

Розділ IV. МОДЕРНІЗАЦІЯ ПЕДАГОГІКИ І ПСИХОЛОГІЇ ОСВІТНЬОГО ПРОЦЕСУ

Агалець І. О.,

кандидат педагогічних наук, доцент,
старший науковий співробітник відділу
наукової реферативної та аналітичної
інформації у сфері освіти ДНПБ України
ім. В. О. Сухомлинського
ORCID ID 0000-0002-5071-9019

PR-ТЕХНОЛОГІЇ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ СУБ'ЄКТІВ ОСВІТНЬОЇ ПРОЦЕСУ: ФОРМУВАННЯ ТА ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ (реферативний огляд)

Огляд ознайомлює споживачів реферативної продукції з науковими поглядами фахівців щодо питань теорії і практики формування та розвитку позитивного іміджу суб'єктів освітнього процесу. Особливу увагу приділено працям з новітніх технологій піару професійного іміджу освітян і закладів освіти як сукупності послідовних дій, методів і прийомів, спрямованих на підвищення ефективності освітянської діяльності.

Ключові слова: PR-технології, імідж освітянина, імідж закладу освіти, імідж споживачів освітніх послуг, педагогіка, психологія, освіта.

Ahalets I. O.,

PhD (Pedagogy), Associate Professor,
Senior Researcher, the Department of Scientific Abstract
and Analytical Information in the Sphere of Education,
V. O. Sukhomlynskyi SSPL of Ukraine
ORCID ID 0000-0002-5071-9019

PR-TECHNOLOGIES FOR CREATING A PROFESSIONAL IMAGE OF INDIVIDUALS INVOLVED IN EDUCATIONAL PROCESS: FORMATION AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT

(abstract review)

The review covers scientific views of specialists on theory and practice of creating and developing a positive image of individuals involved in educational process. Particular attention is paid to the works on the newest PR-technologies for creating a professional image for educationalists and educational institutions. PR-technologies are considered to be a set of successive actions, techniques and methods aimed at increasing the effectiveness of educational activity.

Keywords: PR-technologies, educationalist's image, educational institution's image, image of education service user, pedagogy, psychology, education.

Сучасна соціокультурна та економічна ситуація в країні актуалізує ідеї розвитку духовно-морального потенціалу ринкової економіки, питання

культури професійної діяльності у будь-якій сфері, яка пов'язана із світосприйняттям, потребами, мотивацією, побудовою іміджу суб'єкта безпосередньої діяльності в контексті професійної освіти.

Підготовка фахівців у закладах освіти України визначається Конституцією України, законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про наукову та науково-технічну діяльність». Діяльність закладів вищої освіти ґрунтується на концептуальних положеннях, зазначених у Національній доктрині розвитку освіти, Державній національній програмі «Освіта» (Україна ХХІ століття) та ін. Реалізація визначених у цих документах завдань зумовлює надання якісних освітніх послуг й підготовку кваліфікованих кадрів, здатних до творчої праці та професійного вдосконалення, а також формування та розвиток позитивного іміджу суб'єктів освітнього процесу.

Як засвідчують наукові розвідки багатьох учених, науковців-практиків, протягом останніх років PR-технології професійного іміджу активно розробляються щодо різних видів людської діяльності, що обумовлено зростанням потреб комунікативного простору. Адже непрості соціально-економічні реалії накладають відповідальність за професійну траєкторію спеціаліста на заклади освіти та саму особистість.

Слід зазначити, що освіта є одним з основних чинників розвитку цивілізації, яка орієнтує на провідні гуманістичні ідеали – розвиток особистості, її самовизначення та самореалізацію, де освітня діяльність – складний, динамічний і неперервний процес. Підготовка до цього виду діяльності потребує врахування сучасних вимог суспільства, що передбачає наявність механізмів урахування рівня кваліфікації та соціо професійного досвіду.

Постає питання підвищення у суспільстві престижу педагогічної професії, утвердження високого соціального статусу освітянина та уявлень про заклад освіти, який він представляє. Високі вимоги до освітніх послуг підштовхують менеджерів усіх ланок закладів освіти до використання інструментів, що сприяють залученню різних груп споживачів. Зазначені чинники потребують розв'язання нових управлінських та освітніх завдань, розроблення нових підходів, які визначатимуть успішність їхньої діяльності.

Таким чином, актуальності набуває процес створення цілісного професійного іміджу як необхідного атрибуту соціально-професійних взаємин. Формування та розвиток позитивного іміджу окреслених суб'єктів освітнього процесу, використання нових підходів, PR-технологій у підвищенні їхнього престижу обумовлено зміною ролі освіти в життєдіяльності сучасного суспільства й впливом останнього на умови функціонування закладів освіти, що визначає не лише рівень і якість освіти, а й розвиток держави.

З огляду на це система професійної освіти освітян має бути спрямована на підготовку та перепідготовку конкурентоспроможних, компетентних, відповідальних фахівців, які здатні до постійного професійного зростання у складних умовах сучасного ринку праці, до саморозвитку, самоіміджування, удосконалення усіх складників професійної педагогічної культури.

Теоретико-методологічні засади дослідження сутності іміджу висвітлено в працях М. Артюхіної, Л. Балабанової, Ж. Ковалів, В. Королька, Ю. Палехи, Г. Почепцова, Т. Смирнова, М. Фадєєвої, А. Холода та ін. Розгляд PR-технологій професійного іміджу суб'єктів освітнього процесу саме в освітній діяльності викликає гостру зацікавленість у спеціалістів. Різним аспектам формування та розвитку іміджу освітянина присвячено дослідження багатьох українських й зарубіжних учених-практиків.

Науковому розв'язанню проблеми вдосконалення професійної підготовки вчителя сприяло дослідження тенденцій розвитку вищої педагогічної освіти, реформування, оновлення змісту освіти в Україні та за її межами (В. Андрущенко, О. Абдулліна, М. Євтух, І. Зязюн, В. Кремень, Н. Кузьміна, Н. Ничкало), організації освітнього процесу у закладах вищої педагогічної освіти (С. Гончаренко, О. Дубасенюк, М. Євтух, О. Спірін та ін.), концепції педагогічної майстерності (Є. Барбіна, І. Зязюн, В. Сластьонін), теорії педагогічної взаємодії (І. Бех, О. Бодальов, В. Кан-Калик, О. Леонтєв).

Науково-методологічну базу професійної підготовки вчителів у педагогічних університетах становлять теоретичні положення про сутність, функції, структуру та складові системи організації педагогічної діяльності вчителя (І. Зязюн, Н. Кузьміна, О. Савченко, В. Сластьонін, О. Сухомлинська, В. Сухомлинський та ін.), формування його професійно значущих якостей у вітчизняному (В. Гриньова, З. Курлянд, В. Радул та ін.) та зарубіжному досвіді (Д. Дьюї, К. Роджерс та ін.).

Так, дослідниками розкрито психологічні (Є. Ільїн, В. Клименко, О. Ковальова, Я. Пономарьов, В. Роменець, О. Чебикін) та педагогічні (Н. Гузій, В. Моляко) аспекти творчості, схарактеризовано особистісні якості творчого вчителя (Н. Гузій, І. Зязюн, Л. Кондрашова), проаналізовано умови становлення творчої особистості педагога (Є. Барбіна, З. Курлянд, О. Пехота, С. Сисоєва). Професійний імідж майбутнього і чинного вихователя закладу дошкільної освіти вивчають М. Апраксіна, К. Крутій, Т. Марєєва, Н. Платохіна, С. Попиченко, Р. Шулигіна та ін.

Специфіці формування позитивного іміджу закладу освіти присвячено праці Л. Даниленко, Л. Карамушка, В. Шпалінського та ін. Наприклад, загальні психологічні основи формування іміджу закладів освіти розглядали О. Бандурка, Л. Карамушка, М. Фадєєва; дослідженням впливу процесу формування якості освітніх послуг на імідж університету займалися такі науковці, як В. Андрущенко, Л. Балабанова, В. Бондар, І. Гамерська, В. Євтух, Є. Карпов, А. Олійник та ін.

