

УДК 378

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/40-2-32>

Марина КОРДУБАН,

orcid.org/0000-0002-7253-6627

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри дошкільної педагогіки і фахових методик

Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

(Харків, Україна) marinakorduban@gmail.com

Юлія ТОЛКАЧЕВА,

orcid.org/0000-0002-1105-6099

студентка магістратури факультету дошкільної освіти

Харківського національного педагогічного університету імені Г. С. Сковороди

(Харків, Україна) 521tolkachova@gmail.com

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ПІД ЧАС ЇХ НАВЧАННЯ В ЗАКЛАДІ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Стаття присвячена дослідженню формування професійного іміджу майбутніх фахівців дошкільної освіти під час їх навчання в закладі вищої освіти. Розглянуто різні аспекти іміджу: зовнішній вигляд (зачіска, одяг, аксесуари), міміка та погляд, кінетичний імідж (постава, хода), вербальний імідж (тембр голосу, інтонація, словниковий запас), психологічний аспект іміджу – внутрішній світ людини (особисті принципи, світогляд, етичні настанови та соціальні стереотипи).

Охарактеризовано історичний процес становлення іміджу людини. Розглянуто зародження й розвиток основ іміджу до нашої ери. Розкрито процес створення іміджу вищих верств суспільства. Проаналізовано формування іміджу педагога у філософсько-педагогічній спадщині давньокитайського мислителя Конфуція. Висвітлено природу людської особистості в поглядах філософів античності – Сократа, Аристотеля, Епікура.

Показано, що в епоху Нового часу формування іміджу відбувалось у контексті комунікативних теорій та концепцій. У цей період людина набула права самостійно обирати власну життєву позицію, керувати поведінкою та вчинками. Проаналізовано погляди Яна Амоса Коменського щодо іміджу вчителя. Зокрема, учитель має бути для дітей в їжі й одязі прикладом простоти, у діяльності – прикладом працьовитості та бадьорості, у поведінці – скромності та доброзвичайності, у промовах – прикладом мистецтва розмови та мовчання, а словом – бути взірцем розсудливості в житті.

У статті розкрито дефініцію поняття «іміджологія». На основі узагальнень наукових трактувань провідних учених розкрито сутність поняття іміджу як символічного образу суб'єкта, який характеризується динамікою, неподільною єдністю чуттєвих і змістових компонентів та відтворює потреби соціальної групи.

Проаналізовано компоненти іміджу: зовнішній вигляд людини і її особистісні якості. Виокремлено ціннісні (особистісна, психотерапевтична) та технологічні (соціальна адаптація, демонстрація найкращих особистісно-ділових характеристик особистості, відволікання від негативних особистісних даних, концентрація уваги людей на собі, розширення вікового діапазону спілкування) функції іміджу особистості.

Охарактеризовано положення, що демонструють значення особистісного образу для формування професійного іміджу. Визначено, що важливу роль у формуванні іміджу майбутніх фахівців дошкільної освіти відіграє участь у створенні проєктів медіацентру, як-от: студентські видання, творча співпраця з міськими виданнями, створення рубрик на сайті в інтернеті тощо.

Ключові слова: професійний імідж, дошкільна освіта, підготовка майбутніх вихователів, імідж вихователя.

Marina KORDUBAN,

orcid.org/0000-0002-7253-6627

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Preschool Pedagogy and Professional Methods

H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University

(Kharkiv, Ukraine) marinakorduban@gmail.com

Yulia TOLKACHEVA,

orcid.org/0000-0002-1105-6099

Master's Student at the Faculty of Preschool Education

H. S. Skovoroda Kharkiv National Pedagogical University

(Kharkiv, Ukraine) 521tolkachova@gmail.com

FORMATION OF PROFESSIONAL IMAGE OF FUTURE KINDERGARDEN TEACHERS DURING THEIR EDUCATION

The article is devoted to the research of the professional image' formation of future preschool education specialists during their training in the institution of higher education. Various aspects of image are considered: appearance (hairstyle, clothes, accessories), facial expressions and looks, kinetic image (posture, walk), verbal image (voice timbre, intonation, vocabulary), psychological aspect of image – inner world of a person (personal principles, worldview, ethical attitudes and social stereotypes).

