



Юеюань У. Загальна характеристика педагогічної технології формування професійного іміджу майбутніх молодших бакалаврів журналістів. *Освіта. Інноватика. Практика*, 2022. Том 10, № 6. С. 52-57. DOI: 10.31110/2616-650X-vol10i6-007

Yueyuan Wu. Zahalna kharakterystyka pedahohichnoi tekhnolohii formuvannia profesiinoho imidzhu maibutnikh molodshykh bakalavriv zhurnalistiv [General characteristics of the pedagogical technology of forming the professional image of future junior bachelor journalists]. *Osvita. Innovatyka. Praktyka – Education. Innovation. Practice*, 2022. Vol. 10, No 6. S. 52-57. DOI: 10.31110/2616-650X-vol10i6-007

УДК 377.011.3-052:070]:17.022.1

DOI: 10.31110/2616-650X-vol10i6-007

У ЮЕЮАНЬ

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка, Україна

<https://orcid.org/0000-0003-0172-074X>

uueuan2020@gmail.com

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ПЕДАГОГІЧНОЇ ТЕХНОЛОГІЇ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ МОЛОДШИХ БАКАЛАВРІВ ЖУРНАЛІСТІВ

Анотація. Метою статті є вивчення характеристик й дослідження основних структурних компонентів професійного іміджу та проведення аналізу методологічних аспектів використання педагогічної технології для формування професійного іміджу майбутніх молодших бакалаврів журналістів під час навчання у коледжах. Для реалізації мети використано комплекс теоретичних методів: структурний аналіз та систематизація наукових публікацій, які дали можливість обґрунтувати концептуальні засади та підходи до розуміння сутнісних характеристик професійного іміджу; аналіз, синтез, класифікація та узагальнення для уточнення компонентів професійного іміджу. Використані методи наукового пошуку дозволили обґрунтувати потребу розробки педагогічної технології формування професійного іміджу студентів спеціальності 061 «Журналістика» у коледжах та описати її основні складові елементи.

У статті розкрито підходи до проблеми формування професійного іміджу майбутніх молодших бакалаврів журналістів на основі використання педагогічної технології. Шляхом узагальнення наукової літератури охарактеризовано сутнісні характеристики (стійкість, активність, оцінюваність) й компоненти (мотиваційно-ціннісний, когнітивно-знаннєвий, конативно-діяльнісний та особистісно-рефлексивний) професійного іміджу. Головна увага зосереджена на висвітленні методологічних аспектів використання педагогічної технології для формування професійного іміджу майбутніх молодших бакалаврів-журналістів під час навчання у коледжах. З методологічної точки зору педагогічна технологія формування професійного іміджу у студентів спеціальності 061 «Журналістика» охоплює мету; науково-методичне забезпечення практичної діяльності; методи формування іміджу; етапи практичної діяльності; параметри оцінки очікуваного результату.

Ключові слова: професійний імідж; майбутні молодші бакалаври-журналісти; сутнісні характеристики й компоненти професійного іміджу; педагогічна технологія формування професійного іміджу; методи.

Wu YUEYUAN

Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University, Ukraine

<https://orcid.org/0000-0003-0172-074X>

uueuan2020@gmail.com

GENERAL CHARACTERISTICS OF THE PEDAGOGICAL TECHNOLOGY OF FORMING THE PROFESSIONAL IMAGE OF FUTURE JUNIOR BACHELOR JOURNALISTS

Abstract. The purpose of the article is to highlight the essential characteristics and main structural components of the professional image and to analyze the methodological aspects of the usage of pedagogical technology for the formation of professional image of future junior bachelor journalists during their studying at colleges. To realize the goal, we have used a set of theoretical methods such as structural analysis and systematization of scientific psychological and pedagogical publications, which have provided an opportunity to substantiate the conceptual principles and approaches to understanding the essential characteristics of professional image; analysis, synthesis, classification and generalization to clarify the components of professional image. The used methods of scientific research have made it possible to substantiate the need for the development of pedagogical technology by forming the professional image of students of the specialty 061 «Journalism» at colleges and to describe its main constituent elements.