Сьогодні вже не викликає сумніву той факт, що складовою професійної діяльності освітянина є іміджотворча діяльність, яка спрямована на створення позитивного іміджу педагога як суб'єкта освітньої взаємодії.

Аналіз сучасної наукової літератури дає змогу дійти висновку, що проблема професіоналізму освітянина, його світоглядної культури, духовно-морального вигляду, що формує імідж людини, яка представляє освіту і науку, є однією з актуальних у педагогіці, психології та філософії освіти. Вона викликає інтерес у значної частини представників наукової спільноти.

Саме від особистісних характеристик освітянина залежить реалізація навчальних планів, якість освітніх послуг, виховання підростаючого покоління як у процесі навчання, так і в позанавчальний час.

І хоча у сучасних дослідженнях накопичено значну кількість технологій, спрямованих на формування, розвиток та підтримку іміджу різних фахів, проте, виходячи з узагальнення існуючих досліджень і публікацій останніх років, PR-технології професійного іміджу суб'єктів освітнього процесу ще недостатньо досліджені, оскільки існує неоднозначність підходів до понятійного апарату, не визначено однозначно умови та чинники впливу на ефективне формування та орієнтири розвитку іміджу, критерії й показники ефективності цього процесу, що засвідчує актуальність порушеної проблеми для спеціалістів освітянської сфери.

Метою окресленої проблеми є розкриття PR-технологій професійного іміджу суб'єктів освітнього процесу, серед яких актуальними є іміджотворча привабливість професійного іміджу освітянина й сучасні орієнтири у формуванні та розвитку позитивного іміджу закладу освіти.

У напрямках проблеми, що розглядається, подано PR-технології, що спрямовані на презентацію освітніх досягнень як основу конкурентоспроможності – визначення як особливостей професійного іміджу суб'єкта освітнього процесу (особистісний імідж), так і ролі та функцій іміджу закладу освіти (корпоративне застосування стратегічно-визначальних заходів). До останніх належать: аналіз соціальних умов формування та трансформації іміджу від індивідуального до масового в освітньому середовищі (взаємовплив); розкриття закономірностей засвоєння відповідного іміджу особистістю освітянина; засоби корекції та управління іміджем; програмування професійного поведіння через набуття навичок корекції іміджу; психологічне й педагогічне забезпечення іміджових заходів, розробка та реалізація самопрезентації носія іміджу.

У сучасних умовах соціально-економічних змін прагнення виділити себе, заклад освіти (освітню установу), освітні послуги, які вони пропонують, спонукає менеджерів всіх ланок освіти свідомо й цілеспрямовано працювати над власним іміджем й іміджем освітньої організації в очах представників цільової аудиторії. PR-технології професійного іміджу суб'єктів освітнього процесу стають дедалі більш дієвим інструментом впливу на цю аудиторію та інструментом реалізації цілей, що постають.

Формування та розвиток іміджу суб'єктів освітнього процесу – це одночасно процес і функція: моделювання та конструювання, побудова, збереження, моніторинг, захист, корекція, тобто управління. Це особливий комплекс заходів, що сприяє зростанню лояльності з боку споживачів, залученню нових споживачів, посиленню образу унікальності сучасного освітнього закладу. Разом з тим формування та розвиток позитивного іміджу суб'єктів освітнього процесу є предметом науково-інформаційного супроводу освітянської діяльності.

I. ІМІДЖОТВОРЧІ КОМПОНЕНТИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ОСВІТЯН

Іміджотворчі компоненти професійної підготовки освітян завжди були в полі зору дослідників.

Так, у статті відомого науковця В. Андрущенка «Освіта як чинник формування демократичного світогляду студентів» [4] проаналізовано роль освіти у формуванні світогляду та демократичної аксіологічної платформи молоді та студентів. Автором зазначено, що саме вища освіта, культурне середовище університетів має потенціал для виховання та розвитку фундаментальних ознак демократичної свідомості. Тільки за умови укорінення демократичних практик і процедур в освітній сфері держави вможливиться їх ефективний гуманістично-аксіологічний трансфер в інші сфери національно-суспільної життєдіяльності. Науковцем обстоюється позиція про те, що єдиний шлях сприяння розвитку української демократії полягає у якнайшвидшій та якнайповнішій демократизації організаційно-управлінських та педагогічно-змістових вимірів національної освіти. Вченим простежено тенденцію використання застарілих, авторитарних методів управління системою освіти і педагогічного впливу, що виявляється в активному застосуванні принципів авторитарної педагогіки. З огляду на окреслені фактори така діяльність призводить до зниження національного потенціалу розвитку демократії і громадянського суспільства в нашій країні. Автором статті доведено, що ознаки посттоталітарного стану систем освіти колишніх радянських республік необхідно долати. Наголошено на необхідності вивчення й використанні досвіду демократичної організації освіти розвинених країн європейського досвіду.

У наступній публікації В. Андрущенка «Вчитель XXI століття: нова стратегія Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова» [3] аналізуються проблеми та перспективи розвитку української освіти, суспільне значення педагогічної освіти, проблеми підготовки нового вчителя, місце та роль у цьому процесі Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Автор наголошує на тому, що вчитель має бути компетентним у предметі, який він викладає, постійно працювати над собою, вдосконалювати свою педагогічну майстерність, має бути дослідником, залучати до цього процесу своїх вихованців. Не менш важливою якісною характеристикою особистості вчителя має стати орієнтація на національне, особливо патріотичне виховання молоді. Третій аспект ґрунтується на постійному самовдосконаленні вчителя, збагаченні знаннями, розширенні загального кругозору, наукової картини світу, високої світоглядної культури. Дослідником зазначено, що компетентність і постійне самовдосконалення є альфа і омега ефективної діяльності вчителя. Якщо ж він відстає від новітніх досягнень науки та суспільної практики, не прагне до удосконалення, то його слабкі сторони відразу стануть помітними й перетворяться на предмет нищівної критики учнями та батьками. Далі йде відторгнення від вчителя, втеча учнів від школи. Вчитель має бути високодуховною, моральною особистістю, уміти зрощувати духовність у своїх вихованцях.

Питання теоретичного обґрунтування основних складових, структури та аспектів іміджу педагога в освітньому просторі висвітлено у статті М. Навроцької «Імідж педагога в освітньому просторі» [25]. Автором публікації проаналізовано наукові джерела з теми дослідження. Наголошено на актуальних показниках професіоналізму педагога. Розглянуто трактування сутності поняття «імідж» у наукових підходах інших дослідників. Спираючись на наявні визначення, автором статті окреслено та схарактеризовано основні складові іміджу педагога. Розглянуто виокремлені аспекти використання інструментарію для побудови іміджу педагога. Дослідником висловлено думку про те, що до створення іміджу слід звертатися задовго до початку педагогічної роботи. В основі комунікації має бути проста мова, а представлені проблеми повинні мати значення для кожного. На основі наукового пошуку М. Навроцькою сформульовано висновки про те, що педагогічна компетентність складається зі знань, умінь, навичок, способів і прийомів їх реалізації у діяльності, спілкуванні, розвитку (саморозвитку) особистості, а під педагогічною компетентністю вчителя розуміється поєднання знань навчального предмета, дидактики і безпосередньо методики його викладання, а також умінь і навичок (культури) професійного спілкування. Наголошено на значенні ролі правильно організованого педагогічного спілкування, оскільки атмосферу бесіди зі школярами створює саме вчитель.

Іншу публікацію цього ж автора «Педагогічні умови розвитку професійного іміджу педагога післядипломної освіти» присвячено обґрунтуванню педагогічних умов розвитку професійного іміджу педагога в післядипломній освіті [26]. Дослідник наголошує, що неперервна освіта стає більш популярною, оскільки, зростає попит на подальше навчання, стажування, перепідготовку, здобуття нової спеціальності після закінчення закладу вищої освіти, удосконалення професійної компетентності. У публікації розглянуто сутність понять «умова» та «педагогічна умова». Аналізуючи підходи науковців щодо умов формування професійного іміджу майбутнього вчителя, М. Навроцька доходить висновку, що для їх розвитку потрібно організовувати процес професійної підготовки в закладах післядипломної освіти так, щоб створити сприятливе освітнє середовище. Дослідником окреслено та схарактеризовано педагогічні умови розвитку професійного іміджу педагога в системі післядипломної освіти, зокрема, формування в педагогів позитивної мотивації до розвитку власного професійного іміджу, створення сприятливого творчого, інформаційно насиченого освітнього середовища, організація самоосвітньої діяльності педагогів з використанням сучасних комп'ютерних технологій. Таким чином, за висновками автора, педагогічні умови є синтезом педагогічних та організаційних аспектів. Їх визначено як комплекс обставин і способів організації педагогічного процесу, що створюються з метою його оптимізації.

