковцями (В. Шепель, П. Гуревич, Г. Почепцов, А. Жмиріков, Ю. Сурмін, Д. Наріжний, А. Пеліх, Т. Кізілова, А. Пронченко, І. Ладанов та ін.). Відповідно, в сучасній літературі поняття «імідж» має багато визначень, які відображають специфіку предмета дослідження.

Наприклад, фахівці із соціології права Чумиков А., Бочаров М. трактують цю категорію як «узагальнену, емоційно забарвлену в особистій і суспільній свідомості форму відображення правової дійсності у вигляді комплексу уявлень щодо законів і методів соціально-правового впливу».

Відомий соціолог Е. Гоффманн, сказав, що імідж – це мистецтво «управляти враженнями». Скільки на світі людей – стільки й іміджів. Знання того, як будуть сприймати та інтерпретувати тією чи іншою групою людей, будь-які факти, відомості, що стосуються особистості (організації), - є першорядним психологічним підґрунтям управління іміджем особистості (організації).

Фахівець з розробки комунікативних технологій А. Звіринцев під іміджем розуміє «відносно стійке уявлення про будь-який об'єкт». Маркетолог Ф. Котлер визначає імідж як «сприйняття компанії чи її товарів суспільством».

Фахівець у галузі соціології, управління та іміджелогії В. Шепель дає визначення іміджу як індивідуального вигляду чи ореолу, створюваного «засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привернення до себе уваги».

Він трактує поняття «імідж» як безпосереднє та навмисно створене візуальне враження від особистості або соціальної структури і наголошує саме на враженні, а не на оцінці як раціональному факті діяльності свідомості. Науковець зазначає, що імідж, як правило, знаходиться в нижчих поверхах нашої психіки – у підсвідомій її сфері, з чого і складається надзвичайна доступність у сприйнятті людьми. Тобто, з психологічної точки зору, імідж виступає як соціальна настанова, як ціннісний стереотип, як модний символ.

Видатний український дослідник в області іміджелогії Г. Почепцов уточнює, що імідж – це явище символічної природи, бо містить в собі та передає певну інформацію про людину з метою впливу на оточуючих, зокрема, інформацію про те, яка поведінка відносно носія іміджу коректна та якої поведінки слід чекати від нього самого, хто він є щодо соціальної ролі. Таким чином, імідж людини, за визначенням науковця, є те, що орієнтовано на сприйняття іншими людьми в її безпосередньому оточенні й адресовано їм як інформація про свій статус, професійну роль, унікальні риси.

З точки зору комунікативного розуміння іміджу, Г. Почепцов, тлумачить це поняття як комунікативну одиницю, яка ідеально відповідає вимогам

комунікативного простору. На його думку, імідж є багатофакторним феноменом, оскільки, по-перше, вплив на людину здійснюється декількома каналами, по-друге, людина звикла оперувати багат шаровими структурами, кожна з яких може і опрацьовуватися окремо, і співіснувати у людському сприйнятті на своїй полиці.

Але, з іншого боку, імідж не є багатофакторним феноменом, в пам'яті людини формується ніби цілісне уявлення, позитивно чи негативно забарвлене. Категорія іміджу досить влучно фіксує особливості світосприйняття. Як справедливо зазначає Г. Почепцов, імідж – це готові інтерпретації світу, які дає нам сам світ. І ми активно користуємося ними. Утрируваний світ, репрезентований в іміджі, легше піддається розумінню. Ми спираємось на готові іміджеві схеми, коли інтерпретуємо нову реальність. Уявні світи мають також національний характер, бо залежать від певного менталітету.

В подібному ракурсі Т. Грінберг трактував поняття «іміджу» як наочний прояв того чи іншого фрагменту реальності, що утілює рекламну ідею у виразній, частіше символічній формі. Він наголошує на цілеспрямованому створенні образу-подання, що надає об'єктові додаткової цінності та сприяє його більш емоційному сприйманню.

Психолог Кононенко А. приділяючи увагу проблемі виникнення та функціонування іміджу в його соціально-психологічній інтерпретації, розглядає імідж як результат образно-символьної маніфестації індивідуальної психосоціальної активності, яка є нормативно-ритуальною системою відтворення самої можливості співіснування.

Іміджі, на думку психолога-науковця, відбивають необхідність соціально-символьної стереотипізації, стихійної орієнтації людей на соціальну поведінку.

Фахівці з політичного рекламування (Валевський О., Ребкала В., Соловйов А. та ін.) зазначають, що «імідж є надзвичайно складним феноменом, який створюється на ґрунті надто специфічного сплетіння інформаційних, емоційно-комунікативних і діяльнісних чинників. Це поєднання раціональних та ірраціональних чинників впливу на суспільну та індивідуальну свідомість

потребує комплексного, системного підходу до вивчення цих проблем на основі використання як наукових методів політологічних і соціопсихологічних досліджень, так і творчих методів, притаманних, скоріше, світу мистецтва».

Фахівці у галузі політики Ю. Сурмін та Д. Наріжний вважають, що імідж – це «певний символічний образ сприйняття якогось явища, об'єкта та людини», його формування «складає основний зміст політичної персоналізації політичного діяча».

Такий образ отримав назву імідж, що, у свою чергу, дало ім'я науці іміджелогії. Остання вивчає проблеми формування й створення в суспільній свідомості образів суспільних інститутів (держави, політичних партій, організацій, установ) та окремих особистостей, розробляє сукупність прийомів, технологій і засобів формування в суспільній свідомості відповідних образів реальних суб'єктів певної діяльності.

В науковій літературі з політичної іміджелогії (А. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель та ін.) виділяють такі складові іміджу як середовищний імідж, габітарний імідж, уматеріалізований (овеществлений) імідж, вербальний (мовленнєвий) імідж, кінетичний імідж. Габітарна складова, що у перекладі з латинського означає – зовнішній вигляд, включає в себе одяг, зачіску, взуття, аксесуари, макіяж, парфуми, силует. До кінетичної автори відносять поставу, ходу, жестикуляцію, міміку (вираз обличчя, посмішка, напрям та тривалість погляду).

Культура усного та писемного мовлення, грамотність, стиль, почерк складають мовленнєву складову. Середовищний імідж відповідає створеному людиною навколишньому середовищу (інтер'єр житла, оформлення робочого міста, порядок на робочому столі та ін.). Створені людиною продукти його праці складають уматеріалізований імідж.

Перші три складові іміджу вбачаються в особистісному спілкуванні, дві останні – можуть нести інформацію про людину заочно. Інтегруючись, вони формують уявлення про людину як про особистість (особистісний імідж), та як про професіонала (професійний імідж). Безперечно, ідеальний варіант – це

коли обидва погляди позитивні.

На думку багатьох дослідників цього феномену найважливішими напрямками діяльності, що є значимими для формування іміджу, є візуалізація (зорове уматеріалювання професійної якості), вербалізація (демонстрація професійної якості за допомогою слів) та створення подій, що дозволяють спільно переживати моменти утілення змістових акцентів буття в професії.

Узагалі сучасна наука виокремлює такі основні підходи до формування іміджу як функціональний (на основі різних типів функціонування об'єктів і суб'єктів політики); контекстний (на пристосування до різних контекстів реалізації); порівняльний (на зіставленні близьких іміджів).

До функціонального іміджу належать дзеркальний, поточний, бажаний, негативний, множинний іміджі:

1. Дзеркальний імідж відповідає власному уявленню політика або організації про самих себе. Зрозуміло, він здебільшого є позитивним і не враховує думок інших.

2. Поточний імідж складається на основі сприйняття суб'єкта політики зовнішнім середовищем, виборцями, колегами, пресою та ін.

3. Бажаний імідж є ідеалом, до якого прагне наблизитися суб'єкт політики.

4. Негативний імідж є варіантом свідомо створюваного опонентами своєрідного «антиіміджу» даному суб'єктові політики.

5. Множинний імідж створюється під час об'єднання вже відомих політиків або політичних партій чи суспільних організацій у передвиборний блок чи в об'єднану політичну організацію.

Контекстний імідж передбачає сприяння впровадженню або функціонуванню іміджу в контексті його використання в певній сфері, орієнтується на певні верстви населення, рівні суспільної свідомості і т. ін.

Зіставлювальний (порівняльний) імідж полягає в порівнянні тих чи інших іміджевих характеристик. Таке зіставлення може проводитися на рівні параметрів іміджу ідеального й реального політичних діячів, двох або більше лідерів, політичних партій і т. ін.

Психолог А. Кононенко елементарними частками іміджу виділяє фіксовані символи в одязі, мовленні, манерах, організації простору тощо. Ним виділено ряд додаткових характеристик іміджів, а саме імідж не буває ізольованим, він входить до своєрідного «пакета» іміджів, який дозволяє використовувати вищезгадані функції; класифікація та відбір реальних іміджів провадиться за такими критеріями, як самовідчуття; відповідність груповим оцінкам, досяжність/недосяжність особистої або групової мети; формування іміджу можливе лише за умови готовності до спілкування.

Окремими процесами, що демонструють виникнення такої готовності, є ціннісні орієнтації, рівень тривожності, розвиток міметичних здібностей тощо; безпосередньою передумовою формування іміджу є не просто індивідуальний соціальний досвід, природжена орієнтація психіки на дію, копіювання взірців, прагнення до творчості й розуміння.

Елері Семпсон розрізняє наступні типи іміджу: самоімідж, сприйманий імідж, необхідний імідж. Перший тип іміджу пов'язаний з нашим минулим досвідом та відповідними самооцінками. Другий – з оцінками інших. Третій тип автор інтерпретує у зв'язку з очікуваними іміджами, що розраховані на ту чи іншу професію.

Загальновідомо, імідж – це поняття, що вживається стосовно до людини (персональний імідж), організації (корпоративний імідж), соціальної позиції (імідж політичного діяча), освіти (імідж випускника певного університету), професії (імідж педагога).

Імідж може бути позитивним або негативним, окрім особистісного іміджу може бути професіональний (за родом діяльності). Імідж може бути груповим, як узагальнена соціальна характеристика. Існує й віковий імідж. Не виключена поява демографічного іміджу (за статистикою, на 10 дівчат – 9 хлопців).

Намагаючись вибудувати смисловий ланцюжок семантичного поля терміну «імідж», ми зразу ж знаходимо досить багато існуючих слів, що відображають форми сприйняття суспільством оточуючих людей. Образ (в значенні «вид», «вигляд», «подоба») як «враження», або «наглядне подання»,

що пов'язане з «раніш пережитим сприйняттям» або «уявою».

Імідж завжди лежить в основі будь-якої професії, тому доречно говорити про імідж професійний.

В сучасній науці можна виокремити щонайменше три основні підходи до визначення поняття професійного іміджу – онтологічний, антропологічний, ціннісний.

Представники онтологічного підходу (С. Голдмен, В. Бебик, Л. Невзлін), по-перше, вважають, що професійний імідж далеко не завжди повністю й адекватно відображає реальний об'єкт; по-друге, що він обов'язково повинен містити ознаки, за якими певний об'єкт ідентифікується і, відповідно, виокремлюється серед подібних; по-третє, що він володіє значною стійкістю і силою інерції; нарешті, по-четверте, що імідж активно добудовується самими реципієнтами відповідно до їх власних психологічних особливостей.

Представники антропологічного підходу (О. Єгорова-Гантман, Дж. Скотт, П. Бірд, Е. Семпсон, Г. Почепцов, П. Гуревич, В. Шепель, Л. Браун, Є. Блажнов, Б. Красовський, І. Криксунова, Т. Чередниченко) професійний імідж співвідносять з різними персоніфікованими категоріями, наприклад, з такими, як «самопрезентація», «самопред'явлення», «управління враженням» тощо.

На нашу думку, тут акцентується увага на рольовому характері іміджу, який виявляється як публічне «Я» людини, як своєрідна маска, макіяж, що застосовується, аби в очах інших людей мати привабливий вигляд. Роль іміджмейкерів, які працюють над створенням, конструюванням особистісного образу, зводиться лиш до опрацювання зовнішнього вигляду (екстер'єру) замовника, його тренінгу вербальної і невербальної поведінки.

Представники ціннісного підходу (Б. Брюс, Ж. Сегела, О. Феофанов, І. Недяк, І. Терлецька, А. Цуладзе) акцентують увагу на штучному характері професійного іміджу. Практично не враховується те, що імідж – інтегрований феномен, який створює цілісний соціальний образ об'єкта, його адресну приналежність. У рамках цього підходу частіше акцентується увага на символічній сутності іміджу. Так, Ю. Сурмін та Д. Наріжний вважають, що

імідж – це «певний символічний образ сприйняття якогось явища, об'єкта та людини».

На початку 90-х років з'явилося дослідження Р. Баумейстера із самопрезентації, яке базується на припущенні, що кожна людина зацікавлена у тому враженні, яке вона справляє на оточуючих. Поняття самопрезентації, безпосередньо пов'язане із системою міжособистісного сприймання, закономірно наближало науку до розгляду іміджу.

До цього напрямку слід віднести й дослідження різноманітних особливостей професії педагога, без яких вивчення іміджу як суттєвої характеристики надалі було б неможливим. На рівні суспільної свідомості поняття «імідж» тільки почало входити до активного лексикону, але в побутовому розумінні його зміст варіював у дуже широких межах.

Спираючись на теоретичний аналіз проблеми іміджу педагога, що ґрунтується на працях С. Амінтаєвої, М. Апраксіної, Є. Бекетової, М. Варданян, Л. Донскої, А. Калюжного, Е. Петрової, Н. Тарасенко, В. Шепеля, В. Черепанової та ін., маємо можливість зробити висновок, що в сучасних дослідженнях поняття «імідж педагога» трактується неоднозначно.

Зазначенні дослідження вчених сприяли виокремленню нової галузі педагогічної науки – педагогічної іміджелогії, в межах якої імідж педагога розглядається як фактор успіху в професійній діяльності, як інструмент, що допомагає будувати стосунки з оточуючими, як елемент конкурентоспроможності та просунення на ринку праці.

Зокрема, М. Варданян визначає імідж педагога як образ-уявлення системи його внутрішнього, зовнішнього та процесуального компонентів, що виражаються в індивідуальному стилі діяльності вчителя, та проявляються через фізичний вигляд, мову, виразність рухів, міміки у сукупності з естетичним оформленням (одягом, зачіскою, макіяжем та іншими атрибутами зовнішності), а також через предметно-просторове середовище здійснення його професійної діяльності.

З точки зору психології А. Кононенко представляє індивідуальний імідж

педагога як проекцією його особистості, що функціонує в процесі соціальних комунікацій, де в зашифрованому вигляді відбиті основні психічні процеси (рівень тривожності, рефлексорного копіювання, емоції тощо., причому такий шифр виявляє себе у вигляді символів на рівні елементарних зовнішніх проявів: постава, мова, міміка, інтонації, тембр голосу тощо). На думку дослідника рівень ефективності індивідуального іміджу педагога впливає на успішність його педагогічної діяльності і несе на собі відбиток змісту особистості вихователя.

Дослідник в галузі іміджології А. Калюжний імідж педагога визначає як емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу вчителя у свідомості вихованців, колег, соціального оточення, в масовій свідомості. На думку науковця, при формуванні іміджу вчителя реальні якості тісно переплітаються з тими, що приписуються йому оточуючими. Калюжний А.А. на основі аналізу даного явища виокремив основні складові іміджу педагога, найбільш значимі з яких, на його погляд: зовнішній вигляд, використання вербальних та невербальних засобів спілкування, внутрішня відповідність образу професії – внутрішнє «Я».

Л. Мітіна пропонує найбільш детальний варіант структури іміджу педагога, що фокусується навколо легенди суб'єкту іміджу, його життєвої позиції й установок та містить в собі високу самооцінку, позитивне відношення до життя, віру в добро, почуття сопричетності, вміння змінюватись тощо. На думку дослідниці, «периферійну» частину іміджу складають: образ, що залишає людина після себе, зовнішнє оформлення суб'єкту іміджу, рівень його духовного та інтелектуального розвитку, соціальний досвід та інтереси.

Спираючись на аналіз досліджень Л.М. Мітіної, російський науковець А. Аксельрод пропонує розглядати професійний імідж вчителя як штучне за своєю природою утворення, що виявляє професійні та особистісні якості вчителя гармонійно та безсуперечно. Повідомлення, що посилається вчителем вихованцю через свій імідж, повинно внести ясність щодо розподілу ролей в системі вчитель-учень, зробити їх взаємодію у навчальному процесі

передбачуваною, адекватною та результативною.

Імідж педагога проявляється в деякій узагальненій формі, що може складатися з наступних структурних компонентів: індивідуальні характеристики, особистісні, комунікативні, діяльнісні та зовнішньоповедінкові. В образі конкретного педагога поєднуються індивідуальні, професіональні та вікові іміджі. Оточення педагога судять його як за особистісними, віковими, статевими, так і за професійними якостями.

В запропонованій Л. Мітіної структурі іміджу професіонала виокремленні зовнішній, процесуальний та внутрішній компоненти. До зовнішнього компоненту дослідниця відносить міміку, жести, тембр та силу голосу, костюм, манери, ходу.

Професійна діяльність, на думку Л. Мітіної, розкривається через процесуальну складову іміджу, що конкретизується таким формами спілкування, як професіоналізм, пластичність, виразність та ін. Внутрішня складова – це внутрішній світ людини, уявлення про його духовний та інтелектуальний розвиток, інтереси, цінності, його особистість в цілому.

М. Варданян розробила та теоретично обґрунтувала модель іміджу педагога, що представляє собою структуровану сукупність взаємопов'язаних компонентів внутрішнього (знання, вміння, здібності, цінності, самооцінка, Я-концепція), зовнішнього (габітарний, вербальний, кінетичний, середовищний та уматеріалізований елементи) та процесуального (стиль керівництва та стиль спілкування), що проявляються у взаємодоповнюючих один одного функціях (комунікативна, інформативна, когнітивна, конативна, емотивна, мотиваційна, організаційна, дисциплінарна, вибіркова, компенсаторна, представницька, креативна, виховна, адаптивна).

У педагогічній науці є різні підходи щодо класифікації іміджу педагога. Зокрема, за функціональним підходом виокремлюють декілька його видів. Особистісний вид іміджу педагога, зумовлений його внутрішніми рисами й особливими індивідуальними рисами.

Професійний імідж педагога, детермінований професійними якостями.

Імідж, до якого прагне педагог, отримав назву бажаного, в свою чергу, дзеркальний імідж відповідає його уявленням про себе. Корпоративний імідж відповідає іміджу навчально-освітнього закладу (школи, вищого навчального закладу, факультету тощо).

Імідж класифікують також за іншими параметрами. Наприклад, вищезазначені види іміджу педагога (особистісний, професійний, корпоративний) за знаком можуть бути як позитивними, так і негативними. До структури його іміджу відносять три головних складових.

Перша складова відповідає внутрішньому «Я», а саме внутрішньому образу педагога, що відповідає обраному фаху і виявляється у його професійній культурі й мисленні, емоційності й творчому настрої, привабливості й вишуканості, внутрішній стійкості й гідності, позиції й ступені мобілізації тощо.

Зовнішній вигляд педагога, як друга складова структури, засвідчує про ціннісні риси, які в гармонійному поєднанні з педагогічним артистизмом створюють позитивний образ педагога, сприяють формуванню гарного враження і репутації, допомагають виявити себе не тільки привабливою людиною, але й чудовим педагогом.

До третьої складової структури іміджу педагога відноситься використання вербальних і невербальних засобів спілкування педагога (жести, міміка, пантоміміка, інтонація, магія слова, темпоритм мовлення), що мають привертати увагу учнів до нього, викликати довіру і налаштувати їх на активну взаємодію.

