

МРНТИ 14.37.29

УДК 374.1

https://doi.org/10.52269/22266070_2025_1_264

КРУЖКОВАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ЛИЧНОГО БРЕНДА У БУДУЩИХ УЧИТЕЛЕЙ НАЧАЛЬНЫХ КЛАССОВ

Аспанова Г.Р.* – PhD, ассоциированный профессор высшей школы педагогики, Павлодарский педагогический университет имени Э. Марғұлан, г. Павлодар, Республика Казахстан.

Каратаева Т.О. – PhD, ассоциированный профессор, руководитель образовательной программы «Педагогика и психология», Аркалыкский педагогический институт им. Алтынсарина, г. Аркалык, Республика Казахстан.

Шалгимбекова К.С. – кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор кафедры педагогики, психологии и специального образования, Костанайский региональный университет имени Ахмет Байтұрсынұлы, г. Костанай, Республика Казахстан.

Аяпбергенова Г.С. – PhD, ассоциированный профессор высшей школы педагогики, Павлодарский педагогический университет имени Э. Марғұлан, г. Павлодар, Республика Казахстан.

Сегодня рыночные отношения активно переходят в образовательную среду, предъявляя к учителям новые требования. Так, современные реалии подчеркивают тенденцию выбора родителями для своих первокурсников именно учителя, а не школы. Такая тенденция говорит о значимости личности учителя начальных классов. Поэтому актуальной проблемой сегодня становится формирование личного бренда учителя, позволяющего ему стать востребованным, успешным, узнаваемым. Для того, чтобы подготовить будущих учителей начальных классов к современным вызовам, важно уже на стадии обучения в вузе организовывать кружковую работу по формированию личного бренда. Авторами проведено анкетирование будущих учителей начальных классов, посещающих кружок по формированию у них личного бренда для определения эффективности кружковой работы. Всего в анкетировании приняло участие 23 человека. Также авторами проанализирована рабочая программа кружка «Личный бренд: путь к успеху». При проведении исследования авторами были соблюдены этические принципы, защищающие права и интересы всех его участников, а также обеспечивающие объективность и достоверность результатов. Результаты анкетирования и анализа рабочей программы показали, что кружковая работа является эффективной формой работы по формированию у будущих учителей начальных классов личного бренда.

Ключевые слова: кружковая работа, учителя начальных классов, личный бренд учителя, формирование личного бренда, будущий учитель.

БОЛАШАҚ БАСТАУЫШ СЫНЫП МҰҒАЛІМДЕРІНІҢ ЖЕКЕ БРЕНДІН ҚАЛЫПТАСТЫРУ БОЙЫНША ҮЙІРМЕ ЖҰМЫСЫ

Аспанова Г.Р.* – PhD, педагогика жоғары мектебінің қауымдастырылған профессоры, Э.Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық университеті, Павлодар қ., Қазақстан Республикасы.

Каратаева Т.О. – PhD докторы, «Педагогика және психология» ББ қауымдастырылған профессоры, Ы.Алтынсарин атындағы Арқалық педагогикалық институты, Қазақстан Республикасы, Арқалық қ., Қазақстан Республикасы.

Шалгимбекова К.С. – педагогика ғылымдарының кандидаты, педагогика, психология және арнайы білім беру кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қостанай қ., Қазақстан Республикасы.

Аяпбергенова Г.С. – PhD, педагогика жоғары мектебінің қауымдастырылған профессоры, Э.Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық университеті, Павлодар қ., Қазақстан Республикасы.

Бүгінгі таңда нарықтық қатынастар мұғалімдерге жаңа талаптар қойып, білім беру ортасына белсенді түрде өтуде. Осылайша, ата-аналардың бірінші сынып оқушылары үшін мектепті емес, мұғалімді таңдау үрдісі қазіргі заманғы шындық екенін көрсетеді. Бұл үрдіс бастауыш сынып мұғалімі тұлғасының маңыздылығын көрсетеді. Сондықтан бүгінгі күннің өзекті мәселесі – мұғалімнің сұранысқа ие, табысты, танымал болуына мүмкіндік беретін жеке брендін қалыптастыру. Болашақ бастауыш сынып мұғалімдерін заманауи талаптарға дайындау үшін ЖОО оқу кезеңінде-ақ жеке брендті қалыптастыру бойынша үйірме жұмысын ұйымдастырудың маңызы зор. Авторлар үйірме жұмысының тиімділігін анықтау үшін өздерінің жеке брендін дамыту мақсатында үйірмеге қатысатын болашақ бастауыш сынып мұғалімдеріне сауалнама жүргізді. Сауалнамаға барлығы 23 адам қатысты. Сондай-ақ авторлар «Жеке бренд: табысқа апарар жол» үйірмесінің жұмыс бағдарламасына талдау жасады. Зерттеуді жүргізу кезінде авторлар барлық қатысушылардың құқықтары мен мүдделерін қорғайтын, сондай-ақ нәтижелердің объективтілігі мен сенімділігін қамтамасыз ететін этикалық принциптерді ұстанды. Сауалнама және жұмыс бағдарламасын талдау нәтижелері үйірме жұмыстары болашақ бастауыш сынып мұғалімдері арасында тұлғалық брендті дамыту жұмысының тиімді түрі екенін көрсетті.

Түйінді сөздер: үйірме жұмысы, бастауыш сынып мұғалімдері, мұғалімнің жеке бренді, жеке брендті қалыптастыру, болашақ мұғалім.

CLUB ACTIVITIES FOR DEVELOPING PERSONAL BRANDING IN FUTURE PRIMARY SCHOOL TEACHERS

Aspanova G.R.* – PhD, Associate Professor of the Higher School of Pedagogy, A.Margulan Pavlodar Pedagogical University, Pavlodar, Republic of Kazakhstan.

Karatayeva T.O. – PhD, Associate Professor, Head of the «Pedagogy and Psychology» educational program, I.Altynsarina Arkalyk Pedagogical Institute, Arkalyk, Republic of Kazakhstan.

Shalgimbekova K.S. – Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of pedagogy, psychology and special education, Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University, Republic of Kazakhstan.

Ayapbergenova G.S. – PhD, Associate Professor of the Higher School of Pedagogy, A.Margulan Pavlodar Pedagogical University, Pavlodar, Republic of Kazakhstan.