The historical process of formation of human image is characterized. The origin and development of the foundations of the image before our era are considered. The process of creating the image of the upper strata of society is revealed. The formation of the image of a teacher in the philosophical and pedagogical heritage of the ancient Chinese thinker Confucius is analyzed. The nature of the human personality is highlighted in the views of the ancient philosophers Socrates, Aristotle, and Epicurus.

It is shown that in the New Age image formation took place in the context of communicative theories and concepts. During this period, a person acquired the right to choose their own life position independently, to control behavior and actions. Jan Amos Comenius' views on the image of a teacher are analyzed. In particular, the teacher should be an example of simplicity for children in food and clothing, an example of diligence and cheerfulness in activity, modesty and benevolence in behavior; an example of the art of conversation and silence in speech, and a role model in life.

The article reveals the definition of imageology. The essence of the image' concept as a symbolic vision of the subject, characterized by dynamics, indivisible unity of sensory and meaningful components and reproduces the needs of the social group.

The components of the image are analyzed: the appearance of a person and his personal qualities. Value (personal, psychotherapeutic) and technological (social adaptation, demonstration of the best personal and business characteristics of the individual, distraction from negative personal data, concentration of person's attention on himself, expanding the age range of communication) functions of personality image are distinguished.

Provisions demonstrating the importance of personal image for the formation of professional image are characterized. It is determined that an important role in forming the image of future preschool education specialists is played by participation in the creation of media center projects, such as: student publications, creative cooperation with city publications, creation of topics on the Internet, etc.

Key words: professional image, preschool education, training of future educators, image of kindergarten teacher.

Постановка проблеми. Актуальність проблеми визначається необхідністю підвищення якості професійної підготовки, виховання нового типу вихователя, а саме: високоосвіченої, духовної, творчої особистості, здатної творити нові ідеї, оригінально вирішувати актуальні освітні та соціокультурні проблеми, створювати сприятливе враження та позитивно впливати на інших; будувати подальший професійний розвиток і реалізовувати себе в майбутній професії.

Аналіз наукових джерел свідчить про те, що важливим чинником є формування конкурентоспроможного педагога, здатного до ефективного пристосування в мінливих умовах сучасного соціуму й освітньої практики, створенні умов для освіти протягом життя та формування сучасного наукового кадрового потенціалу.

Аналіз досліджень. Проблема формування професійного іміджу майбутніх фахівців дошкільної освіти в різних аспектах розглянута в низці досліджень і наукових праць. Зокрема, такі дослідники, як: С. Амінтаєва, М. Апраксина, О. Бекетова, Л. Жарікова, А. Калюжний, В. Черепанова, В. Шепель та інші, сформулювали ключові поняття, пов'язані з терміном «імідж», та зумовили появу нової галузі педагогічної науки – педагогічної іміджології. Теоретико-методологічною основою дослідження стали філософські,

соціально-психологічні та педагогічні концепції вітчизняних і закордонних авторів, що дозволили обґрунтувати феномен іміджу викладача.

Проте дана галузь педагогічної науки потребує більш детального дослідження, а саме в напрямі розвитку концепції сприйняття та формування іміджу сучасного педагога.

Мета статті – розкриття значення формування професійного іміджу майбутніх фахівців дошкільної освіти під час їх навчання в закладі вищої освіти (далі – ЗВО).

Виклад основного матеріалу. Кожен із нас хоча б раз у житті стикався з поняттям «імідж», бо саме він є невід'ємною частиною кожної людини, через те, що відіграє велику роль у взаємодії із соціумом, є важливою частиною впливу й успішності. Саме тому дуже важливо розглядати імідж у таких аспектах, як: зовнішній вигляд (зачіска, одяг, аксесуари), міміка та погляд, кінетичний імідж (постава, хода), вербальний імідж (тембр голосу, інтонація, словниковий запас), дуже важливий психологічний аспект іміджу, інакше кажучи, внутрішній світ людини. До нього можуть належати особисті принципи, світогляд, етичні настанови та соціальні стереотипи.

