

УДК [373.2+373.2.07-051]:17.022.1

ТЕХНОЛОГІЇ СТВОРЕННЯ ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ ЗАКЛАДУ ДОШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ ТА ЙОГО КЕРІВНИКА

Попиченко Світлана, кандидат педагогічних наук, доцент кафедри дошкільної освіти,
Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини.

ORCID: 0000-0001-5405-5937

E-mail: svitlana.popychenko@ukr.net

У статті актуалізовано проблему формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти та його керівника в умовах об'єктивних змін, спричинених модернізацією цієї ланки освітньої системи. Проведено аналіз підходів до визначення поняття іміджу, обґрунтовано його вплив на конкурентоспроможність закладу. Розкрито параметри, які характеризують стан корпоративного іміджу закладу. Окреслено ознаки особистісного іміджу керівника закладу. Запропоновано технології формування позитивного іміджу як закладу дошкільної освіти, так і його керівника.

Ключові слова: імідж, імідж закладу дошкільної освіти, Базовий компонент дошкільної освіти, імідж керівника, складові іміджу, ознаки особистого іміджу, показники корпоративного іміджу, технології формування позитивного іміджу.

TECHNOLOGIES OF FORMING A POSITIVE IMAGE OF A PRESCHOOL INSTITUTION AND ITS HEAD IN THE CONDITIONS OF OBJECTIVE CHANGE

Popychenko Svitlana, PhD in Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department
of Preschool Education, Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University.

ORCID: 0000-0001-5405-5937

E-mail: svitlana.popychenko@ukr.net

The article actualizes the problem of forming a positive image of a preschool institution and its head in the conditions of objective changes caused by the modernization of this educational system part. The analysis of approaches has been carried out to define the notion of the image and its influence on the competitiveness of the institution has been substantiated.

It is important to refer to the Basic Component of Preschool Education (New Edition), that proclaims the education of a child to be a starting platform for personal development, the first and mandatory step in the continuing educational system.

The article reveals the notion of the image of a preschool educational institution. It is aimed at studying the components of the image and evaluating their impact on the effectiveness of the institution functioning. The indicators that characterize the state of the corporate image of a preschool educational institution are determined. The factors that affect the image of the institution are analyzed.

The author outlines the personal image peculiarities of the head of the institution. She identifies some business, professional and personal qualities that contribute to the formation of his or her positive image.

Technologies of forming a positive image of both a preschool educational institution and its head are proposed. Special attention is paid to the technologies of forming an internal image of a preschool educational institution, such as forming a creative team to give educational services; improving pedagogical skills and the culture of personnel; establishing the optimum interpersonal relations within

the staff, etc. The author analyses the technologies of establishing an external image of the institution as well, e.g.: improving the interaction between an institution and administrative bodies, public, children's families; participating in presentations, exhibitions of educational services; advertising.

The article presents the technology of forming a positive image of the head, covering two stages: primary – self-presentation through externally expressed features and secondary – forming an image within activities and interpersonal interaction. It has been concluded that only a head, capable of applying progressive approaches, innovation, creativity, professional and personal self-realization can ensure a highly-qualified image and modernization of the institution headed by him.

Keywords: *image, the image of a preschool educational institution, Basic Component of Preschool Education, the image of a head, components of the image, peculiarities of the personal image, indicators of the corporate image, technologies of forming a positive image.*

Зміни в соціально-економічних відносинах, нові освітні орієнтири зумовили модернізацію роботи закладів дошкільної освіти. Головна мета їхньої діяльності – забезпечення доступної та якісної освіти, яка є стартовою платформою для розвитку та підготовки дитини до навчання в Новій українській школі, створення оптимальних умов для становлення дитини як особистості, неповторної індивідуальності, підтримка її на шляху самовизначення та самореалізації.

Сьогодні в Україні склалася струнка система дошкільної освіти, яка містить у собі різноманітні за типами й видами заклади, наукові та методичні установи, органи управління освітою. Ведеться пошук найефективніших шляхів реалізації основних завдань дошкільної освіти, оновлюється її зміст, розробляються сучасні інноваційні педагогічні технології, відбуваються істотні зрушення в управлінській діяльності, методичній роботі, кадровому, матеріально-технічному забезпеченні тощо.

