

МІНІСТЕРСТВО ВНУТРІШНІХ СПРАВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВНУТРІШНІХ СПРАВ

Інститут управління, психології та безпеки

Кафедра практичної психології

**ІМІДЖ ПЕДАГОГА СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ ЯК ФАКТОР
ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ**

кваліфікаційна робота

здобувача вищої освіти
освітнього ступеня «бакалавр»

Аліни ПАНАХИД

4 курсу денної форми навчання
спеціальність 053 «Психологія»
ОПП «Психологія»

Науковий керівник:

кандидат психологічних наук,
доцент

Олександр КУЩИЙ

Рецензент:

доктор психологічних наук, доцент

Галина КАТОЛИК

Кваліфікаційна робота допущена до захисту

« ____ » _____ 2023 р., протокол № ____

Т.в.о. завідувача кафедри практичної психології

доктор психологічних наук, доцент

_____ **Євген КАРПЕНКО**

Львів

2023

ЗМІСТ

ВСТУП.....	
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ІМІДЖУ ПЕДАГОГА СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ ЯК ФАКТОРУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ.....	
1.1. Поняття іміджу: міждисциплінарний підхід.....	
1.2. Психологічні особливості іміджу педагога середньої школи.....	
1.3. Визначення критеріїв ефективності діяльності педагога.....	
РОЗДІЛ 2. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПЕДАГОГА СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ ЯК ФАКТОРУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ.....	
2.1. Методика та організація дослідження.....	
2.2. Оцінка та аналіз результатів експериментального дослідження.....	
2.3. Модель формування позитивного педагогічного іміджу вчителя середньої школи.....	
ВИСНОВКИ.....	
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	
ДОДАТКИ.....	

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Імідж існував усім етапах розвитку суспільства. Імідж є формою відображення соціальної дійсності у психіці людини. Розвиток ринкової економіки призвело до підвищеної уваги до іміджу та його складових. Це пов'язано з тим, що початок ХХ століття ознаменовано появою конкуренції у сфері політики та на споживчому ринку. Крім цього, завдяки розвитку науки і техніки зросла потреба в якісній комунікації. Імідж, як сукупність вербальних та візуальних якостей, став необхідним атрибутом для презентування свого образу потенційній аудиторії, оскільки спрямований на презентацію найкращих якостей того чи іншого об'єкта та дозволяє оперативно залучити до нього увагу з допомогою встановлення певних позитивних взаємин у соціумі.

Сучасні дослідження іміджу вчителя тісно пов'язані зі значенням вчителя як професіонала як у суспільстві, так і в особистому житті. Суспільство поклало на вчителів (у класичному розумінні цієї професії) відповідальність за виховання молодого покоління. Тому педагогу виділено ресурси, час і простір для виконання цього завдання. Те, як вчителі використовують надані ресурси, багато в чому залежить від їхніх професійних компетенцій. Однак у педагогічній діяльності професійна якість тісно пов'язана з особливостями особистості. Вчителі не тільки дають знання, але й свідомо чи мимоволі впливають на особистість своїх учнів. У процесі взаємної взаємодії – викладання та навчання – у свідомості учнів формується образ учителя, який згодом відтворюється в публічному просторі.

Оскільки навчальний заклад формує робоче життя вчителя через регулювання, політику та культуру, імідж і роль вчителя вкорінені в місці та часі всередині школи. Зараз політичний світ тисне на навчальні заклади, щоб вони відповідали стандартам і були більш кількісно підзвітними. Це сприяє

утворенню вчителя як експерта іміджу, що дає знання та є сховищем інформації. Особистий імідж педагога сприяє конкурентоспроможності професіонала на ринку праці, особливо в сучасному глобалізованому світі. З одного боку, імідж сприяє особистому просуванню та успіху на ринку праці. З іншого боку, це заохочує до особистої самореалізації через визнання суспільством і особистий успіх, що актуалізує тему дослідження.

Предмет дослідження: імідж педагога середньої школи як фактор ефективності його діяльності.

Об'єкт дослідження : імідж педагога середньої школи.

Мета дослідження: на основі виявленого рівня розвитку іміджу педагога середньої школи розробити модель розвитку професійного педагогічного іміджу вчителя середньої школи.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати міждисциплінарний підхід щодо розуміння поняття імідж;
- виявити психологічні особливості іміджу педагога середньої школи;
- визначити критерії ефективності діяльності педагога;
- здійснити оцінку та аналіз результатів експериментального дослідження;
- розробити модель формування позитивного педагогічного іміджу вчителя середньої школи.

Методи дослідження: констатувальний етап експерименту, формувальний етап експерименту, констатувальний етап експерименту (завершальний), анкетування, тестування, методи математичної статистики.

Наукова новизна:

- 1) запропоновано визначення терміну «імідж педагога». Імідж педагога є емоційно-зabarвленим образом педагога у свідомості оточуючих (учасників освітнього процесу та) в масовій свідомості та перебуває в динамічному русі (розвитку).

- 2) розроблено модель формування позитивного педагогічного іміджу вчителя середньої школи на основі критеріїв ефективності діяльності педагога (мотиваційного, когнітивного, діяльнісно-поведінкового)

Теоретична значимість:

- розширені і доповнені уявлення про професійний імідж педагога;
- обґрунтовано напрямки і зміст програми розвитку професійного іміджу педагога.

Практична значимість: матеріали дипломної роботи та запропонована програма розвитку професійного іміджу педагога зокрема можуть бути використані під час освітнього процесу закладів післядипломної освіти, для розробки відповідного навчально-методичного забезпечення з означеної проблематики.

Структура роботи: дипломна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (55 найменувань) та додатків. Загальний обсяг дипломної роботи – 71 сторінка, основний обсяг – 55 сторінок. Робота містить 2 таблиці, 9 рисунків, додатки (на 7 сторінках).

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ ІМІДЖУ ПЕДАГОГА СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ ЯК ФАКТОРУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття іміджу: міждисциплінарний підхід.

Сьогодні загально визнаним є той факт, що феномен, що позначається поняттям «імідж», як явище соціальної реальності, як форма відображення у свідомості людини навколишнього світу та суспільної практики існував завжди, але його роль і значення в житті суспільства незмірно зросли та продовжують зростати з розвитком інформаційних технологій, медіакомунікацій, які починають відігравати домінуючу роль у формуванні громадської думки, ціннісних систем та загалом картини світу сучасного людини.

У сучасному соціальному знанні поняття «імідж» широко використовується в психології, політології, дослідженнях у сфері бізнесу тощо. Даний феномен є досить складним, багатограним, амбівалентним за своєю природою [4; 8; 15], тому для його успішного вивчення необхідний міждисциплінарний підхід. Категорія «імідж» відноситься до найчастіше вживаних та активно розроблюваних категорій у сучасних соціо-гуманітарних дослідженнях.

Поняття «імідж» було введено у науковий обіг американським економістом К. Боулдінгом наприкінці 50-х років ХХ ст. у роботі «Образ: знання у житті та суспільстві» («The Image: Knowledge in Life and Society») [29, с. 123] і згодом стало широко використовуватись у психології, політології, дослідженнях у сфері бізнесу тощо. У напрямку «Іміджелогія» (з питання про науковий статус якого досі точаться дискусії) категорія «імідж» постає як фундаментальна.

В Україні термін «імідж» починає активно використовуватися приблизно із середини 90-х років ХХ ст. у роботах політологів, присвячених

насамперед дослідженню проблем іміджу політика [22; 37; 51]. Згодом у політичних науках велику увагу починають приділяти таким аспектам досліджуваного феномену, як міжнародний імідж України, імідж та політична ідентичність тощо. Розробляється проблема іміджу і у вітчизняній психології, великий інтерес до аналізу іміджу проявляється у рамках культурологічних досліджень.