Теоретичному аналізу поглядів науковців щодо формування образу (іміджу) освітянина-професіонала присвячено статтю «Соціалізація іміджу освітянина: історичні витoki проблеми періоду ХХ століття на теренах Радянського Союзу» І. Агалець [1]. Зокрема, автором проаналізовано

науково-методичні підходи соціалізації іміджу освітянина у працях вчених часів радянської епохи. З'ясовано, що кожному періоду властиві певні особливості науково-теоретичних уявлень, які тим чи іншим чином відображають зміст праці освітянина: погляди на шляхи формування системи знань та умінь у процесі його професійної діяльності, особистісні психофізіологічні якості педагога, що досліджувалися багатьма вченими в дисертаціях і монографіях, висвітлювалися через призму відповідних епох. Показано історичну ретроспективу розвитку педагогічної думки в напрямі формування іміджу (іміджотворчих складових) освітянина. На думку дослідника, можна дійти висновку, що епоха розвитку педагогічної іміджології на основі дидаскології в 20–90 роках минулого століття сформувалась на ідеологічних засадах тієї доби, що є негативом у концепції закритої соціальної системи. Водночас гуманістичні ідеї були базисом концепцій науковців-педагогів. І це позитивно відобразилось на загальному баченні підготовки освітян. Науково-теоретичні засади професійної підготовки мають охоплювати процес оволодіння освітянином інноваційними навчально-виховними технологіями, прийомами планування й управління педагогічною діяльністю, особливими специфічними знаннями для кращої адаптації в професії та вияву творчої креативності щодо змісту й структури цієї діяльності, що, в свою чергу, реалізовуватимуться в уміннях й навичках під час професійної діяльності.

Аналізу результатів теоретичного та емпіричного дослідження психологічних особливостей сприймання професійного персонального іміджу жінки-викладача студентами закладу вищої освіти присвячено статтю З. Крижановської та А. Мітлош [22]. Дослідниками окреслено основні підходи до визначення понять «імідж», «репутація», «престиж». Схарактеризовано основні складові іміджу викладача, відмінності в сприйманні ділового персонального іміджу чоловіка та жінки. Науковцями детально описано етапи емпіричного дослідження, а саме: перший етап полягав у визначенні ознак, за якими у студентів складається перше враження про викладача; на другому – використовувалась розроблена авторська анкета, за допомогою якої підтвердилося припущення про те, що колір одягу є значущим елементом ділового іміджу жінки-викладача, але саме в його перцептивному компоненті; протягом третього – застосовано модифіковану форму семантичного диференціалу, що дало можливість з'ясувати семантичні характеристики кожного кольору в сприйманні досліджуваних. Авторами зазначено, що в дослідженні для визначення суб'єктивних переваг стосовно кольору одягу жінки-викладача було використано розроблену авторами проєктивну методику, об'єктом оцінки запропоновано вісім статичних зображень жінки, одягненої в костюм однакової моделі, але виконаного в різних кольорових рішеннях (за М. Люшером). На підставі здійсненого теоретико-емпіричного дослідження встановлено, що імідж не є поверховою характеристикою особистості. Теоретично та практично доведено, що перше враження впливає на сприймання іміджу жінки-викладача. З'ясовано, що колір одягу жінки-викладача є одним із важливих компонентів її ділового іміджу.

Проблемі формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій у педагогічній науці та практиці присвячено розділ монографії В. Бондаренка «Професійний імідж майбутнього вчителя технологій: теорія і практика формування» [10]. Зокрема, автором розглянуто історичні аспекти проблеми, де засвідчено, що зазначена проблема завжди була на прядку денному педагогічної науки і практики. Аналізуючи наукові праці з теоретичних й практичних аспектів формування професійного іміджу майбутніх учителів, В. Бондаренко виокремлює такі висновки: означені проблеми стають предметом дослідження науковців, отримують розв'язок та втілення у педагогічну практику, хоча питання формування професійного іміджу вчителя технологій залишилися поза увагою ґрунтовних педагогічних досліджень. На думку автора, для формування професійного іміджу вчителя технологій важливо розуміти його якості, на які можна впливати. Розмірковуючи стосовно уявлення про цілісність системи формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій, дослідником з'ясовано, що воно конкретизувалося через виявлення системоутворювальних зв'язків між елементами системи, завдяки яким відповідна педагогічна технологія є єдиним цілим, а зміна в одному з них призводить до зміни всіх інших. Сукупність виокремлених зв'язків зумовлює необхідність розроблення структури та організації системи формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій, які відображають її будову та специфічні відносини між компонентами цілого. Засобом регулювання означеної системи виступає педагогічне управління, яке забезпечує оптимальне її функціонування та розвиток; системоутворювальним фактором є мета, яка визначає засоби та дії з її реалізації. Крім того, у розділі висвітлено досвід розвитку і реформування підготовки вчителів технологій в європейській педагогіці, який значною мірою визначається сучасними освітніми досягненнями, міжнародними педагогічними ідеями (професіоналізація, інтеграція, універсальзація). Звернуто увагу на особливу вимогу, що висувається до майбутніх учителів технологій і професійного навчання з огляду на державну освітню політику в Скандинавських країнах, – це бути професійно готовими до рівня розвитку сучасної науки і виробництва, забезпечення розвитку розумових і фізичних можливостей учнів. Зазначено, що учитель технологій перестає бути формальним носієм знань, практичних умінь та функцій контролю, натомість він стає консультантом творчого пошуку учня. Основне психологічне, педагогічне і методичне навантаження спрямовується на співробітництво, консультування та психологічну й педагогічну підтримку як класного колективу, так і особисто кожного учня. Таким чином, за висновками автора, технологічна освіта та її основні складові відображають особливості культурно-національних традицій, переконань і поглядів щодо професії вчителя. Окреслені тенденції реформування підготовки вчителів технологій Скандинавських країн, безперечно, мають сприяти формуванню професійного іміджу вчителя.

Культурологічні принципи формування іміджу майбутніх учителів технологій та їх реалізацію у педагогічній практиці закладу вищої освіти (ЗВО) В. Бондаренко висвітлює в іншій своїй публікації «Культура

формування іміджу майбутнього вчителя технологій у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу» [6]. Аналізуючи дослідження із зазначеної проблеми та положення представників різних наук про імідж й особливості його формування, що визначають іміджову політику на технологічних факультетах ЗВО, автором статті зауважено, що, визначаючи структуру іміджу та різні аспекти його формування, науковці не дотримують єдиної точки зору в його трактуванні та досліджують особливості його формування на підґрунті знання тієї наукової галузі, фахівцями якої вони є. В. Бондаренком виокремлено низку закономірностей процесу формування іміджу майбутніх учителів технологій. Обстоюється позиція, що формування іміджу майбутніх учителів технологій – це багатогранний процес, який має ґрунтуватися на принципах, що відображають закономірності його формування, дотримання яких забезпечить ефективність системи формування позитивного професійного іміджу. Викладено авторську інтерпретацію щодо процесу культури формування у майбутніх учителів технологій професійного іміджу. Окреслено та схарактеризовано принципи формування іміджу в майбутніх учителів технологій культуропровідного рівня. Науковцем зазначено, що дотримання культуропровідних принципів формування іміджу майбутніх учителів технологій дає змогу зробити цей процес більш ефективним. У культурологічному вимірі стає закономірним введення до структури професійного іміджу вчителя технологій таких складових: культури професійного навчання, морального і патріотичного виховання у процесі педагогічної взаємодії вербального і невербального характеру, культури професійної творчості й використання її продуктів у педагогічних цілях, мовленнєвої, габітарної й артистичної культури.