У суспільній свідомості існує імідж професії вчителя, який узагальнює загальні характеристики, властиві різним педагогам, та закріплює їх у виді образу-стереотипу. В свою чергу, саме суспільство, висуваючи вимоги до професійного іміджу педагога, впливають на його зміст. Але, незважаючи на це, із покоління в покоління непохитними залишаються такі якості «ідеального вчителя», як любов до дітей, доброзичливість, щирість, вміння спілкуватися.

На сучасному етапі імідж вивчають науковці різних напрямів: філософи,

психологи, економісти, соціологи, педагоги, культурологи та ін. З'ясовуючи теоретичні аспекти іміджу в межах наукових дисциплін, дослідники пропонують свою інтерпретацію іміджу, спираючись на методологію й знання тієї наукової галузі, до якої вони належать.

Усе більше робіт з питань, пов'язаних з формуванням іміджу, продукує педагогічна наука, оскільки в педагогічному розумінні поняття імідж тісно пов'язане з проблемами виховання, навчання, формування гармонійно розвиненої особистості, а також особистісного й професійного самовдосконалення. Педагогічні дослідження стосуються проблеми формування іміджу освітніх установ (В. Волкова [93], М. Олімова [297], Н. Тягунова [396] та ін.), методологічних і методичних засад формування іміджу вчителя (Т. Бусигіна [82], А. Калюжний [174], О. Камишева [175], А. Кононенко [212], Н. Тарасенко [388], В. Черепанова [419] та ін.), місця майбутнього вчителя в процесі професійної підготовки (О. Бекетова [33], М. Єлагін [138], Л. Качалова [183], Т. Кулакова [233], Л. Семенова [353] та ін.).

У значній кількості педагогічних досліджень сутність іміджу педагога визначають за допомогою категорій, напрацьованих у психологічній науці та репрезентованих як інтеграція індивідуально-особистісних, соціальних і професійних якостей.

У психології імідж найчастіше визначають як сформований у масовій свідомості та такий, що має ознаки стереотипу, емоційно забарвлений образ кого-небудь або чого-небудь. Певний імідж може мати політичний діяч, професія, товар тощо. Формування іміджу відбувається стихійно, але найчастіше він є результатом роботи фахівців у галузі політичної психології, психології реклами, маркетингу та ін. [339; 340].

На думку О. Медведєвої, імідж – це «цілеспрямовано створюваний особливий образ-уявлення, що за допомогою асоціацій наділяє об'єкт (явище, особистість, товар тощо) додатковими цінностями і завдяки цьому сприяє більш емоційному сприйняттю об'єкта» [267, с. 185]. За визначенням англійської дослідниці Поллі Берд, імідж – це цілеспрямований вплив на

поведінку людини як найбільш ефективний спосіб донесення інформації до неї з метою реалізації цілей комунікатора [442, с. 193–194].

На думку А. Калюжного, імідж – емоційно забарвлений шаблонний образ (ідеалізована модель) елементів суспільства, предметного світу, ідеальних структур. Він створюється суб'єктами в індивідуальній, груповій та громадській свідомості для досягнення певних цілей [174]. На його думку, особистісний імідж – це поєднання внутрішніх і зовнішніх чинників, які спричиняють його складники – самоімідж, сприйнятий та необхідний імідж. Така типологія відбиває різноаспектне усвідомлення іміджу – з огляду на своє «Я» та інших, зважаючи на реалії та бажання [174, с. 11].

На початку ХХІ століття друком вийшов перший енциклопедичний словник, присвячений іміджу та пов'язаним з ним терміном, автором цього лексикографічного джерела є О. Панасюк. Він трактує імідж як образ, уявлення, думку про людину у свідомості інших людей, а формування іміджу – як процедуру, спрямовану 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 [306].

Поняттями, спорідненими терміну «імідж», є «образ», «думка», «стереотип», «уявлення», «репутація», «авторитет», з якими останній іноді ототожнюють.

На співвідношення понять «імідж» та «образ» позиції науковців не одностайні. Якщо зважати на етимологію поняття «імідж», який було залучено до обігу з англійської мови, то образ та імідж можна вважати синонімічними або навіть ідентичними термінами. У «Словнику з освіти та педагогіки» В. Полонський образ потрактовує як «форму відображення реальності, самого суб'єкта» [324, с. 33]. Але функціонування цих двох термінів у вітчизняній науці, а також стрімке зростання кількості досліджень з теорії та практики іміджології дає підстави для уточнення кожного з понять.

Ми поділяємо позицію психологів О. Бухаркової та О. Горшкової, які

розмежують поняття «образ» та «імідж», стверджуючи, що образ – це уявлення про предмет або явище, яке виникає довільно у групи людей або індивіда, він може бути позитивним і негативним, а імідж – це спеціально проєктований та цілеспрямовано впроваджуваний образ предмета чи явища [84, с. 42].

Недоречним ототожнення понять «імідж» та «уявлення» вважає С. Сергєєва, підкреслюючи, що уявлення виникає за відсутності безпосереднього контакту із досліджуваним об'єктом, це первісний рівень пізнання, оволодіння знаннями, що наближений до поняття [356, с. 138].

Найбільш узагальнене визначення іміджу, на нашу думку, пропонує А. Калюжний: «імідж будь-якого об'єкта – це нестереотипний образ, який може мати стереотипну оцінку (а може і не мати її), образ, який може мати раціональні або емоційні ознаки, що виник у психіці людини – у сфері її свідомості або підсвідомості в результаті або прямого сприйняття тих чи тих характеристик певного об'єкта, або непрямого на підставі сприйняття вже оціненого кимось образу, на підставі сприйняття оцінки цього образу, сформованого у психіці інших людей» [172, с. 23].

Д. Джефкінс і Д. Ядин трактують імідж як справжнє враження, підґрунтям якого є знання та усвідомлення фактів. Вони виокремлюють декілька типів іміджу: дзеркальний (імідж, властивий нашому уявленню про себе, який є найбільш позитивним, але він мінімально враховує позиції оточення); побічний (імідж, притаманний «погляду з боку»); бажаний (імідж, якого ми прагнемо); корпоративний (імідж організації загалом); множинний (імідж, створений за наявності декількох незалежних структур) [124, с. 18–21].

Вітчизняні дослідники (О. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель, О. Перелигіна, О. Петрова, О. Ковальова та ін.) пропонують різноманітні класифікації іміджу залежно від критеріїв: за критерієм спрямованості вияву – зовнішній і внутрішній; за емоційним забарвленням – позитивний і негативний; за цільовою настановою – природний і штучний; за способом виникнення – свідомий та несвідомий; за ступенем раціональності сприйняття

– когнітивний та емоційний; за критерієм ціле визначення – цілеспрямовано сформований та стихійний; за механізмом формування – керований та некерований; за джерелом впливу на імідж – самокерований та ззовні керований; за змістовим наповненням та відповідністю його специфіці конкретної діяльності – професійний імідж, імідж керівника, імідж організації, імідж установи, політичний імідж, імідж території, імідж ідеї, проекту, імідж бренду, товару, особистісний імідж людини; середовищний, вербальний, кінетичний, візуальний, габітарний тощо.

Підґрунтям терміна імідж В. Шепель вважає візуальний образ як комплексне поняття, враховуючи не лише суто зовнішні характеристики. Науковець виокремлює в його структурі три групи якостей. До першої групи він зараховує природні якості (комунікабельність, емпатичність, рефлексивність, красномовність), наявність яких та вправління в їхньому розвитку є запорукою успішного створення особистісного іміджу. До другої групи належать характеристики особистості як наслідок її освіти та виховання, серед яких моральні цінності, психічне здоров'я, володіння набором людинознавчих технологій (міжособистісне спілкування, ділове мовлення, уміння розв'язувати конфліктні ситуації тощо.) До третьої групи автор зараховує те, що пов'язане з життєвим та професійним досвідом особистості [423, с. 31].

Ідею іміджу як публічного або зовнішнього «Я» людини висунув Г. Почепцов, яке досить часто може бути відмінним від її внутрішнього «Я». Отже, є треба акцентувати на зовнішніх і внутрішніх чинниках особистісного іміджу, які утворюють самоімідж, сприйманий імідж і необхідний імідж. Згідно з такою типологією, імідж мають аналізувати різноаспектно: з позиції свого «Я» і з позиції інших, з позиції реального і з позиції бажаного. Самоімідж ґрунтується на минулому досвіді й відображає нинішній стан самооцінки, самоповаги.

Беззаперечним зараз вважають правило: якщо ви хочете, щоб вас поважали, ви повинні насамперед навчитися поважати себе. Сприйманий імідж

– це те, як нас сприймають інші. Цілком імовірно, що це може відрізнятися від самоіміджу, адже ми не завжди знаємо, як до нас реально ставиться оточення, що, наприклад, думають про вчителя учні, як про нього відгукуються. Щодо необхідного іміджу, то, зазвичай, та чи та професія вимагає певних іміджевих характеристик, які часто є стереотипними, але саме ця частина іміджу переважно є предметом цілеспрямованих зусиль суб'єкта іміджу [335; 336].

Аналіз психолого-педагогічних джерел, присвячених дослідженню іміджу, засвідчує, що, незважаючи на вагомі результати наукових пошуків у цих напрямках, поза увагою дослідників залишаються важливі аспекти формування іміджу майбутнього вихователя. Зауважимо, що зазначена проблема набуває особливої актуальності для класичної підготовки фахівців з дошкільної освіти, оскільки в ній теоретичні та практичні аспекти підготовки превалюють над професійно-педагогічною.

1.2.

1.2. Проблема формування іміджу майбутніх асистентів вихователя до професійної діяльності в умовах закладу дошкільної освіти

Окремою темою розвитку інклюзивної освіти є кадрове питання. Відсутність професійних педагогів та інших працівників, які вміють працювати та задовольняти потреби людей з фізичними та психічними вадами, перешкоджає – включенню таких дітей до загальноосвітніх навчальних закладів, подоланню їх ізоляції у суспільстві.

Зміна до Типового штатного розпису дошкільних навчальних закладів, затверджена Міністерством освіти і науки, яка набула чинності 29 червня 2016 року, дає можливість запровадити посаду «асистент вихователя» в інклюзивних групах дошкільної освіти.

Цей процес є важливим для забезпечення кваліфікованими спеціалістами інклюзивних груп, які відвідують дітей з особливими освітніми потребами, та покращення умов для цих дітей у дошкільному закладі.

Це важливо, оскільки включення дітей з вадами фізичного та психічного розвитку в загальноосвітній процес починається ще в дитячому садку. Асистент вихователя пропонує соціально-освітній та виховний супровід дітей з особливими освітніми потребами, зокрема:

- Проводити навчально-виховну, соціальну та адаптаційну діяльність із застосуванням впровадження різноманітних форм роботи та ефективних форм реалізації.
- Допомогати дітям з особливими освітніми потребами виконувати навчальні завдання. Залучати дітей з особливими потребами до різноманітних видів навчальної діяльності на уроці.
- Адаптувати навчальні матеріали з урахуванням індивідуальних особливостей навчально-пізнавальної діяльності дітей з особливими потребами;
- Допомогати організувати навчальні курси в інклюзивних групах.
- Спостерігати за дітьми з особливими освітніми потребами, як вони

вивчають їхні індивідуальні особливості, уподобання та інтереси.

- Сприяти формуванню у дітей з особливими освітніми потребами до саморегуляції та самоконтролю.

- Працювати безпосередньо з дітьми з особливими потребами та з фахівцями, які займаються розробкою індивідуальних програм розвитку дітей з особливими потребами.

- Турбота про професійне самовизначення та соціальну адаптацію дітей з особливими освітніми потребами.

- Стимулювати соціальний розвиток дітей з особливими освітніми потребами та сприяє виявленню та розкриттю здібностей і талантів через їх участь у художній творчості;

- Продовжувати спілкуватися з батьками дітей з особливими освітніми потребами та надавати необхідні консультації.

- Інформувати вихователів груп та батьків про досягнення дітей з особливими освітніми потребами.

- Ведення відповідної документації.

Майбутні асисенти вихователя дітей дошкільного віку мають усвідомити з першого року навчання, що їхні професійні успіхи, кар'єрне зростання, особистісна самореалізація залежать тільки від власних зусиль та професійної компетентності. Імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку – це явище інтегральне та цілісне.

Аналіз структури образу ставить питання про те, чи мають певні компоненти більшу чи меншу важливість. Оскільки професійна образність є цілісним явищем, неможливо виділити елементи, які є більш необхідними. Відсутність структурних компонентів може зруйнувати цілісний образ. Однак ви можете назвати елементи, які допоможуть вам створювати позитивні образи ефективніше за менший час. Для асистентів вихователів, які працюють з дошкільнятами, ми вважаємо, що перші враження від вихователя, порядність вихователя, а також захопленість і інтерес до професії.

Розглянемо кожен з цих компонентів докладніше. Перше враження засноване на сприйнятті зовнішності, мовних навичках і візуальному контакті. Перше враження може бути неточним. Ця точність залежить від особистих характеристик людини, яка отримує зображення, і характеристик людини, оцінених за першим враженням.

Дослідження показали, що враження вчителів починають формуватися відразу під час знайомства з групою, батьками учня і залежать від засвоєння знань, бажання вивчати предмет, встановлення контакту з вихователем [82]. На першому занятті дітей вражають стосунки вчителя та дитини, вимоги до оцінки поведінки дітей, увагу та справедливість, почуття гумору, особливості позитивних комунікативних контактів.

Американський соціолог та психолог Ервінг Гоффман, стверджував, що коли особа уперше зустрічається з групою інших людей, вони, зазвичай, прагнуть отримати про неї таку інформацію: про її соціальний та економічний статус, її «Я-концепцію», її ставлення до них, її компетентність, її надійність тощо.

Існують власне практичні причини, що спонукають реципієнтів іміджу шукати цю інформацію. Іншими словами, це допомагає зрозуміти ситуацію, дозволяючи реципієнтів іміджу заздалегідь знати, чого очікувати і чого від них очікувати. Поінформований реципієнт іміджу знає, як краще діяти з власником зображення, щоб отримати бажану відповідь від реципієнтів іміджу [452].

Поради Л. Кайдалової, здається, нам імпонують. Думки, які виникають у людини під впливом підсвідомої інформації, вважаються власними, оскільки джерело їх походження неясно. Люди загалом довірятимуть собі більше, ніж іншим, і довірятимуть враженням підсвідомості більше, ніж свідомості» [170, с. 170]. Враховуючи ці механізми людського сприйняття, важливість першого враження важко переоцінити.

Позитивне перше враження значно полегшує наступний крок у спілкуванні з людьми. Подолання негативного першого враження може бути

дуже складним і вимагає багато роботи. Безсумнівно, щоб по-справжньому розкрити і зрозуміти людину, ми повинні бачити її у всіх її основних зв'язках з реальністю: роботою, пізнанням і спілкуванням. Оскільки перше знайомство асистента вихователя з дітьми припадає на дошкільний вік, який може бути складним, перше враження може відігравати вирішальну роль у налагоджуванні довірчих стосунків між педагогом та дітьми.

Ретельно підібраний костюм, акуратна зачіска, гарна постава, впевнена хода і ретельно продумана постава допоможуть справити позитивне перше враження. Зовнішній вигляд педагога має бути бездоганним і все має бути «в міру». Необхідно уникати надмірностей зовнішнього вигляду, які доводиться педагогам залучати дітей і дорослих. Діти мають засвоїти від педагога правило: красиво виглядати – значить виявляти повагу до оточення. Привітання та перші фрази співбесіди з дітьми та їх батьками мають теж бути ретельно підібраними та продуманими, щоб налаштувати до себе та репрезентувати себе вигідно.

Щодо ентузіазму та зацікавленості асистента вихователя своєю професією, то беззаперечним фактом є те, що тільки зацікавлений педагог може зацікавити дітей. Ентузіазм іноді порівнюють із захворюванням: він заражає оточення. Коли педагог із задоволенням та любов'ю ставиться до своєї роботи, до кожного виду діяльності, яким він займається з дошкільнятами, таке ставлення перейде і до дітей.

Для формування професійного іміджу асистента вихователя важливо розуміти його внутрішні та зовнішні характеристики, які можна постійно самовдосконалювати. Розглянемо запропоновані І. Симоною властивості іміджу докладніше. Інформативність іміджу виявляється як його здатність інформувати про носія іміджу; ця інформація може бути як об'єктивна, так і необ'єктивна, коли деякі ознаки можуть цілеспрямовано виділятися, добудовуватися, приписуватися.

Активність іміджу визначають як його здатність впливати на реципієнтів іміджу, їхню свідомість, емоції та поведінку. Активність іміджу виявляється не

тільки в його здатності впливати, але і його залежності від змісту соціальних уявлень і стереотипів реципієнтів. Імідж – це не якась аморфна сутність, він має внутрішню структуру з властивою їй динамікою. Динамічність, здатність до внутрішніх і зовнішніх змін, рух, розвиток – це одні з найважливіших характеристик іміджу, які часто ототожнюються з іншою його якістю – пластичністю.

Пластичність іміджу - гнучкість, здатність змінюватися в міру зміни обставин, зберігаючи загальну форму. Пластичність дає можливість діяти належним чином у постійно мінливому середовищі, змінювати свою поведінку, зовнішній вигляд і належним чином реагувати на ситуації. Адаптивність іміджу сприяє процесу адаптації власника іміджу, його рольової поведінки до сучасних соціальних умов, у тому числі до професійного середовища.

Інформативність, активність, динамічність і функціональність – це універсальні характеристики іміджу, що дають змогу досягти певних цілей, ефективніше розв'язати особисті та професійні завдання, зробити успішнішою ту чи іншу діяльність [358].

Розглянемо детальніше ключові поняття для розуміння сутності імідж: його базових складових – внутрішнього світу та зовнішніх проявів. З поняттям іміджу нерозривно пов'язане поняття «Я-концепція» людини. Становлення «Я-концепції» відбувається в прямій залежності від потреб особистості та її системи цінностей, які, своєю чергою, визначають поведінку людини. Сформованість системи цінностей надає людині впевненості в собі, адже вона готова брати на себе відповідальність за свої вчинки, чітко визначає свої життєві та професійні пріоритети, здатна самостійно зробити вибір та прийняти рішення.

Чимало уваги проблемі вивчення «Я-концепції» приділили вітчизняні і закордонні психологи: К. Абульханова, Б. Ананьєва, Р. Бернса, О. Бодальов, І. Кон, К. Левін, А. Маслоу, К. Роджерс, С. Рубінштейн, Д. Ельконін та ін.

Першим із психологів проблематику «Я-концепції» почав розробляти Уільям Джемс. Він розглядав поняття «Я-концепції» у двох аспектах: «Я-

усвідомлювальне» (досвід) та «Я-як об'єкт» (зміст цього досвіду). За У. Джемсом, «Я-концепція» формується як наслідок індивідуального самопізнання, що не залежить від соціальної взаємодії [123].

За К. Роджерсом, «Я-концепція» – це система самосприйнять. Саме «Я-концепція» – це найважливіша детермінанта зворотних реакцій на оточення індивіда. Це не просто результат накопичення досвіду, умовних реакцій та уявлень, що нав'язані іншими, а це певна система, зміна одного з елементів якої може повністю змінити природу цілого. Отже, для К. Роджерса «Я-концепція» – це сприйняття людиною самої себе й одночасно певний механізм, який інтегрує поведінку людини [109].

Аналіз складових професійного іміджу майбутнього вихователя дітей дошкільного віку дає змогу зробити висновок про шляхи його формування. На наше переконання, процес формування іміджу педагога має поетапний характер, який починається з розуміння об'єктивного змісту власної «Я-концепції» в її співвідношенні з «ідеальним Я» і образом «Я» в інших, виявлення суперечностей у змісті цих утворень, усвідомлення шляхів їхнього розв'язання. Наступним етапом такого процесу є екстеріорізація внутрішніх якостей і властивостей («Я-концепція», цінності, установки, знання) та гармонізація створеного іміджу в контексті взаємодії вчителя та реципієнтів його іміджу.