У сучасній науці наразі відсутнє однозначне визначення поняття «імідж». Як правило, дослідники трактують поняття «імідж» з позиції певного образу, оскільки дослівний переклад з англійської мови – зображення, образ [28, с. 32]. Відповідно до цього, можна позначити поняття «імідж» як візуальне явище. Проте не варто ототожнювати поняття «імідж» тільки з візуалізацією та зовнішнім виглядом, оскільки до поняття імідж повинні входити і соціально-психологічні характеристики, і вербальні.

У вітчизняних соціо-гуманітарних дослідженнях велика увага приділяється культурологічному аналізу іміджу як особливого продукту, феномена культури, що розкривається його у сприйнятті, осмисленні, засвоєнні та передачі інформації в процесі комунікації. Так, деякі дослідники [3; 12] вважають, що імідж по праву може розглядатися як природний спосіб залучення до процесу культурогенезу як окремого індивіда, так і соціальної групи, він виступає у ролі посередника у встановленні зв'язку з соціальними групами та окремими особистостями [10; 12; 51]. Суть культурологічного підходу полягає у виявленні культурних смислів, системи цінностей, закладених у типових іміджах епох у поєднанні з особливостями індивідуальних проявів іміджу.

Дослідники Позднішев Є. В. [38], Коркішко А. В. [24] розглядаючи імідж у рамках психологічного підходу, визначають імідж об'єкта як думку раціонального чи емоційного характеру про об'єкт (людину, предмет, систему), що виникла в психіці – у сфері свідомості та/або у сфері підсвідомості певної (або невизначеної) групи людей на основі образу, сформованого цілеспрямовано або мимоволі в їх психіці в результаті прямого

сприйняття ними тих чи інших характеристик даного об'єкта, або непрямого з метою виникнення атракції – тяжіння людей до цього.

Дослідники Твеліна А [45]., Митцева О.С. [32], Кравець Р.Е. [25] визначають категорію «імідж» як «емоційно-забарвлений стереотипний образ, ідеалізовану модель елементів суспільства, предметного світу, ідеальних структур, що цілеспрямовано формується суб'єктами суспільної практики в індивідуальній, груповій та суспільній свідомості для досягнення політичних, економічних, соціальних результатів, пізнання, особистої кар'єри та самовираження.

Дослідники Лаврентій А. С. [30], Навроцька М. М. [34], розглядають імідж як продукт людської свідомості, як результат відображення об'єкта у свідомості індивідів та цілих соціальних організмів, що займає місце між реальним та бажаним, між сприйняттям та уявою, і виділяє такі функціональні особливості іміджу, як рухливість, моделюваність, зверненість до конкретної цільової аудиторії. Отже, визначаючи поняття «імідж», дослідники використовують такі категорії, як «образ», «думка», «емоційна забарвленість», «значимість» (тобто ціннісна навантаженість).

Очевидно, що процес формування іміджу завжди історично та соціокультурно обумовлений. Значну роль його конструюванні відіграє самосвідомість, менталітет суб'єкта (індивіда, соціальної групи, країни), важливою характеристикою яких є єдність свідомого та неусвідомленого і [6; 53], на наш погляд, роль несвідомого в процесі формування іміджу в жодному разі не можна недооцінювати. Доцільно відзначити, що формування іміджу – є саме процесом, адже імідж є не статичною та завершеною категорією, а категорією котра постійно видозмінюється під впливом безлічі факторів. Процес конструювання іміджу нерозривно пов'язаний з процесом самоідентифікації індивіда [1; 7; 21] та виступає одним з механізмів формування його ідентичності. Як і ідентичність, імідж є діалектичною єдністю яка зазнає постійних змін, цілісної і фрагментарних. При цьому імідж може містити не лише природні властивості особистості, але і

спеціально створені. Це дозволяє говорити про процес цілеспрямованого формування позитивного іміджу [27, с. 80]. Дослідники виділяють такі властивості іміджу як явища (рис. 1.1.):

- формований образ – прагнення до коригування сприйняття аудиторії свідомо чи несвідомо;
- ідеалізація прообразу – перебільшення переваги, наділення об’єктів додатковими якостями;
- спрощення іміджу.

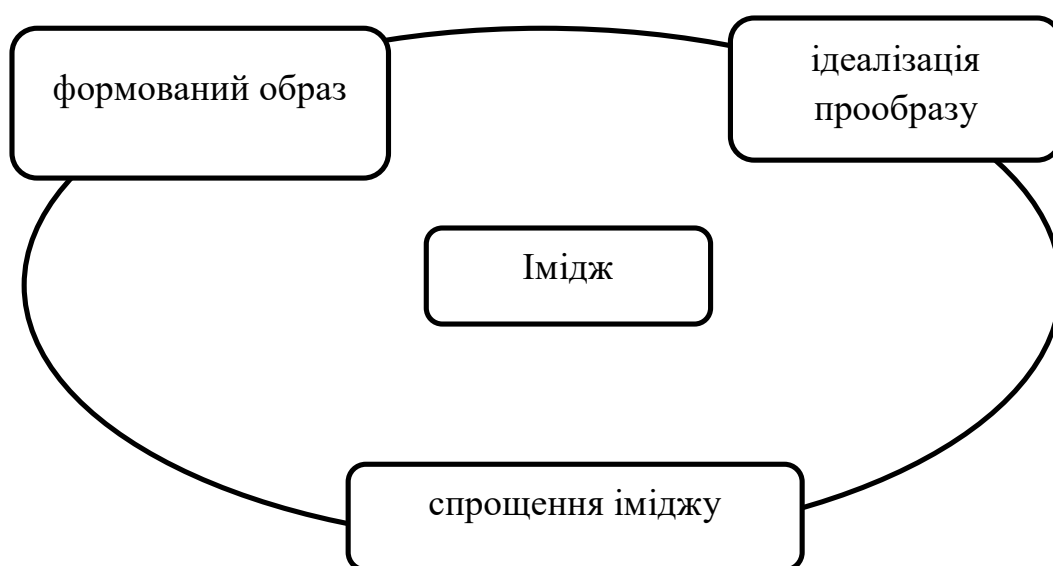


Рисунок 1.1. Властивості іміджу.

На думку дослідника Кузьменко Ю.В. імідж виконує кілька функцій. Основне завдання – викликати довіру у партнера. Здатність викликати довіру у партнера – предмет особливої турботи ділової людини, що розраховує на успіх. Якщо партнер по діловому спілкуванню викликає довіру, то його імідж виконує також додаткові функції: створює передумови для ефективної спільної діяльності [27, с. 80]. Розглянемо комунікативні функції іміджу:

- функція інформування – забезпечує донесення до аудиторії інформації, повідомлень, переважно на когнітивному рівні, полегшує учасникам комунікації сприйняття інформації.
- функція оцінки – сприяє формуванню стійкого ставлення до носія іміджу (організації, особистості, соціальної групи).

- функція емотивна – забезпечує афективне емоційне наповнення комунікації, наголошуючи на найбільш кращих сторонах, що необхідно для формування раціональної або ірраціональної оцінки і в кінцевому рахунку усвідомленої думки та поведінкової установки.
- функція ідентифікації визначає характер подальшого сприйняття об'єкта з боку осіб, які засвоїли цей імідж, за допомогою зведення зазначеного процесу сприйняття процедур ідентифікації, впізнавання об'єкта.
- функція інтерпретації створює передумови для правильного тлумачення іміджевих повідомлень, які стосуються об'єкта.
- регулятивна функція, є основою суб'єктивного вибору адекватної моделі пов'язаної з об'єктом поведінки.
- функція зворотного зв'язку – визначає можливість встановлення комунікації щодо об'єкта з метою уточнення чи отримання додаткової інформації про іміджевий об'єкт.