Today, market relations are actively entering the educational environment, imposing new requirements on teachers. Modern realities highlight the growing trend of parents choosing a specific teacher for their first-graders rather than the school itself. This trend speaks to the importance of the personality of the primary school teacher. Therefore, the formation of a teacher's personal brand has become a pressing issue, enabling them to be in demand, successful, and recognizable. To prepare future primary school teachers for modern challenges, it is essential to introduce club activities focused on personal brand development during their university studies. The authors conducted a survey among future primary school teachers attending a club focused on personal brand development to assess the effectiveness of these extracurricular activities. A total of 23 people took part in the survey. The authors also analyzed the working program of the «Personal brand: the path to success» club. During the study, the authors adhered to ethical principles that protect the rights and interests of all participants, ensuring objectivity and reliability of the results. The survey results and analysis of the working program demonstrated that club activities are an effective method for developing a personal brand among future primary school teachers.

Key words: club activities, primary school teachers, teacher's personal brand, personal brand formation, future teacher.

Введение. Внедрение рыночных отношений в сферу образования повлекло за собой изменение требований к учителю. Для успешности в профессиональной деятельности современный учитель должен уметь проявляться, заявляя о себе, должен уметь коммуницировать с другими субъектами педагогического процесса, создавать о себе приятное впечатление.

По мнению Ш.Ш. Хамзиной, Г.Р. Аспановой, О.Б. Боталовой, А.Т. Жандиловой личный бренд учителя выступает инструментом повышения его ценности на рынке труда и в образовательной среде, позволяя учителю не только повысить свою профессиональную компетентность, но и укрепить свою позицию в образовательном сообществе, а также получить финансовые и социальные выгоды [1, с. 253].

Именно поэтому проблема формирования личного бренда уже у будущих учителей начальных классов стоит остро. На сегодняшний момент процесс формирования личного бренда учителя в педагогических университетах, как показывает практика, не является специально организованным, целенаправленным [2, с. 97].

Вызывает интерес определение личного бренда, представляющего собой комплекс образов и ожиданий, возникающих в сознании других при мысли о конкретном человеке, характеризующийся в их глазах сформированными представлениями о профессиональной деятельности и личностных особенностях человека [3, с.186].

Д. Макнелли, К. Спик выделяют три основные характеристики персонального бренда: компетенции (строга персональный бренд, человек должен доказать целевой аудитории свою квалификацию и продемонстрировать навыки, способные удовлетворить ее потребности); стандарты, способ действия, демонстрируемый целевой аудитории (стандарты могут быть надежность, независимость, гибкость и другие характеристики, привлекательные для аудитории); стиль, призванный создать эмоциональную связь персонального бренда и целевой аудитории [4, с. 112].

В исследовании С.И. Колодезниковой, П.Д. Гуляева указывается, что наиболее эффективным и деликатным способом формирования личности будущего специалиста, творческого, саморазвивающегося, инициативного, сегодня является кружковая работа [5, с. 147].

Кружок – это традиционная форма добровольного объединения обучающихся в системе дополнительного образования, расширяющая и углубляющая предметные знания, приобщающая обучающихся к разнообразным социокультурным мероприятиям и расширяющая коммуникативный опыт [6, с. 562].

Работа кружка предполагает определенную программу мероприятий, основанную на принципах добровольности, развития инициативы и самостоятельности обучающихся [7, с. 158].

Актуальность исследования, проведенного в рамках данной статьи, заключается в необходимости изучения кружка как формы организации работы по формированию личного бренда учителя у будущих учителей начальных классов.

Н.С. Стерховой и др. составлен спектр отличительных признаков кружка от других форм внеурочной деятельности:

- преобладающее значение предметно-практических задач;
- обучение определенному виду деятельности;
- обучение ведется по одному предмету и одним педагогом [8, с.71].

Для нашего исследования представляет интерес исследование И.Р. Новик, А.В. Козлова и А.Ю. Жадаева, которые подчеркивали, что для качественной подготовки будущих учителей эффективное влияние имеют студенческие кружки различной направленности. По их мнению, совместная и плодотворная работа руководителя студенческого кружка с обучающимися закладывает начальный фундамент для профессионального роста будущего учителя. Авторами отмечается, что креативный и инновационный подход руководителя студенческого кружка призван обеспечить планомерное вовлечение его слушателей в будущую профессиональную деятельность, развить у студентов лидерские качества и творческие инициативы, упрочить умение работать в коллективе [9, с.85].

На сегодняшний момент в университетах наиболее часто встречаются кружки по научно-исследовательской деятельности, как показывает опыт, студентам интересны и другие направления [10, с.218].

Целью нашего исследования в рамках данной статьи является изучение потенциала кружковой работы в формировании личного бренда у будущих учителей начальных классов.

Задачами исследования статьи являются следующие:

- изучение теоретических основ организации кружковой работы в вузе;
- определение дидактических возможностей кружковой работы по формированию личного бренда у будущих учителей начальных классов;

- изучение мнения будущих учителей о потенциале кружковой работы в формировании личного бренда у будущих учителей начальных классов.

Материалы и методы. Для проведения исследования нами был использован комплексный подход, который объединил такие методы, как анализ трудов ученых, специализировавшихся на рассматриваемой нами проблеме, и эмпирическое изучение практики организации кружковой работы по формированию личного бренда у будущих учителей начальных классов. На этапе анализа работ отечественных и зарубежных ученых был рассмотрен опыт организации кружковой работы.

На следующем этапе исследования была изучена программа кружка «Личный бренд: путь к успеху». Была изучена структура и содержание программы, состоящей из теоретических и практических модулей, направленных на формирование личного бренда у будущих учителей начальных классов. В рамках изучения программы был проведен анализ целей, задач и ожидаемых результатов каждого модуля, а также методов, используемых для достижения поставленных целей.

Особое внимание было уделено методическим подходам, применяемым в программе, включая тренинги по самопрезентации, упражнения на самоанализ, разработку индивидуальных стратегий по управлению имиджем и репутацией, а также использование современных цифровых инструментов для продвижения личного бренда в образовательной среде. Кроме того, были рассмотрены педагогические техники, направленные на развитие у будущих учителей навыков рефлексии и критического мышления, которые необходимы для осознанного и успешного формирования личного бренда учителя.