Разом із зазначеними працями, у науковому доробку цього автора розглянуто інші аспекти визначеного питання, а саме: педагогічні шляхи та умови формування професійного іміджу майбутнього вчителя технологій в умовах модернізації вищої освіти [9], методологічні засади формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій в освітньому процесі закладу вищої освіти [7], педагогічна технологія формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій [8], формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій у закладі вищої педагогічної освіти на засадах аксіологічного та акмеологічного підходів [11].

У статті О. Торубари [36] висвітлено результати аналізу процесу формування педагогічного іміджу викладача спецтехнологій у професійно-технічному закладі освіти. Визначено, що імідж не формується спонтанно, а є результатом цілеспрямованої роботи педагога над собою в контексті побудови взаємопов'язаних компонентів. Його формування є досягненням впливу зовнішніх якостей і виразності внутрішнього образу педагога на особистість. Дослідником окреслено та проранжовано взаємопов'язані компоненти побудови іміджу педагога. Виокремлено етапи формування нового іміджу педагога. Встановлено, що індивідуальний імідж формується в процесі соціальних комунікацій, де в закодованому вигляді відбито основні психологічні процеси та шифр, який існує у вигляді символів на рівні зовнішніх проявів і несе в собі відбиток змісту особистості викладача. На

думку дослідника, успішність особистісного іміджу оцінюється на рівні груп людей, які висловлюють суперечні вимоги, тому імідж має бути гнучким, самостійним, толерантним. Таким чином, за висновками автора, основою формування іміджу педагога є: мотивація, яка виступає «вектором» іміджевої діяльності; естетичні й особистісні якості викладача, що становлять в професійній культурі моральне ядро, яке містить красу, добро, істину, що сприяють пошуку різних форм творчості, насиченості діяльності педагога.

Завданням дослідження Г. Ангелова, О. Стояно «Современный руководитель-лидер – это знающий психолог и умелый педагог» [2] є розкриття значення й встановлення зв'язку між поняттями «лідер» і «менеджер», а також розкриття особистісних якостей та здібностей лідера-менеджера як психолога і педагога, що є ключовим для досягнення організаційної ефективності. Стверджується, що керівник має великий вплив на всі сфери життєдіяльності організації. Важливе місце в системі факторів, що формують соціально-психологічний клімат організації, займають методи і стиль керівництва, адже саме керівник є прикладом для співробітників, від нього залежать налагодженість і ефективність системи мотивування праці підлеглих. Виокремлено і схарактеризовано особистісно-професійні якості лідера-керівника. Аналізуючи особистісні якості лідера-керівника, автори статті доходять висновку, що здатність керівництва цінувати (емоційно і матеріально) роботу підлеглих безпосередньо впливає на їхню поведінку і настрій, що, безумовно, впливає і на ставлення до виконання обов'язків. За результатами наукового пошуку дослідниками здійснено спробу узагальнити і доповнити існуючі розробки власним баченням феноменів лідерства та управління, а саме: до основних особистісних якостей керівника-лідера в процесі успішної психологічної і педагогічної діяльності слід віднести емпатію, тактовність і дипломатичність у спілкуванні, моральність, честь, обов'язок, відповідальність, сміливість у розв'язанні практичних питань, фасилітативність і психологічну проникливість.

У статті В. Вознюк «Позитивний імідж навчального закладу й управлінська культура його керівника» [12] висвітлено результати дослідження структури та змісту управлінської культури керівника школи як складової його загальної культури та професійних компетентностей, що є важливим чинником формування позитивного іміджу закладу освіти (ЗО). Звернуто увагу на ситуацію, що склалась на ринку освітніх послуг, яка потребує нового підходу до її розв'язання й висуває нові вимоги до керівників закладів загальної середньої освіти (ЗЗСО) щодо суттєвого підвищення рівня їх управлінської культури. Автором статті обстоюється позиція про те, що метою створення іміджу є підвищення конкурентоздатності, залучення інвестицій, установлення та розширення партнерських зв'язків. При чому не важливо, в якій місцевості функціонує ЗО, – міській чи сільській. Алгоритм створення іміджу ЗЗСО може містити: виявлення в соціальних груп, зацікавлених у наданні освітніх послуг, їхніх уявлень про ЗО; виявлення актуальних проблем і очікувань аудиторії; розроблення стратегії формування іміджу ЗО; безпосереднє формування іміджу ЗЗСО; контроль проміжних результатів, коригування; моніторинг

сформованого іміджу. Науковцем з'ясовано, що позитивний імідж ЗО має струнку систему взаємопов'язаних якостей, інтегративну сукупність характеристик. Проаналізовано структуру і зміст управлінської культури, що дало можливість схарактеризувати та розмежувати поняття «управлінська культура» і «культура управління» та схарактеризувати основні види управлінської культури директора ЗЗСО: політичну, правову, адміністративну, менеджерську, організаційну, соціально-психологічну, інформаційну, комунікативну, економічну. На думку дослідника, структура і зміст управлінської культури керівника ЗО є складовою його загальної культури й професійних компетентностей та виступає важливим чинником формування позитивного іміджу ЗО, складним ціннісним утворенням, яке характеризується не лише особистою, духовною і матеріальною культурою, а й задоволенням в управлінській праці, знаннями в галузі педагогіки, психології, управління соціальними системами, професійними вміннями.

Обґрунтуванню необхідності застосування елементів іміджотворчості з метою вдосконалення навчально-професійної діяльності майбутнього вчителя початкової школи присвячено працю Т. Довгої [15]. На думку науковця, основою індивідуального стилю творчої професійної діяльності вчителя є особистісно-професійний імідж (позитивний і негативний), тобто комплексна характеристика, що інтегрує його особистісні та професійні якості. Т. Довга звертає увагу на те, що характер іміджу значною мірою зумовлений внутрішньою сутністю педагога (високою професійною самооцінкою, потребою в самореалізації, гнучкістю в пошуку творчих альтернатив) та залежить від вибору засобів впливу на суб'єктів освітнього процесу. Педагогові з позитивним іміджем притаманні риси власної гідності, самоповаги, відповідальність за себе й інших, активна професійна позиція тощо. Дослідник наголошує, що особистісно-професійний імідж учителя забезпечує провідну роль у налагодженні гуманних міжособистісних стосунків у освітньому середовищі та реалізується у процесі іміджевої діяльності. Т. Довгою також викладено авторську інтерпретацію визначень «іміджотворча діяльність», «іміджоперетворювальна діяльність». Запропоновано можливості для розвитку особистісно-професійного іміджу та іміджотворчої діяльності студентів у процесі професійної підготовки. Елементи іміджотворчості відпрацьовувались під час виконання студентами ситуаційних завдань (кейсів), зміст яких сприяв розширенню педагогічної ерудиції, розвитку творчого мислення та педагогічних здібностей. Автором встановлено, що іміджотворчість має важливе значення на етапі первинного професійного становлення майбутнього вчителя початкової школи. Шляхом до іміджотворчості є іміджова діяльність, яка реалізується засобами особистісно-професійного іміджу. Розвитку іміджотворчості сприяють завдання з актуалізації когнітивної сфери особистості.

Статтю «Використання європейського досвіду формування еколого-педагогічної культури в майбутніх вихователів як складника професійного іміджу» Л. Загородньої [17] присвячено питанням формування еколого-педагогічної культури в майбутніх вихователів як складника професійного іміджу в процесі вивчення ними спеціального курсу «Реалізація стратегії

екологічної безпеки: інтеграція європейського досвіду». Автором здійснено аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми екологічної освіти в країнах Європи й іміджу вихователя закладу дошкільної освіти. Коротко схарактеризовано зміст розділу спецкурсу «Екологічна освіта в країнах Європейського Союзу», принципи і методи його реалізації. Особливу увагу звернуто на організаційно-педагогічні умови формування еколого-педагогічної культури майбутніх педагогів у європейських країнах: реалізацію принципів екологічного навчання та виховання, розвиток дослідницької діяльності студентів в екологічній галузі, упровадження особистісно-орієнтованих технологій в освітній процес, здійснення екологізації освітнього процесу, неперервність екологічної освіти та виховання майбутніх педагогів. У статті наведено основні питання тестового контролю та подано результати оволодіння студентами матеріалом дисципліни.

