

**Ткаченко Лідія Петрівна,**

*доктор педагогічних наук, доцент, завідувач  
кафедри теорії і методики викладання  
філологічних дисциплін у початковій школі  
Харківського національного педагогічного  
університету імені Г.С. Сковороди*

## ФОРМУВАННЯ МОВНОЇ ОСОБИСТОСТІ В НОВІЙ УКРАЇНСЬКІЙ ШКОЛІ

Відповідно до концепцій нової української школи одними з ключових компетентностей є спілкування державною і рідною (у разі відмінностей) мовами та спілкування мовами іноземними. У контексті європейських вимог до ключових компетентностей вони корелюють з наскрізними компетентностями — загальнокультурною або комунікативною, що передбачають вміння активно й адекватно будувати комунікацію з урахуванням національної та світової культури. Якщо порівняти європейську довідкову систему та українські Державні освітні стандарти, то ми побачимо, що вони тлумачать ці компоненти фактично однаково — як здатність застосовувати в конкретному спілкуванні знання мов, способи словесної взаємодії (у безпосередньому спілкуванні та через засоби комунікативного зв'язку), володіння різними соціальними ролями й навички роботи в різних групах з метою порозуміння й напрацювання спільного рішення. У зв'язку з такими підходами актуалізується поняття «мовна особистість».

Поняття «мовна особистість» уперше було введено до наукового обігу відомим мовознавцем В. Виноградовим, який давав таке визначення особі, яка на основі глибоких знань про мовну систему спроможна продукувати самостійні оригінальні висловлювання або тексти. Однак теоретичне осмислення цього феномену відбулося лише у 80-х роках ХХ століття. У сучасній лінгводидактиці виділилося три підходи до формування мовної особистості. Один з них базується на трирівневій організації мовної особистості; другий спирається на сукупність умінь, або готовність, мовної особистості до здійснення різних видів мовленнєво-мисленнєвої

діяльності і виконання різних комунікативних ролей; третій становить досить опрацьовану спробу відтворення мовної особистості у тривимірному просторі: даних про рівневу структуру мови (фонетика, лексика, граматики), типів мовної діяльності (читання, письмо, говоріння, аудіювання), ступенів оволодіння мовою. Сьогодні початкова школа намагається реалізувати нову парадигму формування мовної особистості. Відповідно до чинних програм учні початкових класів здійснюють навчання рідною мовою та обов'язково вивчають мову державну. З одного боку, такий підхід дозволяє забезпечити ефективні результати всього процесу навчання, оскільки спілкування рідною мовою вводить учнів у світ пізнання і дозволяє розуміти й засвоювати різноманітні наукові факти в комфортних умовах. З другого боку, необхідне вивчення державної мови, оскільки подальше навчання буде розширювати ці знання (з кожним роком навчання збільшується частка вивчення предметів державною мовою) та забезпечить рівні умови під час ЗНО та вступу до закладів вищої освіти. Зараз є всі умови для розвитку мов національних меншин та їх глибокого вивчення й засвоєння, однак реалізація будь-якої особистості в сучасному світі передбачає вільне володіння різними мовами, що збільшує шанси на успішну реалізацію та конкурентоспроможність. Думається, що початкова школа володіє широким спектром принципів, методів, технологій та форм роботи для полімовної підготовки молодших школярів, оскільки саме в такому віці процеси опанування різних мов проходять найбільш результативно. Варто лише обрати правильні стратегії розвитку мовної особистості, відійти від вправ репродуктивного характеру, а процес навчання насичити живим безпосереднім спілкуванням учнів з учителем та з однолітками. Цьому, на нашу думку, має сприяти вся організація освітнього середовища: ранкові зустрічі, що мають на меті формування активного мовця, створюють ситуацію для обговорення, обміну думками, пошуку спільного рішення в конфліктних ситуаціях; формування дитини-читача, яка здатна самостійно обирати коло читання та аналізувати прочитане, ділитися враженнями й переживаннями; формування правильного контексту сприйняття технічних засобів навчання чи сучасних гаджетів, що здатні лише супроводжувати навчальний процес, робити його образним, але в жодному разі не замінювати його.

