

Наталія Волкова, доктор педагогічних наук, професор,
завідувач кафедри інноваційних технологій з педагогіки,
психології та соціальної роботи
Університету імені Альфреда Нобеля

Ольга Лебідь, доктор педагогічних наук, професор,
професор кафедри інноваційних технологій з педагогіки,
психології та соціальної роботи
Університету імені Альфреда Нобеля

СИСТЕМА ПЕДАГОГІЧНОЇ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ У МАГІСТЕРСЬКІЙ ПІДГОТОВЦІ

У статті презентовано систему педагогічної роботи з формування професійного іміджу майбутніх фахівців у процесі магістерської підготовки, що ґрунтується на положеннях інтегративного, компетентнісного, акмеологічного й креативно-розвивального підходів. У розробленій системі педагогічної роботи виокремлено й описано складові підсистеми, з-поміж яких навчально-професійна діяльність, практична підготовка, позааудиторна робота, професійний нетворкінг та моніторинг становлення професійного іміджу майбутніх фахівців.

Ключові слова: професійний імідж; магістерська підготовка; система педагогічної роботи; організаційно-педагогічні умови.

Рис. 1. Таб. 1. Літ. 14.

Natalia Volkova, Doctor of Sciences (Pedagogy), Professor,
Head of the Innovative Technologies in Pedagogy,
Psychology and Social Work Department of Alfred Nobel University

Olga Lebid, Doctor of Sciences (Pedagogy), Professor,
Professor of the Innovative Technologies in Pedagogy,
Psychology and Social Work Department of Alfred Nobel University

THE SYSTEM OF PEDAGOGICAL WORK FOR THE FORMATION OF THE FUTURE SPECIALISTS' PROFESSIONAL IMAGE DURING THEIR MASTER'S TRAINING

The article emphasizes that the formation of a professional image in students during their master's training is one of the promising directions for the development of the integrated personal resource of the future specialist, which ensures their ability to effectively communicate with the surrounding world in terms of the performing the professional duties and social roles.

The article's purpose is to present the pedagogical work system for shaping future specialists' professional image during their master's training process and its main subsystems.

It has been found that the formation of the future specialists' professional image should be carried out purposefully, consistently and systematically based on the provisions of integrative, competence-based, acmeological and creative developmental approaches. The system of pedagogical work has been revealed as an integrated set of specially selected content, a complex of methods, techniques, means and tools, oriented to the development of each content component of the professional image. The components of the system of pedagogical work for the formation of the studied phenomenon in the master's training process have been identified and described. It has been established that the subsystems include educational and professional activities (theoretical and practical image-making training, individualized independent work), practical training (individual projects, mentoring programs), extracurricular work (student clubs and problem groups, volunteer programs, scientific research activities and publications), professional networking (meetings with industry experts, participation in the work of professional associations and specialized social networks), and monitoring the formation of the professional image of future specialists (regular evaluation and feedback, stimulation of self-reflection and self-development, focus groups).

It has been concluded that the leading organizational and pedagogical term for the formation of the image of future specialists during their master's training is the integrity, poly-subjectivity and image-creating nature of the educational process of higher education institutions, the unity and harmony of all its components.

Keywords: professional image; master's training; system of pedagogical work; organizational and pedagogical terms.

Постановка проблеми. У сучасному світі імідж є значущим феноменом не лише для окремої особистості, але й для установ, компаній, організацій, галузей діяльності та професій. Успіх і конкурентоспроможність фахівця сьогодні іноді почасти більше залежить від іміджу,

ніж від якості й продуктивності його праці та рівня професіоналізму. Тож, не випадково, що формування професійного іміджу в студентів під час магістерської підготовки є одним із перспективних напрямів розвитку інтегрованого особистісного ресурсу майбутнього фахівця, що забезпечує його здатність

до ефективної комунікації з навколишнім світом у сфері виконання професійних обов'язків і соціальних ролей. Професійний імідж з'являється тут як інструмент адекватного відображення фахівця у професії й регулятор його професійної діяльності. Отже, дослідження закономірностей і механізмів, що лежать в основі цих процесів, створення сучасних психолого-педагогічних систем формування професійного іміджу студентів є однією з актуальних проблем теорії і методики професійної освіти й дидактики вищої школи.