Анализ также включал изучение практической реализации программы, включая организацию занятий, методы взаимодействия с участниками, а также формы контроля и оценки достигнутых результатов. Важным аспектом исследования стало выявление факторов, способствующих или препятствующих успешному усвоению материала программы и реализации ее на практике.

После чего нами было организовано анкетирование членов кружка «Личный бренд: путь к успеху». В анкетировании приняли участие 23 будущих учителя начальных классов. Анкетирование было организовано на платформе Google форм. Цель анкетирования – определить удовлетворенность формированием личного бренда учителя в рамках кружковой работы. Анкетирование состояло из 10 вопросов. Вопросы носили смешанный характер: были представлены и открытыми и закрытыми вопросами.

При проведении исследования нами были соблюдены этические принципы, защищающие права и интересы всех участников, а также обеспечивающие объективность и достоверность результатов.

Результаты. В ходе анкетирования будущих учителей начальных классов, являющихся членами кружка «Личный бренд: путь к успеху», были получены следующие результаты.

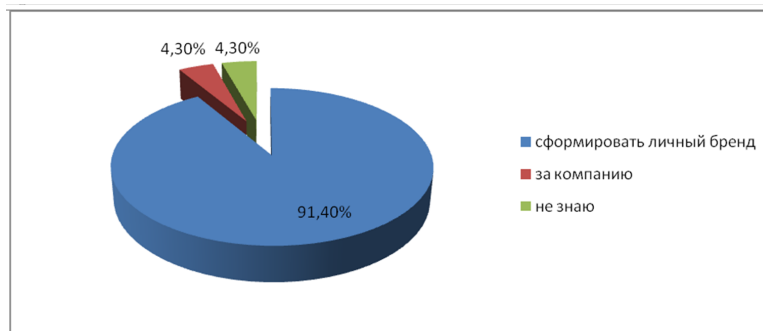


Рисунок 1 – Ответы респондентов на вопрос: «Укажите причину посещения кружка?»

На первый вопрос анкеты: «Укажите причину посещения кружка?» были получены такие ответы: «хочется сформировать личный бренд» – 21 человек (91,4%), «за компанию с подругой» – 1 человек (4,3%), «не знаю» – 1 человек (4,3%) (рисунок 1).

Так, результаты ответов на 1 вопрос анкеты говорят о том, что кружок эффективно мотивирует студентов понимать значимость личного бренда в профессиональной деятельности. Более 90% участников осознанно посещают занятия для работы над своим брендом, что подчеркивает актуальность процесса формирования личного бренда.

На второй вопрос: «Изменилось ли Ваше понимание феномена «личный бренд» после посещения кружка?» получены ответы: «изменилось» – 22 человека (95,7%), «не изменилось» – 1 (4,3%) (рисунок 2).

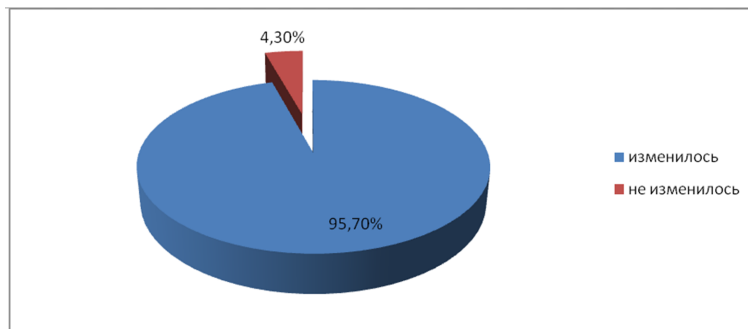


Рисунок 2 – Ответы респондентов на вопрос: «Изменилось ли Ваше понимание феномена «личный бренд» после посещения кружка?»

Вопрос направлен на выявление уровня углубления знаний и изменения восприятия личного бренда у респондентов. Так, 95,7% респондентов отметили, что их понимание феномена «личный бренд» изменилось. Это свидетельствует о высоком образовательном потенциале кружка, который не только передает новые знания, но и трансформирует мышление участников, помогая им осознать важность личного позиционирования.

На третий вопрос: «Считаете ли Вы, что кружок помогает Вам формировать личный бренд?» получены ответы: «да» – 23 человека (100%), «нет» – 0 человек (0%) (рисунок 3).

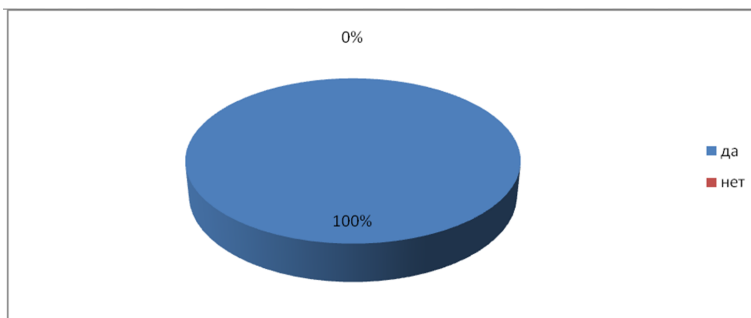


Рисунок 3 – Ответы респондентов на вопрос: «Считаете ли Вы, что кружок помогает Вам формировать личный бренд?»

Третий вопрос анкеты направлен на определение практической направленности программы. Все респонденты (100%) считают, что занятия кружка помогают им формировать личный бренд. Это связано с ориентированностью программы на практическое применение знаний, включая индивидуальные задания, тренинги и творческую работу.

На следующий вопрос: «Выбери близкий Вам ответ на вопрос о том, что в кружке наиболее полезно для формирования личного бренда?» получены ответы: «индивидуальные задания» – 12 человек (52,2%), «тренинги по публичным выступлениям» – 7 человек (30,4%), «групповая творческая работа» – 4 человека (17,4%) (рисунок 4).