Важливим напрямом розвитку дошкільної освіти є активний процес формування іміджу сучасного закладу дошкільної освіти, що має велике значення для створення такої моделі освітньої установи, яка б цілком відповідала сучасному розвитку суспільства, світовим прогресивним тенденціям. Позитивний імідж закладу дошкільної освіти, привабливість в очах вихованців та батьків посилює його спроможність в умовах конкуренції на ринку освітніх послуг, є однією з умов його існування як освітнього закладу нового типу.

Ситуація динаміки та змін, що характерні сьогодні для розвитку дошкільної освіти, диктує необхідність нових підходів до управління освітою, появи керівників, здатних швидко адаптуватися до змін, психологічно освічених щодо специфіки взаємодії з людьми, готових постійно розвивати свою особистість. Робота закладу дошкільної освіти багато в чому залежить від таланту керівника, реалізації його особистісно-творчого потенціалу, знання справи, особистої ініціативи, інтуїції та іншого.

Тож формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти та її керівника є досить актуальним питанням психолого-педагогічної науки, яке потребує глибокого вивчення й висвітлення у наукових працях.

Проблеми іміджу установи, організації та її керівника є предметом дослідження як закордонних учених (М. Берда, Л. Брауна, Б. Брюса, Л. Вольдмана, М. Вудкока, Ф. Девіса, Д. Френсіса), так і українських дослідників (Н. В. Бутенко, О. К. Васюкової, О. Ю. Горобчука, Г. В. Євтушенка, А. І. Єлістратової, Н. О. Качинської, Т. В. Скрипаченко, Т. Б. Хомуленко та інших). Вивчення іміджу стало предметом дослідження російських учених А. А. Калюжного, А. Ю. Панасюка, Г. Г. Почепцова, Е. Є. Соловйова, В. М. Шепеля та інших. Наукові розвідки охоплюють багатомірний спектр питань:

типологію іміджу та його базові складові; методи діагностики, формування, реалізації, корегування іміджу організації; технології створення та управління особистісним іміджем; імідж і етику ділової людини тощо.

Цінними для вивчення іміджу закладу дошкільної освіти та його керівника є наукові праці Л. В. Артемової, А. М. Богуш, О. Л. Кононко, К. Л. Крутій, В. В. Кузьменко, Г. М. Нижник, Н. В. Погрібняк, у яких розкриваються сучасні вимоги до закладів дошкільної освіти, принципи організації їхньої діяльності, професійні та особистісні якості вихователів дітей дошкільного віку, особливості педагогічного спілкування як форми педагогічної взаємодії, основні напрями реалізації функцій керівника закладу.

Метою статті є визначення сутності поняття «імідж», складових та технологій формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти й особистісного іміджу його керівника.

Слово «імідж» англійського походження (image – уявлення, образ). Розглянемо, як поняття іміджу трактується в різних словниках та наукових працях.

Так, «Сучасний словник іноземних мов» подає таке визначення іміджу: «цілеспрямовано сформований образ (будь-якої особи, явища, предмету), наділений певними ціннісними характеристиками, покликаний надавати емоційно-психологічний вплив на когось з метою популяризації, реклами тощо» [3, с. 229].

«Словник-довідник з професійної педагогіки» розкриває імідж як «сформований у масовій свідомості психічний образ чого-небудь (проекту, ідеї, міста, організації) чи кого-небудь (керівника і його команди, лідера, професіонала, особистості), який створюється у відповідності з певною метою і має характер стійкого стереотипу. Це особливий, тобто спеціально сконструйований емоційно забарвлений психічний образ, який сильно впливає на емоції, поведінку та відносини особистості чи групи» [9, с. 77].

У тлумачному словнику з інформаційно-педагогічних технологій імідж трактується як «публічно зафіксований або підтримуваний вигляд, образ громадської особи, обличчя професії, діяльності, організації, способу життя» [4, с. 46].

З погляду відомого в іміджелогії дослідника В. М. Шепеля, імідж – «індивідуальна подоба або ореол, що створюється засобами масової інформації, соціальною групою чи власними зусиллями особи для привернення до себе уваги» [10, с. 8].