Отже, імідж – це концепція чи думка в свідомості людини, яка ґрунтується на враженнях, думках, емоціях, переконаннях і уявленнях про компанію, продукт, бренд або людину. Загалом, у цьому сенсі можна розрізнити чотири основні типи іміджу: імідж продукту, імідж бренду, корпоративний імідж і персональний імідж. Такий імідж може бути створений або спонтанно, або свідомо, планово. Він формується словами, діями та фізичною присутністю.

1.2. Психологічні особливості іміджу педагога середньої школи.

На етапі розвитку суспільства імідж виступає головним доданком професійного успіху, оскільки він відбиває те, як той чи інший об'єкт сприймається громадськістю. Професійний імідж – це уявлення про людину, як про суб'єкта певної професійної діяльності, є основною складовою професійної самореалізації та просування кар'єрними сходами. Професійний імідж – це збірний образ типового професіонала, який впливає на оточуючих. Цей вид іміджу збирає всі основні риси професійної групи, це своєрідний професійний стереотип, образ, близький до ідеалу.

Імідж сприяє успішній презентації професійних та особистісних якостей. Професійна діяльність будь-якого співробітника освітньої сфери не може суперечити позитивному іміджу. Імідж педагога має характеризуватися певними особливостями, оскільки діяльність цієї групи фахівців спрямовано навчання, розвиток та навчання учнів. Педагог повинен як передавати учням певні норми культури, так і виступати для них особистим прикладом носія цієї культури. У формуванні позитивного професійного іміджу педагога освітньої організації можна виділити низку характерних рис:

- гуманістична спрямованість діяльності – прийняття до уваги цінностей учня;
- розвинене мислення, зокрема педагогічне;
- позитивний стиль впливу на цільову аудиторію
- доброзичливість у спілкуванні, вміння вести діалог, м'яко спрямовувати на процес навчання;
- особливість професійних якостей: емоційна стійкість, толерантність, здатність вольового впливу, високий рівень ерудиції.

Педагогічний імідж – це символічний і динамічно змінний імідж педагога чи організації, створений в учнівській чи масовій свідомості в

процесі професійно-інформаційної діяльності. Розглянемо підходи дослідників щодо розуміння іміджу педагога:

Таблиця 1.1.

Підходи дослідників до трактування поняття «імідж педагога»

№ п/п	Трактування	Дослідник
1	система образів, покликаних виправдати очікування учнів. У кожному конкретному випадку образ педагога має свою специфіку і підлаштовується під конкретну ситуацію, тобто професійний імідж педагога виступає як непостійна, мінлива категорія, що має свої особливості в певних умовах.	Білозерська С. І. [5]
2	Є особистісним феноменом, який має соціально-психологічну природу, детерміновану суб'єктом особистості педагога як фахівця-професіонала.	Калагурка Х.[18]
3	Іміджем називається символічний образ суб'єкта, створений у процесі суб'єкт-суб'єктної взаємодії педагога з учасниками цілісного педагогічного процесу	Радько Т. [39]

Таким чином, імідж педагога є емоційно-забарвленим образом педагога у свідомості оточуючих (учасників освітнього процесу та) в масовій свідомості та перебуває в динамічному русі (розвитку).

Імідж створюється як безпосередньо під час взаємодії вчителя з учнем, так і опосередковано [11; 14; 52], наприклад, шляхом створення іміджу педагога в соціальних мережах. Важливість формування іміджу вчителя визначається певними причинами:

- необхідність конкурувати в сучасному середовищі освітніх послуг у конкретному навчальному закладі, країні та на міжнародному рівні;
- можливість людини самореалізуватися через визнання суспільством, стати успішною;
- формування інтегрованої організаційної культури в школах для просування їх на ринку освітніх послуг.

У процесі формування та розвитку професійного іміджу педагога особливо вагому роль відіграють його професійні якості [17; 26; 40].

Розглянемо пропонує найкращі якостей вчителя.

1. приваблива особистість і стиль викладання;
2. чіткі цілі уроків;
3. навички ефективної дисципліни;
4. хороші навички керування класом;
5. хороше спілкування з батьками;
6. високі очікування;
7. знання навчальної програми та стандартів;
8. знання предмета;
9. любов до дітей і педагогічної діяльності;
10. міцний зв'язок з учнями.

Не менш важливим у розумінні механізму роботи іміджу є розгляд його технологічних функцій, які дозволяють людині пристосовувати самого себе до системи професійних відносин, здійснювати ефективне професійне спілкування та вплив, максимально розкривати свій професійний потенціал. [33; 41; 50; 55]. Розрізняємо такі функції педагогічного іміджу:

1. Соціально-інформаційна функція: інформування суспільства, членів педагогічної спільноти, учнів про особистість учителя чи навчальний заклад.
2. Функція формування характеру: відомо, що провідним методом формування характеру є особистий приклад педагога, тому вчитель сприяє

професійному розвитку та вдосконаленню кваліфікації, набуттю позитивного іміджу професії в суспільстві. Робота над формуванням педагогічного іміджу розширює горизонти професії, штовхає вчителя до нових професійних досягнень, підвищує професійну культуру, змушує вчителя вдосконалюватися та створювати нові знання, шукати нові сфери застосування своїх професійних знань;

3. Мотиваційна функція: спонукає вчителя прагнути до самовдосконалення та самореалізації. У той же час високо оцінений педагогічний імідж забезпечує фінансове процвітання, дозволяючи працівникам вимагати високих зарплат, хороших умов праці тощо;

4. Розвиваюча функція: вона безпосередньо заохочує розвиток та особисту реалізацію; підвищення самооцінки, рефлексію; формування нових компетенцій, розвиток мистецтва викладання, нові досягнення та отримання нагород.

Існує два відомі підходи до розуміння педагогічного іміджу: 1) перспективний, заснований на гуманістичній педагогіці та психології, 2) середовищний підхід. Важливо підкреслити значущість гуманістичного підходу, який пов'язаний з «Я-концепцією» (основою образу людини). За принципом взаємодоповнюваності ці підходи доповнюють один одного. Перший (гуманістичний) підхід – це концепція відображення успішності вчителя на її педагогічному іміджі та самоактуалізації її особистості. Цей підхід базується на досягненнях гуманістичної педагогіки та психології Маслоу, Роджерса та інших. Ключова ідея тут полягає в тому, що Я-концепція особистості спрямована на розвиток особистості, задоволення потреби в самореалізації, набутті соціального пізнання. Тому імідж можна розглядати як інструмент задоволення цих потреб. Відомо, що люди не тільки мають Я-концепцію, а й прагнуть досягти «ідеалу Я». Професійні образи реального та ідеального Я можуть бути трансформовані в образ педагогічний. Ідеальне Я професійного іміджу сучасності ототожнюється з успішністю людини, її ефективністю та високими досягненнями. Імідж

професіонала, з одного боку, може спонукати до задоволення потреб людини у визнанні, лідерстві, успіху; з іншого боку, може сприяти самовдосконаленню особистості, роботі над собою, рефлексії своєї діяльності.