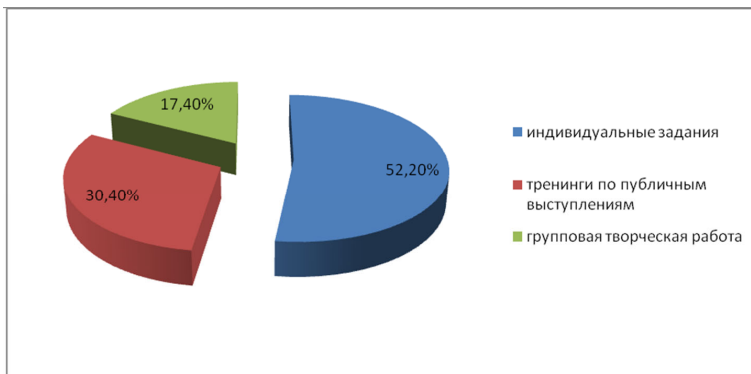


Рисунок 4 – Ответы респондентов на вопрос: «Выбери близкий Вам ответ на вопрос о том, что в кружке наиболее полезно для формирования личного бренда?»

Четвертый вопрос анкеты имеет направленность на определение развития ключевых компетенций будущего учителя. Кружок способствует развитию таких важных профессиональных и личных навыков, как уверенность в публичных выступлениях (65,2%), применение цифровых инструментов (17,4%) и коммуникативные способности (13%). Эти аспекты являются важными элементами личного бренда современного учителя.

На пятый вопрос: «Удовлетворены ли Вы работой кружка?» получены ответы: «да» – 22 (95,7%), «нет» – 0 человек (0%), «не совсем» – 1 человек (4,3%) (рисунок 5).

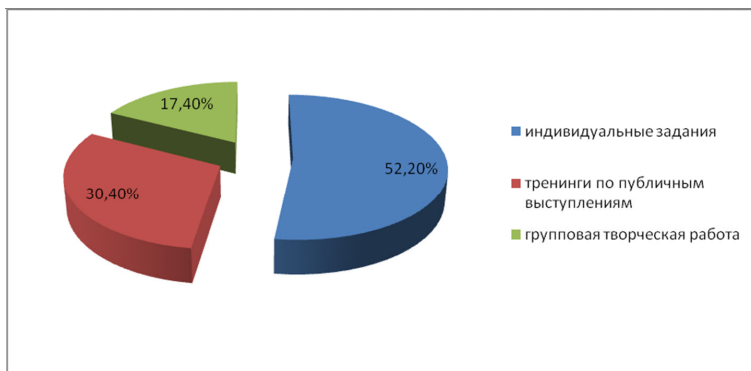


Рисунок 5 – Ответы респондентов на вопрос: «Удовлетворены ли Вы работой кружка?»

Результаты подтверждают эффективность кружковой работы в процессе формирования личного бренда у будущих учителей начальных классов.

Результаты ответов на 6 вопрос «Какие темы кружковых занятий Вам кажутся наиболее интересными?» были такими: «личное развитие» – 19 человек (82,7%), «профессиональные навыки» – 2 человека (8,7%), «творческая самореализация» – 1 человек (4,3%), «другое» – 1 человек (4,3%) (рисунок 6).

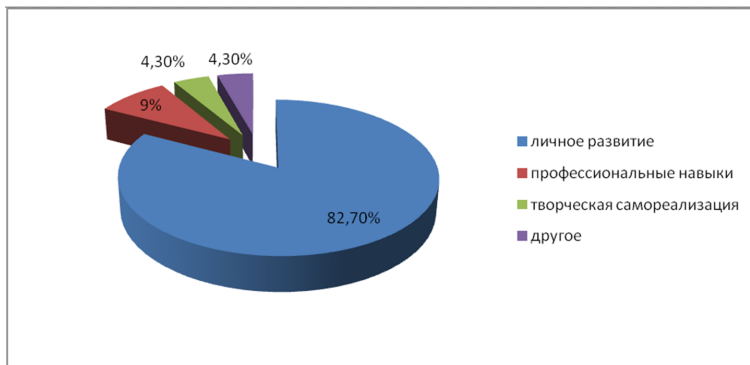


Рисунок 6 – Ответы респондентов на вопрос: «Какие темы кружковых занятий Вам кажутся наиболее интересными?»

Большинство участников (82,7%) считают личностное развитие основной ценностью занятий. Это подтверждает, что формирование личного бренда воспринимается не только как профессиональная задача, но и как процесс саморазвития, самопрезентации и укрепления личной идентичности.

На 7 вопрос «Что, на Ваш взгляд, можно улучшить в организации кружковых занятий?» получены следующие ответы: «больше практических занятий» – 10 человек (43,5%), «привлечение внешних экспертов» – 9 человек (39,1%), «увеличение времени на обсуждение» – 4 человека (17,4%), «другое (укажите)» – никем не отмечено (0%) (рисунок 7).

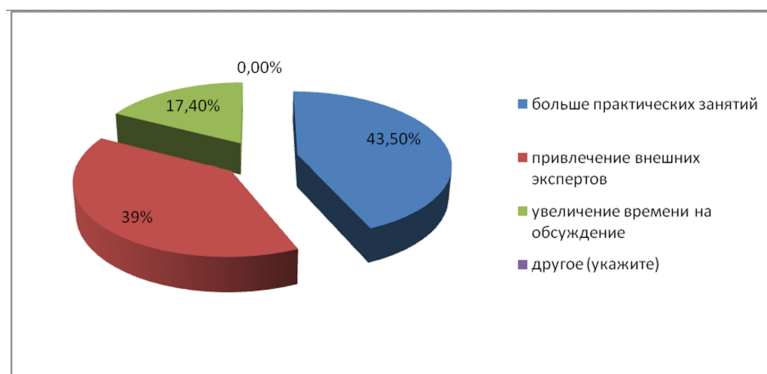


Рисунок 7 – Ответы респондентов на вопрос: «Что, на Ваш взгляд, можно улучшить в организации кружковых занятий?»

Результаты ответов указывают на эффективность комбинированного подхода в организации работы кружка. Кружок успешно сочетает теоретические и практические аспекты обучения. Это видно из популярности индивидуальных заданий (52,2%) и тренингов по публичным выступлениям (30,4%). Такой подход позволяет закрепить знания и развить навыки, необходимые для практической деятельности.

На 8 вопрос «Какие результаты участия в кружке для вас наиболее ценны?» были получены результаты: «новые знания» – 11 человек (47,8%), «развитие практических навыков» – 7 человек (30,5%), «укрепление уверенности в себе» – 4 человека (17,4%), «расширение круга общения» – 1 (4,3%). Результаты представлены на рисунке 8.