The article has revealed the author's approaches to the problem of forming the professional image of future junior bachelor journalists based on the usage of pedagogical technology. Based on the generalization of the scientific literature, the essential characteristics (stability, activity, evaluability) and components (motivational-value, cognitive-knowledge, conative-activity, and personal-reflexive) of the professional image have been characterized. The main focus has been put up on highlighting the methodological aspects of using pedagogical technology for the formation of the professional image of future junior bachelors of journalism during their studying at colleges. From a methodological point of view, the pedagogical technology of forming a professional image among students of the specialty 061 «Journalism» covers the purpose and tasks; scientific and methodical support of practical activities; is based on the usage of optimal methods of forming a professional image; covers the stages of practical activity and parameters for evaluating the expected results. It has been proven that competently developed pedagogical technology contributes to the creation of constructive actions of college teachers during the formation of a professional image of future journalists. The pedagogical technology has emphasised on the set of practical factors that affect the effectiveness of the formation of a professional image among future journalists studying at colleges.

Key words: professional image; future junior bachelors-journalists; essential characteristics and components of professional image; pedagogical technology of professional image formation; methods.

Постановка проблеми. Нинішні випускники коледжів мають мати високий рівень готовності до майбутньої професійної діяльності за спеціальністю, а також під час навчання повинні отримати власне бачення щодо можливостей розвитку особистого та професійного іміджу. Як показує практика, для майбутнього журналіста професійний імідж виступає знаковою категорією, що має вагомий вплив на професійне становлення та якість реалізації фахових обов'язків. Журналіст, який має сформований позитивний професійний імідж може «ефективно налагоджувати контакти із суб'єктами як особистісної, так і професійної взаємодії. Професійний імідж має психотерапевтичний ефект, наділяє комунікабельністю, відповідальністю, професійною впевненістю, соціальною активністю, дипломатичністю, рефлексивністю тощо» [4, с. 295]. Підтримуємо думку про те, що робота над формуванням професійного іміджу є дуже важливою та складною. До прикладу, «імідж містить риси, які, з одного боку, представляють інтерес для комунікатора, а з іншого, – є значущими для аудиторії. Основною характеристикою іміджу є його подвійна спрямованість, оскільки він має відповідати як можливостям носія, так і потребам аудиторії» [3, с. 293].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Шляхом систематизації та узагальнення наукової інформації, яка представлена у публікаціях В. Зінченка [2], О. Пенькової [3] та Г. Почепцова [5] констатуємо, що імідж є інтегральною характеристикою особистості, що поєднує різноманітність уявлень про себе як особистість та майбутнього професіонала. Науковці відзначають, що із сутності професійного іміджу як образу суб'єкта-професіонала випливають його сутнісні риси, специфічні видові відмінності від інших образів, що виникають у соціальному сприйнятті та пізнанні. У ході вивчення теоретичних питань, нами [10] було встановлено, що до основних рис професійного іміджу доцільно віднести: можливість активного пізнання суб'єкта-прообразу, раціональне мислення. Ще одна важлива риса професійного іміджу майбутнього молодшого бакалавра-журналіста полягає в тому, що він має бути цілісним образом, який співвідноситься зі своїм прообразом як з цілим, а не з окремими його властивостями. Наголосимо на тому, що професійний імідж майбутнього журналіста має бути інформативним та повинен містити конкретну сукупність ознак, які притаманні самому журналісту як людині та фахівцю.

Незважаючи на значущість та результативність наукових досліджень із вивчення соціально-психологічних та педагогічних особливостей іміджу студентів різних спеціальностей, низка проблем, які стосуються методичних та практичних аспектів його формування залишаються ще й нині маловивченими. Проведений аналіз наукової соціально-психологічної та соціально-педагогічної літератури показав недостатню розробленість методологічних і практичних аспектів практичного використання педагогічної технології під час формування професійного іміджу майбутніх журналістів, які здобувають освіту у коледжах.

Мета статті – дослідити сутнісні характеристики й розглянути основні структурні компоненти професійного іміджу та проаналізувати методологічні аспекти використання педагогічної технології для формування професійного іміджу майбутніх молодших бакалаврів журналістів під час навчання у коледжах.

Методи дослідження. Для реалізації поставленої мети використано комплекс теоретичних методів, що охоплювали структурний аналіз та систематизацію наукових публікацій в галузі педагогіки та психології, які дали можливість обґрунтувати концептуальні засади та підходи до розуміння сутнісних характеристик професійного іміджу; узагальнення, аналіз, синтез, класифікація для уточнення компонентів професійного іміджу та дослідження складових педагогічної технології формування професійного іміджу у майбутніх журналістів, які здобувають освіту в коледжах.