Самооцінка особистості як складова «Я-концепції» – це провідний фактор, який визначає поведінку особистості.

Люди з високою самооцінкою завжди перебільшують свої сильні сторони, ставлять перед собою цілі, які об'єктивно не досяжні, і висувають високі вимоги, які не відповідають їхнім реальним можливостям.

Позитивні якості людини (порядність, гордість, егоїзм) мають тенденцію змінюватися і переростати в негативні (зарозумілість, марнославство, егоцентризм). Неналежна самооцінка і завищені особисті вимоги призводять до надмірної самовпевненості.

Впевнені в собі люди не схильні аналізувати власну поведінку, а

додавання критичного мислення, нестриманості та відсутності необхідного самоконтролю може призвести до невдалих рішень та ірраціональної поведінки. Включення до самоосвітнього процесу таких осіб ускладнюється відсутністю або недостатньою потребою у самовдосконаленні [114].

Люди з низькою самооцінкою зазвичай мають прості цілі, які об'єктивно досяжні, але перебільшують вагу невдач. Люди з низькою самооцінкою мають іншу крайність, повну протилежність впевненості в собі. Тобто надмірна тривога за власне «я». Об'єктивно безпідставна тривожність стає стійкою рисою особистості і формує смирення, пасивність, «комплекси неповноцінності» [352]. Це відбивається на зовнішності людини. Голова підтягнута до плеча, хода нерішуча, вираз обличчя пригнічений, посмішки немає. Навколишнє іноді сприймає таку людину як злий, злий і безконтактний, що призводить до ізоляції та самотності. Найбільш вигідною є адекватна самооцінка, яка проявляється в адекватному усвідомленні власних сильних і слабких сторін [114]. Адекватна самооцінка виражається в позитивних рисах людини, зокрема у впевненості в собі, яка визначається необхідним досвідом і пов'язаними з ним навичками та вміннями [114]. Впевненість дає можливість людям регулювати рівень своїх потреб і належним чином оцінювати свої здібності в різноманітних екзистенційних ситуаціях [352].

Впевнена в собі людина – це тверда, рішуча людина, яка вміє знаходити і створювати логічні рішення і вміє їх послідовно виконувати [114]. Впевнена в собі людина критикує помилки і аналізує причини їх появи, щоб більше не повторюватися. Тому для формування позитивного професійного іміджу важливо розуміти і розвивати відповідну самооцінку на основі самопізнання. - Освіта [217].

Тому більшість дослідників виділяють такі структурні елементи чи компоненти професійних образів, як: Особистісні характеристики (психічне і фізичне здоров'я, володіння кількома антропологічними навичками) внаслідок навчання та виховання; особливості особистості, зумовлені її професійним та

життєвим досвідом); візуальний образ.

Аналіз результатів психологічних і соціологічних досліджень [49; 50; 94; 95; 100] дає змогу стверджувати, що професійний імідж – це уявлення про соціальну значущість професії, рівень професійної компетентності представників цієї професії, їхню професійну культуру, систему цінностей, норми поведінки тощо, які склалися, з одного боку, у масовій свідомості, а з іншого, – серед членів професійного співтовариства.

Дошкільний вік припадає на період інтенсивного розвитку особистості дитини. Один із найважливіших факторів, який впливають на розвиток дошкільника, – це спілкування, взаємодія та стосунки з оточенням, що залучено до різноманітних видів діяльності, у яких він бере участь. Особлива роль відведена педагогам, а імідж кожного окремого вихователя має неабиякий вплив на побудову довірчих стосунків, створення сприятливої психологічної атмосфери підтримки та взаєморозуміння. Крім того, іміджева поведінка асистента вихователя стає зразком для копіювання дітьми та сприяє вихованню культури стосунків, поведінки тощо.

Позитивний імідж педагога, який характеризується доброзичливістю, відкритістю, сприяє створенню психологічного комфорту, взаєморозумінню, викликає симпатію, бажання пізнавати нове. Це один з механізмів впливу на особистість дитини.

Вітчизняний психолог О. Ткаченко найважливішими рисами іміджу педагога називає: уміння швидко й точно розпізнавати властивості і стан конкретної дитини; уміння привернути до себе мімікою, пантомімікою, інтонаціями й риторичними звертаннями; уміння зв'язно пояснити, ненав'язливо показати конкретні дитині ті нові можливості, які вона отримає з початку навчання; уміння показати навички ділової взаємодії задля того, щоб продемонструвати свою здатність цінувати власний і чужий час, в оптимальний спосіб організовувати навчальну діяльність; уміння захопити дитину, науковим пошуком, творчою діяльністю; уміння виявити в кожній дитині її творчу індивідуальність і допомогти їй в самореалізації; уміння

перетворити дитячий садок у другий будинок для дитини, де їй гарантовані психологічна підтримка і моральний захист [392].

І. Бех досліджував якість взаємодії з дітьми. Він наголошував, що «навчальний успіх чи невдача педагогів у взаємодії з дітьми залежить насамперед від особистих якостей самого педагога. Характеристики, що ускладнюють взаємодію з дітьми: дратівливість, відвертість, поспіх, різкість, підвищений егоїзм, впевненість, впертість, відсутність гумору, нерішучість, образливість, сухість, безладність. Усі ці особистісні характеристики педагога не сприяють прихильності дітей і створюють поле взаємного непорозуміння» [43, с. 92].

Більшість дослідників розрізняють особистісні та активні елементи в структурі професійних образів. Особистісними елементами іміджу є: 1-а група якостей - природні якості, які постійно вдосконалюються (комунікабельність, емпатія, рефлексивність, красномовність); Друга група якостей - особливості особистості в результаті навчання і виховання.

До них належать моральні цінності, психічне здоров'я, оволодіння комплексом гуманітарних навичок (міжособистісне спілкування, методи вирішення конфліктів тощо). До третьої групи належать ті, що стосуються особистого життя та професійного досвіду.

Важливість ефективного та взаємовигідного контакту з навколишнім світом є безперечною для будь-якого педагога, тому погоджуємося з О. Ткаченко є частиною того, що визначає імідж педагога, як високу самооцінку, впевненість у собі; віру в милосердя всесвіту і в добру людину; соціальна та особиста відповідальність («Я є причиною всього позитивного та негативного в моєму житті»); бажання змін і вміння ризикувати перед обличчям здорової свідомості самозбереження [392].

Експериментальні дослідження О. Ковальнової показують, що деякі функції мають найбільше значення для професійної діяльності педагогів. Ввічливість, уважність, ввічливість, уважність, витримка, гнучкість, людяність, працьовитість, дисциплінованість, доброта, щирість, доброта, ініціатива,

порядність, колективізм, спостережливість, наполегливість, креативність, критичне мислення, мовна незалежність, логіка, культура мови, відповідальність, організованість, гідність, патріотизм, порядність, знання, далекоглядність, принциповість, незалежність, смирення, сміливість, справедливість, саморозвиток, дотепність, переконливість, впевненість, гордість, почуття гумору, виразність, емоційна стійкість, комунікабельність, комунікабельність, комунікативність спілкування, комунікативна емпатія, самоконтроль, оригінальність, несхожість, зовнішній самодизайн, експресія, здатність передати свою неповторну ідентичність. Серед них репрезентативними є мовна культура, гнучкість дій, щирість, почуття гумору, відповідальність, передбачливість, впевненість у собі, емоційна стійкість, емпатія, самоконтроль [194, с. 53]. Експертні оцінки суттєвих рис іміджу вчителя, зроблені досвідченими педагогами та психологами, представлені в роботі О. Ковальової, показали важливу роль таких характеристик іміджу, як популярність, повага, частота згадок у ЗМІ та оперативна здатність. факт, публічний виступ, емоційна чесність, правильний спосіб життя, прихильність до спорту, сім'ї, сексуального життя, приємний тон, вміння сперечатися, вміння уникати конфліктів, майстерність, дотримання обіцянок і дій, цілеспрямованість, рішучість, сила волі, працьовитість, інтелектуальний потенціал, бачення, професійний потенціал, професійна відкритість у спілкуванні, оптимізм, матеріальне благополуччя, вміння взаємодіяти з органами влади, інтуїція у прийнятті рішень, вміння підбирати та керувати персоналом. З цього списку зрозуміло, що всі ці функції дуже універсальні [194].

Аналіз сутності імідж фахівця дає змогу зробити висновок, що в ньому є декілька сторін: 1) ідеальний імідж, який сам носій іміджу хоче мати, 2) ідеальний імідж, який відповідає очікуванням реципієнта, 3) реальний імідж, який сприймає реципієнт.

Специфіка іміджу майбутнього асистента вихователя полягає в тому, що його реципієнтами будуть різні групи: вихованці, їхні батьки, колеги,

адміністрація закладу дошкільної освіти, а також пересічні громадяни, що виявили бажання провести дозвілля на «платформах ініціатив» для розкриття своїх творчих можливостей. Уявлення про вихователя у цих груп реципієнтів іміджу є різними. Так, дослідження вимог до іміжевої поведінки вихователя А. Кононенко показало, що думки дітей і їхніх батьків багато в чому не збігаються щодо привабливих і непривабливих рис вихователя. Ставлення дітей дошкільного віку до вихователя емоційніше, а в батьків – більш орієнтовано на кінцевий результат. Батьки ж старших дошкільників послаблюють свою увагу до дитсадівських справ своєї дитини та байдужіють до особистісного образу педагога.

Отже, ключовими елементами іміджу майбутнього асистента вихователя, на наше переконання, є такі складові: «Я-концепція», особистісні якості, культура морального й патріотичного виховання у вербальній і невербальній взаємодії з дошкільниками, предметно-технологічна компетентність, професійна компетентність і комунікативна культура, артистична та габітарна культура.

Висновки до розділу I

Проаналізувавши процес формування уявлень про поняття «імідж» в історичній ретроспективі можемо зазначити наступне: означені уявлення формувалися й розвивалися стихійно та неусвідомлено в суспільстві впродовж століть. Рушійною силою такого процесу передусім виступали потреби лідерів різних соціальних груп у посиленні власного впливу на людей різних соціальних груп, що сприяло удосконаленню їх зовнішнього вигляду, ораторської техніки, використання особливої міміки, жестів тощо.

Передумовою з'ясування сутності поняття «імідж» стало дослідження психологами різних аспектів феномену «образ» (П. Анохіним, Дж. Бруннером, А. Запорожцем, І. Коном, О. Леонтьєвим, Б. Ломовим, З. Фройдом, К. Юнгом та ін.), який визначають як наслідок психічного відображення у свідомості людини певного об'єктивного явища; теорії структуралізму (Е.

Тітченер), когнітизму (Дж. Бруннер та ін.), психоаналізу (З. Фройд), особистого сприйняття (Б. Ломов, І. Кон та ін.), діяльності (Л. Виготський, О. Леонт'єв, С. Рубінштейн) та інші лежать в основі сучасних уявлень про імідж;

- революційний крок у дослідженнях психологами феномену «імідж» зробили наприкінці ХХ століття: з'ясовано психологічні механізми формування іміджу, розроблені перші ефективні психодіагностичні методики (Б. Зейгарник, О. Коннор та ін.); за кордоном розроблено практичні методики формування позитивного іміджу особи, компанії чи товару (К. Боулдінг, М. Вудкок, Д. Джеймс та ін.), набір практичних способів, прийомів і засобів, за допомогою яких імідж створюється ефективніше (Г. Вілсон, Д. Карнегі, К. Макклафін, А. Піз); до того ж імідж розглядався як самореклама (П. Берд), штучно створений носій інформації (Б. Брюс), знакова структура (Г. Вілсон, К. Макклафін та ін.); на межі ХХІ століття з'являється нова наукова галузь – психологія іміджу, предметом якої є як закономірності й онтологія іміджу, принципи його формування, так і практично орієнтовані дії іміджмейкерів: імідж-діагностика, імідж-консультування й іміджмейкінг; імідж – це також предмет філософського, економічного, соціологічного й педагогічного аналізів; філософи розглядають цей феномен як модель і інструмент пізнання, форму соціального управління й образ (І. Симонова та ін.); у соціології імідж трактують як образ соціально-професійної ролі (рольового комплексу), але й презентується нею під час взаємодії з соціумом і контролюється громадськістю (О. Попова та ін.); в економічному аспекті імідж вважають результатом правильно обраної моделі поведінки, а його формування зводять до вибору функціональної стратегії, створення інструменту стратегічного управління справою в умовах конкуренції (М. Вудкок, В. Маркіна, О. Тимошенко, Г. Почепцов та ін.); у педагогічних дослідженнях імідж визначається за допомогою категорій, що напрацьовані в психології та інших науках; результати педагогічних досліджень увиразнюють проблеми формування іміджу освітніх установ (В. Волкова, О. Зеркіна, Л. Клименко, М. Олімова, М. Піскунов та ін.), методологічні та методичні засади формування іміджу

вчителя (Т. Бусигіна, А. Калюжний, А. Кононенко, Н. Тарасенко, В. Черепанова та ін.), майбутнього педагога фахової підготовки (О. Бекетова, М. Єлагін, Л. Качалова, Т. Кулакова, Л. Семенова та ін.).

РОЗДІЛ II. Обґрунтування структурно-функційної моделі формування іміджу майбутнього асистента вихователя для професійної діяльності

2.1. Компоненти іміджу майбутнього асистента вихователя для професійної діяльності в умовах закладу дошкільної освіти

Проаналізувавши значну кількість наукових поглядів на структуру та функції іміджу, вважаємо за доцільне розробку такої структурно-функціональної моделі, яка б уміщувала педагогічну технологію, відображала функціональну скерованість та практичне застосування у педагогічній діяльності формування іміджу майбутнього асистента вихователя в системі роботи педагогічного університету.

Імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку складається із декількох взаємопов'язаних, взаємозумовлених компонентів, серед яких: «Я – особистість й професіонал»; габітарний імідж; професійна спрямованість; предметно-технологічна компетентність; мовленнєва та комунікативна поведінка; іміджева компетентність; творчий потенціал.

Імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку – це цілісна система, яка характеризується стійкими зв'язками, що існують між компонентами, і яку можна розглядати як програму самовдосконалення особистості у процесі професійної діяльності. Саме тому виділені компоненти – це багатоаспектні утворення, які поділяються на декілька складових. Розглянемо їх детальніше.

Майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку повинен мати сформовану позитивну «Я-концепцію», яка відповідає його майбутній професійній діяльності, про що йшлося вище.

Габітарний компонент іміджу в сучасній науці трактують неоднозначно. Поняття «габітус» (від лат. *habitus* – зовнішність) широко використовується в медицині, психології, соціології тощо. У медицині та психодіагностиці габітус має діагностичне значення. У психологічних і соціологічних дослідженнях

габітус може розумітися як ширше поняття, що означає суму зовнішніх даних людини, які складаються з виразу обличчя, статури, пози, постави, охайності, костюму, аксесуарів та інших ознак зовнішнього вигляду. Поділяємо концепцію І. Симонової, яка, користуючись сучасною філософською традицією, де габітус означає не тільки конституцію, а й усе, «що залежить від тіла», визначає габітус як певні тілесні й поведінкові навички, сформовані у процесі соціалізації, і невіддільні від тілесності людини, у тому числі від зовнішності, одягу, зачіски, аксесуарів, а також пози, рухів, жестів, ходи, міміки, погляду. За цих обставин габітарний компонент як сфера тілесного містить тілесні й поведінкові навички, сформовані у процесі соціального та культурного розвитку, і такі, що сприймаються в єдності [358].

Імідж реалізується у процесі самопрезентації передусім через візуальний канал сприйняття інформації, тому зовнішність має величезне значення у формуванні іміджу педагога, адже саме у візуальному образі відбувається й узагальнення найрізноманітнішої інформації. Крім того, вихователь працює з дітьми, для яких він має стати еталоном, зразком для наслідування, але які водночас можуть доволі критично оцінювати його зовнішній вигляд.

Формування іміджу асистента вихователя для дошкільника як його реципієнтів починається з першого знайомства, коли візуальна оцінка передує всім іншим. Тому зовнішність педагога має бути бездоганна. Своїм зовнішнім виглядом вихователь має налаштовувати до себе дітей і їхніх батьків. Майбутні асистенти вихователя мають засвоїти правило: гарно виглядати – значить виявляти повагу до оточення. На наш погляд, ключовим критерієм правильності зовнішнього вигляду вчителя має бути відчуття міри, що дасть змогу розумно поєднати бажання виглядати сучасно з урахуванням тенденцій моди, свого віку, комплекції, специфіки професійної діяльності та ситуації.

Є такі вимоги до габітарного компоненту імідж асистента вихователя: відповідність одягу ситуації (діловий стиль для теоретичних занять, батьківських зборів, виховних заходів, засідань педагогічної ради тощо, застосування спеціального одягу для проведення практичних занять,

використання засобів захисту очей, рук тощо); культура зовнішнього вигляду (доглянутість, охайність, доречне використання аксесуарів, стриманість у застосуванні макіяжу, манікюру); охайність зачіски, відповідність її вимогам безпеки праці, використання захисних головних уборів; привабливість зовнішнього вигляду педагога для дошкільників (відповідність віку, а також сучасним тенденціям стилю, елегантність, відчуття стилю); культура рухів – ходи, постави, жестів, міміки, пантоміміки.

Професійна спрямованість майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку передбачає: стійку мотивацію до педагогічної праці, інтерес до педагогічної професії, схильність до педагогічної діяльності, розуміння та прийняття своєї педагогічної місії.

Згідно з нашим концептуальним баченням, компетентність асистента вихователя дітей дошкільного віку передбачає: володіння теоретичними знаннями в певній сфері практичної діяльності; наявність мотивації до занять відповідною діяльністю, глибокий і стійкий інтерес до неї, прагнення залучити до неї дітей; наявність досвіду відповідної діяльності та її продуктів, у яких втілена майстерність вихователя.

Науковці одностайно звертають увагу на значення професійної спрямованості особистості вихователя для його іміджу. На наше переконання, це насамперед має бути гуманістична й інноваційна спрямованість. Від спрямованості особистості асистента вихователя на дитину, його здатності олюднити навчально-виховний процес залежить його якісний результат. Спрямованість особистості асистента вихователя дітей дошкільного віку на пошук інновацій, розробку нових технологій і методик трудового навчання, окремих методів, форм, засобів занурення дітей у творчу трудову діяльність – це умова забезпечення в підсумку конкурентоспроможності української держави у співдружності європейських країн. Тобто мають передувати саме гуманістична й інноваційна спрямованості особистості педагога як основа професійної спрямованості.

Особливе значення має володіння педагогом навичками комунікативної

та мовленнєвої поведінки, а також невербального спілкування. Свідомість зазвичай не контролює невербальні сигнали, а значить проявляються саме підсвідомі установки людини, і на цих даних ґрунтується ступінь довіри до педагога й інформації, яку він дає. Не можна не погодитися з переконаннями дослідників щодо сутності мовленнєвої поведінки педагога.

Отже, вимогами до мовленнєвої поведінки майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку є: грамотність; дотримання всіх мовних норм: вимови, наголосу, слововживання; використання мовних засобів, що підтримують увагу й інтерес, реалізують такі важливі комунікативні якості, як виразність і емоційність; дотримання соціально- етичних мовних норм; чітка дикція; приємний тембр голосу; застосування інтонаційних засобів комунікації, пауз, зміни темпу мовлення задля зосередження уваги дітей на найважливіших моментах; логічне структурування висловлювання.

Узагальнюючи позиції багатьох науковців, що зазначені в цьому параграфі й раніше, щодо вимог до комунікативної поведінки педагога, зазначимо, що основою їхньої сукупності є такі: демократичний стиль спілкування з дітьми, гнучкість у спілкуванні, педагогічний такт, дотримання етичних норм міжособистісної взаємодії у педагогічному та дитячому колективі, у спілкуванні з батьками дітей, дотримання норм етикету та взаємостосунків у педагогічному та дитячому колективі, уміння співпрацювати.