На думку Г. Г. Почепцова, імідж – «результат та конкретна форма відображення предметів і явищ у світосприйнятті людини, тобто відчуття, уявлення, поняття, які на основі цього формуються, та сформульовані висновки. Виходячи з цього, можна стверджувати, що кожному об'єкту притаманний певний імідж, “забарвленість”, своєрідність» [7, с. 22].

В. Ф. Маценко, пояснюючи сутність поняття іміджу, зазначає: «це Ви очима інших, або те, якими Вас бачать інші (або: Ваш образ в очах інших людей)» [5, с. 5].

Отже, коли мова йде про імідж організації чи людини, йдеться про той образ, який виник в інших людей. До того ж, під образом розуміється не лише візуальний, зовнішній вигляд, а й внутрішній емоційно забарвлений психічний образ. Тобто слово «образ» вживається у широкому сенсі – як уявлення про ціннісні характеристики, значущість організації, образ мислення, дій, вчинків людини тощо.

У сучасних умовах розвитку суспільства поняття «імідж» активно включається

до освітньої галузі, зокрема дошкільної.

Базовий компонент дошкільної освіти (Нова редакція), затверджений Міністерством освіти і науки України 12.01.2021 р., проголошує освіту дитини як стартову платформу особистісного розвитку, як першу й обов'язкову сходинку в системі неперервної освіти. В основу стандарту покладено «ідею солідарної відповідальності держави, громади, родини, фахівців педагогічної освіти й інших професій, причетних до піклування, догляду та розвитку дітей раннього і дошкільного віку» [1, с. 3].

Виконання вимог Базового компоненту є обов'язковим для всіх закладів дошкільної освіти незалежно від підпорядкування, типів і форми власності, інших форм здобуття дошкільної освіти. Стаття 11 Закону України «Про дошкільну освіту» визначає заклад дошкільної освіти як «навчальний заклад, що забезпечує реалізацію права дитини на здобуття дошкільної освіти, її фізичний, розумовий і духовний розвиток, соціальну адаптацію та готовність продовжувати освіту» [8]. У сучасних умовах ринку освітніх послуг заклади дошкільної освіти, їхні керівники та колективи прагнуть знайти свій стиль роботи, виділитися яскравою своєрідністю та неповторністю, довести свою конкурентоздатність, набути популярності серед педагогічної громадськості, дітей та їхніх батьків.

Імідж закладу дошкільної освіти – це емоційно забарвлений образ закладу, часто свідомо сформований, який має цілеспрямовано задані характеристики і покликаний чинити психологічний вплив на конкретні групи соціуму. Позитивний імідж закладу впливає на ставлення громадськості, викликає повагу, позитивні емоції, є важливим чинником успішності функціонування закладу, додатковим ресурсом ефективного управління та розвитку матеріально-технічної бази. У дослідженнях учених (Л. В. Даниленко, А. Ю. Панасюка, Р. З. Панової та ін.) зазначено, що імідж може бути: особистий, корпоративний і товарний.

Корпоративний імідж – це образ організації, установи загалом, сформований у суспільній свідомості, що відображає цілісне її сприйняття різними групами осіб, як співробітників, так і громадськості, орієнтований на нині дійсних та потенційних партнерів, споживачів послуг, конкурентів, інвесторів, органів контролю. Формування іміджу закладу дошкільної освіти належить до корпоративного іміджу. Зі свого боку корпоративний імідж поділяють на зовнішній і внутрішній. Зовнішній імідж організації – це її образ, уявлення про неї, що склалися на ринку освітніх послуг – думка про заклад дошкільної освіти батьків і дітей, працівників інших освітніх установ, органів управління освітою та міської (районної) влади, засобів масової інформації, громадськості. Внутрішній імідж – сприятливі комфортні умови, що забезпечують емоційно-врівноважений позитивний стан працівників і відвідувачів організації.