Другий (середовищевий) підхід до розуміння сутності та структури іміджу. Імідж – це динамічна характеристика, яка постійно взаємодіє з природою, суспільством і культурою і залежить від ступеня збалансованості взаємовідносин між різними особистісними утвореннями (потребами, талантами, системами цінностей, умонастроями, Я-концепцією тощо). Стан іміджу особистості може бути позитивним, якщо вона ефективно взаємодіє з природним, соціальним і культурним середовищем і має добре збалансовані риси особистості; імідж може бути негативним, коли він не узгоджується з навколишнім середовищем, коли риси особистості збалансовані лише в незначній мірі або якщо присутні обидва фактори.

Імідж як феномен середовища можна представити як модель. Останній складається з двох взаємопов'язаних компонентів: основного, відносно постійного, але здатного змінювати компоненти, тобто самоуявлення, ізовнішньої частини образу – змінної, що сприймається звуковою, візуальною, нюховою, кінестетичною системами, яка може змінюватися досить швидко залежно від умов середовища.

Зазначимо, що імідж не може розвиватися сам по собі, а є результатом цілеспрямованої роботи людини над собою [17; 19; 32] щодо вибудови взаємопоєднаних складових. Навроцькою М. М. було виділено три складові професійного іміджу педагога, а саме: 1) зовнішній вигляд (одяг, взуття, аксесуари, зачіска, макіяж, хода, манери, етикет); 2) внутрішній образ (професійні знання, вміння та здібності, сфера свідомості, система цінностей, Я-концепція, рефлексія, інтуїція, здоров'я, критичне мислення, особисті якості); 3) комунікативна складова (вербальні і невербальні особливості спілкування) [35, с. 58].

На нашу думку ієрархічна структура диспозицій ядра іміджу складається з таких компонентів (рис. 1.2.): Поверхневий (нижчий) рівень диспозицій (знання, інформація, переконання щодо способів формування іміджу); соціально закріплені установки (формується на основі інформації, знань і водночас значною мірою впливають на них); система цінностей (зміни індивідуальної системи цінностей призводять до зміни набору особистих установок); Я-концепція.

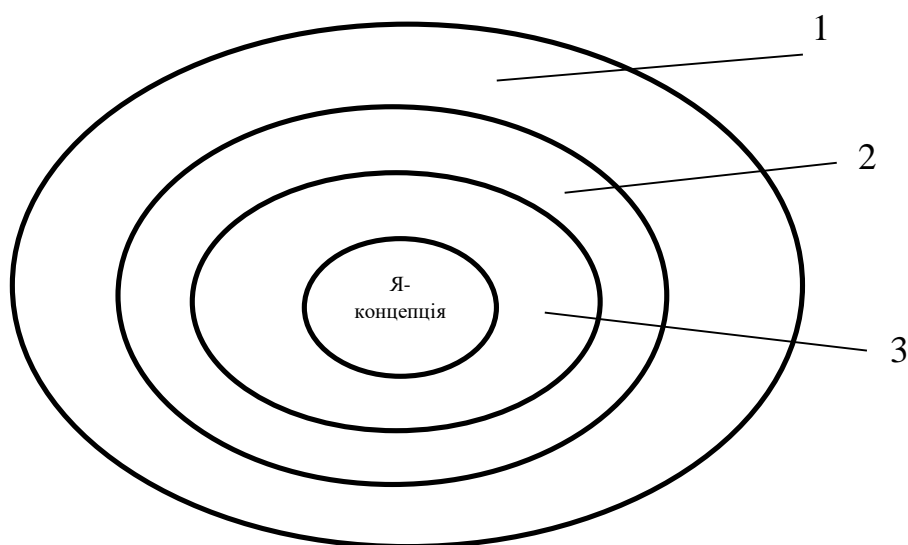


Рисунок 1.2. Ієрархічна структура диспозицій ядра іміджу
(1 – поверхневий (нижчий) рівень диспозицій; 2 – соціально закріплені установки; 3 – система цінностей)

Я-концепція, яка є центральним елементом ядра іміджу, формується через усі три шари; вона інтегрує їх і, таким чином, завершує структуру основного образу. Цінності засвоюються особистістю, якщо вони не суперечать самооцінці. Якщо людина змінює свій імідж, то трансформується структура образного ядра. Тепер виділимо властивості іміджу педагога:

1. Яскравість – це яскравий світогляд, неабияке мислення, зібраність та організованість. Однак не можна плутати дану властивість з химерною та штучною поведінкою. У нашому випадку яскравість – це

естетична виразність зовнішнього вигляду, яка позитивно впливає на цільову групу. Показником цієї властивості є здатність «включати» артистичні якості, вміння показувати неповторні якості своєї особистості, здатність до імпровізації.

2. Зрозумілість – це доступність інформації, що викладається.

3. Впливовість – це здатність змінити поведінку та дії людей за рахунок внутрішньої сили та зовнішніх спонукань. Нерозривно пов'язана з лідерством, оскільки вплив передбачає використання інтелектуальних ресурсів, якими володіє інша людина для досягнення поставленого завдання. Лідерство, своєю чергою, також дозволяє зробити вплив ефективним за допомогою управління ресурсами людей.

4. Органічність – це відповідність габітарного іміджу стилю життя, збереження природності, індивідуальності та харизми.

Докладніше розглянемо невербальний і вербальний імідж з прикладу педагога. Невербальний імідж включає:

- міміку – спосіб передачі інформації за допомогою особи. Міміка має бути позитивною у вигляді посмішки, відсутності зморшок на лобі. Особа має бути доброзичливою, погляд має бути спрямований на аудиторію, як сигнал налагодження контакту;
- жести – своєрідні «німі знаки». Існує деякі правила у використанні жестів: жести допускаються за необхідності, далеко не кожна фраза повинна супроводжуватися жестикуляцією, вони повинні бути різноманітними, доречними та позитивними;
- позу та поставу – це ознака впевненості в собі. Впевнені в собі люди не горбляться, сидять спокійно. Важливо звертати увагу на положення ніг у процесі спілкування, коли шкарпетка направлена у бік співрозмовника, це говорить про зацікавленість у спілкуванні;
- одяг, він є важливим зовнішнім атрибутом, оскільки завдяки ньому люди можуть змінювати ставлення до себе. Одяг має

відповідати віку, комплекції, ситуації, етикету. Основний принцип ділового одягу – це поєднання класики та консерватизму.

Вербальний імідж. У діяльності будь-якого професіонала, що взаємодіє з людьми, зокрема педагога, важливо вміти оперувати мовними навичками. Основи грамотного мовного спілкування – це володіння термінологією, вміння інтонаційно забарвлювати свою мову, логічно будувати висловлювання. Важливо дотримуватись чистоти мови, уникати слів-паразитів, мова має бути стиснута, тобто без використання непотрібних повторень. Найвищий ступінь володіння мовними навичками – це встановлення контакту зі слухачами. Для утримання контакту важливий емоційний відгук та зацікавленість у предметі спілкування.

Отже, завдяки правильно сформованому вербальному та невербальному іміджу можна отримати бажаний результат у тій чи іншій діяльності. Позитивний професійний імідж формується як на компетентності, інтелектуальності, так і на тому, як педагогів сприймають оточуючі, і навіть які привабливі сторони особистості вчителів викликають довіру у цільовій аудиторії.

1.3. Визначення критеріїв ефективності діяльності педагога.

Формування та розвиток професійного іміджу педагогів середньої школи неможливо здійснювати без такого фактору, як встановлення критеріїв які характеризують дане явище, на основі яких фіксуються та аналізуються його характерні показники. Варт зазначити, що під критерієм у психолого-педагогічних дослідженнях розуміють певний засіб для судження, ознаку, на основі якої можна здійснювати оцінку, трактування чи класифікувати певне явище.