Саме тому системними складниками іміджу образу «Я» – особистості й професіонала мають бути духовно-моральна досконалість і патріотизм. У групі ціннісно-орієнтаційних функцій іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку (духовно й професійно-розвивальні, духовно-моральні, етнокультурні, суспільно- стабілізаційні й розвивальні) чільне місце посідають духовно й професійно-розвивальні. Це такі функціональні здатності іміджу виступати в ролі цільового орієнтира акмеологічного рівня у справі самостворення й самоствердження майбутнім асистентом вихователя дітей дошкільного віку себе як педагога – духовника, майстра та творця; бути

засобом повного розкриття внутрішніх природних і духовних сил студента як джерел стимулювання його активності в гуманізації навчально-виховного процесу на педагогічній практиці та після закінчення ЗВО; служити методологічним підґрунтям наповнення смислу існування на Землі майбутнього фахівця як людини з духовними якостями.

Наявність у відповідному образі духовно-моральних якостей працює на одухотворення всього освітнього процесу в закладі дошкільної освіти, сприяє чесному й правдивому ставленню дітей до виконання завдань вихователя, панування на уроках педагогіки добра, виконанню асистентом вихователя дітей дошкільного віку гуманістичної функції духовника. Без патріотичних якостей у іміджі образу «Я» – особистості й професіонала не може бути й мови про здатність педагога до якісного патріотичного виховання молоді.

Діяльність асистента вихователя дітей дошкільного віку неможлива без застосування творчих підходів, тому для іміджу асистента вихователя вкрай важливою є наявність у нього творчого потенціалу, творчих здібностей, потреби у творчій самореалізації, застосування педагогічних технологій, що сприяють виявленню та розвитку творчих здібностей дітей; створення сприятливої для творчості атмосфери на заняттях, заохочення творчих підходів до створення продуктів праці на заняттях.

Розгляд іміджу вихователя дітей дошкільного віку як предмета теоретичного аналізу свідчить про відсутність єдиної наукової позиції на сутність цього феномену, наявність у нього загальних і специфічних характеристик.

Загальні характеристики пов'язані передусім з усталеними уявленнями психологів про імідж будь-якого фахівця, якому притаманні такі ознаки: здатність до виникнення як символічного образу суб'єкта у процесі його комунікації з іншими суб'єктами; виконання ролі емоційно забарвленого стереотипного образу фахівця у свідомості інших людей, які його оточують у соціумі, у масовій свідомості; багатокомпонентність відповідного образу, до структури якого входять характеристики зовнішнього вигляду, особистісні

якості, соціальні характеристики, професійні компетентності, існування між усіма компонентами стійких зв'язків (тобто цей образ є певною системою).

В іміджі асистента вихователя дітей дошкільного віку треба враховувати особливості його професійної діяльності. З одного боку, йому властиві всі професійні характеристики як і будь-якому вихователю, але також він обізнаний у галузі різноманітних технологій, знає сучасний стан їхнього розвитку, виявляє технологічну творчість, чим стає прикладом для дітей. Тобто імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку – це цілісний образ педагога, який характеризує його як духовну, високоморальну особистість, яка має широку технічну ерудицію, знання про різноманітні сучасні технології, вміє їх використовувати сам і вчить цьому дітей.

Загалом імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку – це емоційно забарвлений цілісний образ його соціально-професійної ролі, пов'язаної з відродженням української етнокультури та творчого духу народу, який формується ним у процесі фахової підготовки й презентується під час педагогічної практики та має внутрішній (образ «Я» – особистості й професіонала) та зовнішні складники (образ зовнішніх характеристик).

Асистент вихователя як духовна особистість виявляє себе в одухотворенні всього освітнього процесу в закладі дошкільної освіти, сприяє чесному й правдивому ставленню дітей до виконання завдань вихователя, панування на заняттях педагогіки добра.

Моральність асистента вихователя дітей дошкільного віку характеризує його як людину чесну, совісну, справедливу, об'єктивну, доброзичливу. Людину, яка здатна прийти на допомогу за будь-якої ситуації. Людину, яка є справжнім патріотом України.

Творчість асистента вихователя дітей дошкільного віку виявляється у потребі творчої самореалізації, застосування педагогічних технологій, що сприяють виявленню та розвитку творчих здібностей дітей; створення сприятливої атмосфери для творчості на заняттях.

Він як глибокий фахівець спроможний: застосовувати на практиці

системи та принципи адаптації дитини з особливими потребами під час підготовки та проведення теоретичних і практичних занять [6].

Частиною іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку є наявність психологічних компонентів – ціннісного ставлення особистості до обраної професії, емоційного залучення до неї, рівня професійних домагань, позитивної «Я-концепції» вихователя, яка відображає всі особливості свідомості, психіки, розвиток особистісних якостей, рис характеру, інтелектуальних якостей, розкриття творчого потенціалу особистості, моральне вдосконалення і постійне прагнення самовдосконалення.

Імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку – це явище, яким можна керувати. Керованість іміджу передбачає розуміння закономірностей його функціонування та формування, зумовлює необхідність спеціальної діяльності з його проектування, діагностики, формування та корекції, що здійснюється через принципи, методи, технології. Усе це зумовлює розуміння майбутніми педагогами важливості позитивного іміджу та спеціальні знання та вміння щодо його формування. Відсутність таких знань позбавляє процес формування іміджу цілеспрямованості та робить його стихійним.

Формування позитивного професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку є одним із способів гуманізації освіти, підвищення ефективності педагогічної діяльності та популяризації педагогічної праці. Сутність професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку, його структура, закономірності його формування потребують спеціального дослідження через свою специфічність та відмінність від професійного іміджу представників інших професій, що може перетворити його на повноцінний чинник педагогічного процесу.

Отже, у цьому параграфі чітко визначилися цільові орієнтири формування в майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку іміджу. Ними стали його складники як системного утворення.

2.2.

2.2. Теоретичне обґрунтування технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в умовах закладу вищої освіти

Урахування закономірностей процесу формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку передбачає побудову його науково-обґрунтованої технології, тобто організаційно-методичного інструментарію: методів, форм, засобів, певної послідовності дій, а також наявність матеріально-технічних засобів (навчальних та наочних посібників, технологічних пристроїв тощо), що використовують для досягнення спрогнозованого педагогічного результату.

Як зазначає В. Беспалько, «кожна діяльність може бути або технологією, або мистецтвом. Мистецтво ґрунтується на інтуїції, технологія – на досягненнях науки. З мистецтва все починається, технологією – закінчується, щоби потім все розпочати спочатку» [38, с. 5]. Асистент вихователя дітей дошкільного віку за покликом та обов'язками поєднує в собі й наукові знання, й інтуїтивне бачення виконання певних завдань педагогічної практики, саме тому роль його у формуванні професійного іміджу надзвичайно складно переоцінити, їй притаманна тенденція до неухильного зміцнення в системі виховної роботи.

Термін «технологія» (від гр. *techne* – мистецтво, майстерність; *logos* – наука) трактують як сукупність методів обробки, виготовлення, змінювання стану, властивостей, форми матеріалу, що здійснюються під час виготовлення продукції [114]. Технологія в освітньому процесі – це система визначених наукою засобів, прийомів та алгоритмів, застосування яких забезпечує одержання спрогнозованих результатів діяльності, яка гарантує отримання продукції зазначеної кількості і якості [215].

В останні десятиліття поняття «технологія» було залучено до обігу в педагогічній науці. У вітчизняних та зарубіжних працях з педагогіки вживають терміни «освітня технологія», «педагогічна технологія», «технологія навчання (виховання, управління)». Заналізуємо їх докладніше та порівняємо їхню

сутність у контексті проблеми дослідження.

Загальну тенденцію розвитку освіти, єдиного освітнього простору відбиває педагогічна технологія [200]. Педагогічні технології спрямовані на розв'язання стратегічних для системи освіти завдань: моніторинг розвитку освіти, прогнозування та планування цілей, результатів, головних етапів, засобів, організаційних форм освітньо-виховного процесу. В Україні на сьогодні такими педагогічними технологіями є гуманістична концепція освіти, Закон України «Про освіту», «Про вищу освіту», система безперервної освіти [78].

Педагогічна технологія, зокрема, формує механізми реалізації за наявності певних умов освітніх технологій у навчально-виховному процесі [96]. Такі технології акумулюють і репрезентують загальні ознаки й закономірності навчально-виховного процесу, не зумовлені конкретним навчальним предметом. Певна педагогічна технологія це технологічний конструкт структурно-функціональної моделі навчально-виховного та управлінського процесів [96].

Нагальним є питання, чим саме відмінна технологія від методики, бо перша зумовлює втілення концепції в практику. Методику визначає певна дидактика, яка враховує особливість змісту освіти, засобів, методів і прийомів її засвоєння [306]. Проте за змістом термін «методика» ширший за термін «технологія», тому що є синтезом змістового й інструментального аспекту педагогічного процесу [78].

За методикою можуть застосовувати різні технології, тобто вона є окремою теорією, а технологія – власне алгоритмом її втілення в практику [420]. Педагог повинен не лише застосовувати методику, він має оперувати знаннями й уміннями, тобто володіти технологією отримання спрогнозованого результату [77].

У створенні професійного іміджу майбутнього асистента вихователя потрібно реальний імідж максимально наблизити або поєднати з ідеальним. Особливістю педагогічної технології є гарантування потрібного результату й

створення навчального плану в майбутньому [78].



Рис. 2.1. Структурно-функціональна модель формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в системі освітньої діяльності закладу вищої освіти

Нами була розроблена структурно-функціональна модель формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в системі освітньої діяльності закладу вищої освіти, яка виконує функцію ідеального об'єкта, ґрунтування на якому забезпечує розвиток освітнього середовища на рівні ЗВО, трансформацію його в особистісно орієнтоване, сприяє розробці й реалізації його іміджевої політики, переосмисленню й розширенню самостійної діяльності майбутнього педагога відповідно до модернізаційних процесів розвитку вищої освіти, яка забезпечує високий рівень підготовки сучасного вихователя.

Складниками структурно-функціональної моделі є: мета: сформувати імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку – образ «Я» – особистості й професіонала та образ зовнішніх характеристик; та цільові орієнтири відповідного процесу (структурні компоненти цілісного – внутрішнього й зовнішнього – образу асистента вихователя як особистості та професіонала); методологічний (методологічні підходи); теоретичний (принципи й зміст діяльності викладачів і студентів щодо досягнення цільових орієнтирів) і технологічний (етапи та структурні компоненти технології формування в майбутніх асистентів вихователя професійного іміджу) блоки; результат: сформованість у майбутнього асистента вихователя іміджу та здатності до його удосконалення. Відповідна модель є цілісною сукупністю взаємопов'язаних компонентів, кожний з яких виконує особливі функції. Функція методологічного компонента – відігравати роль регулятиву пошуку структурних елементів іміджу асистента вихователя та теоретичних основ його формування в умовах університету.

Між усіма компонентами моделі існують взаємозумовлені зв'язки. Так, обґрунтування теоретичних підвалин процесу формування в студентів іміджу (його закономірностей, принципів і способів) здійснюють тільки на підставі загальнонаукових і конкретно-наукових принципів.

Професійний імідж асистента вихователя є його цілісним образом, у якому відбито два взаємопов'язані складники (внутрішній і зовнішній) – образ

«Я» – особистості й професіонала та образ зовнішніх соціально-психологічних якостей – культури особистісно зорієнтованого управління навчально-виховним процесом вербальними засобами та культури невербальної комунікації в педагогічній взаємодії.

Професійний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку є особливою цілісністю його образів – внутрішнього образу «Я» – особистості й професіонала в галузі організації інклюзивної освіти й дошкільного виховання в професійній самосвідомості та образу зовнішніх характеристик у груповій і масовій свідомості дітей, їхніх батьків, керівників навчального закладу та представників громадськості. Цілісною сукупністю взаємопов'язаних структурних компонентів його образу «Я» – особистості й професіонала є такі: мотивація до професійної діяльності; духовно-моральна досконалість; рівень сформованості рефлексивних умінь; «Я–концепція» самоформування й удосконалення іміджу; цілісна сукупність професійних компетентностей функціонального плану.

До складників системи «образу зовнішніх характеристик асистента вихователя дітей дошкільного віку» належать: культура технічної ерудиції, технологічної творчості й використання її продуктів у педагогічних цілях на заняттях та у позанавчальній роботі; організаторські здібності; активність громадської позиції та патріотизм; комунікативна культура; габітарна культура; артистична культура.

Функція теоретичного блоку (його провідні складники: принципи та зміст реалізації іміджевої політики на технологічних факультетах педагогічних університетів) – слугувати науково-педагогічною основою для створення відповідної технології та її впровадження до практичної діяльності університетів.

Добір педагогічної технології формування цілісного педагогічного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку як системної сукупності функціонування всіх інструментальних і методичних засобів реалізації у ЗВО іміджевої політики – це перетворення виховного процесу в

ньому на особистісно-розвивальний. Наша позиція щодо структури педагогічної технології збігається з точкою зору тих дослідників (В. Бондаренко, П. Матвієнко, В. Безпалько [38] та ін.), які до її структурних компонентів зараховують: концептуальну основу (вона відбиває «ідеологію» проектування й впровадження певної педагогічної технології; змістово-процесувальну частину (у ній відбиваються загальні й конкретні цілі діяльності, її зміст, методики та форми досягнення окреслених цілей); професійну частину, у якій відбивається залежність успішності функціонування й відтворення створеної технології від рівня педагогічної компетентності й майстерності педагогів. Мотиваційна основа відповідної позиції – загальнонаукова позиція щодо наявності в педагогічних технологіях потенціалу для акумуляції й вираження закономірностей і загальних ознак навчально-виховного процесу.

Педагогічна технологія формування професійного іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку складається з декількох взаємопов'язаних етапів:

- інформаційно-мотиваційний етап, що полягає в ознайомленні студентів з основами іміджології та іміджмейкінгу;
- автогностичний етап, упродовж якого студенти пізнають власний внутрішній світ, вивчають власні психологічні характеристики, здійснюють об'єктивацію самооцінки власного іміджу;
- стратегічно-проектувальний етап, упродовж якого студенти створюють для себе ідеальний професійний імідж та планують способи його досягнення;
- організаційно-діяльнісний етап, протягом якого відбувається робота з формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя у цілісному педагогічному процесі ЗВО;
- випробувальний етап, де результати роботи зі створення професійного іміджу перевіряють упродовж педагогічної практики студентів;
- рефлексивний етап, упродовж якого студенти аналізують відповідність

створеного іміджу ідеальному;

- стимулювальний етап – це етап мотивації активності майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку у самоформуванні позитивного професійного іміджу;
- оцінно-результативний, протягом якого студенти здійснюють аналіз власних досягнень або невдач у досягненні стратегічних цілей.

Мета інформаційно-мотиваційного етапу технології – ознайомлення студентів з теоретичними основами іміджелогії, із сутністю основних понять іміджелогії, усвідомлення ними основних закономірностей та засвоєння базових технік іміджмейкінгу, а також формування мотивації майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку на створення власного професійного іміджу.

Автогностичний етап (греч. autognosis, від autos – сам та gnosis – знання) – це етап самопізнання, протягом якого студенти пізнають власний внутрішній світ, вивчають власні психологічні характеристики, здійснюють об'єктивацію самооцінки власного іміджу, спрямовують зусилля до особистісно професійного самовдосконалення.

Мета автогностичного етапу – дослідити власний імідж, спробувати визначити, який образ індивіда сформований у свідомості оточення, допомогти студентам максимально пізнати свій внутрішній світ, з'ясувати власні переваги та недоліки, позитивні та негативні риси характеру, визначити особливості власної самооцінки. Його результатом є створення власного об'єктивного психологічного портрету, а також з'ясування реального особистісного іміджу.

Завдання автогностичного етапу:

- заналізувавши власну зовнішність згідно з вимогами до габітарного компоненту професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку, з'ясувати переваги та недоліки свого зовнішнього вигляду;
- визначити те, що потрібно змінити, на підставі чого будуть сформульовані конкретні завдання з формування іміджу;
- за допомогою самодіагностичних методик краще пізнати власний

внутрішній світ;

- сформуванати уявлення про власну «Я-концепцію», її якість;
- з'ясувати рівень свого творчого потенціалу;
- встановити рівень професійної спрямованості на педагогічну діяльність;
- з'ясувати рівень розвитку комунікативних схильностей та мовленнєвих умінь;
- визначити основні особистісні ресурси, на які можна спиратися для побудови власного професійного іміджу.

Професійний імідж на цьому етапі точно оцінити неможливо, оскільки у студентів, які тільки почали навчатися в педагогічному університеті, він ще не сформований або може бути сформований стихійно та лише частково.

Упродовж автогностичного етапу студенти проходять психологічне тестування, використовуючи рекомендовані викладачем самодіагностичні методики, та оцінюють власний імідж за такими критеріями: сформованість «Я-концепції»; відповідність габітарного іміджу вимогам; наявність професійної спрямованості; сформованість іміджевої компетентності; рівень сформованості мовленнєвих та комунікативних умінь; рівень творчого потенціалу.

На цьому етапі важливо зазначити, що для самопізнання та самодіагностики студентам потрібно використовувати лише спеціальні психодіагностичні методики, розроблені фахівцями, щоб створити об'єктивну картину [140].

Умови ефективності роботи на автогностичному етапі: 1) застосування комплексу методик самотестування з метою самопізнання; 2) неупередженість та готовність студентів до сприймання неочікуваних результатів щодо власної особистості та зовнішності; 3) бажання студентів створити об'єктивний якнайточніший власний психофізичний портрет; 4) використання перевірених професійних самодіагностичних методик; 5) ретельна фіксація результатів самопізнання та самовдосконалення.

Стратегічно-проектувальний етап передбачає планування роботи з самовдосконалення з метою створення позитивного професійного іміджу. Студенти створюють для себе ідеальний професійний імідж, з'ясовують розбіжності між реальним та ідеальним іміджем і планують способи його досягнення.

Мета стратегічного-проектувального етапу – розробити індивідуальний план конкретних дій та заходів зі створення власного професійного іміджу.

Завдання:

- визначити ті індивідуальні характеристики, які мають стати основою професійного іміджу (власні позитивні риси, які є релевантними щодо майбутньої професійної діяльності);
- створити образ «ідеального Я», який буде метою особистісно-професійного самовдосконалення позитивного професійного іміджу;
- визначити відмінності між «реальним Я», визначеним на попередньому етапі, та створеним образом «ідеальним Я»;
- з'ясувати способи подолання визначених відмінностей;
- скласти план роботи над власним професійним іміджем, окреслити конкретні дії з удосконалення іміджу;
- окреслити терміни виконання кожного етапу зі створення професійного іміджу.

Стратегічно-проектувальний етап передбачає складання плану дій зі створення власного професійного іміджу. Він містить певний комплекс та послідовність дій: 1) створення ідеального для індивіда образу; 2) аналіз відмінностей між ідеальним образом та реальним; 3) визначення компонентів іміджу, які потребують вдосконалення; 4) окреслення способів їх корекції та вдосконалення; 5) створення плану конкретних дій з наближення реального іміджу до ідеального професійного іміджу.

Умови ефективності роботи на стратегічно-проектувальному етапі: 1) для об'єктивного визначення відмінностей між реальним та ідеальним образом студенту повинна бути притаманна адекватна самооцінка. У разі, якщо вона

завищена або занижена, куратор або викладач, який працює з групою, спрямовує зусилля студента на трансформацію виявлених негативних виявів унаслідок самопізнавальної діяльності; 2) для створення образу «ідеального Я» студент має усвідомлювати особливості професійної діяльності асистента вихователя дітей дошкільного віку та вимоги, що висувають до неї; 3) знання механізмів та закономірностей формування професійного іміджу; 4) студент має усвідомити, що працювати потрібно як над слабкими сторонами власної особистості, щоб їх трансформувати, так і над розвитком позитивних властивостей. Саме така стратегія є більш ефективною з огляду на системне самовдосконалення.