Аналіз основних досліджень і публікацій. Змістовне наповнення поняття "імідж" (лат. *Imago* – "образ", "подоба"), що трапляється у філософській, соціологічній, економічній, політологічній, психолого-педагогічній літературі, має тривалу історію. Між тим, науковці акцентують на тому, що концептуалізація цієї категорії відбулася порівняно недавно і тому часто сприймається лише в контексті наукової думки ХХ ст. Це пояснюється тим, що як окремих соціокультурний феномен імідж досліджується у культурі модернізму та постмодернізму, найчастіше сприймається як інструмент політичної діяльності для впливу на аудиторію, що, однак не повною мірою відображає його справжню суспільну роль [1].

В історіографії виникнення, становлення та розвитку категорії "імідж" можна виокремити доконцептуальний етап (з часів Античності й до 1930-х рр.), етап систематизації й класифікації (1930–1970), інформаційно-змістовий (1970–1990) та глибинно-дослідницький (сучасний) етапи [7]. Як результат, у науці, суспільній практиці та PR-технологіях накопичено певні теоретичні концепції та практичні розробки. Зокрема, дослідниками було уточнено трактування іміджу як образу-презентації, що спеціально створюється в індивідуальній, груповій та суспільній свідомості, несе в собі психоемоційні характеристики, думки та враження щодо суб'єкта (В. Болотова, Н. Ляшенко та ін. [1]). Оскільки поняття іміджу має нейтральне значення, його позитивний чи негативний підтекст сприймається залежно від ситуації та її наслідків. Зі свого боку, як уточнюють В. Бондаренко [2], Л. Волошко [4], Л. Філюк [11] та ін., професійний імідж передбачає певний цілісний образ, у якому синтезуються особистісні та професійні якості із зовнішніми характеристиками і компонентами якого є індивідуально-типологічні, суб'єктивно-діяльні й соціально-психологічні особистісні властивості (О. Мармаза [7]).

Сьогодні імідж продовжує активно вивчатися у межах різних наук, обґрунтовується його сутність і виокремлюється його компонентний склад (А. Заплатинська (А. Zaplatynska.), Т. Завадська (Т. Zavadska), Г. Олійник (Н. Oliinyk), Р. Павелків (R. Pavelkiv), Т. Панченко (Т. Panchenko), С. Січкач (S. Sichkar) та ін. [14], О. Митцева [8]), усвідомлюється значущість формування іміджу різних професійних та

суспільних груп (В. Бондаренко [2], О. Лаврентьева та А. Арбузова [6], Л. Серман [9], С. Чанг-Кредл (S. Chang-Kredl) і Д. Коланніно (D. Colannino) [13]), розробляються і впроваджуються у практику ефективні умови та технології його створення, у т. ч. під час різних етапів професійної підготовки (Т. Довга [5], Л. Сущенко [10], А. Барбара-і-Молінеро (A. Barbara-i-Moliner), Р. Каскон-Перейра (R. Cascon-Pereira) і А.Б. Хернандес-Лара (A.B. Hernandez-Lara) [12]). Зокрема, на думку Н. Волкової і О. Лебідь, особистість фахівця – випускника магістратури, має уособлювати в собі керівника, який володіє не лише професійною компетентністю, а й високим ступенем відповідальності, потребою в максимальній самореалізації, гнучкістю у виборі стратегій при виконанні трудових функцій, гарною репутацією й лідерськими якостями, що концентруються в образі фахівця, його професійному іміджі [3].

Отже, світова наукова спільнота серед пріоритетних напрямів функціонування та розвитку освіти виокремлює формування професійного іміджу майбутніх фахівців, головними компонентами якого є фундаментальна освіта, компетентність, творча ініціатива, особистісні професійно значущі якості, прагнення до акмеологічного навчання протягом усього життя. Їх ефективне поєднання і визначає рівень професійного зростання спеціаліста.