Виклад основного матеріалу. Виходимо з тих позицій, що з психолого-педагогічної точки зору, імідж є інтегральною характеристикою, що охоплює сукупність зовнішніх особливостей та внутрішніх особистісних й індивідуальних якостей майбутніх молодших бакалаврів-журналістів, які сприяють налагодженню ефективної майбутньої професійної діяльності. У ході вивчення означеного кола питань на основі аналізу монографічного дослідження Т. Хомуленко, Ю. Падафет, О. Скориніна [9] були встановлені загальні сутнісні характеристики іміджу. До прикладу, характеризуючи імідж з погляду динамізму, автори відзначають його мінливість, гнучкість, ситуативність та залежність від змін у сприйнятті суб'єктів, які виступають як партнери під час іміджевої взаємодії. Наголосимо на тому, що сформований професійний імідж стійкий та стає відносно незалежним від свого прообразу та його об'єктивних характеристик, а тому може зберігатися у свідомості та символічному уявленні навіть у відсутності прообразу. Зокрема було з'ясовано, що важливою характеристикою для професійного іміджу майбутнього журналіста є його активність. Іншими словами, вдало обраний для журналіста професійний імідж здатний суттєво впливати на свідомість, емоції, діяльність та вчинки, як окремих людей, і цілих груп населення, а також змінювати ціннісні орієнтації самого фахівця. Оціночність також виступає важливою сутнісною характеристикою професійного іміджу, яка виявляється у тому, що він завжди передбачає ту чи іншу оцінку, яка виноситься його прообразом з погляду прийнятих у професійній сфері норм та визнаних принципів. Відзначимо, що оцінка з точки зору обраного іміджу

дається журналісту як особистості в цілому, так і за спеціальними професійними параметрами (наприклад, з точки зору інтелекту, привабливості, краси, особистісних, ділових і професійних якостей). У свою чергу і сам імідж, який обирає майбутній журналіст, будучи продуктом певної цілеспрямованої діяльності, стає об'єктом ретельної оцінки. Так, він може бути охарактеризований як «вдалий» або «невдалий», «хороший» або «поганий», «яскравий» або «тьмянний».

Відзначимо, що виокремлені сутнісні характеристики професійного іміджу майбутнього журналіста особливо яскраво виступають при зіставленні іміджу з близькими йому явищами, такими як думка, репутація, авторитет. У нашому розумінні сутнісні характеристики професійного іміджу проявляються діалектично, тобто кожна із них включає протилежності, які у своєму розвитку призводять до виникнення внутрішньої суперечності. Вирішення цих протиріч відбувається в ході цілеспрямованої оптимізації діяльності, що здійснюється під час навчання майбутніх журналістів у коледжі в контексті формування усіх структурних компонентів професійного іміджу. Виходимо з тих міркувань, що компоненти мають виступати у якості вагомих складових елементів, які найбільш повно й системно та цілісно відображають змістові характеристики та охоплюють особливості професійного іміджу майбутніх журналістів. Так, з практичної точки зору у структурі професійного іміджу виокремлюємо чотири компоненти: мотиваційно-ціннісний; когнітивно-знаннявий; конативно-діяльнісний та особистісно-рефлексивний.

Вважаємо, що провідну роль доцільно відвести мотиваційно-ціннісній сфері, яка є своєрідним виразом психологічного змісту багатоаспектної життєвої спрямованості майбутнього фахівця-журналіста з дипломом молодшого бакалавра. Мотиваційно-ціннісний компонент охоплює наявність значущих навчально-професійних мотивів та потреб, а також передбачає сформованість особистісно-значущих цінностей. Найважливіша роль ціннісних орієнтацій студентів, як одного з регуляторів їхньої поведінки та діяльності, визначила вибір та включення їх до структури професійного іміджу. На нашу думку когнітивно-знаннявий компонент охоплює теоретичні знання та охоплює «Я-концепцію» студентів. З'ясовано, що конативно-діяльнісний компонент базується на практичних уміннях розвивати власний імідж, виходячи з особливостей майбутньої професійної діяльності, а також включає можливість вивчати й вдосконалювати свій імідж в освітньому просторі коледжу. Тоді як особистісно-рефлексивний компонент концентрує та структурує прояви особистісних властивостей та якостей, що входять до структури професійного іміджу, а також охоплює рефлексію власної діяльності.