Організаційно-діяльнісний етап, упродовж якого відбувалася робота з формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку у цілісному педагогічному процесі педагогічних університетів, був найтривалішим. Він розпочинався від подання документів на зарахування студентів до вишу та до отримання диплома про вищу освіту.

Мета етапу – сформувати професійний імідж майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку.

Завдання:

- сприяти усвідомленню студентами важливості цілісності професійного іміджу та пріоритету його цілісності та гармонійності над окремими його складниками;
- сприяти формуванню професійного іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку;
- сформувати «Я-концепцію» кожного студента, якій притаманна ясність, і вона відповідає вимогам майбутньої професійної діяльності;
- сприяти приведенню зовнішності кожного студента у відповідність з вимогами до габітарного компоненту професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку;
- допомогти кожному студенту набути іміджевої компетентності;
- посилити професійну спрямованість студентів;

- сформувати вміння комунікативної та мовленнєвої поведінки студентів, які відповідають вимогам їхньої професійної діяльності;

- створити умови для розвитку творчих здібностей студентів і вияву їхнього творчого потенціалу.

Умови ефективності роботи на організаційно-діяльнісному етапі:

- 1) забезпечення індивідуального підходу до кожного студента під час формування їхнього професійного іміджу; 2) створення сприятливої атмосфери для виявлення індивідуальності кожного студента; 3) створення атмосфери, сприятливої для вияву творчого потенціалу кожної особистості; 4) урахування природних особливостей, темпераменту, зовнішності, характеру, умов виховання особистості, схильностей, здібностей тощо під час удосконалення якостей, потрібних для створення професійного іміджу; 5) залучення кожного студента до практичних дій зі створення власного професійного іміджу для набуття досвіду відповідної діяльності як компонента іміджевої компетентності; 6) об'єктивна самооцінка рівня сформованості компонентів власного іміджу разом з прагненням його вдосконалювати.

Зауважимо, що оскільки професійний імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку містить компоненти, що легко змінити (зовнішність) і такі, над якими потрібно працювати тривалий час (професійні й особистісні якості), а також такі, що досить складно піддаються контролю та виправленню (голос, хода, жести), організаційно-діяльнісний етап триває досить тривалий час, зокрема впродовж усього навчання в педагогічному університеті від вивчення тем спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО» до педагогічної практики, коли з'являється можливість перевірити створений професійний імідж.

Послідовність дій на організаційно-діяльнісному етапі може бути різною, але вона має містити: роботу з формуванням «Я-концепції»; роботу над зовнішністю; засвоєння створеного для себе образу; вживання в образ; апробацію образу в штучно створених ситуаціях; роботу з удосконалення мовленнєвих умінь; роботу з удосконалення комунікативної поведінки;

розвиток творчого потенціалу особистості;

Засобами формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку протягом організаційно-діяльнісного етапу є: зміст навчального матеріалу освітньо-професійної програми; методи та форми навчання й виховання; міжособистісні стосунки в групі; стиль спілкування викладачів зі студентами; освітнє середовище вищого навчального закладу.

Організаційно-діяльнісний етап не обмежений в часі. Оскільки процес формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку передбачає цілеспрямовану роботу на кожному курсі, починаючи з першого, професійний імідж формують, враховуючи його поступовий характер та беручи до уваги його розгалужену структуру. Формування професійного іміджу починається на заняттях з «Вступу до спеціальності», «Педагогіки загальної», «Психології загальної», «Історії дошкільної педагогіки» з поступовим упровадженням в навчально-виховний процес глосарію з іміджу та тем укладеного спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО». Наприклад, студенти систематизують думки видатних педагогів про образ вихователя, порівнюють уявлення про педагога та педагогічну діяльність у різні історичні періоди та на різних етапах розвитку педагогічної науки, аналізують зміни уявлень людства про ідеального педагога та порівнюють їх із власними уявленнями.

2.3.

2.3. Особливості впровадження технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку в освітній процес закладу вищої освіти

Беручи до уваги той факт, що на даний момент ще студенти за спеціалізацією «Асистент вихователя» не приступили до вивчення вибіркових дисциплін. Отже, ми не можемо провести педагогічний експеримент. Але розробили та представляємо спроектовану програму впровадження формування професійного іміджу у асистентів вихователя дітей дошкільного віку за допомогою спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО».

Ми вважаємо, що реалізація завдань із зазначених складників формування професійного іміджу максимально залежатиме від програми укладеного спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО», а саме: залучення до навчальних програм тем спецкурсу (лекції, консультації, бесіди, семінари, семінари-тренінги, диспути, ділові ігри, брейн-ринги, конкурси, педагогічні турніри тощо), з метою формування у студентів іміджу, дисциплін професійно-педагогічної та практичної підготовки: «Вступ до спеціальності», «Загальна педагогіка», «Дошкільна педагогіка», «Загальна психологія» тощо.

Особливого статусу в змісті підготовки здобувачів освіти за спеціалізацією «Асситент вихователя», на нашу думку, може набути спецкурс «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО», під час опанування яким майбутні педагоги не тільки усвідомлювали б на самоцінному рівні особистісно-розвивальну сутність цього феномену, але й оволоділи методичними засадами самоформування іміджу [58].

Метою спецкурсу є ознайомлення майбутніх асистентів вихователя з основами іміджелогії, актуалізація мотивації студентів до створення власного іміджу та підвищення рівня його сформованості, створення настанови особистості на професійне самовдосконалення, формування ціннісних орієнтацій студентів на самореалізацію в майбутній професійній діяльності.

Особливістю програми курсу «Імідж сучасного асистента вихователя

ЗДО» є активна спрямованість на формування в майбутніх асистентів вихователя ціннісних орієнтацій на самореалізацію та саморозвиток у професійній діяльності.

Провідними ідеями курсу є такі: позитивний професійний імідж стає обов'язковим складником конкурентоздатності фахівця; професійний імідж, який передбачає створення загального образу – це синтез професійних якостей і компетентностей та особистісних якостей і зовнішності особистості; позитивний професійний імідж майбутніх асистентів вихователя можна сформувавши, якщо цей процес буде охоплювати всі аспекти студентського життя та відбуватися цілеспрямовано й безперервно; ефективно сформувавши позитивний професійний імідж вихователя можливо лише за умови взаємозв'язку та взаємозумовленості цільового, змістового, технологічного та результативного компонентів процесу його формування; позитивний професійний імідж майбутнього асистента вихователя може сформувавши лише сам носій іміджу завдяки наполегливій роботі над собою; формування професійного іміджу неможливе без оволодіння прийомами самопізнання та рефлексії; професійний імідж потребує постійної роботи над ним через мінливість зовнішніх обставин і внутрішніх чинників; імідж є нестійким феноменом, що вимагає постійної корекції.

Завдання спецкурсу: ознайомити студентів із сутністю поняття «імідж», його історією та сучасними уявленнями про імідж; ознайомити студентів з основними поняттями іміджелогії; сформувавши уявлення про основні типи іміджу; сформувавши загальне поняття про структуру професійного іміджу асистента вихователя; ознайомити з основними закономірностями та принципами формування іміджу педагога; з'ясувати роль рефлексії в процесі формування власного іміджу; ознайомити студентів з основними методами самопізнання та самооцінки; сформувавши уявлення про основні методи саморозвитку для формування позитивного іміджу; допомогти студентам здійснити самодіагностику іміджу та з'ясувати рівень сформованості власного іміджу; підвищити рівень сформованості професійного іміджу студентів за

допомогою спеціально дібраних вправ; укласти разом зі студентами індивідуальні програми самовдосконалення та формування позитивного іміджу.

До рівня засвоєння дисципліни ми виставляємо наступні вимоги. По завершенню вивчення спецкурсу студенти повинні знати: теоретичні основи іміджелогії; основні поняття іміджелогії, що забезпечують усвідомлення закономірностей і механізмів формування та корекції професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку; види іміджу та його компоненти; алгоритми й методи формування позитивного професійного іміджу асистента вихователя дітей;

1) студенти повинні вміти: визначати основні проблеми професійного іміджу; використовувати знання з дисципліни як засіб створення власного професійного іміджу та підвищення його ефективності; розв'язувати іміджеві завдання за допомогою інструментарію іміджелогії; ефективно використовувати професійний імідж у процесі розв'язання педагогічних завдань;

2) студенти повинні володіти: навичками самоаналізу й самоконтролю для підтримки та корекції власного професійного іміджу; навичками самопрезентації для створення та підтримки позитивного професійного іміджу; навичками саморозвитку та прагненням професійної самореалізації.

Курс може містити лекційні, практичні, семінарські, контрольні заняття та самостійну роботу студентів. Лекційні заняття призначені для ознайомлення з теоретичним матеріалом за курсом і його узагальнення, їхнім підґрунтям може слугувати наукова інформація з психології, соціології, власне іміджелогії, адаптованої до педагогічної діяльності асистента вихователя дітей дошкільного віку. Аудиторна робота передбачала б застосування новітніх інформаційних технологій. а також діалогічного спілкування студентів з викладачем. На семінарських заняттях бажано використовувати сучасні методи навчання: ділові ігри, міні-конференції, дискусії, тренінги, що зумовили уникнення пасивного сприйняття інформації та максимальне використання творчого

потенціалу студентів.

Семінарські й практичні заняття можуть бути спрямовані на перетворення набутих під час лекцій знань в уміння й навички іміджеформувальної діяльності завдяки застосуванню тренінгових вправ, спрямованих на розвиток і вдосконалення складників професійного іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку, а також критичний аналіз та адаптацію майбутніми педагогами засвоєної інформації відповідно до власного досвіду й можливостей, укладання і реалізацію плану створення власного професійного іміджу. Семінарські заняття спрямовані на самостійне опрацювання студентами теоретичного матеріалу, поглиблення знань студентів з певних розділів дисципліни з подальшим їхнім обговоренням та залучення досвіду видатних людей до створення власного іміджу. Практичні заняття бажано проводити для ознайомлення студентів з психологічними методами самопізнання, проведення самодіагностики, укладання індивідуального плану дій.

Самостійна робота студентів з дисципліни «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО» також відіграє важливу роль у теоретичному й практичному опануванні навичок зі створення іміджу. Самостійна робота є позааудиторною та призначена для самостійного опрацювання студентами розділів дисципліни за рекомендованими викладачем матеріалами з метою поглиблення знань, отриманих на лекційних заняттях.

На нашу думку, така самостійна робота передбачає: підготовку до тренінгів і дискусій, індивідуальну роботу й роботу в малих групах, підготовку доповідей з обговорюваних на лекціях і практичних заняттях тем, створення презентацій, самодіагностику, самоаналіз, самомоніторинг.

Репрезентуємо програму спецкурсу такими темами і їхнім змістовим наповненням:

Тема 1. Іміджелогія як наука й практична діяльність містила такі питання: Іміджелогія як науково-практична, інноваційно-технологічна дисципліна; витоки іміджелогії. Аналіз визначень іміджелогії як науки та

практики. Цілі й завдання іміджології. Теоретична й прикладна іміджологія. Імідж як предмет іміджології. Сучасні уявлення про імідж у різних галузях наукового знання. Носій та реципієнт іміджу. Антропологічне підґрунтя іміджології. Зв'язок іміджології з іншими науками. Принципи іміджології.

Тема 2. Іміджмейкінг. Іміджмейкінг як діяльність зі створення іміджу з певними властивостями. Імідж-ефект. Перетворення іміджу для досягнення окреслених цілей. Структура та функції іміджмейкінгу. Значення механізмів соціально-психологічного впливу в процесі формування іміджу. Закономірності формування й функціонування іміджу. Громадська думка та суспільна свідомість.

Тема 3. Поняття іміджу. Імідж як предмет іміджології. Імідж і репутація. Імідж і символ. Соціальні стереотипи й настанови. Імідж як поняття. Значення іміджу. Імідж як цілісний феномен. Природні й особистісні особливості людини. Характеристика основних складників іміджу. «Я-концепція». Критерії класифікації іміджу. Сучасні типології й основні функції іміджу.

Тема 4. Персональна іміджологія. Іміджеві характеристики. Основні умови формування іміджу. Особистісний і професійний імідж. Зовнішня й внутрішня мотивації створення іміджу. Свідомий і несвідомий рівні функціонування іміджу. Додаткові складники іміджу. Чарівність: великий секрет і маленькі хитрощі.

Тема 5. Імідж в рекламній діяльності. Імідж і реклама. Цілі реклами – інформативна, повідомлювальна, нагадувальна. Властивості іміджу. Створення позитивного іміджу в рекламі. Прийоми створення рекламного образу.

Тема 6. Політичний імідж. Поняття «політичний імідж». Імідж як сполучна ланка між політиком і його аудиторією. Проблема «імідж і вибори». Механізми побудови політичного іміджу

Тема 7. Професійний імідж сучасного вихователя. Поняття «професійний імідж вихователя». Складники професійного іміджу вихователя. Відмінності іміджу вихователя від іміджу інших фахівців. Мала, середня й велика соціальні групи як реципієнти іміджу. Масова аудиторія іміджу. Закономірності

сприймання професійного іміджу вихователя різними реципієнтами. Особливості презентації професійного іміджу педагога цільовій аудиторії. Цілісний підхід до формування іміджу.

Тема 8. Структура професійного іміджу сучасного асистента вихователя дітей дошкільного віку. Особливості роботи асистента вихователя дітей дошкільного віку у сучасному закладі дошкільної освіти. Компоненти професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку: габітарний імідж, предметно-технологічна компетентність, «Я-концепція», професійна спрямованість, мовленнєва та комунікативна поведінка, іміджева компетентність, творчий потенціал. Статус середовищного іміджу в цілісній структурі іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Тема 9. Вимоги до професійного іміджу сучасного асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Пропонуємо розглянути роль першого враження. Вимоги до габітарного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку. Закономірності візуального сприймання фігури людини. Поняття про предметно-технологічну компетентність та її складники: наявність інтересу до певної сфери практичної діяльності, у якій студент спеціалізується, знань та досвіду відповідної діяльності. Іміджева компетентність асистента вихователя дітей дошкільного віку та її компоненти: теоретичні знання про сутність професійного іміджу, його функції, види, структуру, закономірності й засоби формування тощо; прагнення та готовність створювати власний професійний імідж; володіння методами самопізнання, самоспостереження, самоаналізу, самоосвіти, самовиховання тощо; застосування отриманих знань на практиці, досвід діяльності зі створення власного професійного іміджу. «Я-концепція», сутність, види «Я-концепції». Професійна спрямованість асистента вихователя дітей дошкільного віку та її роль у побудові професійного іміджу. Вимоги до мовленнєвої та комунікативної поведінки асистента вихователя дітей дошкільного віку. Творчий потенціал асистента вихователя дітей дошкільного віку та його значення для професійного іміджу.

Тема 10. Механізми впливу під час формування іміджу. Поняття соціально- психологічного впливу. Механізми впливу на масову й індивідуальну свідомість. Технології нейролінгвістичного програмування. Формування іміджу в середовищі масової комунікації. Роль засобів масової інформації у формуванні соціальної реальності.

Тема 11. Технології іміджування. Принципи формування іміджу. Критерії добору моделі поведінки. Стратегії й тактики побудови іміджу. Вплив підсвідомої інформації на виникнення іміджу. Пряма й опосередкована інформація про людину. Техніки створення образу. Стереотипізація. Типізація, позиціонування, іміджева символіка. Міфологізація іміджу. Комунікативні стратегії. Переконання. Навіювання. Самопросування. Зараження. Моделі візуальної комунікації. Методи формування позитивного ставлення. Моделі поведінки в офіційному й неофіційному спілкуванні. Імідж як складова частина культури ділового спілкування. Імідж керівника освітнього закладу. Способи просування іміджу.

Тема 12. Створення й застосування стратегій формування іміджу. Стихійність і цілеспрямованість у формуванні іміджу. Поняття індивіда та індивідуальності. Характеристика етапів формування іміджу: самопізнання, самооцінка, оцінка очікувань реципієнтів іміджу, корекція власних характеристик, презентація іміджу, рефлексія, самомоніторинг. Забезпечення сталості та підтримки іміджу.

Тема 13. Самодіагностика. (лекція + практичне заняття) Застосування психодіагностики для створення психологічного портрета особистості. Психологічні тести для з'ясування основних психологічних характеристик особистості. Критерії ефективності професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Тема 14. Рефлексія як засіб самомоніторингу. Розвиток рефлексивних умінь (лекція + практичне заняття). Поняття про рефлексію. Значення рефлексії для створення власного професійного іміджу. Способи рефлексивного аналізу свого іміджу. Шляхи розвитку рефлексивних умінь.

Практичні й семінарські заняття можуть містити такі теми:

Тема 1. Імідж як історико-культурний феномен (семінар-дискусія)

Питання для самостійного опрацювання: Історія виникнення іміджу. Імідж в історії та політиці. Виникнення науки «іміджелогія». Взаємозв'язок понять «імідж», «образ», «авторитет», «стереотип», «престиж», «репутація». Практичне завдання: аналіз іміджу історичної особи.

Тема 2. Професійний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку (семінар-дискусія)

Питання для самостійного опрацювання: Зовнішній вигляд асистента вихователя дітей дошкільного віку. Вимоги та рекомендації щодо вибору стилю одягу, зачіски тощо.

Професійна компетентність асистента вихователя дітей дошкільного віку. Стили спілкування асистента вихователя з дітьми, їхніми батьками, колегами. Креативність асистента вихователя дітей дошкільного віку і його професійний імідж. Вимоги до мовленнєвої поведінки асистента вихователя. Моніторинг сформованого іміджу. Способи коригування іміджу.

Тема 3. Професійний імідж фахівців різних галузей. Інші види іміджу (семінар).

Питання для самостійного опрацювання: Імідж політика. Імідж політичної партії. Імідж педагога. Імідж естрадного виконавця. Імідж телеведучого. Імідж лікаря. Імідж психолога. Імідж керівника. Імідж компанії. Імідж закладу освіти. Імідж країни. Імідж бренду.

Практичне завдання: аналіз іміджу відомої особи.

Тема 4. Сам собі іміджмейкер (практичне заняття, ділова гра) Питання для самостійного опрацювання: Ідеальний і реальний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Діагностика власних психологічних властивостей. Самооцінка та взаємооцінювання іміджу.

Практичне завдання: створення персонального іміджу. Планування роботи над власним професійним іміджем.

Під час роботи над темою «Іміджологія як наука і практична діяльність» студенти дізналися про витоки й виникнення іміджології, створення специфічного образу в історичній ретроспективі, про державних діячів, відомих в історії політиків, яким було притаманне загострене відчуття іміджу та створювали його цілеспрямовано задовго до виникнення спеціальних досліджень. Під час ознайомлювальної лекції студенти дізналися про зв'язок іміджології з іншими науками та сучасні уявлення про імідж у різних галузях наукового знання, а також про поняття носія та реципієнта іміджу. Студенти усвідомили, що позитивний професійний імідж – обов'язковий компонент конкурентоспроможності сучасного фахівця в сучасному інформаційному суспільстві і є запорукою успішної кар'єри.

Після опрацювання теми студентам може бути запропоновано: пояснити, що вивчає іміджологія; пояснити, у чому полягає відмінність іміджології та іміджмейкінгу; назвати науки, з якими пов'язана іміджологія; назвати основні принципи іміджології. У межах теми «Іміджмейкінг» пропонуємо обговорювати питання можливості цілеспрямованого створення іміджу за допомогою фахівців, з'ясували структуру й функції іміджмейкінгу, закономірності соціального сприймання образу, а також закономірності формування й функціонування іміджу у свідомості його реципієнтів. Студенти можуть дізнатися про механізми формування суспільної думки, її свідомі та несвідомі компоненти, про канали поширення різних видів інформації, важливі для побудови іміджу.