Критерій виступає як ідеальний зразок, що дозволяє презентувати рівні явища, котре досліджують. На основі критеріїв визначають напрям пошуку показників (якісні/ кількісні), а вимірювання їх здійснюється за допомогою тих чи інших параметрів або індикаторів [31; 46]. Конкретним вимірювачем критерію виступає показник. Варто зазначити, що дослідники визначають співвідношення між «критерієм» та «емпіричним показником» в області загального/ специфічного, тобто критерій здійснює характеристику загальної ознаки, емпіричний показник – особливостей прояву загальної ознаки. Зміст критерію тісно пов'язано з метою створення позитивного іміджу педагога. Варто зазначити, що переважно дослідники виділяють три рівні сформованості професійного іміджу педагога: 1) гармонійний, прийнятний та негармонійний (Бондаренко В. В. [9]); 2) високий, середній, низький (Навроцька М. М. [35]; Сперанська-Скарга М. А. [44]; Серман Л. І. [40]; Колодяжна А. В. [20]; Коркішко А. [23]); 3) достатній, середній, низький рівні (Загородня Л.; Бриль Г.; Демчук Т.) тощо.

Отже сформованість педагогічного іміджу визначається на оснві певних критеріїв. В психолого-педагогічній науці відсутній динний підхід щодо визначення даних критеріїв та їх показників. На думку Бондаренко В. І. до сформованість педагогічного іміджу можна судити за наступними критеріями та їх показниками:

- габітарним – рівень культури зовнішнього вигляду;
- когнітивним – рівень засвоєння знань з іміджології;
- мотиваційним – рівень мотивації щодо створення особистого професійного іміджу;
- рефлексивним – рівень сформованості рефлексивних умінь;
- практичним – наявність досвіду іміджоформуючої діяльності;
- особистісно-аксіологічним – сформованість Я-концепції та самооцінка особистості;
- професійним – сформованість професійної спрямованості особистості;
- мовленнєвим – культура мовлення;
- комунікативним – рівень комунікативних схильностей;
- креативно-діяльнісним – рівень особистісної креативності [9, с. 32].

У дослідженнях Навроцької М. М. виділено критерії іміджу педагога: мотиваційний, когнітивний, діяльнісно-поведінковий:

1. Мотиваційний критерій передбачає наявність таких показників:
 - реалізації потреб вчителів щодо розвитку та саморозвитку;
 - мотивації досягнення успіху у вчителя.
2. Когнітивний критерій передбачає наявність таких показників:
 - рівень цілісних знань щодо професійного іміджу, та його структурних компонентів;
 - здатність до аналізування особистої професійної діяльності та розроблення стратегії розвитку особистого іміджу.
3. Діяльнісно-поведінковий критерій передбачає наявність таких показників:
 - вміння застосувати набуті знання з метою розвитку особистого іміджу;
 - здатність до створення привабливого професійного іміджу, який спрямований розкрити внутрішній образ. Рівнями розвитку

кожного критерія визначено високий, середній та низький [35, с. 184].

Сперанська-Скарга М. А., досліджуючи особливості формування професійного іміджу, виділяє такі критерії іміджу педагога, як мотиваційний, когнітивний, рефлексивний. Показники мотиваційного та когнітивного критеріїв співпадають із дослідженнями Навроцької М. М. Розглянемо показники рефлексивного критерію розвитку іміджу педагога:

- рівень самостійної активної постановки цілей у професійній діяльності;
- рівень свідомого відбору і повної інтеріоризації завдань щодо розвитку особистого професійного іміджу;
- рівень самостійності та зрілості щодо здійснення самовиховання та саморефлексії;
- рівень аутопсихологічної компетентності, що здійснює стимулювання самовиховання, самовпевненості, саморозвитку, професійного ствердження, рівноваги та об'єктивності;
- рівень активної та свідомої рефлексивної діяльності у процесі оцінювання власних професійних досягнень;
- рівень сформованості та стійкості Я-концепції, системи поглядів, думок, адекватної оцінки власної особистості;
- розуміння протиріч між Я-реальним та Я-ідеальним й обізнаність у засобах установалення узгодження між обома феноменами шляхом роботи над власною особистістю тощо [44, с. 108].

Дещо інший підхід щодо виокремлення критеріїв сформованості педагогічного іміджу ми спостерігаємо в Ткаченко Н. М, де визначення рівень сформованості педагогічного іміджу базується не лише на критеріально-рівневому підході, але і на основі взаємозумовленості складових компонентів іміджу педагога, а кожному компоненту відповідає певний критерій:

- мотиваційно-ціннісному – цінності та спонукання;

- гностичному – знання про професійний імідж;
- практично-діяльнісному – іміджотворча поведінка;
- особистісно-рефлексивному – професійно-особистісні якості та здатності.

Критерій «цінності та спонукання» відповідає мотиваційно-ціннісному компонентові. Він передбачає з'ясування цінностей педагога, сформованості спонукань тощо. До показників критерію «цінності та спонукання» Ткаченко Н. М. відносить:

- рівень інтересу щодо формування професійного іміджу;
- рівень потреби особистості щодо формування професійного іміджу;
- рівень та наявність мотивів (їх міцності, розвиненості та стійкості) та емоцій щодо формування професійного іміджу тощо.

Критерій «знання про професійний імідж» передбачає наявність знань у педагогів щодо сутності педагогічного іміджу та науково-обґрунтованої інформації щодо його розвитку. Показниками критерію «знання про професійний імідж» є:

- рівень реального рівня знань педагога щодо фахової навчальної дисципліни;
- наявність знань щодо сутності професійного іміджу, його складників, особливостей самовираження та саморкалізації тощо.

Критерій «іміджотворча поведінка» передбачає розуміння необхідності іміджотворчої поведінки, як базису для формування професійного іміджу педагога. Показниками критерію «іміджотворча поведінка» є:

- рівень відповідності поведінки вчителя складовим елементам іміджу;
- рівень саморегуляції щодо підтримування професійного педагогічного іміджу;
- рівень підтримання професійного іміджу тощо.

Критерій «професійно-особистості якості та здатності» передбачає наявність у педагога професійно-особистостих якостей та здатностей необхідних для здійснення саморегуляції, самоорганізації та іміджотворчої діяльності. Показниками критерію «професійно-особистості якості та здатності» є:

- розвиненість професійно-особистісних, гуманістичних, ділових якостей;
- рівень рефлексії, креативності, естетична вихованість тощо.

Критерії сформованості у майбутніх педагогів середньої школи професійного іміджу дещо відрізняються від критеріїв педагогів середньої школи, котрі вже здійснюють професійну діяльність. Дані критерії здебільшого передбачають відображення процесу становлення та формування професійного іміджу – поява мотиву щодо формування професійного педагогічного іміджу що завершується його формуванням. Так, згідно дослідження Серман Л. І.[42] існує чотири критерії сформованості у майбутніх педагогів середньої школи професійного іміджу: ціннісно-мотиваційний, понятійно-змістовий, комунікативно-компетентнісний, процесуальний.

Ціннісно-мотиваційний критерій, згідно підходу Серман Л. І. – це спонукальний чинник, який активізує формування професійного іміджу. До основних елементів дослідниця відносить мотивацію, прагнення, ціннісне орієнтування та внутрішню потребу щодо формування особистого професійного іміджу. До показників ціннісно-мотиваційного критерію Серман Л. І. відносить:

- ціннісну орієнтацію на здійснення особистісно-професійного розвитку;
- наявність позитивного ставлення та зацікавленості у професійному іміджі;
- наявність чіткої мотивації щодо формування особистого професійного іміджу тощо.