Усе це вказує на актуальність і доцільність розробки методики формування позитивного професійного іміджу у майбутніх фахівців ще в період навчання у магістратурі, що дасть змогу значно підвищити рівень чинної системи професійної підготовки та забезпечити оптимальні умови для гармонійного розвитку фахівців, належний рівень їхньої готовності до трудової діяльності.

Метою статті є презентація системи педагогічної роботи з формування професійного іміджу майбутніх фахівців у процесі магістерської підготовки та її головні підсистеми.

Виклад основного матеріалу. Виходимо з того, що провідною організаційно-педагогічною умовою формування іміджу майбутніх фахівців у магістерській підготовці є цілісність, полісуб'єктність та іміджотворчий характер навчально-виховного процесу ЗВО, єдність та гармонійність усіх його компонентів [9]. У змістовому аспекті така цілісність досягається за рахунок встановлення взаємозв'язків між професійними зусиллями майбутніх фахівців і способами їх застосування у навчально-професійній діяльності, досвідом іміджоперетворювальної діяльності, емоційно-вольовим ставленням студентів й цінностями професійного середовища, що виробляються за допомогою професійної самоосвіти та самовиховання, навчальної і технологічної творчості [3].

Створення такого середовища відбувається шляхом застосування спеціально відібраного змісту, комплексу методів, прийомів і засобів, на підґрунті

СИСТЕМА ПЕДАГОГІЧНОЇ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ У МАГІСТЕРСЬКІЙ ПІДГОТОВЦІ

положень інтегративного, компетентнісного, акмеологічного й креативно-розвивального підходів. Ця діяльність полягає у побудові цілісної системи педагогічної роботи, зорієнтованої на розвиток кожного змістового компонента професійного іміджу (внутрішнього, зовнішнього, особистісного й професійно-процесуального) та його аспектичних складових (ментального, габітарного, комунікативного, кінестетичного, середовищного й фахового іміджу) [11].

Система педагогічної роботи має бути спрямована на реалізацію таких завдань:

- усвідомлення студентами магістратури ролі іміджу в політичних та бізнес-моделях, брендингу різноманітних компаній і організацій на сучасному ринку;

- формування системних знань щодо типів іміджів та їх різних ролей у марочному портфелі організації і компанії, теорій та інструментів іміджмейкінгу й іміджотворчості;

- засвоєння принципів, методів, підходів та технологій створення іміджу і портфелів брендів під потреби аудиторії;

- формування вмій розробляти концепції позиціонування та володіння технологіями моделювання бренд-іміджу, цифрового брендингу;

- розуміння критеріїв оцінки іміджу, принципів управління іміджом та територіальними брендами;

- формування навичок застосування зазначених знань у дослідницькій роботі, під час виробничої та переддипломної практики магістрантів [10].

У системі педагогічної роботи вбачаємо такі підсистеми, як-от: навчально-професійної діяльності, практичної підготовки, позааудиторної роботи, професійного нетворкінгу та моніторингу становлення професійного іміджу майбутніх фахівців.

Підсистема навчально-професійної діяльності охоплює формування професійного іміджу студентів магістратури у межах вивчення фахових та загальнопрофесійних дисциплін. Їх зміст має концентруватися навколо таких головних аспектів:

- вивчення теорії комунікації у професійному й соціокультурному середовищі, формування навичок ефективного спілкування, вербальних і невербальних засобів комунікації, у т. ч. комунікативних стилів і шляхів встановлення зворотного зв'язку з аудиторією, яка сприймає професійний образ фахівця;

- засвоєння психології управління, менеджменту організації, теорій емоційного інтелекту та ефективного лідерства як теоретичного підґрунтя взаємодії у професійному середовищі, реалізації влади і впливу, створення авторитету й репутації у контексті професійного іміджу;

- ознайомлення з основами бізнес-етики та корпоративної культури, вивчення етичних норм і корпоративних стандартів поведінки, що формують професійний імідж у бізнес-середовищі;

- вивчення інструментів брендингу та самопрезентації, що включає розроблення й просування особистого бренду, технік ефективною самопрезентації та самореклами [5; 7; 9].