Отже, нова українська школа пропонує сучасним вчителям і учням як традиційні, так й інноваційні моделі формування мовної особистості, варто лише розширювати арсенал мовленнєвої підготовки, що дозволить виховати учня громадянином своєї країни, відкритого і готового співпрацювати зі світовою спільнотою. ■

#### Філатова Лада Семенівна,

*кандидат педагогічних наук, доцент*

*кафедри початкової, дошкільної та професійної освіти*

*Харківського національного педагогічного*

*університету імені Г.С. Сковороди*

## ІМІДЖ ЯК ЧИННИК

### НАЦІОНАЛЬНОГО САМОСТВЕРДЖЕННЯ УКРАЇНИ

Останнім часом активізувалась проблематика формування професійного іміджу внаслідок загострення проблем вибору, що постає перед людьми (вибір товарів і послуг, політичних партій та громадських організацій, лідерів і керівників) та конкуренцією на ринках: політичному, споживчому тощо. Щоб продати товар або послугу, завоювати увагу виборців, успішно конкурувати на ринку, фірма або громадська організація, банк або політична партія, завод або університет повинні створити відповідний імідж. Будь-яка взаємодія — це складний рольовий комплекс з чітким розподілом функцій, до якого обов'язково повинні бути включені особистісні якості всіх учасників. Саме в стилі, способах взаємодії один з одним і проявляється суб'єктивність особистісного іміджу. Імідж виступає тим засобом, який забезпечує конструювання персоніфікації рольового виконання соціальних обов'язків. Тобто, імідж, на думку науковців, це образ, який конструюється суспільством, групою та особистістю, виконується в процесі взаємодії, пропонується партнерам та контролюється виконавцем та громадськістю. Іншими словами, імідж — це рольова особистісна маска, в якій виконавець ролі прагне предстати перед партнерами та бути прийнятим ними. Вітчизняна іміджологія відраховує свій початок з 90-х років. Перші вітчизняні наукові роботи, в яких застосовувався термін «імідж», були пов'язані з проблематикою лідерства і зорієнтовані на вивчення

іміджу політиків, громадських діячів, кандидатів у виборчих кампаніях різних рівнів, політичних партій, об'єднань, законодавчої та виконавчої гілки влади. Сьогодні коло питань формування іміджу розширюється. Про це, зокрема, говорить зростання публікацій, що присвячені проблематиці професійних іміджів: політиків (М. Бабак, О. Гайворонська, С. Денисюк, Н. Лікарчук, О. Холод, О. Швець, та ін.); керівників різного профілю (Т. Скрипаченко та ін.); телеведучих та телебачення в цілому (М. Андрющенко та ін.); працівників поліції (І. Воробйова та ін.); вихователів дошкільного закладу (Р. Шулигіна та ін.); учителів (О. Горovenko, А. Кононенко, Г. Сагач та ін.); викладачів вищої школи (В. Ісаченко, А. Коркішко, Л. Ткаченко та ін.). Предметом окремих наукових розвідок є імідж України у контексті міжнародного співробітництва (Н. Габор, М. Петров, О. Ялова та ін.). Проте на сьогодні відсутній системний аналіз ментального іміджу, його характеристик як складного особистісно-професійного феномену, що й спонукало нас до наукового пошуку.

Сучасна іміджологія створила декілька різних типологій іміджу. Одна з них включає такі типи іміджу: габітарний імідж — це те, що оцінюється іншими в перші секунди і складається з урахуванням особливостей зовнішності людини, її конституції, постанови, обличчя, зачіски, ходи, одягу, макіяжу тощо; кінетичний імідж — це образ людини, який формується на основі її кінетики: характеру типових рухів, знаходження у просторі частин її тіла, міміки та жестів; вербальний імідж характеризує мовленнєве спілкування, включає інтонації, тембр, дикцію, яскравість, емоційність, логічність і аргументованість мовлення; речооточуючий імідж включає в себе інтер'єр, предмети, що оточують людину: візитка, стаття, яку надрукували в журналі, книга, щось зроблене власноруч; середовищний імідж будується за принципом бути та мати все краще, ніж у інших: житло, робоче місце, автомобіль, кабінет, офіс, місця відпочинку, хобі, мелодія мобільного телефону тощо; ментальний імідж — це світогляд та вчинки людини.

Ментальний імідж, як сукупність світоглядних й морально-етичних настанов, соціальних стереотипів, що притаманні людині, є важливим доповненням до зовнішнього вигляду й манери мовлення. Так світогляд українського народу завжди мав яскраво виражене релігійне спрямування. У світогляді українців, на думку багатьох вчених, ніколи не домінувало зло, перевага надавалася добру. Важливе місце у світорозумінні та уявленнях українців