У праці О. Апостол «Теоретичні аспекти формування та розвитку позитивного іміджу сучасного педагога» [5] висвітлено проблему формування позитивного іміджу сучасного педагога. Автором розкрито теоретичні аспекти формування позитивного професійного іміджу педагога вищої школи. Акцентовано увагу на тому, що формування професійного іміджу охоплює як внутрішні складові особистості (прагнення, інтереси, досвід), так і зовнішні аспекти діяльності фахівця (вплив на оточуючих, відтворення соціальних стереотипів, інтерактивний двобічний зв'язок із суспільством). Виокремлено характерні ознаки та якості професійного іміджу педагога. О. Апостол стверджує, що імідж викладача є гармонійною сукупністю зовнішніх і внутрішніх характеристик, а його формування – поетапний і тривалий процес, ефективність створення якого зумовлена низкою умов. Сформульовано висновки, в яких зазначено, що позитивний імідж викладача закладу вищої освіти складається насамперед з професіоналізму (мистецтва володіння знаннями з предмета, педагогічними технологіями, психологічною грамотністю) та адаптованість поряд із рішучістю є ключем до успіху у викладацькій діяльності; імідж – це поєднання науки та мистецтва, що надає креативні можливості для кожного. Правильно сформований позитивний імідж працює на викладача, полегшує його професійну діяльність, робить його особистість неповторною.

Інші напрями формування та розвитку позитивного іміджу освітянина – представника закладу освіти розглядаються в працях таких дослідників, як Н. Іовхімчук, Н. Прус, О. Пуляк, А. Стонога, В. Тимошенко, О. Хутренко [19; 30; 32; 33; 34; 38].

II. СУЧАСНІ ОРІЄНТИРИ У ФОРМУВАННІ ТА РОЗВИТКУ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ

Сучасні орієнтири у формуванні та розвитку позитивного іміджу закладу освіти є предметом вивчення наукової спільноти.

Питанню формування позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти (ЗЗСО) присвячено публікацію О. Язловецької [41] як однієї із складових модернізації освіти. Зокрема, автором акцентовано увагу на

визначенні етапів та напрямків роботи щодо формування іміджу ЗЗСО. На основі аналізу наукових джерел автор публікації виокремлює етапи формування іміджу закладу освіти (ЗО) та пропонує технологію їх здійснення. Окрім того, проранжовано напрями кожного з етапів. Автор звертає увагу на те, що роль керівника у формуванні свого іміджу має зводитися до чіткого усвідомлення управлінської позиції, заснованої на знанні законодавства і теорії управління. Науковець наголошує на важливості приділення уваги манері спілкування керівника і персоналу школи з іншими суб'єктами освітнього процесу. Виокремлено низку елементів, що формують фірменний стиль школи. Особливу увагу приділено розвитку співробітницьких відносин між педагогами та батьками, формуванню гуманних стосунків між дітьми і батьками. Для розв'язання цієї задачі рекомендовано програму «Взаємодія педагогів і сім'ї», що також включає PR-методи. Окреслено ефективні PR-заходи (дні відкритих дверей, презентації і виставки освітніх послуг, публікації в ЗМІ), благоустрій будівлі та території школи, підвищення педагогічної культури педагогічного колективу і всього персоналу школи. Сформований позитивний імідж ЗЗСО допоможе розв'язати низку завдань: збільшити привабливість школи – у першу чергу для батьків, учнів і персоналу; підвищити ефективність заходів з інформування населення про нові освітні послуги; полегшити впровадження нових освітніх послуг; підвищити рівень організаційної культури ЗО; поліпшити соціально-психологічний мікроклімат у колективі школи. Створений сприятливий імідж ЗО може стати своєрідним показником рівня розвитку всього закладу, оцінки його перспективності, зрілості й професіоналізму колективу, своєчасності методичного продукту та креативності методичної роботи в школі. Таким чином, щоб той чи інший ЗО став привабливим, мав свій неповторний сформований образ, насамперед він повинен мати: чітко визначені пріоритети, власну філософію, своє бачення майбутнього, сформульоване в місії ЗЗСО; унікальну, неповторну, особливу систему цінностей, звичаїв, традицій, стилів поведінки; різноманітні та якісні освітні послуги; оригінальну систему виховної роботи; зв'язки із закладами додаткової освіти, закладами вищої освіти, різними соціальними інститутами; яскраві, пізнавальні, вчасно поновлювані інформаційні матеріали, призначені для зовнішньої презентації; систему цільового подання інформації споживачам про свій потенціал, успіхи і пропоновані освітні послуги.

Певний науковий інтерес для досягнення вагомості орієнтирів формування міжнародного іміджу університетів становить стаття науковців О. Падалки, О. Вороненка, Т. Гуменюк «Сучасні орієнтири формування міжнародного іміджу університетів: зарубіжний досвід» [27]. Авторами публікації висвітлено результати аналізу наукової діяльності науково-педагогічних працівників в Україні та визначено сучасні орієнтири формування міжнародного іміджу університетів Сполучених Штатів Америки (США) та країн Європи. Зокрема, подано результати аналізу наукової та науково-технічної діяльності у закладах вищої педагогічної освіти (ЗВПО) України станом на кінець 2014 р.: за кадровою ситуацією,

функціонуванням аспірантури і докторантури, наявністю чинних спеціалізованих учених рад із захисту дисертацій, науково-дослідною роботою студентів із метою підготовки молодих учених. Науковці зазначають, що ефективність діяльності сучасного ЗВПО значною мірою залежить від рівня кваліфікації та індивідуальних творчих здібностей його професорсько-викладацького складу, тому науково-педагогічні працівники вишу розглядаються як найбільш значуща частина його активів. Дослідниками визначено критерії оцінювання результатів наукової роботи професорсько-викладацького складу закладу вищої освіти (ЗВО) та способи заохочення молодих викладачів до науково-дослідницької роботи через навчання в аспірантурі і докторантурі з кінцевим результатом – захистом дисертаційної роботи. Поручено проблему підготовки молодих учених у ЗВПО України як потужної інтелектуальної сили, від якої залежить наукове майбутнє країни. Окреслено сучасні орієнтири формування міжнародного іміджу університетів у зарубіжному досвіді США та країн Європи. Авторами публікації сформульовано основні напрями науково-технічної діяльності ЗВО, що спрямовані на зовнішню співпрацю у межах країни та у світі.

І. Проценко [29] у своїй публікації звертає увагу на проблему з'ясування ролі іміджу університету як основної структурної складової закладу вищої освіти (ЗВО). Правомірність цієї проблеми автор обґрунтовує такими аргументами: формування позитивного іміджу ЗВО та його підтримка впливають не тільки на посилення конкурентоспроможності та перспективності, а й у цілому свідчать про рівень розвитку освіти в регіоні та країні, що значною мірою позначається на іміджі освіти, зокрема вищої. Нині розгортається суперництво, де заклади освіти вдаються до різних форм конкуренції, серед яких значна роль відводиться іміджу. Дослідником з'ясовано сутність понять «імідж» та «імідж університету». Здійснено ретроспективний аналіз введення поняття «ефективний імідж вузу» в практику, наведено його визначення. Зазначено, що при формуванні ефективного іміджу необхідно чітко визначити, у якому напрямі працювати, тобто конкретизувати який тип іміджу розробляти, з яких елементів складається імідж ЗВО. Особливу увагу автором приділено PR-технологіям, які передбачають розв'язання різних проблем. Виявлено, що імідж – невід'ємна частина будь-якої організації, що спрямовує свої дії на формування сприятливого образу в умовах ринкової економіки для встановлення гармонійних відносин із громадськістю. Проаналізовано основні складові структури іміджу ЗВО: імідж освітньої послуги, імідж споживачів освітніх послуг, внутрішній імідж організації, імідж персоналу, соціальний імідж, візуальний імідж, бізнес-імідж. З'ясовано, що формування ефективного іміджу ЗВО потребує не тільки посилення позицій на локальному ринку освітніх послуг, а й відповідного рівня розвитку освіти в регіоні та країні.