Історія наголошує на тому, що особливості впливу іміджу на успіх і спосіб життя були добре відомі й успішно використовувались ще до нашої

ери. Саме зародження й розвиток основ іміджу були продиктовані необхідністю виявлення унікальності та привабливості особистості чи групи в очах інших людей.

Багатокультурна спадщина давніх держав дійшла до наших часів. Даний феномен простежується, наприклад, у витворах мистецтва та літературних творах, де особливе місце посідали життєписи правителів, релігійних лідерів, полководців.

За допомогою спеціально створених символів та знаків зображували важливих персон, успіх, особливий спосіб життя та покровительство богів, яке характеризувалося відповідним до займаного в соціумі становищем.

Так, якщо розглядати історію Давнього Єгипту, то інформативним є портрет самого фараона, який мав суворо визначену форму обличчя та пропорції. Самі ж розміри зображення фараона завжди були збільшені, на відміну із зображеннями інших людей. До маленьких дрібниць продумувалися символи божественної влади у процесі створення іміджу (Євтушенко, 2016: 630).

Записи ритуалу коронування, складного палацового етикету, як-от «Тексти саркофагів», «Тексти пірамід», свідчать про усвідомлений та цілеспрямований процес, який покликаний створювати імідж на підґрунті божественної належності фараона та членів його родини.

«Якщо не можеш удосконалювати себе, то як же зможеш удосконалювати інших людей?», – зазначав давньокитайський мислитель Конфуцій у своїй книзі «Бесіди й судження», підкреслював водночас високе значення ролі вчителя / педагога, який має за мету, щоб навчання та виховання будувалися на діалозі вчителя з учнем та на наслідуванні зразків. Ще у філософських школах навчали ораторського мистецтва, логіки, риторики, уміння полемізувати та дискутувати. Що, без сумнівів, сприяло формуванню іміджу педагога.

Філософи античності, у свою чергу, висвітлюють природу людської особистості. Так, наприклад, Сократ писав, що лише спілкування з іншими розширює можливості спілкування із собою, слугує власному самопізнанню.

Аристотель же називав показний блиск і надмірність пишністю та позбавленням смаку. Таке поняття, як «належне», було запропоновано ним для оцінки зовнішнього вигляду й манер. На його думку, той, хто прагне, щоб його поважали за нором, повинен дотримуватися середини й мати почуття міри.

Вдатний філософ Епікур запропонував раціональну гедоністичну етику, яка розкриває культування дружби за уповільнення бажань, тобто звільнення всіх людей від страхів і навчання

майже кожного відчувати себе щасливим у будь-якій ситуації (Саяпіна, 2018: 8).

Коли говоримо про епоху Нового часу, то ми простежуємо деякі аспекти іміджу в контексті комунікативних теорій та концепцій. У цей період людина набула права самостійно обирати власну життєву позицію, керувати поведінкою та вчинками. За таких умов індивід може презентувати себе в повсякденному житті. Самосвідомість особистості формується лише у співвідношенні зі свідомістю іншого. Так, категорії «я» і «ти», людина й людина стають взаємозалежними в їхньому духовному бутті, перебувають у відношенні чистого взаємоопосередкування.

Одним із засновників педагогіки Нового часу був мислитель-гуманіст Ян Амос Коменський, який надавав великого значення постаті педагога, бо саме він через свою сумлінну та творчу працю повинен бути наділений універсальним мистецтвом – учити всіх і всьому. Він наголошував на важливості того, щоби педагог мав власну гідність, і зрозумів, яку важливу функцію він виконує в суспільстві. Я. Коменський писав, що вчителі / педагоги повинні піклуватися про те, щоб бути для дітей в їжі й одязі прикладом простоти, у діяльності ж прикладом працьовитості та бадьорості, у поведінці – скромності та доброзвичайності, у промовах – прикладом мистецтва розмови та мовчання, а словом – бути взірцем розсудливості в житті. Саме такий учитель, на його думку, є гордістю школи та її учнів, він високо ціниться батьками, зможе гідно обіймати власну посаду та мати особистий позитивний імідж (Саяпіна, 2018: 9).