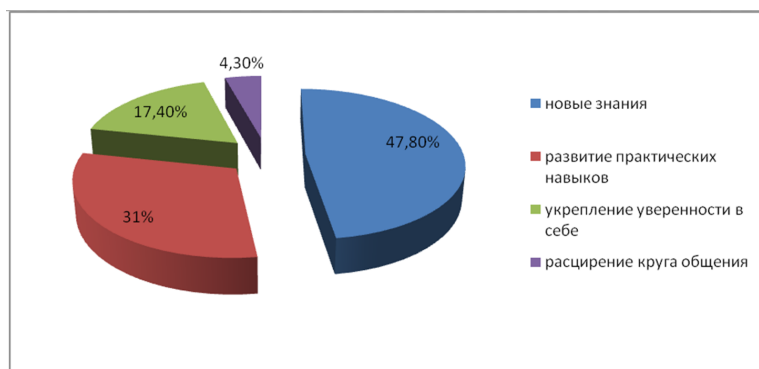


Рисунок 8 – Ответы респондентов на вопрос: «Какие результаты участия в кружке для вас наиболее ценны?»

Участники выделили запрос на большее количество практических занятий (43,5%) и привлечение внешних экспертов (39,1%). Это свидетельствует о стремлении к углублению практического опыта и знакомству с реальными кейсами из педагогической практики.

На 9 вопрос «Как вы оцениваете возможность применения полученных в кружке знаний и навыков в реальной практике учителя?» были получены результаты: «полностью применимы» – 18 человек (78,3%), «частично применимы» – 4 человека (17,4%), «практически не применимы» – не выбрали (0%), «пока не могу ответить» – 1 (4,3%). Результаты представлены на рисунке 9.

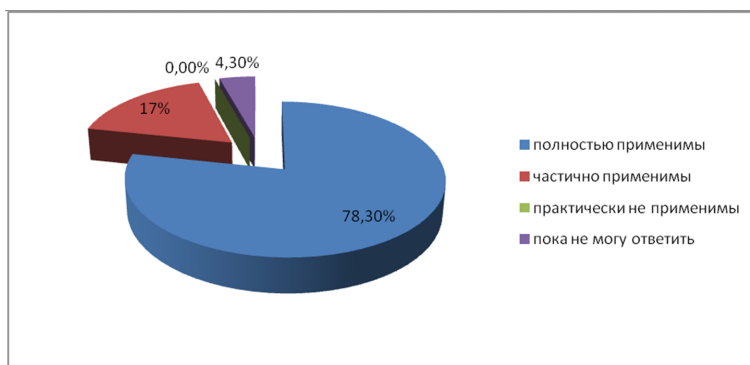


Рисунок 9 – Ответы респондентов на вопрос: «Как вы оцениваете возможность применения полученных в кружке знаний и навыков в реальной практике учителя?»

78,3% участников уверены в полной применимости полученных знаний в реальной педагогической практике. Это доказывает, что кружок помогает не только формировать личный бренд, но и интегрировать эти знания в профессиональную деятельность.

Результаты ответов на последний вопрос «Какие изменения в вашем поведении или подходе к профессиональной деятельности Вы заметили после участия в кружке?» были такими: «увеличилась уверенность в публичных выступлениях» – 15 человек (65,2%), «начал(а) активно использовать цифровые инструменты для продвижения» – 4 человека (17,4%), «улучшились навыки общения» – 3 (13%), «другое (укажите)» – 1 человек (4,3%). Результаты представлены на рисунке 10.

Как видно, основные изменения, отмеченные респондентами, связаны с ростом уверенности, освоением новых технологий и улучшением коммуникативных навыков. Это свидетельствует о том, что кружок является платформой не только для обучения, но и для личностной трансформации.

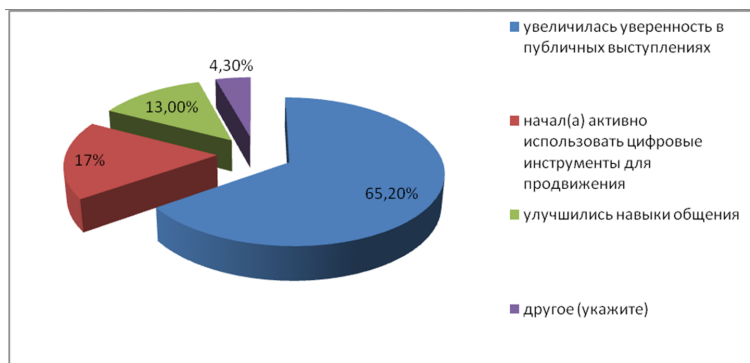


Рисунок 10 – Ответы респондентов на вопрос: «Какие изменения в вашем поведении или подходе к профессиональной деятельности Вы заметили после участия в кружке?»

Далее нами будут представлены результаты анализа рабочей программы кружка «Личный бренд: путь к успеху». Анализ был направлен на выявление потенциала кружка в формировании личного бренда у будущих учителей начальных классов.

Рабочая программа имеет чётко сформулированные цель и задачи. Цель кружка – организовать педагогические условия для эффективного формирования личного бренда у будущих учителей начальных классов.

Структура рабочей программы – несколько модулей, направленных на развитие определённых аспектов личного бренда:

1) «Самоанализ и рефлексия». Модуль направлен на закладывание основы для осознанного понимания будущими учителями начальных классов своих сильных и слабых сторон, помогая осознать собственные ценности и уникальные черты, которые они могут использовать в своей профессиональной деятельности.

2) «Самопрезентация». Модуль направлен на развитие навыков саморепрезентации. Практические занятия в рамках данного модуля направлены на преодоление страха перед публичными выступлениями и тд.

3) «Управление имиджем и репутацией». В данном модуле будущие учителя начальных классов учатся осознанно подходить к созданию и управлению своим профессиональным имиджем. Рабочая программа включает в себя различные аспекты репутационного менеджмента, что позволяет будущим учителям сформировать целостное представление о том, как их поведение и действия могут влиять на восприятие их личности и профессионализма.

4) «Практическое применение знаний». Модуль представляет собой кульминацию программы, где будущие учителя применяют полученные знания на практике через участие в открытых уроках, создание портфолио и активное использование социальных сетей для продвижения своего личного бренда. Практическая направленность программы способствует закреплению полученных навыков и формированию уверенности в их применении.