Таблиця 1

Зміст підсистеми навчально-професійної діяльності майбутніх фахівців

| Напрямок діяльності | Мета | Зміст |
|--|---|--|
| Навчальні дисципліни “Педагогіка і психологія вищої школи”, “Методика викладання у вищій школі” | Формування професійного іміджу викладача вищої школи | Теми: “Професійний імідж та його характеристики”, “Я-концепція та імідж педагога вищої школи”, “Імідж закладу вищої освіти, цифровий брендинг” |
| Дисципліни за вибором: “Soft skills. Лідерство”, “Психологічні технології бізнес-консультування”, “Психологія ведення переговорного процесу”, “Самоменеджмент (тайм- і стрес-менеджмент)”, “Cross-Cultural Communication”, “Інноваційні рекламні технології”, “Основи професійного іміджу” | Формування компонентів ментального, габітарного, комунікативного, кінестетичного, середовищного й фахового іміджу | Теми: “Комунікативний імідж фахівця”, “Іміджологія й брендинг як інструменти лідерства”, “Цифровий брендинг”, “Проектні методи в іміджології, рекламі й брендингу”, “Технології формування іміджу”, “Формування іміджевого капіталу і розвиток бренду в часі”, “Імідж-менеджмент і маркетинг”, “Маркетингові комунікації та їх роль у побудові та розвитку іміджу” |
| Інструментарій: | проблемні лекції, лекції-візуалізації, гостьові лекції, проблемні семінари, семінари-дискусії, майстер-класи, воркшопи з іміджмейкерства, тренінги, навчальні кейси, портфоліо, онлайн-симуляції, інтерактивні вправи, технології розвитку критичного мислення, проектна діяльність | |

СИСТЕМА ПЕДАГОГІЧНОЇ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ФАХІВЦЯ У МАГІСТЕРСЬКІЙ ПІДГОТОВЦІ

Окремим напрямом роботи є розроблення й запровадження спецкурсів, зміст яких спрямований на безпосереднє формування професійного іміджу фахівця тої чи тої спеціальності. Це, зокрема, “Основи професійного іміджу керівника закладу освіти”, “Професійний імідж маркетолога”, “Вступ до іміджології”, “Іміджологія” тощо. Більш конкретний зміст й засоби формування професійного іміджу студентів магістратури у межах вивчення навчальних дисциплін подано в табл. 1.

Головною підтримкою має стати спеціально створене науково-методичне забезпечення – система навчальних ресурсів, необхідних для успішного формування професійного іміджу майбутнього фахівця, що передбачає побудову єдиного інформаційного поля для викладання зазначених дисциплін та формування пакету діагностичних засобів для проведення моніторингу цього процесу. Структура науково-методичного забезпечення включає інваріантну та варіативну частини. Інваріантна частина відображає основоположну ідею формування професійного іміджу фахівця, а варіативна – формування цього феномену з огляду на специфіку професійної галузі.

У межах підсистеми практичної підготовки (виробнича та переддипломна практики) має бути передбачена діяльність з опрацювання компонентів сформованих моделей іміджу в реальних виробничих ситуаціях. Це передбачає забезпечення співпраці з компаніями й організаціями – базами практик, запровадження менторських програм із залучення професіоналів галузі для наставництва студентів і допомоги їм у розвитку професійних навичок та формуванні іміджу, а також розроблення й опра-

цювання конкретних виробничих кейсів і реалізація реальних проєктів з імеджоперетворювальної й іміджотворчої діяльності, особистісного й організаційного брендингу [2].

Підсистему позааудиторної роботи вважаємо значущою в удосконаленні професійного іміджу майбутніх фахівців. Вона охоплює студентські клуби та проблемні групи, організовані за інтересами, де магістранти можуть розвивати лідерську компетентність, організаційні й комунікативні здібності, навички командної роботи. Актуальним напрямом є волонтерські проєкти, участь у яких сприяє розвитку відповідальності, емпатії й соціальної активності та до того ж – формуванню репутації. Необхідним також є сприяння участі магістрів у професійних заходах (ярмарок професій, зустрічі за “круглим столом” з випускниками й успішними фахівцями, фестивалі й виставки інновацій тощо) задля розширення горизонтів та мережі контактів як потенційної аудиторії функціонування їх професійного іміджу [9].