Із вищезазначеного ми простежуємо, що розвиток суспільства є одним із найважливіших чинників формування іміджу особистості. Конкурентоспроможність країн на світовому ринку зумовлена, серед іншого, рівнем вищої освіти, яка дозволяє формувати найпотужніший ресурс – освічених фахівців. Критерії якості їхньої освіченості – не лише обсяг здобутих у процесі професійної підготовки знань, але й параметри особистісного, громадського та світоглядного розвитку, також здатність до творчої самореалізації в багатогранній, мінливій соціокультурній ситуації.

Отже, постає проблема підготовки досвідчених, активних, не схожих ні на кого вихователів нової ери, які поряд із передаванням своїх знань, умінь і навичок вихованцям, розвитком особистості дитини були б здатні до систематичної роботи над собою, які могли б легко пристосуватися до соціальних змін, не втрачати водночас своєї професійної майстерності. А цьому, у свою чергу, значно допомагає вдало створений позитивний імідж вихователя, який стає важливим стриж-

нем і є одним із показників професіоналізму для фахівців, що працюють у системі освіти.

Іміджологія – відома наука, саме тому в наш час у літературі є багато її визначень. «Іміджологія – наука про функціонування, систематизацію й упровадження у свідомість споживача знакових заміників інформації про носіїв визначених атрибутів», – писав О. Холода.

На думку В. Шепеля, іміджологія – це звернений до кожного заклик бути привабливим і вміти нести світло людям. Вона сприяє зовнішньому прояву глибинної потреби людини бути гідною особистістю. Головна мета іміджології – це науково обґрунтувати, як створити привабливий імідж, як збудувати моделі достойної поведінки в тих чи інших ситуаціях (Трофаїла, 2019: 217).

А якщо поглянути в сучасний словник Н. Вебстера, то там зазначено, що термін «імідж» походить від поняття «свідомість», яке утворене за допомогою мови, розкриває зображення або опис, визначає розумову концепцію, символізує основну позицію й орієнтацію стосовно чогонебудь, наприклад: расового типу особи, класу, національності, навіть політичної філософії (Шахматова, 2011: 217). Г. Почепцова зазначила, що імідж – це звернене в зовнішнє «Я» людини, її публічне «Я». В. Шпалінський наголошує на тому, що імідж – це те, чим і ким здається людина у своєму оточенні, якою бачать і сприймають її (Межерицька, 2010: 5).

Отже, якщо систематизувати й узагальнити наукові трактування відомих дослідників поняття «імідж», ми вважаємо, що імідж є символічним образом суб'єкта, який характеризується динамікою, неподільною єдністю чуттєвих і змістовних компонентів, відтворює потреби соціальної групи. Це не лише про зовнішність та вміння добре виглядати, це ще й про адекватність міркувань, грамотність та культуру мови.

Здатність переконати інших людей, що носій даного іміджу є втіленням ідеальних якостей, які вони б мріяли мати, якщо були б на місці іншої людини, є свідченням вдалого іміджу.

Вищезазначене свідчить про те, що імідж можна розглядати як цілісну систему, яка складається із двох основних компонентів, як-от:

– зовнішній вигляд (використання науки про колір, вибір індивідуального стилю особистості, практичне застосування знань про діловий одяг);

– внутрішній зміст (знання людиною основ ораторського мистецтва, раціональна поведінка у стресових і конфліктних ситуаціях, володіння культурою педагогічного спілкування й уміння використовувати гумор у різних педагогічних ситуаціях) (Трофаїла, 2019: 218).