Прагнення до створення позитивного іміджу закладу дошкільної освіти обумовлюється, на нашу думку, необхідністю: 1) утвердження унікальності закладу та надання високоякісних освітніх послуг; 2) посилення позиції на освітянському ринку з метою розширення кола прихильників серед громадськості, дітей та їхніх батьків; 3) врахування змін, що відбуваються в освіті у контексті розбудови Нової української школи; 4) відповідності запитам з боку батьків стосовно розвитку здібностей дітей, зміцнення їхнього здоров'я, підготовки до навчання у школі.

Імідж закладу дошкільної освіти – це цілісний образ, що складається з багатьох

чинників. О. Л. Кононко визначила такі показники позитивного іміджу закладу дошкільної освіти:

- належна матеріальна база – просторі та світлі приміщення, зручні меблі, достатня кількість різноманітних іграшок та дидактичних матеріалів, безпечних для життя і здоров'я дітей;
- незаплямована репутація протягом тривалого часу;
- стабільна, організована, ритмічна діяльність закладу;
- висококваліфіковані фахівці, порядні, чесні, справедливі, щирі, які добре доглядають дітей, дбають про їхнє здоров'я;
- якісна підготовка до школи;
- використання інноваційних підходів, елементів експериментально-дослідницького навчання;
- розвивальне середовище для формування у дітей життєвої компетентності;
- оригінальність, унікальність, особливість закладу;
- прагнення відповідати запитам часу – навчання дітей іноземної мови, ознайомлення з азами комп'ютерної грамоти, залучення дитини до сучасного інформаційного простору [2, с. 3–6].

Складовими позитивного іміджу сучасного закладу дошкільної освіти, з нашого погляду, є:

- 1) створення належних умов для здобуття дітьми дошкільної освіти, прогнозування, наявність чіткої стратегії, забезпечення розвитку відповідно до освітніх запитів населення;
- 2) соціальний захист, охорона життя, здоров'я та захист прав учасників навчально-виховного процесу, виконання завдань дошкільної освіти та додержанням вимог Базового компонента дошкільної освіти;
- 3) впровадження в практику досягнень науки, передового досвіду, новітніх педагогічних технологій, проведення експериментальної та інноваційної діяльності;
- 4) забезпечення високопрофесійними, конкурентоспроможними педагогічними кадрами, сприяння їхній підготовці, підвищенню кваліфікації;
- 5) сприятливий морально-психологічний клімат у колективі, дружня, довірча атмосфера, що панує в ньому;
- 6) готовність до співпраці та взаємодії з іншими соціальними інститутами;
- 7) наявність яскравої зовнішньої атрибутики: девіз, елементи форми в одязі, власний сайт в інтернеті, рекламна політика.

Формування позитивного іміджу закладу дошкільної освіти є складним інтегрованим процесом, який відбувається за двома напрямками. Перший стосується формування внутрішнього іміджу закладу – сприятливих комфортних умов та психологічного настрою в колективі.

Технології формування внутрішнього іміджу закладу дошкільної освіти: обґрунтування та впровадження інноваційних підходів в діяльності членів адміністрації, педагогів, дітей; формування творчої команди для надання освітніх послуг; підвищення педагогічної майстерності та культури персоналу; налагодження оптимальних міжособистісних стосунків у колективі; виховання почуття патріотизму у педагогів, відданості педагогічні справи.

Технології становлення зовнішнього іміджу передбачають удосконалення форм взаємодії закладу дошкільної освіти із соціальним середовищем, передусім у місті, районі, області: проведення днів відкритих дверей; участь у презентаціях, виставках освітніх послуг, ярмарках та інших заходах; підготовка інформаційних буклетів та рекламної діяльності; організація публікацій у пресі, виступів по радіо і телебаченню (Public relations – система поширення оперативної і правдивої інформації серед громадськості); розробка символіки, атрибутики, форми одягу, бланків, грамот; благоустрій будівлі та території закладу, оформлення спортивних майданчиків; проектування перспектив розвитку закладу дошкільної освіти.

Особистий імідж – це образ, який визначається складним набором внутрішніх і зовнішніх факторів людини, що складають позитивний, бажаний, реальний, ідеальний, створений імідж тощо.