У сучасних умовах цифровізації економіки й суспільного життя як доцільну підсистему формування професійного іміджу майбутніх фахівців визначаємо професійний нетворкінг – взаємодію з професіоналами в сфері іміджмейкерства, брейндінгу й успішними фахівцями професійної галузі в мережі Інтернет. Ефективними методами й формами є організація зустрічей, участь у професійних асоціаціях, взаємодія через соціальні мережі [8].

Ще однією із необхідних складників системи педагогічної роботи є підсистема моніторингу, що забезпечує постійне відстеження, оцінювання прогресу магістрантів у різних аспектах формування їх професійного іміджу, конструктивний зворотний



Рис. 1. Система педагогічної роботи з формування професійного іміджу майбутніх фахівців у процесі магістерської підготовки

зв'язок від викладачів та наставників, проведення регулярних опитувань серед магістрів для оцінки ефективності програми та виявлення потенційних поліпшень. У цій підсистемі мають використовуватися сучасні аналітичні інструменти, періодично проводяться зустрічі у фокус-групах з метою обговорення прогресу студентів, виявлення сильних і слабких сторін у процесі формування професійного іміджу. До цього процесу можуть бути залучені й випускники задля оцінки тривалого впливу навчання на їхній професійний розвиток і просування іміджу.

Наочне бачення системи педагогічної роботи представлено на рис. 1.

Описана система була впроваджена й апробована у ЗВО “Університет імені Альфреда Нобеля” та отримала схвальні відгуки від студентів магістратури і випускників магістерських програм.

Висновки. Попри наявності розмаїття методик, усі дослідники підкреслюють факт того, що формування професійного іміджу майбутнього фахівця є процесом цілеспрямованим, послідовним та системним, і спирається на положення інтегративного, компетентнісного, акмеологічного й креативно-розвивального підходів. У розробленій системі педагогічної роботи з формування досліджуваного феномену в процесі магістерської підготовки виокремлено підсистеми навчально-професійної діяльності, практичної підготовки, позааудиторної роботи, професійного нетворкінгу і моніторингу становлення професійного іміджу майбутніх фахівців. Ефективність функціонування системи забезпечується такою організаційно-педагогічною умовою як цілісність, полісуб'єктність та іміджотворчий характер навчально-виховного процесу ЗВО, єдність та гармонійність усіх його компонентів.

Проведене дослідження не вичерпує всіх аспектів цієї проблеми. **Перспективними напрямками** залишаються підвищення кваліфікації науково-педагогічних працівників щодо застосування технологій формування професійного іміджу, розкриття можливостей технологічної практики у цьому процесі, організація індивідуального навчального супроводу кожного студента магістратури.

ЛІТЕРАТУРА

1. Болотова В.О., Ляшенко Н.О., Агаларова К.А. Іміджологія : текст лекцій для студентів спеціальностей 054 “Соціологія”, 061 “Журналістика”. Харків : НТУ “ХП”, 2021. 150 с.

2. Бондаренко В.І. Професійний імідж майбутнього вчителя технологій: теорія і практика формування : монографія. Слов'янськ : Вид-во Б.І. Маторіна, 2014. 260 с.

3. Волкова Н.П., Лебідь О.В. Готовність керівника загальноосвітнього навчального закладу до стратегічного управління: структурно-компонентний аналіз. *European vector of contemporary psychology, pedagogy and social sciences: the experience of Ukraine and Republic of Poland:*

col. monogr. Vol. 1. Sandomierz : Izdevnieciba “Baltija Publishing”, 2018. P. 73–92.

4. Волошко Л. Особистісно-професійний імідж майбутніх фахівців соціономічної сфери як наукова категорія професійної педагогіки. *Молодь і ринок*. 2016. № 1 (132). С. 103–108.

5. Довга Т. Елементи іміджотворчості у навчально-професійній діяльності майбутнього вчителя початкової школи. *Людознавчі студії. Серія “Педагогіка”*. 2016. Вип. 3/35. С. 100–108. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lstud_2016_3_14 (дата звернення: 05.11.2023).