Понятійно-змістовий критерій, згідно підходу Серман Л. І. – це відображення розуміння сутності професійного іміджу, його структури; обізнаності щодо стратегії, умов та технологій формування професійного іміджу. До показників понятійно-змістового критерію Серман Л. І. відносить:

- рівень обізнаності щодо сутності іміджу, професійного іміджу, його структури тощо;
- рівень знань щодо стратегії, умов та технологій формування професійного іміджу;
- наявність внутрішнього плану дій, на основі якого буде відбуватись конструювання власного професійного іміджу з урахуванням особистих інтересів тощо.

Комунікативно-компетентнісний критерій, згідно підходу Серман Л. І. – це комунікативні навички, які є пріоритетними для майбутнього педагога. До показників ціннісно-мотиваційного критерію Серман Л. І. відносить:

- рівень комунікативних навичок для взаємодії та впливу, емоційно-експресивних навичок впливу;
- рівень навичок вербального та невербального спілкування;
- рівень культури мовлення.

Процесуальний критерій, згідно підходу Серман Л. І. є функціональним чинником побудови особистого професійного іміджу, використання навичок активної самопрезентації. До показників процесуального критерію Серман Л. І. відносить:

- рівень охайності, використання привабливого одягу підбраного зі смаком
- рівень навичок самоконтролю та саморегуляції;
- вміння реалізовувати, діагностувати, будувати та корегувати власний професійний імідж тощо.

Стан сформованості іміджу відбивається на усіх сферах людської діяльності. Отже, він впливатиме і на ефективність діяльності педагогів, їхню особистісну позицію та самооцінку. Прийняття ефективних методик

оцінювання діяльності педагога демонструє труднощі на декількох рівнях одночасно: на рівні точності вимірювання, обліку всіх вимірюваних параметрів, відповідності процесу зворотного зв'язку поставленим цілям, і адаптації до потреб тих, хто буде користуватися результатами такої оцінки (педагоги, керівники, органи освіти), окупності витрат, та здійсненності на практиці.

Оцінка ефективності діяльності педагога потребує створення стандартів та критеріїв, що дозволяють здійснювати об'єктивне його оцінювання. Зокрема, необхідно визначити, що є викладанням належної якості. Термін «ефективність» часто використовується в оцінці економічних процесів і характеризує співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами. В нашому випадку це є оцінка ефективності діяльності педагога, результатом якої є отримання учнями знань, умінь, навичок та формування компетенцій, передбачених освітнім стандартом. Насправді, говорячи про освіту та її характеристики, правильніше використовуватиме термін «результативність», тобто ступінь досягнення мети діяльності та запланованих результатів.

Ряд науковців визначають ефективність діяльності педагога на основі критерію «успішність учнів». Так, оцінювання того чи іншого конкретного педагога на основі успішності учнів видається неможливим, оскільки успішність обумовлена безліччю факторів у тому числі соціально-економічними умовами, в яких існує той чи інший учень.

Олійник Н. А. та Трачук Н. М. [36] успішність педагогічної діяльності розглядають з точки зору праксеологічного підходу. Ними визначені наступні групи праксеологічних характеристик педагогічної діяльності, які є індикаторами ефективності педагогічної діяльності:

I. Результативний аспект: 1) ідеальний образ діяльності (якість, успішність, продуктивність, результативність, ефективність); 2) концепти діяльності (підхід, закономірність, закон, принцип, правило, програма, план); 3) якість діяльності (грамотність, освіченість, готовність, кваліфікація,

компетентність, культура, майстерність); 4) успішність здійснення діяльності (доцільність, цілеспрямованість, проєктивність, конструктивність, нормування, технологічність, методичність, інструментальність, практичність, осмисленість, етичність, надійність, валідність).

II. Процесуальний аспект: 1) структура діяльності (мета, завдання, методи, засоби, форми, результати); 2) види раціональної педагогічної діяльності (пізнавально-пошукова, модельно-проєктувальних, управлінсько-комунікативна, оціночно-орієнтаційна); 3) організаційно-процесуальні сторони педагогічної діяльності (стратегія педагогічної діяльності, модель-припис, алгоритм організації процесу навчання (виховання), методика, педагогічна технологія); 4) продуктивність професійних позицій педагога (педагогічна ситуація, педагогічна взаємодія, педагогічне рішення, педагогічний діагноз, педагогічний стиль, педагогічні здібності); 5) інструментарій та способи (педагогічна техніка, педагогічний аналіз і самоаналіз, оцінка і самооцінка, педагогічна експертиза, рефлексія, контроль, тестування, кваліметрія, комп'ютерна діагностика) [36, с. 79].

Шаматажи С. В. визначає чотири основних групи індивідуальних психічних властивостей, що визначають успішність педагогічного процесу: 1) динамізм (ініціативність, наполегливість, гнучкість поведіння, самокритичність, здатність до вольового впливу, здатність передбачати результат впливу), 2) емпатія (емоційна сприйнятливість, розуміння навчаючих, здатність поставити себе на їхнє місце, тактовність, товариськість, доброзичливість); 3) емоційна стійкість (впевненість у собі, витримка, самовладання, урівноваженість, послідовність вимог); 4) предметно-педагогічна спрямованість (інтерес до предмету, що викладається, схильність поділятися своїми знаннями і переживаннями, інтерес до процесу формування особистості навчаючих, захопленість і глибока задоволеність професією) [50, с. 123].

Дослідники (Антонова О. Є. [2], Скорик Т. В. [43], Тринус О. [47]) розглядають ефективність діяльності педагога з позицій акмеологічного

підходу. Акмеологія як наукова дисципліна вивчає закономірності й феномени розвитку людини до ступеня її зрілості та досягненні найбільш високого рівня в цьому розвитку; аналізує розвиток людини, як індивіда, особистості, суб'єкта праці у процесі високопрофесійної діяльності; як суб'єкта життєдіяльності, який є здатним до саморозвитку і творчості, до самоорганізації свого життя й професійної діяльності [2, с. 18]. Так, дослідниця Тринус О. [47] вважає, що за допомогою акмеологічного підходу педагог має можливість здійснювати проектування етапів професійно-особистісного сходження, досягаючи вершин професіоналізму.

До специфічних ознаками професіоналізму Цветкова Г. [49] відносить: якісну характеристику суб'єкта праці; міру досконалості в педагогічному виді діяльності, високий рівень володіння майстерністю; високий рівень розвитку професійно-важливих та особистісно-ділових акмеологічних інваріантів професіоналізму (здатності до передбачення й прогнозування, саморегуляції, прийняття рішення); розвинену систему організації самосвідомості, індивідуально-психічних якостей людини, тобто зорієнтований на акме досягнення внутрішній потенціал; позитивна спрямованість на педагогічну діяльність [49, с. 54].

Визначальними чинниками становлення професійної успішності за акмеологічного підходу Скорик Т. В. визначає такі: здібності до педагогічної діяльності; професійну компетентність; педагогічну мотивацію (свідомий умотивований вибір професії); гуманістичну спрямованість (любов до дітей, повага, толерантність тощо); особистісні якості (чесність, справедливість, чемність, вимогливість, цілеспрямованість, працездатність, наполегливість тощо) та зовнішні чинники (безпечне освітнє середовище, співпраця і підтримка педагогічного колективу тощо) [43, с. 10].

Слід зазначити, що професійний стандарт педагога розроблено з урахуванням передових ідей педагогічної акмеології та ефективність розвитку професіоналізму вимірюється рівнем сформованості акмеологічної компетентності особистості. Ефективність професійної діяльності педагога

сприймається ними як сформованість акмеологічної компетентності його особистості. Сучасному педагогові необхідно «нарощувати» свій науковий потенціал: здійснювати ініціативний пошук можливостей апробації та впровадження своїх наукових розробок за умов мережевої взаємодії освітньої системи з реальним сектором економіки; орієнтуватися на збільшення та презентацію власного наукового потенціалу; бути здатним до самопрезентації та інтеграції до наукової спільноти; здійснювати ініціативний пошук, формувати актуальний перелік компетенцій школярів.