Однією із головних умов успіху діяльності закладу дошкільної освіти, його високої оцінки громадськістю є створення особистого іміджу керівника цього закладу. Саме він має вміти ефективно взаємодіяти з працівниками закладу, органами управління і самоврядування; бути взірцем для колег у ставленні до відповідальної місії закладу, налагодженні професійної комунікації; враховувати зв'язок і вплив власної діяльності на сумарний результат роботи колективу. Все це потребує постійної праці керівника над власним позитивним іміджем, який би віддзеркалював імідж самого закладу.

У Положенні про заклад дошкільної освіти зазначається: «Керівник закладу дошкільної освіти здійснює безпосереднє управління закладом і несе відповідальність за освітню, фінансово-господарську та іншу діяльність закладу освіти» [6].

З метою вивчення думки керівників закладів дошкільної освіти про значущість власного позитивного іміджу та його взаємозв'язку з іміджем закладу ми провели анкетування і проаналізували відповіді на питання. В анкетуванні взяли участь 25 респондентів.

1. *Що визначає імідж керівника закладу дошкільної освіти?* Більшість респондентів (88 %), окрім зовнішніх атрибутів (зовнішнього вигляду, виразності мовлення, міміки, жестів) керівника, назвали такі якості: комунікабельність, професіоналізм, любов до дітей, порядність, здатність до оперативного прийняття рішення, пунктуальність. Окремі респонденти (12 %) назвали компетентність і діловитість, стиль керівництва, інтелектуальні особливості, інтелігентність.

2. *Що ви розумієте під самопрезентацією? Чи впливає перше враження про керівника на його імідж?* Усі завідувачі закладів дошкільної освіти розуміють, що самопрезентація – це процес представлення свого образу, спрямований на створення в оточення певного враження про себе. В. М. Шепель зазначає, що самопрезентація – «це вміння подати себе людям відповідно до сучасних вимог етики та етикету спілкування, естетики одягу, мімічної привабливості, приємної манери поведінки. Самопрезентація виступає як внутрішньо наданий людині стиль спілкування з людьми, як наочне підтвердження уважного ставлення до них. Все це працює на створення цілісного образу керівника, викликаючи до нього почуття симпатії, підвищене “сприймання” його слів та справи» [72, с. 108].

Більшість респондентів (84 %) вважає, що вміння презентувати себе – важливе, сприяє досягненню успіху. Певна частина (16 %) зазначає, що це не таке вже необхідне

вміння, і надає перевагу механізмам формуванню іміджу керівника при тривалій взаємодії з ним.

3. *Які компоненти першого враження ви б визначили як головні?* Основними компонентами першого враження респонденти назвали зовнішність, одяг, манеру говорити, багатство словника, темп та інтонацію мовлення, осанку й ходу, жести та міміку, здатність посміхатися як вияв привітності, інтелект, впевненість у собі тощо.

4. *Які особистісні якості, на вашу думку, необхідні керівнику сьогодні?* Респондентами були названі духовність та орієнтація на самоцінність особистості, доброзичливість, справедливість, надійність, далекоглядність, відповідальність, пунктуальність, енергійність, ділову активність, ініціативність, самостійність, незалежність, наполегливість, стресостійкість, комунікабельність, вимогливість, наполегливість у досягненні мети тощо.

5. *Чому сучасних педагогів не влаштовує егоїстичний керівник-адміністратор?* У відповідях зазначалося: «У роботі з підлеглими надає перевагу методам прямого адміністративного впливу (попередженню, покаранню, тотальному контролю, залякуванню)»; «Прагне до зміцнення свого домінуючого становища у колі колег будь-якими засобами»; «Намагається досягти успіху за принципом: “всі засоби придатні для досягнення мети”»; «Вважає себе вищим за інших, не поважає людей».

6. *Як пов'язані між собою імідж керівника та імідж очолюваного ним закладу?* Всі респонденти висловили переконаність у тому, що створення керівником особистого позитивного іміджу – це один із засобів підвищення статусу, загальної ефективності очолюваного ним закладу дошкільної освіти, важливий чинник стратегії досягнення успіху.

Як засвідчили результати анкетування, сучасний керівник закладу дошкільної освіти повинен працювати над створенням та зміцненням позитивного власного іміджу та іміджу очолюваного ним закладу. Керівник має володіти на високому рівні якостями, які забезпечують успішність виконання його організаторських функцій у різних сферах діяльності закладу.