З огляду на те, що доцільним є системна та цілеспрямована діяльність з формування професійного іміджу у майбутніх журналістів ще під час навчання у коледжах було прийнято рішення про застосування педагогічної технології. Вважаємо за доцільне коротко розглянути, що саме науковці вкладають у зміст наукової дефініції «технологія» та «педагогічна технологія». Так, у ході вивчення зазначеного питання було з'ясовано, що наукова дефініція «технологія» досить часто використовується у трьох варіантах: 1) наука про майстерність, або мистецтво практичної діяльності; 2) система знань про способи й засоби обробки та якісного перетворення об'єкта; 3) сукупність впливів, прийомів та методів, що застосовуються для досягнення мети діяльності. Зокрема вважаємо, що у нашому випадку саме третій підхід є найбільш точним.

У ході дослідження з'ясовано, що у баченні науковців [7] технологія дозволяє чітко й послідовно реалізувати намічену практичну діяльність, шляхом цілепокладання, що базується на виборі оптимальних способів практичної діяльності та застосуванні адекватного методологічного інструментарію. Технологія, у нашому розумінні, передбачає ефективний спосіб формування професійного іміджу майбутнього журналіста в освітньому процесі коледжу на основі її раціонального розподілу на конкретні операції й процедури з подальшим обранням найбільш дієвих та результативних практичних методів. Іншими словами «технологія» передбачає конкретну послідовність практичних дій, які необхідні для отримання очікуваного результату – сформованого професійного іміджу студентів спеціальності 061 «Журналістика», які навчаються у коледжах. Як свідчить практика, використання технології дозволяє поетапно сформувати усі структурні компоненти професійного іміджу на основі врахування їхніх сутнісних характеристик.

Головний акцент будемо робити на використанні під час формування професійного іміджу у майбутніх журналістів педагогічної технології, яку Н. Жигайло [1] трактує як найбільш доцільну послідовність практичної діяльності, яка дозволяє отримати раціональний результат в конкретній ситуації (базується на використанні оптимальної логіки в роботі з конкретним об'єктом). Педагогічну технологію розуміємо як комплексний практично орієнтований процес, який охоплює ідеї та способи організації практичної діяльності на основі планування та здійснення цілеспрямованої роботи з формування професійного іміджу у майбутніх журналістів, які здобувають освіту в коледжах. Було враховано, що з методологічної точки зору педагогічна технологія виступає у двох формах:

– по-перше, як конкретна програма чи проект, що містить чітко визначені процедури та операції, які спрямовані на формування адекватного професійного іміджу майбутніх журналістів;

– по-друге, як конкретна практична діяльність, що побудована відповідно до мети та очікуваних результатів.

З практичної точки зору використання педагогічної технології як конкретної програми і як практичної діяльності у контексті формування професійного іміджу допоможе викладачам коледжів виважено й системно оптимізувати свою діяльність та ефективно вирішити окреслені питання. Чільне місце у педагогічній технології, за рекомендацією Н. Пихтіної [4], відводимо використанню найбільш адекватного інструментарію для досягнення якісних результатів.

Так, головне завдання педагогічної технології спрямовано на створення належних передумов, які б забезпечили запуск внутрішніх регуляторів, що спонукатимуть студентів до практичної діяльності на основі опори на внутрішнє «Я», а також на розвиток у них здатності до самодетермінації під час формування професійного іміджу.

У методичній площині, за порадою Л. Мардахаєва [8, с.146-148], під час розробки та впровадження педагогічної технології було враховано три головних аспекти:

- по-перше, доцільно ґрунтовно проаналізувати та вивчити наявні науково обґрунтовані способи практичної діяльності, що спрямовані на досягнення мети;
- по-друге, створення проєкту (або конкретного плану) практичної діяльності, що буде послідовно реалізовуватися на практиці;
- по-третє, визначення сукупності конкретних практичних дій, вибір методів, операцій та процедур, що інструментально забезпечать отримання прогнозованого результату – якісної та ефективної діяльності з формування професійного іміджу студентів спеціальності 061 «Журналістика» у закладах передвищої освіти.