Контроль засвоєння теми пропонуємо здійснювати за допомогою запитань:

- Що таке іміджмейкінг? Які його цілі?
- Назвіть основні функції іміджмейкінгу.
- Як використовують механізми соціально-психологічного впливу під час формування іміджу? Які саме?

Також можна запропонувати студентам назвати основні закономірності формування іміджу.

Під час опрацювання теми «Поняття іміджу» студенти докладно

ознайомлюються з поняттям «імідж», його відмінністю від таких термінів як «репутація», «авторитет», «образ», «стереотип», «соціальний стереотип», «думка», «суспільна думка». Майбутніх асистентів вихователя спрямовують до думки, що імідж – це цілісне та багатоаспектне утворення, яке відбиває природні та особистісні характеристики людини. У межах теми відбувається ознайомлення з різноманітними критеріями класифікації іміджу та його типами, а також з поняттям «Я-концепція» як основним складником будь-якого іміджу.

Для перевірки засвоєння теми можна поставити такі питання:

- Дайте визначення іміджу.
- Назвіть близькі за значенням поняття, що ототожнюють з іміджем? Поясніть їхню специфіку.
- Які характеристики людини відбито в іміджі? Як їх можна згрупувати?
- З чого складається імідж людини?
- Які складові частини іміджу ви вважаєте найзначущими?
- За якими критеріями виділяють різні види іміджу? Назвіть основні типи або види іміджу.
- Які функції виконує імідж?

Опрацювання теми «Персональна іміджелогія» передбачає ознайомлення студентів з характеристиками іміджу, основними умовами, що забезпечують формування позитивного іміджу. Студенти можуть бути залучені до дискусії за допомогою питань:

- Як ви вважаєте, чи є відмінності між особистісним і професійним іміджем?
- Якщо так, у чому вони полягають?
- Що може спонукати людину до створення свого іміджу?
- Які зовнішні мотиваційні чинники можуть бути значущими у створенні іміджу?
- Чи може бути внутрішня мотивація головним спонукальним важілем для створення власного професійного іміджу?
- Як ви вважаєте, наскільки свідомо сприймає імідж його реципієнт?

Які з компонентів іміджу можуть впливати на свідомість, а які – на підсвідомість?

- Чи є серед ваших знайомих люди, про яких ви можете сказати, що в них позитивний професійний імідж?
- Коли ви пригадуєте їх, які складники їхнього професійного іміджу спадають на думку насамперед?
- Що саме в їхньому образі ви асоціюєте із вдалим професійним іміджем?
- Наскільки важливо для фахівця, на вашу думку, мати позитивний професійний імідж?

Після проведеної дискусії викладач підсумовує основні положення, доповнює теоретичний матеріал та підкреслює найголовніші ідеї теми. Контроль теми здійснюють за допомогою бесіди:

- Назвіть основні характеристики іміджу.
- За яких умов виникає позитивний імідж?
- Чим схожі та чим відмінні особистісний і професійний імідж?
- Яка зовнішня та внутрішня мотивація спонукає людину до створення власного іміджу?
- Як ви розумієте свідомий і несвідомий рівні функціонування іміджу?

Теми «Імідж в рекламній діяльності» та «Політичний імідж» є ознайомлювальними й містять загальні питання про цілі та прийоми створення рекламного образу об'єкту, торговельної марки, бренду або компанії, а також механізми побудови іміджу політика.

У межах теми «Професійний імідж сучасного вихователя» студенти дізнаються про поняття та структуру професійного іміджу вихователя, їх відмінності від іміджу інших фахівців. Відбувається аналіз груп реципієнтів іміджу вихователя, особливості та закономірності їхнього сприймання образу вихователя; студентам пропонують подумати, які особливості презентації професійного іміджу вихователя допоможуть справити потрібне враження на цільову аудиторію.

Засвоєння теми можна перевірити за допомогою питань:

Що таке «професійний імідж вихователя»?

- З чого складається професійний імідж вихователя?
- Чим відмінний імідж фахівців різних галузей?
- У чому полягають особливості професійного іміджу вихователя?
- Хто є реципієнтами іміджу вихователя? У чому полягають особливості сприйняття ними іміджу вихователя?

– Як утворюються образ вихователя в уявленні його реципієнтів? З чого складається перше враження?

– Доведіть, що імідж вихователя є цілісним утворенням. Що означає цілісність професійного іміджу вихователя?

Наступна тема «Структура професійного іміджу сучасного асистента вихователя дітей дошкільного віку» присвячена докладному аналізу іміджу фахівця, безпосередньо пов'язаного з майбутньою професійною діяльністю студентів. Тема вимагає знань фахових дисциплін, оскільки аналізують особливості роботи асистента вихователя дітей дошкільного віку у сучасному закладі дошкільної освіти. Студентів ознайомлюють з компонентами професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку (габітарний імідж, іміджева компетентність, «Я-концепція», професійна спрямованість, мовленнєва та комунікативна поведінка, творчий потенціал), а також з поняттям «середовищний імідж».

Тема «Вимоги до професійного іміджу сучасного асистента вихователя дітей дошкільного віку» передбачає докладний аналіз вимог до габітарного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку, ознайомлення з поняттям іміджевої компетентності асистента вихователя дітей дошкільного віку, її складниками, закономірностями її формування й функціями, троїстою моделлю «Я- концепції» Р. Бернса, її сутністю та видами; студенти доходять висновку, що «Я- концепція» є ядром професійного іміджу. Ретельно й старанно вивчають вимоги до мовленнєвої та комунікативної поведінки педагога, ґрунтуючись на знаннях з фахових дисциплін, а також аналізують значення

творчого потенціалу, професійної спрямованості педагога та значення першого враження у формуванні професійного іміджу. Особливо зацентровано під час вивчення теми на значущості творчого потенціалу асистента вихователя дітей дошкільного віку у формуванні його професійного іміджу.

Майбутні асистенти вихователя дітей дошкільного віку мають усвідомити, що являє собою іміджева компетентність: теоретичні знання про сутність професійного іміджу, його функції, види, структуру, закономірності й засоби формування тощо; прагнення та готовність створювати власний професійний імідж; володіння методами самопізнання, самоспостереження, самоаналізу, самоосвіти, самовиховання тощо; застосування отриманих знань на практиці, досвід діяльності зі створення власного професійного іміджу.

Засвоєння тем перевіряють опитуванням:

- Які функції виконує асистента вихователя дітей дошкільного віку в умовах закладу дошкільної освіти?
- Чим його професійна діяльність відрізняється від роботи вихователя? У чому полягають особливості його роботи?
- Як ви розумієте поняття «професійний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку»?
- Які структурні компоненти складають професійний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку?
- Поясніть, що означає габітарний імідж?
- Які існують закономірності візуального сприймання людини?
- Яким вимогам має відповідати габітарний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку?
- Які візуальні ознаки, що асоціюються в людей із асистента вихователя дітей дошкільного віку, ви можете назвати;
- З яких компонентів складається іміджева компетентність? Як її досягти?
- Чому «Я-концепцію» вважають ядром професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку?

- У чому полягає сутність «Я-концепції»? Які її види?
- Які вимоги висувають до мовленнєвого компоненту професійного іміджу вихователя дітей дошкільного віку? Наскільки вони актуальні для асистента вихователя?
 - Яким вимогам має відповідати комунікативна поведінка асистента вихователя дітей дошкільного віку? Що може створити негативний імідж асистента вихователя?
 - Що розуміють під професійною спрямованістю асистента вихователя дітей дошкільного віку? Які її складники?
 - Наскільки важливо для асистента вихователя дітей дошкільного віку володіти творчим потенціалом? З чого він складається?

Тема «Механізми впливу в процесі формування іміджу» спрямована на ознайомлення з психологічними механізмами, які спрацьовують під час сприймання образу носія іміджу та виникнення його іміджу у свідомості реципієнта. Вивчення теми дає змогу зрозуміти, чому в нашій свідомості виникають ті чи ті образи, як іміджмейкери, реклама та засоби масової інформації впливають на людину; більш усвідомлено сприймати інформацію, яка надходить до нас, та обирати дієві засоби впливу на свідомість реципієнтів іміджу.

Після ознайомлення з темою передбачаємо бесіду за такими питаннями:

- Що в соціології розуміють під соціально-психологічним впливом?
- Які механізми впливу на масову свідомість використовують творці реклами, маркетологи, політтехнологи?
- Що таке нейролінгвістичне програмування?
- Як ви вважаєте, чи змінюється соціальна реальність під впливом засобів масової інформації? Якщо так, то як? Якщо ні, то чому?

Тема «Технології іміджевання» має суто практичну спрямованість, завдяки вивченню якої студенти ознайомлюються з принципами формування іміджу, стратегіями й тактиками створення іміджу, техніками створення позитивного образу (стереотипізація, типізація, позиціонування, іміджева

символіка, міфологізація іміджу, переконання, навіювання, самопросування, зараження). У межах теми розглядають особливості створення ділового іміджу керівника, моделі спілкування в офіційному й неофіційному спілкуванні, а також способи просування іміджу.

Засвоєння теми з'ясовують за допомогою питань:

- На яких принципах має ґрунтуватися позитивний професійний імідж?
- Як ви оберете потрібну модель поведінки? За якими критеріями ви зробите свій вибір?

Назвіть відомі вам стратегії, тактики та техніки створення іміджу.

- Наскільки впливає підсвідома інформація на реципієнта іміджу?
- Які комунікативні стратегії можна використовувати для створення позитивного іміджу?

– Які відмінності між моделями поведінки в офіційному та неофіційному спілкуванні?

- Назвіть основні характеристики іміджу керівника навчального закладу.

Тема «Створення та застосування стратегій формування іміджу» допомагає усвідомити та засвоїти основні етапи формування іміджу, можливість його скеровування, засоби забезпечення й підтримки іміджу.

Наприкінці викладач обговорює засвоєне зі студентами на основі питань:

- Що можна формувати в професійному іміджі, а що виникає стихійно?

- Визначте поняття «індивід» та «індивідуальність».

- Схарактеризуйте основні етапи створення професійного іміджу.

- Які засоби забезпечення сталості іміджу ви запам'ятали?

До цього моменту студенти мають усвідомити потребу цілеспрямованого формування професійного іміджу. Як було зазначено вище, чіткого розмежування етапів формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку немає, тому тема «Самодіагностика» розпочинає другий етап – автогностичний. Вона передбачає ознайомлення з психологічними тестами для з'ясування основних психологічних

характеристик особистості, особливостями використання психодіагностичних методик та критеріями ефективності професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку. По засвоєнню теоретичного матеріалу студенти можуть проходити тестування, яке допоможе їм створити власний психологічний портрет під назвою «Я-реальне».

Самоаналіз зовнішнього вигляду студенти здійснюють згідно з опитувальником:

– Чи усвідомлюю я переваги своєї зовнішності, які потрібно підкреслити у професійному іміджі?

– Чи відповідає моя зачіска (та макіяж) вимогам до зовнішнього вигляду вихователя?

– Чи знаю я, як створити діловий стиль в одязі?

У межах теми «Рефлексія як засіб самомоніторингу. Розвиток рефлексивних умінь» студенти з'ясовують значення рефлексії у створенні власного професійного іміджу, способи рефлексивного аналізу іміджу та способи розвитку рефлексивних умінь.

На семінарські заняття можуть бути запропоновані наступні теми, які потребують самостійного опрацювання та спільного обговорення, а саме: «Імідж як історико-культурний феномен», «Професійний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку», «Професійний імідж фахівців різних галузей». Студенти обговорюють взаємозв'язок термінів «імідж», «образ», «авторитет», «стереотип», «престиж», «репутація», визначають вимоги до компонентів професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку, а також порівнюють імідж фахівців різних галузей, а саме: політика, естрадного виконавця, телеведучого, лікаря, психолога, керівника тощо, а також бренду, компанії, навчального закладу, країни. Для практичної роботи студентам пропонуємо обрати відому особу та проаналізувати її імідж відповідно до структури компонентів та критеріїв.

На практичному занятті «Сам собі іміджмейкер» триває самодіагностика студентських психологічних властивостей, вони оцінюють сформованість

власного іміджу, а також сформованість іміджу своїх товаришів. Роботу завершують створенням ідеального професійного іміджу для себе й укладанням плану роботи над власним професійним іміджем, що, як вважаємо, є елементом стратегічного етапу формування професійного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку [58]. При плануванні роботи над побудовою іміджу студентам, насамперед, пропонують відповісти на такі запитання:

- Які основні професійні та особистісні характеристики ви бажаєте, щоб люди пов'язували з вами?
- Які з ваших характеристик ви хочете підкреслити, а які б ви воліли мінімізувати?

З урахуванням набутих теоретичних знань з іміджології та на основі самопізнання студенти укладають план роботи над своїм професійним іміджем, застосовуючи форму, представлену в табл. 2.2.

Розглянемо високий рівень засвоєння спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО». Майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку усвідомлює, що є іміджевою компетентністю: теоретичні знання про сутність професійного іміджу, його функції, види, структуру, закономірності й засоби формування тощо; прагнення та готовність створювати власний професійний імідж; оперування методами самопізнання, самопостереження, самоаналізу, самоосвіти, самовиховання тощо; застосування отриманих знань на практиці, досвід діяльності зі створення власного професійного іміджу.

Таблиця 2.2.

№ п/п	Складники іміджу	Позитивні риси	Потребують удосконалення	Способи удосконалення	Термін виконання

Студент повинен вміти: визначати основні проблеми професійного іміджу; використовувати знання з дисципліни як засобу створення власного професійного іміджу та підвищення його ефективності; розв'язувати іміджеві завдання за допомогою інструментарію іміджелогії; ефективно використовувати професійний імідж у процесі розв'язування педагогічних завдань. Під час вивчення тем спецкурсу майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку повинен набути: навичок самоаналізу й самоконтролю для підтримки та корекції власного професійного іміджу; навичок самопрезентації для створення та підтримки позитивного професійного іміджу; навичок саморозвитку й прагнення до професійної самореалізації.

Розглянемо достатній рівень засвоєння спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО». Майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку засвоїв теоретичні знання про сутність професійного іміджу, його функції, види, структуру, закономірності й засоби формування тощо. Він прагне створювати власний професійний імідж і застосовувати отримані знання на практиці, досвід діяльності зі створення власного професійного іміджу, але не завжди ця спроба є вдалою. Студент вміє: визначати основні проблеми професійного іміджу; розв'язувати іміджеві завдання за допомогою інструментарію іміджелогії; не завжди ефективно використовувати професійний імідж у процесі розв'язування педагогічних завдань. Під час вивчення тем спецкурсу майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку набув: навичок самоаналізу та самоконтролю для підтримки й корекції власного професійного іміджу; навичок самопрезентації для створення й підтримки позитивного професійного іміджу; навичок саморозвитку й прагнення до професійної самореалізації.

Низький рівень засвоєння спецкурсу «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО» передбачає наступні знання та вміння. Майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку засвоїв теоретичні знання про сутність професійного іміджу, його функції, види, структуру, закономірності й засоби формування тощо. Не прагне створювати власний професійний імідж та

застосовувати отримані знання на практиці. Студент вміє: визначати основні проблеми професійного іміджу; розв'язувати іміджеві завдання за допомогою інструментарію іміджелогії. Під час вивчення тем спецкурсу майбутній асистент вихователя дітей дошкільного віку набув: навичок самоаналізу й самоконтролю з метою підтримки та корекції власного професійного іміджу; навичок самопрезентації для створення й підтримки позитивного професійного іміджу; навичок саморозвитку й прагнення до професійної самореалізації, але не застосовує їх у процесі розв'язування педагогічних завдань.

Отже, впровадження в освітній процес експериментальної програми з формування професійного іміджу у майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку сприяла сформованості у студентів – майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку позитивного, мотиваційно-ціннісного ставлення до майбутньої професії завдяки створення оптимальних умов для самоосвіти студентів з іміджелогії задля поглибленого вивчення механізмів самопрезентації. Активне залучення студентів до соціокультурної, виховної, науково-дослідної роботи з проблеми формування професійного іміджу, а також оптимальне поєднання індивідуальних і колективних та інтерактивних форм роботи, організаційних форм виховання, навчання і продуктивної праці забезпечувало ефективний цілеспрямований розвиток усіх компонентів професійного іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Висновки до другого розділу

1. Вибір педагогічної технології формування педагогічного іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку як системної сукупності функціонування всіх інструментальних і методичних засобів реалізації у ЗВО іміджевої політики є способом перетворення педагогічного процесу у ньому в особистісно-розвивальний.

Відповідний висновок є результатом узагальнення різних позицій науковців щодо феномену «педагогічна технологія». Це й багатовимірний процес, спрямований на досягнення освітніх, виховних і розвивальних цілей

(В. Давидов, М. Кларін, П. Мітчелл, К. Сілбер, Р. Томас та ін.). Педагогічну технологію трактують і як:

а) галузь знань, підґрунтям якої є надбання соціальних, природничих наук та науки управління (В. Гузеєв, М. Ераут, Р. Кауфма, П. Підкасистий та ін.);

б) методичний та інший інструментарій, засіб досягнення цілей педагогічного процесу (В. Бухвалов, Н. Крилова, М. Майер, В. Паламарчук, С. Смирнов та ін.);

в) модель, техніка виконання завдань за певною алгоритмічною програмою в системі взаємодії учасників педагогічного процесу (В. Безпалько, С. Гібсон, І. Зязюн, В. Монахов, Б. Скіннер, В. Сластьонін, М. Уошанов та ін.).

2. Значна кількість науковців є одноставними, що основними критеріями технологічності є концептуальність як ґрунтування на науковій концепції, системність, зумовлена логікою педагогічного процесу, цілісністю та взаємозв'язком його компонентів, керованість і відтворюваність (можливість застосування в інших однотипних освітніх закладах).

Наша позиція про зміст та структуру педагогічної технології є інтегративною і збігається з переконаннями тих дослідників (П. Матвієнко, В. Безпалько та ін.), які до її структурних компонентів зараховують: концептуальну основу (вона відбиває «ідеологію» проектування й впровадження певної педагогічної технології); змістовно-процесувальну частину (у ній відбито загальні й конкретні цілі діяльності, її зміст, методики й форми досягнення окреслених цілей); професійну частину, яка оприлюднює залежність успішності функціонування й відтворення створеної технології від рівня педагогічної компетентності й майстерності педагогів.

Мотиваційну основу відповідної позиції забезпечують загальнонаукові положення про наявність у педагогічних технологіях потенціалу для акумуляції й вираження закономірностей і загальних ознак навчально-виховного процесу.

3. Провідна ознака педагогічних технологій полягає в етапності їхнього функціонування. Узагальнюючи аргументацію науковців, у технології формування в студентів професійного іміджу виокремлюємо такі етапи: інформаційно-мотиваційний; автогностичний; стратегічно-проектувальний; організаційно-діяльнісний; випробувальний; рефлексивний; стимулювальний; оцінно-результативний, характеристики яких наведено у цьому розділі.

4. Функції створеної педагогічної технології формування в майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку професійного іміджу забезпечують якісну реалізацію спроектованої відповідної структурно-функціональної моделі.

5. Впровадження в освітній процес експериментальної програми з формування професійного іміджу у майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку може сприяти сформованості у студентів – майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку позитивного, мотиваційно-ціннісного ставлення до майбутньої професії завдяки створення оптимальних умов для самоосвіти студентів з іміджелогії задля поглибленого вивчення механізмів самопрезентації. Задля цього нами було розроблено спецкурс «Імідж сучасного асистента вихователя ЗДО».