Імідж керівника формується як система уявлень про його особистість. Психологічним підґрунтям для побудови цієї системи стають його професійні якості, емоційно-поведінкові реакції, індивідуально-характерологічні прояви особистості та ділові якості, які він демонструє в процесі спілкування та вирішення управлінських завдань.

Утворення іміджу – тривалий процес, який проходить певні стадії, за яких відбувається перехід від первинних вражень про людину до системного уявлення про неї.

Пропонована технологія формування позитивного іміджу керівника закладу дошкільної освіти містить дві стадії – первинну та вторинну. Фактори первинної стадії – ті, що беруть участь у створенні іміджу при першій зустрічі з керівником і ще не є перевіреними часом та тривалою взаємодією. Первинна інформація про людину визначається її самопрезентацією. При першому враженні через зовнішньо виражені особливості (зовнішність, одяг, жести, манеру говорити тощо) оцінюються внутрішні якості керівника: інтелект, компетентність, інтелігентність, порядність.

Вторинна стадія – це не другорядна за значущістю, а та, на якій формується імідж керівника у діяльності, процесі міжособистісної взаємодії. Важливу роль на цьому етапі відіграють професійні та особисті якості керівника, його здібності, знання,

уміння та навички, система спілкування та поведінки.

Формування позитивного іміджу керівника закладу обґрунтовується певною мотивацією. Перевага надається усвідомленню керівником того, що завдяки своєму позитивному іміджу він зможе надихнути колег на плідну творчу успішну діяльність, спрямувати спільні зусилля на досягнення успіху в роботі кожного працівника і закладу загалом, самореалізуватись як особистість і фахівець.

Для створення позитивного образу керівнику необхідно докласти чимало зусиль. Цінними на першій фазі формування іміджу є культурні манери, грамотне мовлення, знання етикету, привабливий зовнішній вигляд, досконалі рухи, жести, міміка та пантоміміка, природна поведінка. На другій стадії чинниками формування позитивного образу є ерудиція та професійна компетентність, креативність, гуманістична спрямованість, організаторські здібності, моральні особистісні якості, уміння оптимально спілкуватися з різними категоріями людей, зокрема з дітьми, колегами, держслужбовцями; здатність до емпатії як співпереживання; уміння регулювати свій психічний стан, бути цілеспрямованим, наполегливим, вимогливим тощо.

Отже, важливим напрямом діяльності керівництва і колективу закладу дошкільної освіти є формування його позитивного іміджу, популярності серед громадськості, фахівців педагогічної освіти, батьків та дітей. Це процес складний і тривалий, забезпечується унікальністю та неповторністю закладу, успіхами на всіх рівнях його роботи: високою якістю освітніх послуг, виконанням завдань дошкільної освіти та додержанням вимог Базового компонента дошкільної освіти, впровадженням у практику досягнень науки і передового досвіду, інноваційним підходом до освітнього процесу, демократичним стилем роботи тощо. Розрізняють технології формування внутрішнього іміджу закладу дошкільної освіти (формування творчої команди для надання освітніх послуг; підвищення педагогічної майстерності та культури персоналу; налагодження оптимальних міжособистісних стосунків у колективі тощо) та технології становлення зовнішнього іміджу закладу (удосконалення форм взаємодії закладу з адміністративними органами, громадськістю, родинами дітей; участь у презентаціях, виставках освітніх послуг; рекламна діяльність). Позитивний імідж є важливим чинником успішності функціонування закладу, забезпечення його конкурентоспроможності.

Імідж закладу дошкільної освіти закономірно залежить від іміджу керівника, що створюється завдяки його організаторським здібностям, професійній компетентності, особистісно-творчому потенціалу, діловим якостям, які він демонструє в процесі спілкування та вирішення управлінських завдань. Технологія формування позитивного іміджу керівника охоплює два шаблони: первинний – самопрезентацію через зовнішню виражені особливості та вторинний – формування іміджу у діяльності, міжособистісній взаємодії. Лише здатний до прогресивних підходів, новаторства, творчості, професійної та особистісної самореалізації керівник може забезпечити високий імідж та модернізацію очолюваного ним закладу.