Питанням визначення теоретичних основ та аналізу підходів вітчизняних та зарубіжних учених до формування позитивного іміджу закладів освіти присвячено публікацію Н. Чернеги «Погляди вітчизняних та зарубіжних учених на формування позитивного іміджу вищого навчального

закладу» [39]. У статті наведено результати аналізу наукових джерел вітчизняних та зарубіжних науковців з розв'язання проблем щодо формування іміджу освітніх установ. Визначено особливості та відмінності в наукових підходах до формування іміджу закладу вищої освіти (ЗВО). Простежено, що вітчизняні автори приділяють більше уваги вивченню внутрішнього іміджу компанії – ставлення до компанії її персоналу і керівників. Зарубіжні вчені надають вагомому значення зовнішньому аспекту іміджу в організації. Таке поєднання процесу формування позитивного іміджу ЗВО є необхідною передумовою підвищення іміджу установи і дає можливість розробити ефективні психологічні методи та прийоми, що спрямовані на підвищення результативності позитивного іміджу ЗВО. Автором, зокрема, сформульовано висновок про нерозривний взаємозв'язок зовнішнього і внутрішнього іміджу організації, адже сприйняття суспільством компанії можна істотно поліпшити, налагодивши співпрацю з персоналом щодо підвищення рівня надання освітніх послуг.

О. Ткаченко у своїй публікації звертає увагу на проблему формування іміджу закладів освіти (ЗО) як складової системи освіти [35]. Зокрема, автором обґрунтовано необхідність з'ясування сутності, природи іміджу як складової системи освіти і як соціокультурного феномена, зміст якого визначається специфікою соціокультурної ситуації та цінностями його створювачів. Звернуто увагу на те, що вітчизняні розробки у цій сфері досі перебувають на початковій стадії розроблення, а побудова теорії формування іміджу залишається нерозв'язаним завданням. З'ясовано сутність іміджу ЗО, його функції. Виокремлено й схарактеризовано ознаки та положення ціннісної природи іміджу. Зазначено, що імідж ЗО характеризується аксіологічною детермінованістю, жорстким зв'язком із системою цінностей, норм і мотивів діяльності не лише тих, хто його створив (розробників), а й об'єктів впливу. Автором стверджується, що імідж як образ-стереотип має формуватися планомірно, цілеспрямовано, всебічно і закладати у свідомості цільових аудиторій спроектовану суб'єктом систему уявлень й цінностей.

Завданням дослідження «Аналіз управління розвитком організаційної культури як субстрату прогнозування позитивного іміджу загальноосвітнього навчального закладу» [37] В. Усатенко є розкриття сутності управління розвитком організаційної культури школи як субстрату прогнозування розвитку позитивного іміджу закладу загальної середньої освіти (ЗЗСО). Автором публікації проаналізовано особливості управління розвитком організаційної культури ЗЗСО як основи прогнозування його позитивного іміджу. Визначено основні характеристики організаційної культури та фактори її розвитку. Науковцем обґрунтовано принципи прийняття управлінських рішень керівниками школи. На основі аналізу психолого-педагогічної літератури та значного досвіду управлінської діяльності констатовано, що ефективне управління розвитком шкільної культури дієво впливає на формування та розвиток позитивного іміджу ЗЗСО. Розглянуто компоненти та критерії ефективності формування позитивного іміджу закладу освіти (ЗО). Сформульовано висновки: в умовах гармонізації діяльності вітчизняних закладів з вимогами європейських стандартів

професіоналізм та імідж шкіл набувають особливої актуальності; цілеспрямований, адекватний імідж нагально потрібний для будь-якого виду соціальної діяльності і займає місце серед таких понять, як рейтинг, репутація, популярність, престиж; визначальним у формуванні позитивного іміджу ЗЗСО в сучасних соціально-економічних умовах є зростання конкуренції; позитивний імідж школи може полегшити доступ ЗО до фінансових, інформаційних та людських ресурсів; ЗО з позитивним іміджем стає більш привабливим у сучасному соціумі. Викладене вище переконливо свідчить про проблемність процесу управління розвитком організаційної культури ЗЗСО як субстрату прогнозування його позитивного іміджу в соціумі.

Наукова розвідка Д. Мірошніченка, А. Зленко, О. Ісайкіної «Імідж як складова корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу» [24] – це спроба з'ясувати сутність поняття, розглянути його структуру, дослідити основні етапи формування і систематизувати теоретичні положення щодо формування корпоративної культури та іміджу закладу вищої освіти (ЗВО) на ринку освітніх послуг. Зауважено, що комплексне поєднання складових іміджу викладача ЗВО може забезпечити створення позитивного ефекту на студентів та ведення успішної викладацької діяльності. Співавторами публікації запропоновано трактування та складові стилю ЗВО. Зазначено, що кожний елемент структури іміджу є важливим у його формуванні, оскільки всі вони взаємопов'язані. Проте розвиток конкуренції між закладами освіти спонукає освітні установи до активної ринкової позиції, підвищення якості освітніх послуг, вивчення попиту на освітні продукти і потреби ринку праці. Науковцями викладено авторську інтерпретацію визначення корпоративної культури ЗВО. Окреслено та розкрито зміст низки складових корпоративної культури ЗВО. На думку Д. Мірошніченка, А. Зленко, О. Ісайкіної, ефективне управління ЗВО необхідно здійснювати при першому контакті з цільовою аудиторією – абітурієнтами. У сучасному вітчизняному ЗВО традиційним став комплекс заходів, що сприяє зростанню лояльності з боку клієнтів, залученню нових споживачів, посиленню образу унікальності сучасного університету. Стверджується, що сучасний ЗВО перебуває в постійному пошуку стратегії посилення власної позиції на ринку освітніх послуг, а однією з найефективніших стратегій досягнення цієї мети є формування його позитивного іміджу.

У статті Л. Загородньої «Якість освітніх послуг як компонент іміджу дошкільного навчального закладу» [18] висвітлено питання забезпечення якості освіти як вагомого складника іміджу закладу дошкільної освіти (ЗДО). Здійснено ретельний аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми якості освіти і дошкільної зокрема, на основі якого виокремлено основні складники позитивного образу такого закладу. Автором висунуто припущення, що батьки віддають перевагу тому закладу, який максимально якісно може задовольнити запити щодо забезпечення їхньої дитини сучасними знаннями і вміннями, що сприятиме легкій адаптації в мінливому світі, безболісному прийнятті нової соціальної позиції школяра, виявленню

своєї життєвої компетентності у будь-яких ситуаціях. Батьки роблять свій вибір на користь певного закладу освіти (ЗО) за умови, якщо імідж установи відповідає їхнім потребам у галузі освіти. У публікації подано порівняльну характеристику показників і критеріїв якості освіти в ЗДО. На думку автора, якість освіти в ЗДО великою мірою залежить від вихователя, тому важливо здійснювати підвищення кваліфікації та ініціювати (або підтримувати) саморозвиток педагогів у міжкурсовий період шляхом мотивування до участі в роботі майстер-класів, колоквиумів, брейн-рингів та інших форм динамічного інтерактивного навчання дорослих (у тому числі з питань наступності між дошкільною та початковою ланками в рамках упровадження концепції «Нової української школи»). Такі інтерактивні форми методичної роботи будуть ефективними як в умовах освітнього простору ЗДО, міста, району, так і на базі інститутів післядипломної педагогічної освіти, які надаватимуть освітні послуги за замовленням педагогів сфери дошкільної освіти (ДО). Розглянуто низку засобів, що впливають на забезпечення якості освітніх послуг у (ЗДО). Автором акцентовано увагу на найбільш вагомих чинниках впливу на якість ДО.

Різнобічні аспекти формування та розвитку позитивного іміджу закладу освіти висвітлено в працях О. Галітської, О. Грицан, М. Дудченко, Ю. Карпенко, Г. Кіріяк, В. Кубко, Г. Педченко, С. Пузириного, Н. Шолох [13; 14; 16; 20; 21; 23; 28; 31; 40]. Прикладна спрямованість цих публікацій допоможе у розв'язанні низки завдань – збільшити привабливість закладів освіти; підвищити ефективність заходів з інформування населення про нові освітні послуги, полегшити впровадження нових освітніх послуг, підвищити рівень організаційної культури закладів освіти, поліпшити соціально-психологічний мікроклімат у колективах закладів освіти.