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі здійснено аналіз соціально й особистісно значущої проблеми формування іміджу майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку шляхом наукового обґрунтування відповідних теоретичних і організаційно-методичних основ. Результати пошуку підтвердили провідні положення наукового задуму й дали можливість сформулювати висновки поставленим завданням.

1. У результаті дослідницького пошуку проведено характеристику стану дослідженості обраної проблеми, яка показала існування родового складника її понятійного поля. Йдеться про філософський вимір родових категорій пошуку – «імідж» і «імідж учителя», у якому вони є феноменами реальної дійсності, виконують функцію інструментів соціального пізнання та можуть розглядатися в ролі моделей, форм суспільного управління та образів.

З'ясовано, що для побудови власного концептуального бачення структури іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку найсуттєвішими є положення вчених про те, що імідж є явищем індивідуальної, групової та масової свідомості. Результати останніх досліджень засвідчують, що імідж будь-якого педагога – це сукупний образ, у якому синтезуються особистісні та професійні якості із зовнішніми характеристиками, компонентами якого є індивідуально-типологічні, суб'єктивно-діяльнісні та соціально-психологічні характеристики особистості.

2. На основі аналізу феномену іміджу фахівця визначено сутність та структуру іміджу асистента вихователя дітей дошкільного віку.

Імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку – це цілісний образ педагога, який характеризує його як духовну, високоморальну, творчу особистість, що має широку технічну ерудицію, знання про різноманітні сучасні технології, вміє їх використовувати сам і вчить цього дітей з особливими освітніми потребами, у той же час, презентуючи себе справжнім фахівцем з інклюзивної освіти, виступає для оточуючих прикладом вихователя.

Професійний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку є особливою цілісністю його образів – внутрішнього образу «Я» – особистості й професіонала в галузі інклюзивної освіти у професійній самосвідомості та образу зовнішніх характеристик у груповій й масовій свідомості дітей, їхніх батьків, керівників закладу освіти та представників громадськості. Цілісною сукупністю взаємопов'язаних структурних компонентів його образу «Я» – особистості й професіонала є такі: мотивація до професійної діяльності; духовно-моральна досконалість; рівень сформованості рефлексивних умінь; «Я – концепція» самоформування й удосконалення іміджу; цілісна сукупність професійних компетентностей функціонального плану.

До складників системи «образу зовнішніх характеристик асистента вихователя дітей дошкільного віку» належать: культура ерудиції, організаторські здібності; активність громадянської позиції та патріотизм; комунікативна культура; габітарна культура; артистична культура.

3. За результатами аналізу зарубіжного та вітчизняного науково-практичного досвіду формування іміджу в майбутніх педагогів і вихователів визначено закономірності й принципи функціонування цього процесу на факультетах закладів вищої освіти.

4. Розроблено структурно-функціональну модель формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку у системі освітньої діяльності закладу вищої освіти, складниками якої є: мета та цільові орієнтири відповідного процесу (структурні компоненти цілісного – внутрішнього й зовнішнього – образу асистента вихователя дітей дошкільного віку як особистості та професіонала); методологічний (методологічні підходи), теоретичний (принципи й зміст діяльності викладачів і студентів у напрямі досягнення цільових орієнтирів) і технологічний (етапи формування іміджу та структурні компоненти технології формування іміджу майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку) блоки; результат. Структурно-функціональна модель формування в майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку іміджу виконує функцію такого ідеального об'єкта, який

забезпечує розвиток освітньо-культурного середовища ЗВО, сприяє розробці й реалізації його іміджевої політики, яка забезпечує високий рівень підготовки сучасного асистента вихователя дітей дошкільного віку для дитячого садка майбутнього.

5. Спроековано технологію формування в студентів іміджу, яка представлена як спільна діяльність викладачів і студентів, цільовими орієнтирами якої є всі складники цього феномену, а логіка здійснення якої передбачає етапність та взаємозв'язок активностей усіх суб'єктів освітнього процесу на шляху до мети, цілісність методів, форм і засобів прямування до неї, їх особистісно зорієнтовану спрямованість, здійснення діагностики поточних і кінцевих результатів в умовах забезпечення зворотного зв'язку.

Провідною умовою ефективності використання цієї технології є дотримання цілісності та послідовності таких її етапів: інформаційно-мотиваційного, автогностичного, стратегічно-проектувального, організаційно-діяльнісного, випробувального, рефлексивного, стимулювального та оцінно-результативного.

Специфіка технології полягає у використанні методу проекту на стратегічно-проектувальному етапі, віддзеркаленні у ній тенденції до взаємодії викладачів і майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку на основі ідей педагогіки співробітництва, орієнтації останніх на самопізнання (автогностичний етап), рефлексію самоформування складників іміджу (рефлексивний, організаційно-діяльнісний і випробувальний етапи).

Проведене дослідження не вичерпує всіх напрямів розв'язання обраної проблеми. Перспективними є дослідження, пов'язані з побудовою класифікації методів формування у майбутніх асистентів вихователя дітей дошкільного віку професійного іміджу; розробкою оптимального інструментарію діагностики рівнів його сформованості у студентів; з'ясуванням особливостей взаємодії викладачів ЗВО, батьків студентів та представників громадськості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Абакумова Н. Н. Трансформація поняття мониторинга в освітанні [Електронний ресурс] / Н. Н. Абакумова // *Современные проблемы науки и образования*. – 2011. – № 3. – Режим доступу : URL:<http://www.science-education.ru/97-4678>. – Названіе с екрана.
2. Агалець І. О. Обґрунтування методів формування знань і вмінь з дисципліни «Педагогічна іміджологія» у процесі професійної підготовки освітан [Електронний ресурс] / І. О. Агалець // *Проблеми інженерно-педагогічної освіти*. – 2013. – № 40–41. – С. 162–166. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pipo_2013_40-41_28.pdf. – Назва з екрана.
3. Алексюк А. М. Педагогіка вищої освіти України. Історія. Теорія : підруч. [для студ., аспір. та молод. викл. вищ. навч. закл.] / А. М. Алексюк. – К. : Либідь, 1998. – 560 с.
4. Альтшуллер А. А. Суперменеджер: імідж и самопрезентация / А. А. Альтшуллер. – М. : Феникс, 2004. – 160 с.
5. Андрєєва О. М. Формування професійного іміджу педагога в процесі підготовки студентів педколеджу [Електронний ресурс] / О. М. Андрєєва // *Вісник Луганського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія : Педагогічні науки*. – 2013. – № 13 (1). – С. 220–226. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vlup_2013_13\(1\)_34.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vlup_2013_13(1)_34.pdf). – Назва з екрана.
6. Андрущенко В. Філософія освіти ХХІ століття : пошук пріоритетів / В. Андрущенко // *Філософія освіти*. – К. : Майстер-клас, 2005. – № 1. – С. 5–17.
7. Атаманська К. І. Роль ігрових технологій у процесі формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога / К. І. Атаманська // *Вісник Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Серія : Педагогічні науки*. – 2012. – № 22, ч. 6. – С. 216–222. – Бібліогр. : 7 назв. – укр.
8. Бабак М. П. Використання комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філол. наук : 10.01.08 «Журналістика» / Бабак Марина

Петрівна. – К., 2007. – 20 с.

9. Балл Г. О. Категорія культури у визначенні орієнтирів освіти / Г. О. Балл // Діалог культур : Україна у світовому контексті : Філософія освіти : зб. наук. праць / [редкол. І. Я. Зязюн, С. О. Черепанова, Н. Г. Ничкало, С. О. Сисоєва та ін.]. – Львів : Сполом, 2002. – Вип. 8. – 384 с.

10. Барна Н. В. Сучасні імідж-технології у вимірах естетичного аналізу : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філософ. наук : спец. 09.00.08 «Естетика» / Барна Наталія Віталіївна ; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2008. – 19 с. – укр.

11. Белова И. М. Структурные и динамические характеристики компонентов самосознания : системный подход [Электронный ресурс] / И. М. Белова, Ю. А. Парфенов, Д. В. Сологуб, Э. А. Нехвядович // Фундаментальные исследования : научный журнал. – 2014. – № 3. – Часть 3. – С. 620–628. – Режим доступа : <http://www.rae.ru/fs/pdf/2014/3-3/33728.pdf>. – Название с экрана.

12. Бернс Роберт. Развитие Я-концепции и воспитание / Роберт Бернс ; [под общ. ред. В. Я. Пилиповский ; пер. с англ. М. Б. Гнедовский, М. А. Ковальчук]. – М. : Прогресс, 1986. – 420, [2] с.

13. Бех І. Д. Вибрані наукові праці. Виховання особистості : в 2 т. / І. Д. Бех. – Чернівці : Букрек, 2015. – Т. 2. – 2015. – 640 с. – (Школа майбутнього).

14. Бех І. Д. Виховання особистості : підруч. для студентів вищ. навч. закл. / І. Д. Бех. – К. : Либідь, 2008. – 848 с.

15. Бех І. Д. Виховання особистості : у 2 кн. / І. Д. Бех. – К. : Либідь, 2003. Кн. 1 : Особистісно орієнтований підхід : теоретико-технологічні засади : навч.- метод. видання. – 2003. – 280 с.

16. Бех І. Д. Особистісно-орієнтовна модель виховання як науковий конструкт / І. Д. Бех // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи : збірник наукових праць Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини / [ред. кол. : Побірченко Н. С. (гол. ред.) та інші]. – Умань :

УДПУ ім. Павла Тичини, 2002. – Вип. 3. – С. 167–181.

17. Бех І. Д. Особистість у просторі духовного розвитку : навч. посіб / І. Д. Бех. – К. : Академвидав, 2012. – 256 с.

18. Бех І. Д. Психологічні джерела виховної майстерності : [навч. посіб.] / І. Д. Бех. – К. : Академвидав, 2009. – 248 с. – (Альма-матер).

19. Блауберг И. В. Становление и сущность системного подхода / И. В. Блауберг, Э. Г. Юдин. – М. : Наука, 1973. – 271 с.

20. Бозаджиев В. Л. Имидж психолога / В. Л. Бозаджиев. – М. : Академия Естествознания, 2009. – 219 с.

21. Бозаджиев В. Л. Психолог : профессия и личность / В. Л. Бозаджиев. – Челябинск : Печатный двор, 2011. – 424 с. : ил.

22. Болсун С. А. Професійний імідж керівника навчального закладу / С. А. Болсун // Управління школою. – № 7–9 (379–381), березень. – 2013. – С. 51–55.

23. Бондаревич І. М. Духовна цілісність особистості : дійсність і перспектива : монографія / І. М. Бондаревич. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2008. – 162 с.

24. Бондаренко В. І. Вимоги до професійного іміджу майбутніх учителів технологій / В. І. Бондаренко // Наукова скарбниця освіти Донеччини. – 2015. – № 3. – С. 88–92.

25. Бондаренко В. І. Діагностика рівня сформованості професійного іміджу майбутніх учителів технологій / В. І. Бондаренко // Наукові праці вищого навчального закладу «Донецький Національний технічний університет». Серія : Педагогіка, психологія і соціологія. – 2015. – № 1 (16). – С. 22–30.

26. Бондаренко В. І. Імідж сучасного вчителя технологій : навч.-метод. посібник / В. І. Бондаренко. – Слов'янськ : Вид-во Б. І. Маторіна, 2011. – 170 с.

27. Бондаренко В. І. Моніторинг формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій / В. І. Бондаренко // Наука і освіта : науково-практичний журнал Південноукраїнського Національного педагогічного університету ім. К. Д. Ушинського. Серія : Психологія і педагогіка. – 2015. –

№ 4 (СХХХІІІ). – С. 22–29.

28. Баранівський В. Ф. Вища школа в системі національно-патріотичного виховання молоді / В. Ф. Баранівський // Вища школа як соціальний інститут і механізм соціалізації молоді : монографія / кол. авт.: М. Михальченко (кер.) [та ін.]. – Київ : Педагогічна думка, 2012. – С. 163–184.

29. Бурлачук Л. Ф. Словарь-справочник по психологической диагностике / Л. Ф. Бурлачук, С. М. Морозов. – К. : Наук. думка, 1987. – 528 с.

30. Бусыгина Т. А. Индивидуальный имидж как социально-перцептивный компонент профессиональной компетентности преподавателя вуза : автореф. дисс. на соискание учен. степени канд. псих. наук : спец. 19.00.05 «Социальная психология» [Электронный ресурс] / Бусыгина Татьяна Александровна. – Самара : Сам. гос. пед. ун-т, 2004. – 24 с. – Режим доступа : <http://www.childpsy.ru/dissertations/id/18101.php>

31. Вакуленко В. М. Акмеологічний підхід у теорії й практиці вищої педагогічної освіти України, Білорусі, Росії (порівняльний аналіз) : дис. доктора пед. наук : 13.00.01 / Вакуленко Валентина Миколаївна ; Луган. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Луганськ, 2008. – 562 с.

32. Великий тлумачний словник сучасної української мови : (з дод. і допов.) / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. – К. ; Ірпінь : Перун, 2005. – 1728 с.

33. Вишнякова С. М. Профессиональное образование : словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика / С. М. Вишнякова. – М. : НМЦ СПО, 1999. – 538 с.

34. Вохманіна І. В. Формування індивідуального стилю педагогічної діяльності майбутнього вчителя музики : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Вохманіна Ірина Вадимівна. – Харків, 2009. – 209 с.

35. Гайдук Н. О. Аналіз ефективності педагогічних умов професійного іміджу майбутнього вчителя фізичної культури / Н. О. Гайдук // Вісник Луган. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Серія : Педагогічні науки. – 2012. – № 22, ч. 5. – С. 148–154. – Бібліогр. : 11 назв. – укр.

36. Галабурда Л. О. Імідж як психологічний феномен [Електронний

ресурс] / Л. О. Галабурда // Вісник Одеського національного університету. Серія : Психологія. – 2013. – Т. 18. – Вип. 22 (1). – С. 137–142. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vonu_psi_2013_18_22\(1\)_21.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vonu_psi_2013_18_22(1)_21.pdf). – Назва з екрана.

37. Гончаренко С. Український педагогічний словник / С. Гончаренко. – К.: Либідь, 1997. – 376 с.

38. Гончаренко С. У. Педагогічні дослідження : методологічні поради молодим науковцям / С. У. Гончаренко. – К. ; Вінниця : Вінниця, 2008. – 278 с.

39. Горностай П. П. Психология личности : словарь-справочник / П. П. Горностай, Т. М. Титаренко, И. А. Грабская ; под ред. П. П. Горностая, Т. М. Титаренко. – К. : Рута, 2001. – 320 с.

40. Дагаева Е. А. Имидж как социально-психологический феномен : теоретико-методологические аспекты изучения / Е. А. Дагаева // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серія : Социология. Психология. Философия. – 2011. – № 4 (1). – С. 363–369.

41. Данильчук Л. О. Формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю : дис канд. пед. наук : 13.00.04 / Данильчук Лариса Олексіївна. – Житомир, 2007. – 209 с.

42. Демчук Т. П. Напрямки вивчення іміджу викладача вищої школи [Електронний ресурс] / Т. П. Демчук // Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. – 2013. – Вип. 3. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vnadps_2013_3_29.pdf. – Назва з екрана.

43. Денисюк С. Г. Імідж політичного лідера в контексті розвитку української політичної культури : особливості формування та механізми реалізації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» [Електронний ресурс] / С. Г. Денисюк. – К., 2007. – 18 с. – укр. – Режим доступу : <http://www.enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/790/3/Denysyuk.pdf>. – Назва з екрана.

44. Джефкинс Д. Паблик рилейшнз : учеб. пособие для вузов / Д. Джефкинс, Д. Ядин ; пер. с англ. Б. Л. Ерёмина. – М. : ЮНИТИ–ДАНА, 2003. –

416 с.

45. Дзядевич Ю. В. Педагогічні умови формування професійного іміджу у студентів мистецьких спеціальностей : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Дзядевич Юлія Володимирівна. – Херсон, 2012. – 20 с.

46. Дідух Г. Я. Формування іміджу жінки – політичного лідера : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політична культура та ідеології» / Дідух Галина Ярославівна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – К., 2010. – 20 с.

47. Євтух М. Б. Організація навчально-виховного процесу в педагогічних навчальних закладах / М. Б. Євтух, Т. В. Черкашина // Енциклопедія освіти / гол. ред. В. Г. Кремень ; Акад. пед. наук України. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – С. 613–614.

48. Загородня Л. П. Методика визначення готовності майбутніх вихователів до створення позитивного професійного іміджу [Електронний ресурс] / Л. П. Загородня, Т. В. Марєєва // Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія : Психолого-педагогічні науки. – 2012. – № 4. – С. 77–82. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nzsp_2012_4_17.pdf. – Назва з екрану.

49. Загородня Л. П. Педагогічні умови створення позитивного професійного іміджу вихователя дошкільного навчального закладу [Електронний ресурс] / Л. П. Загородня // Вісник Глухівського національного педагогічного університету імені Олександра Довженка. Серія : Педагогічні науки. – 2012. – Вип. 20. – С. 286–290. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/vgnpu_2012_20_72.pdf. – Назва з екрану.

50. Загородня Л. Формування фізкультурно-оздоровчої компетентності у майбутніх вихователів дошкільного закладу як складової їх позитивного професійного іміджу [Електронний ресурс] / Л. Загородня, Г. Барсуковська // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – 2013. – № 47. – С. 14–20. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ppps_2013_47_4.pdf. –

Назва з екрана.

51. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/111-zakon-ukrayiny-pro-vyschu-osvitu>. – Назва з екрана.

52. Занюк С. Психология мотивации / С. Занюк. – К. : Ника-Центр, 2001. – 352 с.

53. Имидж женщины-лидера : коллективная монография / [О. А. Хасбулатова (общая редакция) ; авт. колл. : Л. Ю. Фалько, Л. В. Матвеева, Т. А. Кравцова и др.]. – Иваново : Юнона, 1998. – 95 с.

54. Иноземцева Л. П. Имидж преподавателя как составляющая его профессиональной личности / Л. П. Иноземцева // Вестник Челябинского государственного университета. Серия : Филология. Искусствоведение. – 2011. – № 24 (239). – Вып. 57. – С. 231–232.

55. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. пед. наук : спец. 13.00.04 «Теорія і методика професійної освіти» / Ісаченко Вікторія Володимирівна ; Південноукр. держ. пед. ун-т ім. К. Д. Ушинського (м. Одеса). – Одеса, 2004. – 21 с. – укр.

56. Каган М. С. Системность и целостность [Электронный ресурс] / М. С. Каган. – Режим доступа : http://psylib.org.ua/books/_kagam01.htm#top (дата обрац. : 27.10.2014).

57. Каган М. С. Философия культуры / М. С. Каган. – СПб. : Метрополис, 1996. – 430 с.

58. Капустюк О. М. Самопрезентація як засіб створення позитивного іміджу особистості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія ; психологія соціальної роботи» / Капустюк Олена Миколаївна ; АПН України. Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. – К., 2007. – 19 с.

59. Карпінська Н. В. Формування професійного іміджу майбутнього вчителя початкових класів / Н. В. Карпінська // Вісник Луган. нац. ун-ту ім.

Т. Шевченка. Серія : Педагогічні науки. – 2012. – № 22, ч. 6. – С. 15–21. –
Бібліогр. : 13 назв. – укр.

60. Квеско Р. Б. Имиджология : учебное пособие / Р. Б. Квеско, С. Б. Квеско. – Томск : Изд-во Томского политехнического университета, 2008. – 116 с.

61. Ковалевич М. С. Социально-психологические и педагогические проблемы профессионализации личности: синергетический подход. [Электронный ресурс] / М. С. Ковалевич // IV международная интернет-конференция. – 2011. – С. 164–177. – Режим доступа : URL: <http://sites.google.com/site/konfep/Home/2-sekcija/kovalevic>). – Название с экрана.