6. Лаврентьева О.О., Арбузова А.А. Імідж керівника закладу освіти: ретроспективний аналіз змісту поняття. *Вісник університету імені Альфреда Нобеля. Серія “Педагогіка і психологія”*. 2020. № 2 (20). С. 321–327. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-2-20-37

7. Мармаза О.І. Інновації в менеджменті освіти : монографія. Харків : Вид. група “Основа”, 2019. 128 с.

8. Митцева О.С. Інтерактивні методи формування позитивного професійного іміджу майбутнього фахівця з інформаційних технологій. *Вісник Черкаського національного університету імені Богдана Хмельницького. Серія: “Педагогічні науки”*. 2017. № 17–18. С. 137–142. URL: <https://ped-ejournal.cdu.edu.ua/article/view/2606/2752> (дата звернення: 10.11.2023).

9. Серман Л.І. Педагогічні умови формування професійного іміджу у майбутнього вчителя іноземних мов : дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Рівненський державний гуманітарний університет. Рівне, 2020. 250 с.

10. Суценко Л.О. Діловий імідж менеджера закладу освіти : навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти магістра спеціальностей “Дошкільна освіта”, “Початкова освіта” освітньо-професійних програм “Дошкільна освіта”, “Початкова освіта”. Запоріжжя : ЗНУ, 2021. 155 с.

11. Філюк Л.М. Контент-аналіз дефініцій поняття “професійний імідж”. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності “Львівський філологічний часопис”*. 2022. № 12. С. 162–167. DOI: 10.32447/2663-340X-2022-12.26

12. Barbara-i-Molinero A., Cascon-Pereira R., Hernandez-Lara A.B. Professional identity development in higher education: influencing factors. *International Journal of Educational Management*. 2017. Vol. 31 (2). P. 189–203. DOI: 10.1108/IJEM-05-2015-0058

13. Chang-Kredl S., Colannino D. Constructing the image of the teacher on Reddit : Best and worst teachers. *Teaching and Teacher Education*. 2017. No. 64. P. 43–51.

14. Zaplatynska A., Zavadka T., Oliinyk H., Pavelkiv R., Panchenko T., Sichkar S., Vasylieva-Khalatnykova M. Justification of the professional image for the development of the educator’s professional image. *Journal of Entrepreneurship Education*. 2020. Vol. 23 (1). URL: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16482/1/Oliinyk_Entrepreneurship%20Education.pdf (Accessed: 10.11.2023).

REFERENCES

1. Bolotova, V.O., Lyashenko, N.O. & Ahalarova, K.A. (2021). Imidzhohlyiya: tekst lektsiy dlya studentiv spetsialnostey 054 “Sotsiologiya”, 061 “Zhurnalistyka” [Imageology: lecture texts for students of 054 “Sociology”, 061 “Journalism” specialties]. Kharkiv, 150 p. [in Ukrainian].

2. Bondarenko, V.I. (2014). Profesijnnyy imidzh maybutnoho vchytelya tekhnolohiy: teoriya i praktyka formuvannya [Professional image of the future technology teacher: theory and practice of formation]. Monograph, 260 p. [in Ukrainian].

3. Volkova, N.P. & Lebid, O.V. (2018). Hotovnist kerivnyka zahalnoosvitnoho navchalnoho zakladu do stratehichnoho upravlinnya: strukturno-komponentnyy analiz [Readiness of the head of a comprehensive educational institution for strategic management: structural and component analysis]. Vol. 1: *European vector of contemporary psychology, pedagogy and social sciences: the experience of Ukraine and Republic of Poland*. Sandomierz, pp. 73–92. [in Ukrainian].

4. Voloshko, L. (2016). Osobystisno-profesiinyi imidzh maibutnykh fakhivtsiv sotsionomichnoi sfery yak naukova katehoriia profesiinoi pedahohiky [Personal and professional image of future specialists in the socioeconomic sphere as a scientific category of professional pedagogy]. *Yuth & market*. No. 5 (132), pp. 103–108. [in Ukrainian].