Ми вважаємо, що акмеологічна модель успішної діяльності педагога може бути представлена наступним чином:

1) потребово-мотиваційний компонент (готовність реалізувати знання та вміння у професійній діяльності; мотив досягнення неординарних результатів у професійній діяльності; прагнення підвищити посаду, ступінь, звання, заробіток; ціннісна орієнтація на престиж професійної майстерності; потреба у самоповазі);

2) когнітивний компонент (знання та загальна ерудиція у предметній галузі, що викладається, пізнавальні цінності, знання основ самовиховання та самоосвіти в педагогічній діяльності, потреба в оптимальному досягненні персонального «акме»);

3) ціннісно-смісловий компонент (усвідомлення соціально-педагогічних цілей, вибір власних цілей педагогічної діяльності та професійного самовдосконалення, потреба у творчому характері діяльності, усвідомлення значущості інноваційних процесів в освітній практиці, активна життєва позиція, позитивне ставлення до своєї професії);

4) професійно-діяльнісний компонент (комунікативна культура педагога, методична майстерність педагога, готовність до проблемного аналізу вихідного стану педагогічного професіоналізму, постійне перепроектування свого професійно-особистісного розвитку на основі зворотного зв'язку від ситуації, що склалася та/або складається в

професійному полі, рефлексія достоїнств і недоліків професійно-педагогічної діяльності);

5) соціально-кооперативний компонент (здатність до сприйняття нового у професії, збалансованість міжособистісних відносин, розвиненість емпатії, включеність до «життя» освітньої організації, ефективність виховної роботи, обґрунтованість вибору стилю педагогічної діяльності, готовність та здатність до спільних, узгоджених дій щодо реалізації свого акмеологічного проєкту в освітньому просторі;

6) рефлексивно-управлінський компонент (задоволеність професійним середовищем та професійною діяльністю, самоаналіз, самооцінка, оцінка обсягу умінь, їх інтегративність, актуалізація знань при вирішенні пізнавальних та практичних завдань, застосування знань у нових ситуаціях, регулювання емоційних станів, підпорядкування особистих мотивів перед самим собою, своєю совістю);

7) миследіяльнісний компонент (здатність до діалогу, полілогу і кооперативних форм мисленнєвої діяльності), здатності до акмеологічної мислекомунікації (знання різних стратегій і методів ефективного професійно-педагогічного спілкування).

Таким чином, дослідники виокремлюють переважно три рівні сформованості професійного педагогічного іміджу та 3-4 критерії його сформованості. На основі критеріїв визначають показники сформованості педагогічного іміджу, які розкривають динаміку його актуального стану.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 1

Поняття «імідж» широко використовується в психології, політології, дослідженнях у сфері бізнесу тощо. В сучасних психологічних дослідженнях для трактування поняття «імідж», використовуються категорії, як «образ», «думка», «емоційна забарвленість», «значимість» (тобто ціннісна навантаженість). Визначено причинами доцільності формування іміджу

вчителя. Проаналізовано складові професійного іміджу педагога. Виділено властивості іміджу педагога (яскравість; зрозумілість; впливовість; органічність). Критерій виступає як ідеальний зразок, що дозволяє презентувати рівні явища, котре досліджують. На основі критеріїв визначають напрям пошуку показників (якісні/ кількісні), а вимірювання їх здійснюється за допомогою тих чи інших параметрів або індикаторів. Дослідники виокремлюють переважно три рівні сформованості професійного педагогічного іміджу та 3 – 4 критерії його сформованості.

РОЗДІЛ 2.

ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПЕДАГОГА СЕРЕДНЬОЇ ШКОЛИ ЯК ФАКТОРУ ЕФЕКТИВНОСТІ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ

2.1. Методика дослідження.

Дана дослідницька робота базується на пробному дослідженні розвитку іміджу педагогів середньої школи. Методологія дослідження передбачає описання алгоритму визначення рівня розвитку іміджу педагогів середньої школи на основі визначених критеріїв (мотиваційного, когнітивного, діяльнісно-поведінкового). Рівень розвитку іміджу педагогів середньої школи розраховується за допомогою математичної формули, відповідно до якої можна виявити кількісну та якісну характеристику складових іміджу педагогів на основі відповідей респондентів.

Мета дослідження: виявлення рівня розвитку іміджу педагогів середньої школи.

Гіпотеза дослідження:

- 1) несформованість професійного іміджу в педагогів середньої школи обумовлено наявністю низьких знань з іміджеології, низької мотивації до успіху та потреби розвитку й саморозвитку.
- 2) Оптимізувати ефективність діяльності педагогів середньої школи можна шляхом розвитку їх педагогічного іміджу.
- 3) Розроблення моделі щодо розвитку іміджу педагогів середньої школи сприятиме становленню їх професійного іміджу і ефективності діяльності за рахунок чітко визначеної мети, завдань, принципів, форм та методів формування професійного іміджу, а також педагогічних умов.

Дослідження проводилось у три етапи: констатувальний етап експерименту, формувальний етап експерименту, констатувальний етап експерименту (завершальний).

У дослідній роботі взяли участь 100 вчителів середньої школи, зокрема з них 50 вчителів – експериментальна вибірка (25 осіб жіночої статі та 25 осіб чоловічої статі); 50 вчителів – контрольна вибірка (25 осіб жіночої статі та 25 осіб чоловічої статі)

Методика дослідження. Для дослідження застосовувалися методики: тест М. Спіллейн, анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями».

2.2. Оцінка та аналіз результатів експериментального дослідження.

З метою виявлення стану дослідження проблеми розвиненості іміджу у педагогів, його розуміння ними нами було проведено експериментальне дослідження. Експериментальне дослідження базувалось на анкетуванні, тестуванні тощо.

Констатувальний етап експерименту

На першому етапі дослідження ми оцінювали розвиток іміджу педагогів середньої школи за когнітивним критерієм на основі анкетування. Ми діагностували розуміння педагогами поняття іміджу, педагогічного іміджу, його складових, ідеального уявлення про педагогічний імідж тощо. Розглянемо більш детально відповіді респондентів експериментальної групи щодо питань анкети. На перше запитання «Як ви вважаєте, що таке імідж?» респонденти надавали різні відповіді:

- правильна презентація себе в педагогічному колективі – 12%;
- впевненість в собі – 22%;
- наявність авторитету серед колег та в соціумі – 18%;
- особливості зовнішнього вигляду – 40%;
- можливість справити позитивне враження на оточуючих – 36%;
- ідеальний образ на який орієнтуються інші – 32%;

- бути сучасним – 10%;
- професійно виконувати покладені на них обов'язки – 8%.

Отже, аналізуючи відповіді респондентів можна дійти висновку, що педагоги не достатньо розуміють сутність поняття «імідж» та не можуть якісно його сформулювати, розкриваючи лише певні сторони даного поняття. На друге запитання «Назвіть складові іміджу педагога» респонденти також надавали різні відповіді:

- використання інноваційних, якісних уроків; наявність чистого та стриманого зовнішнього вигляду – 12%;
- використання ділового стилю одягу, наявність гарних манер спілкування – 36%;
- наявність інтелігентності, тактовності, педагогічної майстерності в педагога – 26%;
- наявність емпатії – 16%;
- наявність моральних установок та діловий зовнішній образ – 54%;
- наявність мовленнєвої етики, професіоналізму – 48%.