У зв'язку із цим можемо виокремити функції іміджу (ціннісні та технологічні). Так, до ціннісних функцій у науково-психологічній літературі відносять: особистісну (дана функція підкреслює духовну сутність, візуально окреслює її кращі душевні характеристики, загалом демонструє її індивідуальну незвичайність завдяки позитивному іміджу); психотерапевтичну (чим більше людина є привабливою, тим більше вона отримує людської уваги, визнання, позитивного настрою, більше впевнена в собі й у досягненні своєї мети) (Межерицька, 2010: 4).

Реалізація ціннісних функцій іміджу орієнтована на створення в самій особистості так званої підйомної сили, завдяки якій вона з меншими психологічними витратами досягає життєвого успіху та спілкується з людьми.

Суб'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу характеризується довірою до своїх поглядів та бажань, спрямовано на розуміння своїх проблем. Людина демонструє відкритість у спілкуванні, є привабливою для інших, створює яскравий індивідуальний образ.

Об'єктивне призначення ціннісних функцій іміджу спрацьовує лише за умови, коли особистість наполегливо хоче опанувати таку техніку, як самопрезентація. Першочергове завдання іміджології, на думку дослідників, полягає у створенні приємного образу в очах інших людей, бо прагнення до позитивного іміджу притаманні кожній людині (Межерицька, 2010: 5).

Проведений аналіз наукової літератури показав, що до технологічних функцій належать: 1) соціальна адаптація (швидка адаптація в конкретному соціальному середовищі, привертання до себе уваги інших людей, створення найбільш доброзичливих і продуктивних зв'язків із ними можливі лише за умови правильно підбраного іміджу); 2) демонстрація найкращих особистісно-ділових характеристик (можлива за умови підкреслення своїх найбільш привабливих якостей, як-от: довіра до себе, симпатія, професійні якості); 3) завуальованість або приховування негативних особистісних даних (дуже важливі одяг, зачіска, макіяж у жінок, гарні манери поведінки, щоб відвернути увагу людей від власних недоліків); 4) концентрація уваги людей на собі (уміння сподобатися людям завжди привертає увагу до того, хто сприймається доброзичливою та неординарною особистістю. За таких умов зазвичай виникає зацікавленість у спілкуванні та професійній взаємодії з такою людиною); 5) розширення вікового діапазону спілкування (загострення уваги на своєму віковому іміджі є не зовсім потрібним та правильним. Візуальна демонстрація сучасних правил у спілкуванні й уміння виглядати стильно

дозволять розширити коло знайомств і надасть можливість людям різного віку успішно займатися професійною діяльністю в соціумі) (Межерицька, 2010: 5). Упевненим у собі людям, які є успішними в житті, легше просуватися кар'єрними сходами, бо вони зазвичай спираються на свої сильні позиції й адекватно сприймають слабкі.

У науковій літературі визначено декілька положень, що розглядають особистісний імідж як важливу складову частину формування професійного іміджу: становлення фахівця неможливе без створення позитивного образу особистості; візуальний образ є підґрунтям для цілісного уявлення про людину; необхідність опанувати вміння створювати приємне перше враження; важливо поводитись з урахуванням особливостей професії; належний зовнішній вигляд і впевненість у власних діях є ефективними інструментами для формування іміджу фахівця.

Дослідники наполягають на тому, що щирість до людей є головним аспектом, адже імідж – завжди єдність внутрішнього і зовнішнього.

Не можна не погодитись з тим, що дуже велика увага приділяється формуванню навичок створення позитивного професійного іміджу майбутнього фахівця дошкільної освіти під час навчання у ЗВО.