Рабочая программа построена на сочетании теоретических занятий и тренинговых занятий, что обеспечивает комплексный подход к формированию личного бренда. Тренинговые занятия включают в себя моделирование ситуаций, ролевые игры, групповые обсуждения и мозговые штурмы, что позволяет участникам не только усваивать теоретические знания, но и сразу же применять их на практике. Такой подход способствует более глубокому пониманию материала и повышает мотивацию студентов.

Для оценки эффективности кружковой работы в программе предусмотрены различные методы мониторинга и оценки прогресса будущих учителей, включая анкетирование, тестирование, наблюдение, и качественные методы анализа, такие как интервью. Регулярная оценка позволяет своевременно выявлять проблемные области и корректировать программу для достижения лучших результатов.

Анализ программы показывает, что она обладает значительным потенциалом для формирования личного бренда у будущих учителей начальных классов. Программа эффективно сочетает теоретические и практические аспекты, что позволяет будущим учителям начальных классов не только осознать важность личного бренда, но и начать активно его формировать и продвигать. Заложенные в программе методы и подходы способствуют развитию у студентов критического мышления, уверенности в себе, и способности к самопрезентации, что является важными составляющими успешного личного бренда.

Обсуждение. В данной статье была рассмотрена проблема использования кружковой работы в процессе формирования личного бренда учителя у будущих учителей начальных классов.

Авторами проведено анкетирование участников кружка «Личный бренд: путь к успеху», направленного на формирование личного бренда.

Результаты анкетирования показали, что кружковая работа по формированию личного бренда у будущих учителей начальных классов эффективна. Будущие учителя начальных классов приобретают новые знания и навыки, повышают свою уверенность в себе, умение эффективно общаться с окружающими и представлять себя как профессионала.

Анализ рабочей программы кружка «Личный бренд: путь к успеху» показал, что кружковая работа представляет собой мощный инструмент для подготовки будущих учителей к самопрезентации, коммуникациям с остальными субъектами педагогического процесса, повышению собственной самооценки.

Обсуждая результаты исследования, можно отметить, что кружковая работа является эффективным инструментом для формирования личного бренда у будущих учителей начальных классов. Она помогает им выработать уникальные черты личности, которые делают их привлекательными специалистами в глазах коллег, учеников и их родителей.

Таким образом, авторы статьи делают вывод о необходимости внедрения кружковой работы в учебный процесс педагогических вузов с целью формирования личного бренда у будущих учителей начальных классов. Дальнейшие исследования могут быть направлены на изучение других аспектов влияния кружковой работы на профессиональное развитие педагогов.

Заключение. Проведенное исследование подтвердило, что кружковая работа является эффективным инструментом формирования личного бренда будущих учителей начальных классов. В условиях рыночной трансформации образовательной среды важность личного бренда возрастает, делая его одним из ключевых факторов профессиональной конкурентоспособности и востребованности.

Анализ рабочей программы кружка «Личный бренд: путь к успеху» выявил её структурированность и интеграцию теоретических и практических подходов, таких как самоанализ, развитие навыков самопрезентации и управление имиджем. Эти аспекты способствуют созданию педагогических условий для формирования у будущих учителей уверенности, критического мышления и творческого подхода к решению профессиональных задач.

Результаты анкетирования показали высокий уровень удовлетворенности участников кружковой работой и её влиянием на их профессиональное развитие. Будущие учителя отметили значимость индивидуальных заданий и тренинговых модулей, которые позволяют развивать личные качества, необходимые для успешного формирования личного бренда.

Данное исследование демонстрирует, что систематическая и целенаправленная кружковая работа может стать неотъемлемой частью образовательного процесса в педагогических вузах. Она не только способствует профессиональному росту студентов, но и формирует основы для их конкурентоспособности на образовательном рынке. Внедрение таких программ в учебный процесс рекомендовано для повышения качества подготовки педагогических кадров в Республике Казахстан.

Дальнейшие исследования могут быть направлены на разработку более широкого спектра методик и подходов для формирования личного бренда учителя, а также на изучение долгосрочного эффекта кружковой работы на карьерное развитие учителей.

ЛИТЕРАТУРА:

1 **Хамзина, Ш.Ш., Аспанова, Г.Р., Боталова, О.Б., Жандилова, А.Т.** Влияние внешности учителя на восприятие его личного бренда целевой аудиторией: анализ опроса родителей [Текст] / Ш.Ш. Хамзина, Г.Р. Аспанова, О.Б. Боталова, А.Т. Жандилова // 3i: intellect, idea, innovation – интеллект, идея, инновация. – Костанай. – 2024. – №2. – С.249-256.

2 **Gradinaru C., Toma S.-G., Catana S.A., Andrisan G.N.** A view on transformational leadership: The case of Jeff Bezos [Text] / C. Gradinaru, S.-G. Toma, S.A. Catana, G.N. Andrisan // Creativity and innovation in current management. – 2020. – 31(4). – P. 93-100.

3 **Tazhenova G., Mikhailova N., Turgunbayeva B.A.** Digital media informal learning activities [Text] / G. Tazhenova, N. Mikhailova, B.A. Turgunbayeva // Education and Information Technologies. Springer Nature. – 2024. – 29(16). – P. 21673-21690 <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12687-y>.

- 4 **Макнелли, Д., Спик, К.** Как выделиться из толпы, или Формула персонального брендинга [Текст] / Д. Макнелли, К. Спик. – М.: Фаир-пресс, 2004. – 192 с.
- 5 **Колодезникова, С.И., Гуляев, П.Д.** К проблеме организации деятельности студенческого научного кружка в современных условиях [Текст] / С.И. Колодезникова, П.Д. Гуляев // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. – 2018. – № 11 (165). – С.146-149.
- 6 **Тарасова, Е.С.** Роль кружка изобразительного искусства в развитии личности младшего школьника [Текст] / Е.С. Тарасова // Вестник студ. науч. общества ГОУ ВПО «Донецкий национальный ун-т». – 2021. – № 13-2. – С. 560-564.
- 7 **Гончарова, Ю.В., Панфилова Т.А., Зиновьева С.В., Романюта Т.П.** Роль и место кружковой работы по технологии в системе внеурочной деятельности начальной школы [Текст] / Ю.В. Гончарова, Т.А. Панфилова, С.В. Зиновьева, Т.П. Романюта // Молодой ученый. – 2020. – № 9 (299). – С. 157-159.
- 8 **Стерхова, Н.С., Хазова, Т.М., Пелевина, У.В.** Кружковая работа и возможности её использования в образовательном процессе начальной школы [Текст] / Н.С. Стерхова, Т.М. Хазова, У.В. Пелевина // Образование и проблемы развития общества. – 2022. – №4 (21). – С. 69-79.
- 9 **Новик, И.Р., Козлов, А.В., Жадаев, А.Ю.** Об особенностях организации студенческих кружков в педагогическом вузе [Текст] / И.Р. Новик, А.В. Козлов, А.Ю. Жадаев // Педагогика. – 2019. – №3. – С.83-87.
- 10 **Rangarajan D., Gelb B. D., Vandaveer A.** Strategic personal branding – and how it pays off // Keller Center Research Report. – 2018. – №11(3).