62. Ковальова І. О. Педагогічна іміджологія : сутність, етимологія, шляхи креативного використання у сучасному вищому навчальному закладі [Електронний ресурс] / І. О. Ковальова // Міжнародний науковий форум : соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. – 2011. – Вип. 6. – С. 213–226. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Mnf_2011_6_24.pdf. – Назва з екрана.

63. Ковальова О. О. Психологічні особливості формування основ професійного іміджу у майбутніх педагогів : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 / Ковальова Олена Олександрівна. – Одеса, 2007. – 340 с. – укр.

64. Когут О. І. Інноваційні виховні технології / О. І. Когут, Л. О. Юзефик, О. І. Тимчишин. – Тернопіль : Астон, 2009. – 352 с.

65. Кондратюк В. Л. Самостійна робота студентів на заняттях з практикуму в навчальних майстернях / В. Л. Кондратюк // Наукові записки ТНПУ. Серія : Педагогіка. – 2007. – № 8. – С. 102–105.

66. Кононенко А. О. Психологічні складові індивідуального іміджу сучасного педагога : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.07 «Педагогическая психология» / Кононенко Анатолій Олександрович ; Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечнікова. – Одеса, 2003. – 20 с. – укр.

67. Кравченко А. И. Культурология : словарь / А. И. Кравченко. – М. : Академический Проспект, 2000. – 671 с.

68. Кравчук П. Ф. Формирование развитой творческой личности

студента / П. Ф. Кравчук. – К. : Вища школа, 1984. – 156 с.

69. Кремень В. Г. Освіта в Україні : сучасні тенденції і перспективи / В. Г. Кремень // Професійна освіта : педагогіка і психологія : польсько- український щорічник / за ред. І. Зязюна, Н. Ничкало, Т. Левовицького, І. Вільш. – К. ; Ченстохова : Віпол, 2000. – Вип. 11. – С. 11–30.

70. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов / Л. П. Крысин. – М. : Эксмо, 2008. – 944 с.

71. Кузьмінський А. І. Педагогіка : підручник / А. І. Кузьмінський, В. Л. Омеляненко. – К. : Знання–Прес, 2003. – 418 с.

72. Куцова О. М. Стратегії формування іміджу політичного лідера : регіональний вимір : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.02 «Політичні інститути та процеси» / Куцова Олена Миколаївна. – Одеса, 2010. – 17 с. – укр.

73. Кучерявий О. Г. Педагогіка : особистісно-розвивальні аспекти : навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. Г. Кучерявий. – К. : Наук. думка, 2011. – 464 с.

74. Лугова І. М. Психологічний аспект формування іміджу викладача ВНЗ [Електронний ресурс] / І. М. Лугова // Єдність навчання і наукових досліджень – головний принцип університету : збірник наукових праць звітно-наукової конференції викладачів університету за 2011 рік, 9–10 лютого 2012 року. Частина 2 / [укл. Г. І. Волинка, О. В. Уваркіна, О. П. Симоненко, О. П. Смелянова]. – К. : Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова, 2012. – С. 13–15. Режим доступу : <http://www.enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/4462/1/Luhova.pdf>. – Назва з екрана.

75. Лукіна Т. Моніторинг якості освіти : теорія і практика / Т. Лукіна – К. : Шкільний світ ; Вид. Г. Галіцина, 2006. – 128 с.

76. Мазоренко М. О. Психологічна структура іміджу професіонала / М. О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології. – 2011. – Вип. 9. – С. 177–184.

77. Майоров А. Н. Мониторинг в образовании / А. Н. Майоров. – Изд. 3-е, испр. и доп. – М. : Интеллект-Центр, 2005. – 424 с.
78. Макаренко А. С. Лекції про виховання дітей / А. С. Макаренко // Твори : у 7 т. / А. С. Макаренко. – К. : Рад. шк., 1953–1955. – Т.4. – 1954. – С. 387.
79. Максимюк С. П. Педагогіка : навчальний посібник [Електронний ресурс] / С. П. Максимюк. – К. : Кондор, 2005. – 667 с. – Режим доступу : http://www.kafedragum-artcollege.edu.km.ua/Files/downloads/_bibl_lib_ebooks_Педагогіка_Педагогіка%20-%20Максимюк%20С.П.%20-%202005.pdf
80. Марєєва Т. Змістове наповнення процесу підготовки майбутніх вихователів дошкільних навчальних закладів до створення позитивного професійного іміджу [Електронний ресурс] / Т. Марєєва // Вісник Інституту розвитку дитини. Серія : Філософія, педагогіка, психологія. – 2013. – Вип. 29. – С. 92–98. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Vird_2013_29_20.pdf. – Назва з екрана.
81. Мармаза О. І. Імідж як спосіб професійної соціалізації керівника навчального закладу [Електронний ресурс] / О. І. Мармаза // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013. – Вип. 33. – С. 263–269. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pfto_2013_33_44. – Назва з екрана.
82. Маценко В. Технологія іміджу / В. Маценко. – К. : Главник, 2005. – 96 с. – (Психол. інструментарій). – Бібліогр. : с. 94.
83. Межерицька О. Впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих закладах освіти / О. Межерицька // Теорія та методика управління освітою. – 2010. – № 3. – С. 23–27.
84. Мірошніченко О. М. Сучасні підходи до розуміння іміджу вчителя як основи виховного впливу на особистість школяра [Електронний ресурс] / О. М. Мірошніченко // Теорія та методика навчання та виховання. – 2012. – Вип. 31. – С. 123–128. – Режим доступу :

http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ttmniv_2012_31_15.pdf. – Назва з екрана.

85. Моніторинг якості освіти : світові досягнення та українські перспективи / [під заг. ред. : О. І. Локшина]. – К. : К.І.С., 2004 . – 127 с. : рис., табл. – Бібліогр. в кінці ст.

86. Наказ Міністерства освіти і науки України № 586 від 13.05.2014 р.
– Режим доступа: http://old.mon.gov.ua/files/normative/2014-06-18/2482/nmon_586_13052014_594_25371_05062014.pdf

87. Наумова Е. А. Трактовка поняття професійного іміджу преподавателя вуза: социологический подход [Электронный ресурс] / Е. А. Наумова // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – Режим доступа : www.science-education.ru/106-8003. – Название с экрана.

88. Некрасов С. И. Основные модели создания имиджа [Электронный ресурс] / С. И. Некрасов, У. С Некрасова // Фундаментальные исследования : научный журнал. – 2007. – № 10. – С. 32–35. – Режим доступа: <http://www.rae.ru/fs/pdf/2007/10/5.pdf>. –Название с экрана.

89. Нестеренко Г. О. Вплив іміджу керівника в кризовому управлінні персоналом [Електронний ресурс] / Г. О. Нестеренко, Г. Я. Дідух // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія № 11 : Соціологія. Соціальна робота. Соціальна педагогіка. Управління : зб. наукових праць. – К. : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2007. – Вип. 6. – Режим доступу : – <http://www.enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/3954/1/Nesterenko%20Didukh.pdf>. Назва з екрана.

90. Ніколаєску І. Акмеологічний підхід до розвитку професійного іміджу сучасного педагога в системі післядипломної освіти [Електронний ресурс] / І. Ніколаєску // Проблеми підготовки сучасного вчителя. – 2012. – № 5 (1). – С. 245–251. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ppsv_2012_5\(1\)39.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ppsv_2012_5(1)39.pdf). – Назва з екрана.

91. Ніколаєску І. О. Імідж соціального педагога (експериментальна програма спецкурсу) / І. О. Ніколаєску. – Черкаси : ЧОІПОПП, 2006. – 20 с.

92. Ніколаєску І. О. Розвиток професійного іміджу соціального

педагога в післядипломній освіті : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04 / Ніколаєску Інна Олександрівна. – Черкаси, 2011. – 245 с.

93. Новейший психологический словарь / [В. Б. Шапарь, В. Е. Россоха, О. В. Шапарь ; под общ. ред. В. Б. Шапаря]. – 2-е изд. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 808 с.

94. Новейший философский словарь / [сост. и глав. науч. редактор А. А. Грицанов]. – 3-е изд. исправл. – Мн. : Книжный Дом, 2003. – 1280 с.

95. Новожилов Б. В. Духовна культура як чинник формування іміджу політичного лідера : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : 23.00.03 «Політична культура та ідеологія» / Новожилов Борис Валерійович. – К., 2010. – 20 с.

96. Одайник С. В. Формування іміджу сучасного навчального закладу [Електронний ресурс] / С. В. Одайник // Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. – 2013. – Вип. 32. – С. 346–351. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Pfto_2013_32_48.pdf. – Назва з екрана.

97. Олімова М. О. Імідж освітньої установи як невід’ємна частина її діяльності [Електронний ресурс] / М. О. Олімова // Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 16 : Творча особистість учителя : проблеми теорії і практики : збірник наукових праць / ред. кол. Н. В. Гузій (відповідальний редактор) та ін. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2008. – Вип. 9 (19). – С. 15–18 – Режим доступу : <http://www.enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/4182/1/Olimova.pdf>. – Назва з екрана.

98. Педагогика : учеб. пособие для студ. пед. ин-тов [Электронный ресурс] / под ред. Ю. К. Бабанского. – М. : Просвещение, 1983. – 608 с. – Режим доступа : <http://www.p-lib.ru/pedagogika/babanskiy-pedagoika/index.html>

99. Пехота О. М. Індивідуальність учителя : теорія і практика : навчальний посібник / О. М. Пехота. – Миколаїв : Іліон, 2011. – 272 с.

100. Підласий І. П. Діагностика та експертиза педагогічних

проектів / І. П. Підласий. – К. : Україна, 1998. – 343 с.

101. Попиченко С. Роль комунікативної компетенції в технології створення іміджу педагога-вихователя дошкільного навчального закладу [Електронний ресурс] / С. Попиченко // Психолого-педагогічні проблеми сільської школи. – 2012. – № 41. – С. 53–58. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Ppps_2012_41_9.pdf. – Назва з екрана.

102. Попова В. В. Професійний імідж : основні напрями вивчення поняття [Електронний ресурс] / В. В. Попова // Держава та регіони. Соціальні комунікації. – 2013. – № 1. – С. 170–173. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drsk_2013_1_37.pdf. – Назва з екрана.

103. Почепцов Г. Г. Имиджелогия / Г. Г. Почепцов. – М. : Рефл-бук, Ваклер, 2000. – 768 с.

104. Почепцов Г. Г. Профессия : имиджмейкер / Г. Г. Почепцов. – 2-е изд., испр. и доп. – СПб. : Алетейя, 2001. – 256 с.

105. Размолодчикова І. В. Імідж як соціальна проблема : теоретико-методологічний підхід [Електронний ресурс] / І. В. Размолодчикова // Педагогіка та психологія. – 2011. – Вип. 40 (2). – С. 113–119. – Режим доступу : [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ped_2011_40\(2\)_21.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_ped_2011_40(2)_21.pdf). – Назва з екрана.

106. Савченко Н. Імідж сучасного вчителя : актуальність та перспективи наукових розвідок [Електронний ресурс] / Н. Савченко // Проблеми підготовки сучасного вчителя . – 2011. – № 3. – С. 174–180. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ppsv_2011_3_27.pdf. – Назва з екрана.

107. Садовник О. О. Засоби масової комунікації та формування іміджу українського спорту (за матеріалами преси та сайтів інформаційної мережі Інтернет) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук із соціал. комунікацій : спец. 27.00.06 «Прикладні соціально-комунікаційні технології» / Садовник Олена Олександрівна ; Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка. Ін-т журналістики. – К., 2009. – 20 с. – укр.

108. Симонова І. Ф. Педагогіка іміджа : монографія [Електронний ресурс] / І. Ф. Симонова. – СПб., 2012. – 304 с. – Режим доступу :

http://www.simmerk.ru/files/lib/main_menu.htm. – Название с экрана. – Размещено 27.02.2013.

109. Складники професійного іміджу майбутнього вчителя фізичної культури / Л. Ковальчук [та ін.] // Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві : зб. наук. пр. / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол. : А. В. Цьось та ін.]. – Луцьк, 2012. – № 3 (19). – С. 61–66.

110. Скрипаченко Т. В. Соціально-психологічний імідж сучасного керівника [Електронний ресурс] : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психол. наук : спец. 19.00.05 «Соціальна психологія : психологія соціальної роботи» / Скрипаченко Тетяна Вікторівна ; Ін-т психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – К., 2001. – 18 с. : схем. – Режим доступу : <http://referatu.net.ua/newreferats/7569/187436>.

111. Слостенин В. А. Педагогіка : учеб. пособие для студ. пед. учеб. заведений [Электронный ресурс] / В. А. Слостенин [и др.]. – 4-е изд. – М. : Школьная пресса, 2004. – 512 с. – Режим доступа : <http://pedlib.ru/Books/1/0075>. – Название с экрана.

112. Сперанська-Скарга М. А. Педагогічні умови формування професійно- педагогічного іміджу майбутнього вчителя-філолога в позанавчальній діяльності [Електронний ресурс] / М. А. Сперанська-Скарга // Науковий вісник Донбасу. – 2010. – № 1. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvd_2010_1_12.pdf. – Назва з екрана.

113. Сперанська-Скарга М. А. Функції професійного іміджу вчителя-філолога [Електронний ресурс] / М. А. Сперанська-Скарга // Науковий вісник Донбасу. – 2013. – № 3. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/nvd_2013_3_10.pdf. – Назва з екрана.

114. Терещук В. І. Електронний паблік рілейшнз як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держави : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.04 «Політичні проблеми міжнародних систем» / Терещук Віталій Іванович. – Чернівці, 2008. – 20 с.

115. Філатова Л. С. Нові підходи вивчення дефініції іміджу як наукова проблема [Електронний ресурс] / Л. С. Філатова // Засоби навчальної та науково-дослідної роботи : збірник наукових праць Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди. – 2011. – Вип. 36. – С. 161–168. Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/j-pdf/znpkhnpu_zntndr_2011_36_26.pdf. – Назва з екрана.

116. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. – М.: Дело. – 2003.

117. Шепель В. М. Имиджелогия : Как нравиться людям : учебное пособие / В. М. Шепель. – М. : Народное образование, 2002. – 576 с.

118. Шепель В. М. Имиджелогия : Секреты личного обаяния / В. М. Шепель. – М. : Культура и спорт, ЮНИТИ, 1997. – 328 с.

119. Шереметьєва С. Г. Система підготовки вчителів технологій [Електронний ресурс] / С. Г. Шереметьєва // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія № 5 : Педагогічні науки : реалії та перспективи : збірник наукових праць / [за ред. В. П. Сергієнка]. – К. : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2011. – Вип. 28. – С. 307–310. – Режим доступу : <http://www.enpuir.npu.edu.ua/bitstream/123456789/1060/1/64.pdf>. – Назва з екрана.

120. Якушева С. Д. Педагогический имидж современного преподавателя высшей школы [Электронный ресурс] / С. Д. Якушева. – Режим доступа : <http://sibac.info/index.php/2009-07-01-10-21-16/660-2012-01-20-05-56-54>. – Название с экрана.

121. Яндарова С. В. Основные психологические характеристики и их роль в формировании позитивного имиджа руководителя [Электронный ресурс] / С. В. Яндарова // Гуманитарные научные исследования. – 2012. – № 3. – Режим доступа : URL: <http://human.snauka.ru/2012/03/827>. – Название с экрана.

ДОДАТКИ

Додаток А

**Таблиця для фіксації результатів спостереження
для визначення рівня культури зовнішнього вигляду
асистента вихователя дітей дошкільного віку**

№ з/п	Показники	Ступінь вияву	Бали
1	Відповідність костюма вимогам ділового стилю одягу та відповідність одягу ситуації.	1) Повністю відповідає 2) Відповідає частково 3) Не відповідає	3 2 1
2	Відповідність костюма індивідуальним особливостям вихователя, елегантність.	1) Повністю відповідає 2) Відповідає частково 3) Не відповідає	3 2 1
3	Охайність зовнішнього вигляду вихователя.	1) Охайний 2) Наявні певні недоліки 3) Не охайний	3 2 1
4	Зручність і гігієнічність одягу з урахуванням специфіки діяльності на заняттях та виконання професійних операцій.	1) Повністю відповідає 2) Відповідає частково 3) Не відповідає	3 2 1
5	Помірне використання косметики жінкою-вихователем.	1) Помірне використання 2) Відсутність косметики 3) Надмірне використання	3 2 1
6	Охайний вигляд обличчя чоловіка-вихователя.	1) Охайний 2) Наявні певні недоліки 3) Не охайний	3 2 1
7	Ретельно доглянута зачіска, її відповідність вимогам безпеки праці.	1) Доглянута 2) Наявні певні недоліки 3) Недоглянута	3 2 1
8	Правильна постава вихователя.	1) Правильна 2) Неправильна	2 1
9	Помірна виразність міміки вихователя.	1) Виразна, доцільна 2) Невиразна або надмірна	2 1
10	Культура рухів вихователя, доцільне та помірне використання жестикуляції.	1) Доцільне, помірне 2) Відсутність жестів або надмірна жестикуляція	2 1

За результатами спостереження висновують про рівень культури зовнішнього виду у асистента вихователя дітей дошкільного віку:

- 1) високий – 24–30 балів;
- 2) середній – 17–23 балів;
- 3) низький – 10–16 балів.

Анкета «Габітарний імідж асистента вихователя дітей дошкільного віку»

Питання	Можливі відповіді	Бали
1. Чи відповідає ваш одяг вимогам ділового стилю одягу (елегантність, гармонія кольорів, стриманість, почуття міри у використанні фурнітури, прикрас тощо)?	а. Відповідає повністю. б. Відповідає частково. в. Важко відповісти. г. Не відповідає.	3 2 1 0
2. Чи враховуєте ви свої індивідуальні характеристики під час вибору одягу (відповідність віку, особливостям фігури, посаді тощо)?	а. Враховую обов'язково. б. Переважно враховую. в. Іноді враховую, але здебільшого орієнтуюся на моду. г. Не звертаю на це уваги.	3 2 1 0
3. Чи слідкуєте ви за охайністю вашого зовнішнього вигляду (чистота одягу та взуття незалежно від погоди та місцевості проживання).	а. Так. Це дуже важливо для мене. б. Слідкую, коли є така можливість. в. Приводжу одяг до ладу, коли бруд стає дуже помітним. г. Не звертаю на це увагу.	3 2 1 0
4. (Питання для дівчат) Чи користуєтеся ви декоративною косметикою?	а. Так. Легкий макіяж – це елемент ділового образу. Дуже рідко. Не вбачаю потреби в щоденному макіяжі. б. Обов'язково. Без ретельного макіяжу не можу вийти на вулицю.	3 2 1
5. (Питання для хлопців) Наскільки для вас важливо мати охайний вигляд обличчя?	а. Дуже важливо. б. Важливо, але не настільки, як для дівчат. в. Не замислююся над цим.	3 2 1
6. Наскільки ретельно ви слідкуєте за своєю зачіскою?	а. Моя зачіска завжди виглядає доглянутою. б. Якщо є час, приводжу її до ладу. в. Іноді звертаю на неї увагу.	3 2 1
7. Чи слідкуєте ви за своєю поставою?	а. Так, у мене завжди пряма спина. б. Намагаюся, але не завжди про це пам'ятаю. в. Ні, не слідкую.	3 2 1
8. Наскільки активно ви використовуєте міміку й жести?	а. Використовую, але не дуже активно. б. Дуже активно. в. Моя міміка та жести дуже стримані.	3 2 1

Під час обробки результатів набрані бали можна підсумувати, завдяки чому оцінити габітарний імідж майбутнього асистента вихователя дітей дошкільного віку відповідно до такої шкали:

- 1) позитивний габітарний імідж – 16–22 бали;
- 2) задовільний габітарний імідж – 9–15 балів;
- 3) незадовільний габітарний імідж – 2–8 балів.