Таким чином, аналізуючи та узагальнюючи проблеми формування та розвитку позитивного іміджу суб'єктів освітнього процесу, важливо зазначити, що створення позитивного іміджу як фахівця освіти, так і закладу освіти є досить складним завданням. Розв'язання зазначеної проблеми ефективно сприятиме посиленню позицій на локальному ринку освітніх послуг та свідчитиме про рівень розвитку освіти в країні, що значною мірою позначається на іміджі вітчизняної освіти.

Перспективи подальшої розробки досліджуваної проблеми вбачаємо у визначенні теоретичних і практичних аспектів використання PR-форм, PR-методів, PR-технологій у формуванні іміджу суб'єктів освітнього процесу, проведенні порівняльних досліджень у галузі педагогічної іміджології.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. **Агалець, І. О.** Соціалізація іміджу освітянина: історичні витоки проблеми періоду ХХ століття на теренах Радянського Союзу / І. О. Агалець // Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту. Серія: Педагогічні науки / Чернігів. нац. пед. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. – Чернігів, 2015. – Вип. 124. – С. 245–249. – Бібліогр.: 15 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2015_124_65 (дата звернення: 30.11.2018).

2. **Ангелов, Г. В.** Современный руководитель-лидер – это знающий психолог и умелый педагог / Г. В. Ангелов, О. А. Стояно // Економіка харчової промисловості. – 2016. – Т. 8, вип. 2– С. 40–45. – Бібліогр.: 13 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=aph&AN=117715630&lang=ru&site=ehost-live> (дата звернення: 04.04.2018).

3. **Андрущенко, В.** Вчитель XXI століття: нова стратегія Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова / В. Андрущенко // Вища освіта України. – 2016. – № 4. – С. 5–14. – Бібліогр.: 3 назви. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vou_2016_4_3 (дата звернення: 03.04.2019).

4. **Андрущенко, В. П.** Освіта як чинник формування демократичного світогляду студентів / В. П. Андрущенко // Нова парадигма. – 2014. – Вип. 119. – С. 3–12. – Бібліогр.: 12 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nopa_2014_119_3 (дата звернення: 03.04.2019).

5. **Апостол, О. В.** Теоретичні аспекти формування та розвитку позитивного іміджу сучасного педагога / О. В. Апостол // Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту. Серія: Педагогічні науки / Чернігів. нац. пед. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. – Чернігів, 2018. – Вип. 150. – С. 7–10. – Бібліогр.: 11 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2018_150_4 (дата звернення: 12.12.2018).

6. **Бондаренко, В. І.** Культура формування іміджу майбутнього вчителя технологій у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу / В. І. Бондаренко // Духовність особистості: методологія, теорія і практика : зб. наук. пр. / Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля [та ін.]. – Северодонецьк, 2015. – Вип. 6. – С. 25–32. – Бібліогр.: 3 назви. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/domtp_2015_6_5 (дата звернення: 11.04.2019).

7. **Бондаренко, В. І.** Методологічні засади формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу / В. І. Бондаренко // Духовність особистості: методологія, теорія і практика : зб. наук. пр. / Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля [та ін.]. – Северодонецьк, 2015. – Вип. 2. – С. 15–26 – Бібліогр.: 5 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/domtp_2015_2_4 (дата звернення: 10.04.2018).

8. **Бондаренко, В. І.** Педагогічна технологія формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій / В. І. Бондаренко // Молодий вчений. – 2015. – № 4. – С. 14–18. – Бібліогр.: 5 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2015_4%283%29_4 (дата звернення: 10.04.2019).

9. **Бондаренко, В. І.** Педагогічні шляхи та умови формування професійного іміджу майбутнього вчителя технологій в умовах модернізації вищої освіти / В. І. Бондаренко // Педагогічний альманах : зб. наук пр. / Херсон. акад. неперерв. освіти Херсон. облради. – Херсон, 2014. – Вип. 22. – С. 133–138. – Бібліогр.: 4 назви. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pedalm_2014_22_23 (дата звернення: 10.04.2018).

10. **Бондаренко, В. І.** Професійний імідж майбутнього вчителя технологій: теорія і практика формування : монографія / В. І. Бондаренко ; Держ. вищ. навч. закл. «Донбас. держ. пед. ун-т». – Слов'янськ : Б. І. Маторіна, 2014. – 260 с. – Бібліогр.: с. 220–260 (335 назв).

11. **Бондаренко, В.** Формування професійного іміджу майбутніх учителів технологій у педагогічному ВНЗ на засадах аксіологічного та акмеологічного підходах [Електронний ресурс] / В. Бондаренко // Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти : наук. електрон. вид. / Держ. вищ. навч. закл. «Донбаський державний педагогічний університет». – Текст. дані. – Слов'янськ, 2017. – Вип. 5 : За матеріалами Міжнародної інтернет-конференції «Професіоналізм педагога в умовах освітніх інновацій», ч. 2. – С. 49–58. – Бібліогр.: 4 назви. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/prptma_2017_5%282%29_8 (дата звернення: 04.04.2019).

12. **Вознюк, В. С.** Позитивний імідж навчального закладу й управлінська культура його керівника / В. С. Вознюк // Пед. пошук. – 2016. – № 2. – С. 12–16. – Бібліогр.: 11 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pedp_2016_2_5 (дата звернення: 28.11.2018).

13. **Галітська, О. В.** Імідж навчального закладу – конкурентоспроможність школи / О. В. Галітська // Упр. школою. – 2017. – № 1/3. – С. 22–27.

14. **Грицан, О.** Імідж загальноосвітнього навчального закладу та особистість керівника / Олена Грицан // Вересень. – 2016. – № 1/2. – С. 16–21. – Бібліогр.: 9 назв.

15. **Довга, Т.** Елементи іміджотворчості у навчально-професійній діяльності майбутнього вчителя початкової школи / Тетяна Довга // Людинознавчі студії. Серія «Педагогіка» : зб. наук. пр. Дрогобиц. держ. пед. ун-ту ім. Івана Франка / Дрогобиц. держ. пед. ун-т ім. Івана Франка. – Дрогобиц, 2016. – Вип. 3/35. – С. 100–108. – Бібліогр.: 6 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lstud_2016_3_14 (дата звернення: 28.11.2018).

16. **Дудченко, М. І.** Робота педагогічного колективу над створенням позитивного іміджу загальноосвітнього навчального закладу / Микола Іванович Дудченко // Таврійський вісн. освіти. – 2017. – № 3. – С. 51–58. – Бібліогр.: 9 назв.

17. **Загородня, Л. П.** Використання європейського досвіду формування еколого-педагогічної культури в майбутніх вихователів як складника професійного іміджу / Л. П. Загородня // Вісн. Глухів. нац. пед. ун-ту ім. Олександра Довженка. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Глухів. нац. пед. ун-т ім. Олександра Довженка. – Глухів, 2017. – Вип. 2. – С. 17–28. – Бібліогр.: 6 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vgnpu_2017_2_4 (дата звернення: 04.04.2019).

18. **Загородня, Л. П.** Якість освітніх послуг як компонент іміджу дошкільного навчального закладу / Л. П. Загородня // Вісн. Глухів. нац. пед. ун-ту ім. Олександра Довженка. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Глухів. нац. пед. ун-т ім. Олександра Довженка. – Глухів, 2017. – Вип. 3. –

С. 150–160. – Бібліогр.: 14 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vgnpu_2017_3_22 (дата звернення: 04.04.2019).

19. **Іовхімчук, Н. В.** Мовленнєво-комунікативна культура як складова іміджу майбутніх вчителів початкової школи / Н. В. Іовхімчук // Оновлення змісту, форм та методів навчання і виховання в закладах освіти : зб. наук. пр. : наук. зап. Рівнен. держ. гуманітар. ун-ту / Рівнен. держ. гуманітар. ун-т. – Рівне, 2017. – Вип. 15. – С. 131–132. – Бібліогр.: 5 назв.