Виходимо з тих міркувань, що педагогічна технологія формування професійного іміджу у майбутніх молодших бакалаврів-журналістів повинна охоплювати такі складові елементи, як: науково-методичне забезпечення практичної діяльності; методи формування іміджу; етапи реалізації практичної діяльності; параметри оцінки очікуваного результату.

Відзначимо, що в основу науково-методичного забезпечення педагогічної технології формування професійного іміджу у студентів коледжу, що здобувають спеціальність 061 «Журналістика» було покладено пакет діагностичних матеріалів (стандартизовані тестові методики, схеми спостереження, опитувальники в авторській інтерпретації, анкети), які регламентують проведення діагностики стану сформованості професійного іміджу у студентів закладів передвищої освіти. До переліку науково-методичного забезпечення педагогічної технології віднесено практичне портфоліо, яке нами зібрано для допомоги викладачам щодо формування професійного іміджу студентів. Зокрема, у розробленому портфоліо представлений спектр різноманітних вправ, ігор, дискусій, міні-бесід, міні-лекцій, завдань, які можна використовувати під час вивчення навчальних дисциплін, що належать до циплу професійно орієнтованих. Вважаємо, що запропоновані методичні матеріали стануть у пригоді та реально допоможуть фахівцям урізноманітнити свою практичну діяльність з майбутніми журналістами у стінах коледжів.

Педагогічна технологія формування професійного іміджу у майбутніх молодших бакалаврів-журналістів, яка буде реалізована нами у коледжах передбачає такі практичні етапи:

- діагностичний (аналіз ситуації та визначення реального стану сформованості іміджу);
- прогностичний (постановка задач та проєктування ефективних шляхів організації практичної діяльності з формування іміджу);
- практичний (безпосередня практична діяльність та використання усіх можливих ресурсів як освітнього середовища коледжу, так і особистісного іміджу самих викладачів);
- аналітичний (аналіз отриманих результатів та оцінка ефективності діяльності з його формування).

Параметри оцінки очікуваного результату теж виступають вагомою складовою педагогічної технології. У цій площині ми повністю поділяємо позицію В. Франкла [11] у тому, що надати допомогу конкретній людині означає допомогти їй усвідомити своє внутрішнє (духовне) «Я» і прийняти відповідальність за свою долю та професійне становлення.

Чільне місце у педагогічній технології має належати методам, які володіють вагомим потенціалом для ефективного формування професійного іміджу майбутнього журналіста. Акцентуємо увагу на тому, що при обранні ефективних методів, з допомогою яких буде реалізовуватися педагогічна технологія, нами було враховано низку чинників. З одного боку, обрані методи повинні відповідати специфіці організації освітнього процесу у закладах передвищої освіти – коледжах. Тоді як з іншого боку, обрані методи повинні відповідати психолого-педагогічним вимогам роботи зі студентами – молодшими бакалаврами. Лише при максимальному дотриманні цих двох чинників можна отримати позитивний результат під час формування професійного іміджу у студентів спеціальності 061 «Журналістика», які навчаються в коледжах.

До переліку найбільш перспективних методів формування професійного іміджу у майбутніх журналістів відносимо:

- методи перебудови мотиваційної сфери та самосвідомості (базуються на об'єктивному переосмисленні переваг професійного іміджу, переорієнтування самосвідомості);
- методи «репетиції вибраної іміджевої поведінки» (цей метод реалізовується у формі тренінгу, групових ігор, моделювання та розігрування практичних ігрових ситуацій);
- моделювання ситуації успіху (використовуються для моральної підтримки, зміцнення віри у свої сили).

Означені методи мають посісти належне місце у педагогічному арсеналі викладачів коледжів для налагодження ефективної діяльності з формування професійного іміджу у студентів спеціальності 061 «Журналістика». Вважаємо, що названі методи безпосередньо спрямовані на розвиток високої внутрішньої мотивації (мотиваційно-ціннісний компонент), ініціювання у студентів прагнення поглиблювати теоретичні знання (когнітивно-знаннявий компонент), розвиток практичних умінь та активізація самостійної діяльності з формування іміджу (конативно-діяльнісний компонент), стимулювання задоволеності своїми успіхами на даний конкретний момент та авансування розвитку особистісних якостей та рис (особистісно-рефлексивний компонент).