Так, у формуванні іміджу здобувачів вищої освіти важливі систематичність у проведенні пошукової, науково-дослідної роботи; проектуванні та моделюванні професійної діяльності із презентацією результатів дослідження на засіданнях, як-от круглий стіл, науково-практичних кон-

ференціях і семінарах, загальноуніверситетських та міських конкурсах, як-от «Студент року». Це дає змогу здобувачам вищої освіти практично опанувати такі професійні якості, як високий рівень інтелектуальних здібностей, здатність до аналізу, синтезу й узагальнення отриманої інформації, добре розвинутої концентрації, стійкості і переключення уваги, добре розвиваються мимічні здібності, а саме: короткострокова і довгострокова пам'ять; високий рівень технічних здібностей (володіння комп'ютерною технікою); логічне й аналітичне мислення; розвиваються комунікативні й організаторські здібності, не менш важливі здібності керувати та бути лідером.

Так, важливу роль у формуванні іміджу майбутніх фахівців дошкільної освіти відіграє участь у створенні проєктів медіацентру, як-от: студентські видання, творча співпраця з міськими виданнями, створення рубрик на сайті в інтернеті тощо. Саме такі методи і заходи є важливими складовими частинами педагогічної життєтворчості особистості, що ефективно сприяють виробленню навичок у здобувачів вищої освіти щодо створення професійного іміджу.

Висновки. Отже, урахування в освітній діяльності викладачів сучасного ЗВО історичного досвіду просвітників минулого та надбань сучасних науковців стосовно функцій іміджу, положень, які його визначають, різноманітних форм роботи зі здобувачами вищої освіти дозволить ефективно організувати процес формування позитивного професійного іміджу майбутніх вихователів ЗДО.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Євтушенко Г., Бабошко А., Бушля Д. Імідж сучасного викладача: сутність та особливості формування. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016. № 11. С. 630–634.
2. Методичні рекомендації до вивчення навчальної дисципліни «Професійний імідж викладача вищої школи»: посібник для підготовки студентів магістерського рівня вищої освіти / уклад. : С. Саяпіна. Слов'янськ, 2018. 91 с.
3. Межерицька О. Впровадження іміджології як компонента навчального процесу у вищих закладах освіти. *Теорія та методика управління освітою*. 2010. № 3. С 1–11.
4. Трофайла Н. Професійний імідж вихователя закладу дошкільної освіти. *Педагогічні науки: реалії та перспективи* : збірник наукових праць / ред. кол. : В. Андрущенко (гол. ред.) та ін. Київ : НПУ імені М. П. Драгоманова, 2019. Вип. 68. С. 216–219.
5. Шахматова Т. Формування професійного іміджу майбутніх фахівців в умовах ВНЗ. 2011. URL: https://scienceandeducation.pdpu.edu.ua/doc/2011/5_2011/17.pdf.

REFERENCES

1. Yevtushenko H. V., Baboshko A. I., Bushlya D. I. Imidzh suchasnoho vykladacha: sutnist' ta osoblyvosti formuvannya [Image of a modern teacher: essence and features of formation]. *Global and national economic problems*. 2016. № 11. P. 630–634. [in Ukrainian]
2. Metodychni rekomendatsiyi do vyvchennya navchal'noyi dystsypliny "Profesiynyy imidzh vykladacha vshchoyi shkoly" [Methodical recommendations for studying the discipline "Professional image of a high school teacher"]. Compiler: Sayapina S. A. Slavyansk, 2018. 91 p. [in Ukrainian]
3. Mezheryt's'ka O. Vprovadzhennya imidzhohohiyi yak komponenta navchal'noho protsesu u vshchychkh zakladakh osvity [Introduction of imageology as a component of the educational process in higher educational institutions]. *Theory and methods of education management*. 2010. № 3. P. 1–11. [in Ukrainian]
4. Trofayila N. D. Profesiynyy imidzh vykhovatelya zakladu doshkil'noyi osvity [Professional image of an educator of a preschool institution]. Kyiv: M. P. Drahomanov National Pedagogical University, 2019. Issue. 68. P. 216–219. [in Ukrainian]
5. Shakhmatova T. V. Formuvannya profesiynoho imidzhu maybutnikh fakhivtsiv v umovakh VNZ [Formation of professional image of future specialists in the conditions of high school.]. 2011. [in Ukrainian]