Напрями подальших досліджень з проблеми вбачаємо у вивченні професійної специфіки організації діяльності закладів дошкільної освіти, соціально-психологічних резервів удосконалення стилю їхнього керівництва, психологічних чинників ефективності діяльності та фахових компетентностей організаторів дошкільної освіти.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Базовий компонент дошкільної освіти (Державний стандарт дошкільної освіти) нова редакція: затв. наказом М-ва освіти і науки України від 12.01.2021 р. № 33. URL: <https://pedpresa.com.ua/205021-bazovuj-komponent-doshkilnoyi-osvity.html>.
2. Кононко О. Сучасний дитсадок: який він? *Дошкільне виховання*. 2006. № 7. С. 3–6.
3. Крысин Л. П. Современный словарь иностранных слов. Москва: АСТ-Пресс, 2020. 416 с.
4. Крупський Я. В., Михалеви́ч В. М. Тлумачний словник з інформаційно-педагогічних технологій: словник. Вінниця: ВНТУ, 2010. 72 с.
5. Маценко В. Ф. Технологія іміджу. Київ: Главник, 2005. 96 с.
6. Положення про дошкільний навчальний заклад: Постанова Кабінету Міністрів України від 12.03.2003 р. № 305. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/190982>.
7. Почепцов Г. Г. Имидж: от фараонов до президентов. Строительство воображаемых миров в мифе, сказке, анекдоте, рекламе, пропаганде и паблик рилейшенз. Київ: АДЕФ-Україна, 2007. 328 с.
8. Про дошкільну освіту: Закон України від 11.07.2001 р. *Відомості Верховної Ради України*. 2001. № 49. Ст. 259. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-14>.
9. Словник-довідник з професійної педагогіки / за ред. А. В. Семенової. Одеса: ПАЛЬМІРА, 2006. 130 с.
10. Шепель В. М. Имиджелогия. Как нравиться людям. Москва: Народное образование, 2002. 407 с.

REFERENCES

1. Bazovyi komponent doshkilnoi osvity (Derzhavnyi standart doshkilnoi osvity) nova redaktsiia: zatv. nakazom M-va osvity i nauky Ukrainy vid 12.01.2021 r. № 33. URL: <https://pedpresa.com.ua/205021-bazovuj-komponent-doshkilnoyi-osvity.html> [in Ukrainian].
2. Kononko, O. (2006). Suchasnyi dytsadok: yakyi vin? *Doshkilne vykhovannia*, 7, 3–6 [in Ukrainian].
3. Krysin, L. P. (2020). *Sovremennyy slovar' inostrannyh slov*. M.: AST-Press [in Russian].
4. Krupskiy, Ya. V., Mykhalevych, V. M. (2010). *Tlumachnyi slovnyk z informatsiino-pedahohichnykh tekhnolohii*. Vinnytsia: VNTU [in Ukrainian].
5. Matsenko, V. F. (2005). *Tekhnolohiia imidzhu*. K.: Hlavnyk [in Ukrainian].
6. Polozhennia pro doshkilnyi navchalnyi zaklad: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 12.03.2003 r. № 305. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/190982> [in Ukrainian].
7. Pochepcov, G. G. (2007). *Imidzh: ot faraonov do prezidentov. Stroitel'stvo voobrazhaemyh mirov v mife, skazke, anekdote, reklame, propagande i pablik rileyshenz*. K.: ADEF-Ukraina [in Ukrainian].
8. Pro doshkilnu osvitu: Zakon Ukrainy vid 11.07.2001 r. (2001). *Vidomosti Verkhovnoi Rady Ukrainy*, 49, St. 259. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2628-14> [in Ukrainian].
9. *Slovnyk-dovidnyk z profesiinoi pedahohiky*. (2006). A. V. Semenovoi (Ed.). Odesa: PALMIRA [in Ukrainian].
10. Shepel', V. M. (2002). *Imidzhelogija. Kak nraivit'sja ljudjam*. M.: Narodnoe obrazovanie [in Russian].