REFERENCES:

- 1 **Hamzina Sh.Sh., Aspanova G.R., Botalova O.B., Zhandilova A.T.** Vliyanie vneshnosti uchitelya na vospriyatie ego lichnogo brenda celevoj auditoriej: analiz oprosa roditel'ej [The influence of a teacher's appearance on the perception of their personal brand by the target audience: an analysis of a survey of parents]. *3i: intellect, idea, innovation*, 2024, no 2, pp. 249-256. (In Russian).
- 2 **Gradinaru C., Toma S.-G., Catana S.A., Andrisan G.N.** A view on transformational leadership: The case of Jeff Bezos. *Creativity and innovation in current management*, 2020, vol. 31, pp. 93-100.
- 3 **Tazhenova G., Mikhailova N., Turgunbayeva B.A.** Gigital media informal learging activites. *Education and Information Technologies*, Springer Nature, 2024, no. 29(16), 21673-21690 pp. <https://doi.org/10.1007/s10639-024-12687-y>.
- 4 **Maknelli D., Spik K.** Kak vy'delit'sya iz tolpy', ili formula personal'nogo brendinga [How to stand out from the crowd, or the formula for personal branding]. Moscow, 2024, 145 p. (In Russian).
- 5 **Kolodeznikova S.I., Gulyaev P.D.** K probleme organizacii deyatel'nosti studencheskogo nauchnogo kruzha v sovremenny'h usloviyah [On the problem of organizing the activities of a student scientific club in current conditions]. *Uchenye zapiski universiteta im. P.F. Lesgafta*, 2018, no 11, pp.146-149. (In Russian).
- 6 **Tarasova E.S.** Rol' kruzha izobrazitel'nogo iskusstva v razvitii lichnosti mladshego shkol'nika [The role of the fine arts club in the development of the personality of a younger student]. *Vestnik stud. nauch. obshchestva GOU VPO «Dонецкий nacional'nyj un-t»*, 2021, no. 13, pp. 560-564. (In Russian).
- 7 **Goncharova Yu.V., Panfilova T.A., Zinoveva S.V., Romanyuta T.P.** Rol' i mesto kruzhekvoj raboty' po tehnologii v sisteme vneurochnoj deyatel'nosti nachal'noj shkoly' [The role and place of clubs technology in the extracurricular activities of primary schools]. *Molodoj uchenyj*, 2020, no. 9, pp.157-159. (In Russian).
- 8 **Sterhova N.S., Hazova T.M., Pelevina U.V.** Kruzhekovaya rabota i vozmozhnosti eyo ispol'zovaniya v obrazovatel'nom processe nachal'noj shkoly' [Club activities and the possibilities of their use in the educational process of primary school]. *Obrazovanie i problemy razvitiya obshchestva*, 2022, no. 4, pp. 69-79. (In Russian).
- 9 **Novik I.R., Kozlov A.V., Zhadaev A.Yu.** Ob osobennostyah organizacii studencheskih kruzhek v pedagogicheskom vuze [About the peculiarities of the organization of student clubs in the setting of pedagogical university]. *Pedagogika*, 2019, no. 3, pp.83-87. (In Russian).
- 10 **Rangarajan D., Gelb B. D., Vandaveer A.** Strategic personal branding – and how it pays off – Keller Center Research Report. 2018, no. 11(3).

Сведения об авторах:

Аспанова Гульмира Рамазановна* – PhD, ассоциированный профессор высшей школы педагогики, Павлодарский педагогический университет имени Ә. Марғұлан, Республика Казахстан, 140002, г. Павлодар, ул. Олжабай батыра, 608, тел.: +7-707-386-87-70, e-mail: gulmiraramazanovna@bk.ru.

Каратаева Татьяна Олеговна – доктор PhD, и.о. ассоциированного профессора, Аркалыкский педагогический институт им. И. Алтынсарина, Республика Казахстан, 110300, г. Аркалык, ул. Ауельбекова, 17, тел.: +7-701-611-45-82, e-mail: b_tatuana@mail.ru.

Шалгимбекова Кенжегуль Сапышевна – кандидат педагогических наук, ассоциированный профессор кафедры педагогики, психологии и специального образования, Костанайский региональный университет имени Ахмет Байтұрсынұлы, Республика Казахстан, Костанайская область, 111100, г. Тобыл, ул. Дорожная, 57, тел.: +7-707-663-58-01, e-mail: salykovaks@mail.ru.

Аяпбергенова Гульсум Сагындыковна – PhD, ассоциированный профессор высшей школы педагогики, Павлодарский педагогический университет имени Ә. Марғұлан, Республика Казахстан, 140002, г. Павлодар, ул. Олжабай батыра, 608, тел.: +7-777-435-08-02, e-mail: gulsumas@mail.ru.

Аспанова Гульмира Рамазановна* – PhD докторы, педагогика жоғары мектебінің қауымдастырылған профессоры, Ә. Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық институты, Қазақстан Республикасы, 140002 Павлодар қ., Олжабай батыр көш., 608, тел.: +7-707-386-87-70, e-mail: gulmiraramazanovna@bk.ru.

Каратаева Татьяна Олеговна – PhD докторы, қауымдастырылған профессор м.а., Ы.Алтынсарин атындағы Арқалық педагогикалық институты, Қазақстан Республикасы, 110300 Арқалық қ., Әуелбеков көш., 17, тел.: +7-701-611-45-82, e-mail: b_tatuana@mail.ru.