5. Dovha, T. (2016). Elementy imidzhotvorchosti u navchalno-profesiyniy diyalnosti maybutnoho vchytelya pochatkovoyi shkoly [Elements of image creation in educational activities of future elementary school teachers]. *Human Studies. Series of Pedagogy*. Vol. 3/35. pp. 100–108. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Lstud_2016_3_14 (Accessed 5 Nov. 2023). [in Ukrainian].

6. Lavrentieva, O.O. & Arbutova, A.A. (2020). The image of the head of an educational institution: a retrospective content analysis of the concept. *Bulletin of Alfred Nobel University. Series "Pedagogy and Psychology"*. Vol. 2 (18), pp. 302–307. DOI: 10.32342/2522-4115-2020-2-20-37 [in Ukrainian].

7. Marmaza, O.I. (2019). Innovatsiyi v menedzhmenti osvity [Innovations in educational management]. Monograph. Kharkiv, 128 p. [in Ukrainian].

8. Mytseva, O.S. (2017). Interaktyvni metody formuvannya pozytyvnoho profesijnnoho imidzhu maybutnoho fakhivtsya z informatsiynykh tekhnolohiy [Interactive methods of forming a positive professional image of the future IT specialist]. *Bulletin of the Cherkasy Bohdan Khmelnytsky National University. Series "Pedagogical Sciences"*. Vol. 17–18. pp. 137–142.

Available at: <https://ped-ejournal.edu.edu.ua/article/view/2606/2752> (Accessed 10 Nov. 2023) [in Ukrainian].

9. Serman, L.I. (2020). Pedahohichni umovy formuvannya profesijnnoho imidzhu u maybutnoho vchytelya inozemnykh [Pedagogical conditions of professional image formation of a future foreign languages teacher]. *Candidate's thesis*. Rivne, 250 p. [in Ukrainian].

10. Sushchenko, L.O. (2021). Dilovyy imidzh menedzhera zakladu osvity: navchalnyi posibnyk dlya zdobuvachiv stupeny vyshchoyi osvity mahistra spetsialnostey "Doshkilna osvita", "Pochatkova osvita" osvitno-profesiynykh prohran "Doshkilna osvita", "Pochatkova osvita" [Business image of the manager of an educational institution: a study guide for higher education master's degree holders in the specialties "Preschool education", "Primary education" of educational and professional programs "Preschool education", "Primary education"]. *Zaporizhzhia*, 155 p. [in Ukrainian].

11. Filiuk, L.M. (2022). Content analysis of definitions of the concept "professional image". *Scientific journal of the Lviv State University of Life Safety "Philological Periodical of Lviv"*. No. 12. pp. 162–167. DOI: 10.32447/2663-340X-2022-12.26 [in Ukrainian].

12. Barbara-i-Molinero, A., Cascon-Pereira, R. & Hernandez-Lara, A.B. (2017). Professional identity development in higher education: influencing factors. *International Journal of Educational Management*. Vol. 31. No. 2. pp. 189–203. DOI: 10.1108/IJEM-05-2015-0058 [in English].

13. Chang-Kredl, S. & Colannino, D. (2017). Constructing the image of the teacher on Reddit: Best and worst teachers. *Teaching and Teacher Education*. Vol. 64. pp. 43–51. [in English].

14. Zaplatynska, A., Zavadzka, T., Oliinyk, H., Pavelkiv, R., Panchenko, T., Sichkar, S. & Vasylieva-Khalatnykova, M. (2020). Justification of the professional image for the development of the educator's professional image. *Journal of Entrepreneurship Education*. Vol. 23 (1). Available at: http://dspace.tnpu.edu.ua/bitstream/123456789/16482/1/Oliinyk_Entrepreneurship%20Education.pdf (Accessed 10 Nov. 2023) [in English].

Стаття надійшла до редакції 27.11.2023



"Крім знань і умінь, педагогові необхідні певні особистісні якості, адже він сам є засобом впливу на учня".

Іван Зязюн
академік, професор, видатний вчений у галузі професійної педагогіки,
філософії освіти, естетичного виховання молоді

"Уся наша гідність у тому, що ми здатні мислити. Намагатимемося мислити правильно: у цьому основа моралі".

Блез Паскаль
французький філософ, письменник