Наголосимо на тому, що доволі вагоме місце в організації практичної роботи з формування професійного іміджу відводимо ігровій діяльності. Цей факт пояснюємо тим, що ігри в освітньому процесі володіють конкретними позитивними особливостями. Так, з однієї сторони під час гри студенти отримують змогу виконувати реальну іміджеву діяльність та вирішувати конкретні практичні завдання, а з іншої – така гра носить умовний характер та дає змогу відволіктися від реальності та спрогнозувати ймовірні варіанти зміни чи вдосконалення обраного іміджевого образу. Така двоплановість допомагає зняти психологічну напругу та обумовлює розвиваючий ефект гри. Окрім того, до особливостей ігрової діяльності належить й те, що вона володіє наступними позитивними рисами, як-от:

- стимулює активність учасників;
- розвиває колективізм та згуртовує студентів у групі;
- дозволяє моделювати реальні ситуації щодо іміджевої поведінки та прогнозувати виходи з них;
- носить проблемний характер, бо допомагає зіставляти та розв'язувати проблеми щодо корекції професійного іміджу;
- заохочує творчість та стимулює до нестандартних рішень;
- має яскраво виражену емоційну забарвленість;
- реально зацікавлює майбутніх журналістів до практичних дій у площині формування професійного іміджу.

На основі нашого практичного досвіду виокремлено функції, на які ми будемо робити основний акцент під час використання ігор для формування професійного іміджу у майбутніх молодших бакалаврів-журналістів. Зокрема, до таких функцій відносимо:

- навчальну (розширення спектру знань про професійний імідж журналіста на конкретних прикладах української та світової журналістики);
- розважальну (створення сприятливої психологічної атмосфери, що допоможе студентам відійти від прийнятих шаблонів та стереотипів);
- комунікативну (налагодження ефективного спілкування, розвиток сприятливого комунікативного середовища у коледжі, організація та згуртування колективу);
- релаксаційну (зняття напруги, відволікання від внутрішньо особистісних конфліктів та налагодження адекватної іміджевої характеристики відповідно до особистісних рис та якостей).

У методичному контексті під час проведення ігрової діяльності зі студентами спеціальності 061 «Журналістика» ми дотримувалися процедури проектування гри, яка охоплювала такі три етапи:

Перший етап – підготовчий – вибір конкретного виду гри (рольова, ділова, гра-змагання), постановка цілей та завдань, розробка детального плану організації та проведення гри.

Другий етап – практичний – втілення розробленої програми у дію, що базувався на проведенні самої гри з урахуванням логіки практичних дій, дотримання правил та використання конкретних ігрових атрибутів.

Третій етап – підсумковий – аналіз гри, оцінку дій кожного учасника, який був залучений до її проведення.

Висновки. Отже, у підсумку відзначимо, що оскільки студентський вік є одним із найбільш вирішальних у розвитку особистісних та структурних складових під час формування професійного іміджу, то доцільно робити наголос на системному та цілеспрямованому використанні педагогічної технології в освітнього середовищі коледжів. У методичному контексті грамотно розроблена педагогічна технологія сприяє побудові конструктивних дій під час формування у майбутніх журналістів професійного іміджу. З практичної точки зору, розробляючи педагогічну технологію, нами

було зроблено головний акцент на сукупності практичних чинників, які впливають на ефективність процесу формування професійного іміджу у закладах передвищої освіти. Педагогічна технологія формування професійного іміджу у студентів спеціальності 061 «Журналістика», які здобувають освіту в коледжах, охоплює мету, науково-методичне забезпечення практичної діяльності, сукупність практичних методів його формування, етапи практичної діяльності, параметри оцінки очікуваного результату.

Перспективи подальших досліджень убачаємо в апробації авторської педагогічної технології, а також плануємо обґрунтувати та впровадити педагогічні умови, які підсилять ефективність формування професійного іміджу в майбутніх молодших бакалаврів-журналістів в процесі підготовки у закладах фахової передвищої освіти.