Шалгимбекова Кенжегүл Сапышқызы – педагогика ғылымдарының кандидаты, педагогика, психология және арнайы білім беру кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Ахмет Байтұрсынұлы атындағы Қостанай өңірлік университеті, Қазақстан Республикасы, 111100, Қостанай облысы, Тобыл қ., Дорожный көш., 57, тел.: +7-707-663-58-01, e-mail: salykovaks@mail.ru.

Аяпбергенова Гүлсұм Сағындықовна – PhD докторы, педагогика жоғары мектебінің қауымдастырылған профессоры, Ә.Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық институты, Қазақстан Республикасы, 140002, Павлодар қ., Олжабай батыр көш., 60, тел.: +7-777-435-08-02, e-mail: gulsumas@mail.ru.

Aspanova Gulmira Ramazanovna* – PhD, Associate Professor of Higher School of Pedagogy, A.Margulan Pavlodar Pedagogical University, Republic of Kazakhstan, 140002 Pavlodar, 608 Olzhabai batyr Str., tel.: 87073868770, e-mail: gulmiraramazanovna@bk.ru.

Karatayeva Tatyana Olegovna – PhD, acting Associate Professor, I.Altynsarin Arkalyk Pedagogical Institute, Republic of Kazakhstan, 110300 Arkalyk, 17 Auelbekov Str., tel.: +7-701-611-45-82, e-mail: b_tatuana@mail.ru.

Shalgimbekova Kenzhegul Sapyshevna – Candidate of Pedagogical Sciences, Associated Professor of the Department of pedagogy, psychology and special education, Akhmet Baitursynuly Kostanay Regional University, Republic of Kazakhstan, Kostanay region, 111100 Tobyl, 57 Dorozhnaya Str., tel.: +7-705-193-95-21, e-mail: salykovaks@mail.ru.

Ayapbergenova Gulsum Sagyndykovna – PhD, Associate Professor of the Higher School of Pedagogy, A.Margulan Pavlodar Pedagogical University, Republic of Kazakhstan, 140002 Pavlodar, 608 Olzhabai batyr Str., tel.: +7-777-435-08-02, e-mail: gulsumas@mail.ru.

XFTAP 14.25.19

ӨОЖ 373.1

https://doi.org/10.52269/22266070_2025_1_272

МЕКТЕП ОҚУШЫЛАРЫНДАҒЫ ПСИХОСОМАТИКАЛЫҚ БҰЗЫЛЫСТАРДЫҢ АЛДЫН АЛУ МЕН ТҮЗЕТУДІҢ ПСИХОЛОГИЯЛЫҚ-ПЕДАГОГИКАЛЫҚ ШАРТЫ РЕТІНДЕ АТА-АНАЛАМЕН ЫНТЫМАҚТАСТЫҚ ОРНАТУ

Аутаева І.* – педагогика ғылымдарының магистрі, PhD докторант, Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ., Қазақстан Республикасы.

Карманова Ж.А. – педагогика ғылымдарының докторы, мектепке дейінгі және психологиялық-педагогикалық даярлық кафедрасының профессоры, Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ., Қазақстан Республикасы.

Мукушева С.Б. – педагогика ғылымдарының кандидаты, профессор ассистенті, Академик Е.А. Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ., Қазақстан Республикасы.

Алшынбаева Ж.Е. – PhD докторы, мектепке дейінгі және психологиялық-педагогикалық даярлық кафедрасының қауымдастырылған профессоры, Академик Е.А.Бөкетов атындағы Қарағанды университеті, Қарағанды қ., Қазақстан Республикасы.

Мақала қазіргі таңдағы VUCA әлемі жағдайында ерекше өзекті болып табылатын мектеп оқушыларында артып келе жатқан психосоматикалық бұзылыстар мәселесіне арналған. Заманауи әлем концепциясындағы тұрақсыздық, белгісіздік, болжау мүмкіндігінің жоқтығы адамдардың психосоматикалық денсаулығына теріс әсер етері сөзсіз. Әсіресе, авторлардың пікірінше, мектеп жасындағы балалар бұл мәселеге ерекше осал болып келеді. Психосоматикалық бұзылыстардың алдын алу мен түзетудің психологиялық-педагогикалық шарттарының бірі ретінде білім алушылардың ата-аналарымен жұмыс жүргізу таңдалады. Мақалада анықтаушы, қалыптастырушы және бақылау кезеңдерінен тұратын педагогикалық эксперименттің нәтижелері келтірілген. Зерттеудің мақсаты-оқушылардағы психосоматикалық бұзылыстар мәселесіне қатысты ата-аналардың хабардарлық деңгейлерін анықтау және олардың алдын-алу мен түзетуге бағытталған психологиялық-педагогикалық шарттардың тиімділігін эксперименталды түрде тексеру. Зерттеу нәтижелері ата-аналардың балаларда стрессті жеңу стратегиялары мен эмоционалды реттеу әдістерін қалыптастыруларына байланысты бұл мәселені шешуде маңызды рөл атқаратынын растайды. Авторлар отбасы мен мектептің ынтымақтасқан өзара әрекеттесуі ерекше әлеуетке ие, ал ата-аналармен ұйымдастырылған жүйелі жұмыс балалардағы психосоматикалық бұзылыстардың пайда болу қаупін азайтуға ықпал етеді деген қорытындыға келеді. Мақала материалдары мұғалімдерге, психологтарға, педагогикалық мамандықтардың студенттеріне пайдалы болуымен қатар, білім беру мекемелерінде балалардағы психосоматикалық бұзылыстардың алдын алуға бағытталған тиімді психологиялық-педагогикалық шарттарды өзірлеу және енгізу барысында практикалық маңызға ие.

Түйінді сөздер: VUCA әлемі, психосоматикалық бұзылыс, психологиялық-педагогикалық шарт, ата-аналармен жұмыс, бала мен ата-ана қарым-қатынасы.

СОТРУДНИЧЕСТВО С РОДИТЕЛЯМИ КАК ПСИХОЛОГО-ПЕДАГОГИЧЕСКОЕ УСЛОВИЕ ПРОФИЛАКТИКИ И КОРРЕКЦИИ ПСИХОСОМАТИЧЕСКИХ НАРУШЕНИЙ ОБУЧАЮЩИХСЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ШКОЛЫ

Аутаева І.* – магистр педагогических наук, PhD докторант, Карагандинский университет им. академика Е.А. Букетова, г. Караганда, Республика Казахстан.