20. **Карпенко, Ю. М.** Імідж вищого навчального закладу: основні складові та проблеми формування / Ю. М. Карпенко, Н. Л. Карпенко // Наук. вісн. Полісся = Scientific bulletin of Polissia. – 2015. – Вип. 1. – С. 118–124. – Бібліогр.: 8 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvp_2015_1_20 (дата звернення: 25.03.2019).

21. **Кіріяк, С. Г.** Формування позитивного іміджу навчального закладу / Світлана Григорівна Кіріяк, Олена Степанівна Кучер // Таврійський вісн. освіти. – 2015. – № 4. – С. 32–38. – Бібліогр.: 8 назв.

22. **Крижановська, З. Ю.** Психологічні особливості сприймання професійного персонального іміджу жінки-викладача студентами вищого навчального закладу / З. Ю. Крижановська, А. В. Мітлош // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. / НАПН України, Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. – Київ, 2015. – Т. 12, вип. 21. – С. 238–246. – Бібліогр.: 6 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsuh_2015_12_21_26 (дата звернення: 12.12.2018).

23. **Кубко, В. П.** Передумови та особливості формування моделі іміджу вищого навчального закладу / В. П. Кубко // Гілея: науковий вісник : зб. наук. пр. / Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова, ВГО «Українська академія наук». – Київ, 2015. – Вип. 103. – С. 283–286. – Бібліогр.: 9 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gileya_2015_103_79 (дата звернення: 25.03.2019).

24. **Мірошніченко, Д. А.** Імідж як складова корпоративної культури сучасного вищого навчального закладу / Д. А. Мірошніченко, А. М. Зленко, О. Д. Ісайкіна // Економічний вісник університету : зб. наук. пр. учених та аспірантів / Переяслав-Хмельниц. держ. пед. ун-т ім. Григорія Сковороди. – Переяслав-Хмельницький, 2017. – Вип. 34/1. – С. 7–15. – Бібліогр.: 17 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2017_34\(1\)_3](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecvu_2017_34(1)_3) (дата звернення: 04.04.2019).

25. **Навроцька, М. М.** Імідж педагога в освітньому просторі / Марія Михайлівна Навроцька // Таврійський вісн. освіти. – 2014. – № 1. – С. 8–12. – Бібліогр.: 4 назви.

26. **Навроцька, М. М.** Педагогічні умови розвитку професійного іміджу педагога післядипломної освіти / М. М. Навроцька // Педагогічний альманах : зб. наук пр. / Херсон. акад. неперерв. освіти Херсон. облради. – Херсон, 2016. – № 32. – С. 108–113. – Бібліогр.: 15 назв.

27. **Падалка, О.** Сучасні орієнтири формування міжнародного іміджу університетів: зарубіжний досвід / О. Падалка, О. Вороненко, Т. Гуменюк // Порівнял. проф. педагогіка. – 2015. – № 5. – С. 122–131. – Бібліогр.: 9 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/ppp_2015_5%284%29_22 (дата звернення: 27.11.2018).

28. **Педченко, Г. П.** Комунікаційна та інформаційна політика при формуванні іміджу вищих навчальних закладів / Г. П. Педченко, Ю. О. Власюк // Зб. наук. пр. Поділ. держ. аграр.-техн. ун-ту. Економічні науки / Поділ. держ. аграр.-техн. ун-т. – Кам'янець-Подільський, 2015. – Вип. 23. – С. 166–173. – Бібліогр.: 6 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ZnpPdatue_2015_23_20 (дата звернення: 25.03.2019).

29. **Проценко, І. І.** Імідж вузу як складова системи освіти / І. І. Проценко // Пед. науки: теорія, історія, інновац. технології. – 2015. – № 9. – С. 391–399. – Бібліогр.: 7 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/pednauk_2015_9_52 (дата звернення: 10.01.2019).

30. **Прус, Н.** Організаційно-педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх викладачів іноземної мови / Н. Прус // Наук. зап. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Кіровоград. держ. пед. ун-т ім. Володимира Винниченка. – Кіровоград, 2016. – Вип. 147. – С. 268–271. – Бібліогр.: 8 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2016_147_69 (дата звернення: 04.02.2019).

31. **Пузириний, С. С.** Імідж директора школи як елемент управління закладом освіти / С. С. Пузириний // Упр. школою. – 2015. – № 19/21. – С. 26–30. – Бібліогр.: 8 назв.

32. **Пуляк, О. В.** Етапи формування педагогічного іміджу майбутніх учителів технологій / О. В. Пуляк, О. Ю. Мошуренко // Наук. зап. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Центральноукр. держ. пед. ун-т ім. Володимира Винниченка. – Кропивницький, 2018. – Вип. 168. – С. 190–193. – Бібліогр.: 5 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2018_168_488 (дата звернення: 04.02.2019).

33. **Стонога, А. О.** Процес формування педагогічного іміджу / А. О. Стонога // Проблеми інженерно-педагогічної освіти : зб. наук. пр. / Укр. інж.-пед. акад. – Харків, 2018. – № 58. – С. 143–148. – Бібліогр.: 5 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pipo_2018_58_20 (дата звернення: 04.02.2019).

34. **Тимошенко, В. В.** Педагогічний імідж викладача ВНЗ як частина професійної компетенції / В. В. Тимошенко // Духовність особистості: методологія, теорія і практика : зб. наук. пр. / Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля [та ін.]. – Сєвєродонецьк, 2016. – Вип. 2. – С. 196–200. – Бібліогр.: 5 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/domtp_2016_2_24 (дата звернення: 04.02.2019).

35. **Ткаченко, О. О.** Імідж навчального закладу: поняття та сутність / О. О. Ткаченко // Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. – 2016. – № 1. – С. 95–101. – Бібліогр.: 30 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bdi_2016_1_16 (дата звернення: 28.11.2018).

36. **Торубара, О. М.** Формування педагогічного іміджу викладача спецтехнологій у професійно-технічному навчальному закладі

/ О. М. Торубара // Вісн. Чернігів. нац. пед. ун-ту. Серія: Педагогічні науки / Чернігів. нац. пед. ун-т ім. Т. Г. Шевченка. – Чернігів, 2017. – Вип. 144. – С. 405–408. – Бібліогр.: 6 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VchdpuP_2017_144_96 (дата звернення: 04.04.2019).

37. **Усатенко, В. М.** Аналіз управління розвитком організаційної культури як субстрату прогнозування позитивного іміджу загальноосвітнього навчального закладу / В. М. Усатенко // ScienceRise: Pedagogical Education. – 2017. – № 1. – С. 41–45. – Бібліогр.: 10 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/texcped_2017_1_11 (дата звернення: 28.11.2018).

38. **Хуртенко, О. В.** Структурні компоненти та етапи формування іміджу молодого педагога у процесі професійної діяльності / О. В. Хуртенко // Проблеми сучасної психології : зб. наук. пр. Кам'янець-Поділ. нац. ун-ту ім. Івана Огієнка, Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України / Кам'янець-Поділ. нац. ун-т ім. Івана Огієнка, Ін-т психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – Кам'янець-Подільський, 2017. – Вип. 36. – С. 351–359. – Бібліогр.: 9 назв.

39. **Чернега, Н. С.** Погляди вітчизняних та зарубіжних учених на формування позитивного іміджу вищого навчального закладу / Н. С. Чернега // Актуальні проблеми психології : зб. наук. пр. / НАПН України, Ін-т психології ім. Г. С. Костюка. – Київ, 2015. – Т. 1, вип. 43. – С. 64–68. – Бібліогр.: 10 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appsub_2015_1_43_13 (дата звернення: 28.11.2018).

40. **Шолох, Н. Т.** Створення позитивного іміджу навчального закладу – неодмінна умова функціонування сучасної малочисельної школи / Н. Т. Шолох // Упр. школою. – 2016. – № 19/21. – С. 65–75.

41. **Язловецька, О.** Зміст роботи загальноосвітнього навчального закладу щодо формування позитивного іміджу / Оксана Язловецька // Наук. зап. Серія: Педагогічні науки : зб. наук. пр. / Кіровоград. держ. пед. ун-ту ім. Володимира Винниченка. – Кіровоград, 2014. – Вип. 125. – С. 234–240. – Бібліогр.: 9 назв. – Текст статті доступний в Інтернеті: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nz_p_2014_125_59 (дата звернення: 04.04.2019).