Список використаних джерел

1. Жигайло Н. І. *Соціальна педагогіка*: навч. посіб. Львів: Новий Світ-2000, 2007. 256 с.
2. Зінченко В. Імідж учителя, або психологія одягу. *Відкритий урок: Розробки. Технології. Досвід*. 2008. № 4. С. 85-86.
3. Пенькова О. Проблема іміджу: соціокультурний і психолого-педагогічний аспекти. *Рідна школа*. 2002. № 6. С. 47-48.
4. Пихтіна Н. П. *Основи педагогічної техніки*: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 316 с.
5. Почепцов Г. Имидж: от фараонов до президентов. *Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и публичных рилейшинз*. К.: АДЕФ-Украина, 1997. 328 с.
6. Романенко О. В. Наукові засади вивчення іміджу як психологічної категорії. *Вісник Національного університету оборони України*. 2014. 4 (41). С. 293-298.
7. Рудкевич Н. І. *Методика соціально-педагогічної роботи*: навчально-методичний посібник. Львів: Растр-7. 2021. 324 с.
8. *Словарь по социальной педагогике*: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Авт.-сост. Л.В. Мардахаев. М.: Изд. Центр «Академия», 2002. 368 с.
9. Хомуленко Т. Б., Падафет Ю. Г., Скориніна О. В. *Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу*: Монографія. Х., 2005. 272 с.
10. У Юеюань. Психолого-педагогічна характеристика та функції іміджу майбутніх молодших бакалаврів-журналістів. *Професійна освіта: методологія, теорія та технології*: зб. наук. праць / ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний вищий навчальний заклад імені Григорія Сковороди. Переяслав: ФОП Домбровська Я.М., 2021. Вип. 13. С. 291-302. DOI <https://doi.org/10.31470/2415-3729-2021-13-291-302>
11. Франкл В. *Человек в поисках смысла*. М.: Прогресс, 1990. 368 с.

References

1. Zhyhailo N. I. *Sotsialna pedahohika*: navch. posib. Lviv: Novyi Svit-2000, 2007. 256 s.
2. Zinchenko V. Imidzh uchytelia, abo psykhologhiia odiahu. *Vidkrytyi urok: Rozrobky. Tekhnolohii. Dosvid*. 2008. № 4. S. 85-86.
3. Penkova O. Problema imidzhu: sotsiokulturnyi i psykhologo-pedahohichnyi aspekty. *Ridna shkola*. 2002. № 6. S. 47-48.
4. Pykhtina N. P. *Osnovy pedahohichnoi tekhniky*: navch. posib. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury, 2013. 316 s.
5. Pocheptov G. Imidzh: ot faraonov do prezidentov. *Stroitel'stvo voobrazhaemyh mirov v mife, skazke, anekdote, reklame, propagande i pablik rilejshinz*. K.: ADEF-Ukraina, 1997. 328 s.
6. Romanenko O. V. Naukovi zasady vyvchennia imidzhu yak psykhologichnoi katehorii. *Visnyk Natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*. 2014. 4 (41). S. 293-298.
7. Rudkevych N. I. *Metodyka sotsialno-pedahohichnoi roboty*: navchalno-metodychnyi posibnyk. Lviv: Rastr-7. 2021. 324 s.
8. *Slovar' po social'noj pedagogike*: Ucheb. posobie dlja stud. vyssh. ucheb. zavedenij / Avt.-sost. L.V. Mardahaev. M.: Izd. Centr «Akademija», 2002. 368 s.
9. Khomulenko T. B., Padafet Yu. H., Skorynina O. V. *Teoretychni ta praktychni aspekty doslidzhennia imidzhu*: Monohrafiia. Kh., 2005. 272 s.
10. U Yueiuan. Psykhologo-pedahohichna kharakterystyka ta funksiі imidzhu maibutnikh molodshykh bakalavriv-zhurnalistiv. *Profesiina osvita: metodolohiia, teoriia ta tekhnolohii*: zb. nauk. prats / DVNZ «Pereiaslav-Khmelnitskyi derzhavnyi vyshchyi navchalnyi zaklad imeni Hryhoriia Skovorody. Pereiaslav: FOP Dombrovska Ya.M., 2021. Vyp. 13. C. 291-302. DOI <https://doi.org/10.31470/2415-3729-2021-13-291-302>
11. Frankl V. *Chelovek v poiskah smysla*. M.: Progress, 1990. 368 s.