Отже, аналізуючи відповіді респондентів можна дійти висновку, що педагоги демонструють слабку орієнтацію у складових компонентах іміджу педагога. Здебільшого вини використовують під час характеризування іміджу педагога такі компоненти, як «професіоналізм», «якість виконання покладених на них обов'язків (проведення уроків)», «зовнішній вигляд», «мовленнєва компетентність», «моральні якості, етика, емпатія». Проте комплексного погляду у респондентів щодо структури іміджу педагога не спостерігається. На третє запитання «Чи розвинутий Ваш професійний імідж в достатній мірі?» респонденти переважно відповідали, що їх імідж розвинений не в достатній мірі (74%), на думку 22% респондентів експериментальної групи їх імідж педагога розвинутий в достатній мірі та 4% респондентів експериментальної групи не змогли відповісти на дане запитання. На четверте запитання «Як Ви вважаєте, як можна розвинути ваш імідж» респонденти давали наступні відповіді:

- вірний догляд за собою – 24%;
- займатися самовдосконаленням та набуванням нового професійного досвіду – 46%;
- займатися вдосконаленням особистих здібностей – 58%;
- читати спеціалізовану літературу – 16%.

Отже, аналізуючи відповіді респондентів експериментальної групи щодо третього питання, ми можемо відмітити, що переважно педагоги мають бажання щодо розвитку професійного іміджу та приблизно розуміють яким чином це робити. На п'яте запитання «Опишіть ідеальний професійний імідж педагога середньої школи» респонденти експериментальної групи переважно наділяли його особистісними якостями необхідними у професійній діяльності: чуйність, емпатія, любов та повага до учнів, толерантне ставлення до оточуючих тощо. При цьому вони не приділяли достатньої уваги зовнішньому вигляду.

Розглянемо більш детально відповіді респондентів контрольної групи щодо питань анкети. На перше запитання «Як ви вважаєте, що таке імідж?» респонденти надавали різні відповіді:

- правильна самопрезентація себе в педагогічному колективі – 14%;
- впевненість в собі – 20%;
- наявність авторитету серед колег та в соціумі – 22%;
- особливості зовнішнього вигляду – 36%;
- можливість справити позитивне враження на оточуючих – 42%;
- ідеальний образ на який орієнтуються інші – 28%;
- бути сучасним – 14%;
- професійно виконувати покладені на них обов'язки – 10%.

Отже, аналізуючи відповіді респондентів можна дійти висновку, що педагоги контрольної групи, як і педагоги експериментальної групи не достатньо розуміють сутність поняття «імідж» та не можуть якісно його сформулювати, розкриваючи лише певні сторони даного поняття. На друге

запитання «Назвіть складові іміджу педагога» респонденти також надавали різні відповіді:

- використання інноваційних, якісних уроків; творчий підхід; використання STEAM-технологій в педагогічній діяльності – 16%;
- наявність стриманого ділового зовнішнього вигляду – 18%;
- наявність гарних манер спілкування та знання етикету – 22%;
- наявність інтелігентності, тактовності – 26%;
- високий рівень педагогічної майстерності в педагога – 54%;
- наявність емпатії – 22%;
- наявність моральних установок; етичність – 52%.

Отже, аналізуючи відповіді респондентів контрольної групи можна дійти висновку, що педагоги контрольної групи, як і педагоги експериментальної групи демонструють слабку орієнтацію у складових компонентах іміджу педагога. Здебільшого вини використовують під час характеризування іміджу педагога такі компоненти, як «професіоналізм», «якість виконання покладених на них обов'язків (проведення уроків)», «зовнішній вигляд», «етичність», «моральні якості, етика, емпатія». Проте комплексного погляду у респондентів контрольної групи щодо структури іміджу педагога не спостерігається. На третє запитання «Чи розвинутий Ваш професійний імідж в достатній мірі?» респонденти контрольної групи також, як і респонденти експериментальної групи, переважно відповідали, що їх імідж розвинений не в достатній мірі (72%), на думку 24% респондентів контрольної групи їх імідж педагога розвинутий достатньо та 4% респондентів контрольної групи не змогли відповісти на дане запитання. На четверте запитання «Як Ви вважаєте, як можна розвинути ваш імідж» респонденти давали наступні відповіді:

- вірний догляд за собою – 26%;
- займатися самовдосконаленням та набуванням нового професійного досвіду – 54%;

- розвивати свої професійні навички та професійні компетентності педагога – 36%;
- займатися вдосконаленням особистих здібностей – 62%;
- читати спеціалізовану літературу – 14%.

Отже, аналізуючи відповіді респондентів контрольної групи щодо третього питання, ми можемо відмітити, що переважно педагоги контрольної групи, як і педагоги експериментальної групи мають бажання щодо розвитку професійного іміджу та приблизно розуміють яким чином це робити. На п'яте запитання «Опишіть ідеальний професійний імідж педагога середньої школи» респонденти контрольної групи, як і респонденти експериментальної групи переважно наділяли його особистісними якостями необхідними у професійній діяльності: чуйність, емпатія, любов та повага до учнів, толерантне ставлення до оточуючих тощо. При цьому вони також не приділяли достатньої уваги зовнішньому вигляду.

На другому етапі дослідження ми діагностували розвиток іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейн. Результати дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна експериментальної групи представлено на рисунку 2.1.:

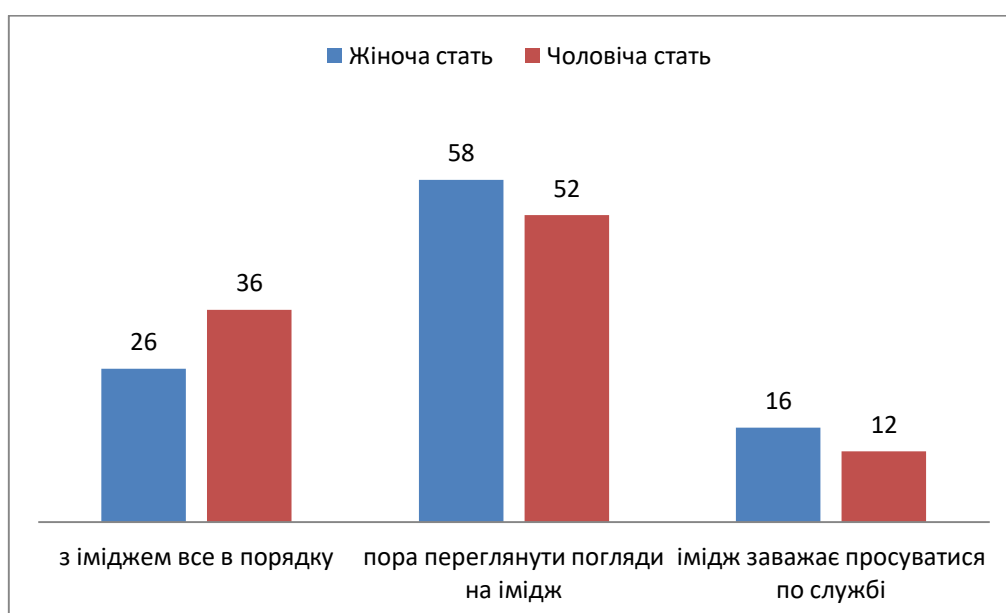


Рисунок 2.1. Результати дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна експериментальної групи

Отже, згідно даних рисунку 2.1. ми спостерігаємо, що переважна більшість респондентів жіночої статі експериментальної групи демонструє недостатньо сформований імідж, а саме 58%, а отже ним потрібно переглянути особисті погляди на власний педагогічний імідж. У 26% респондентів жіночої статі експериментальної групи з іміджем все в порядку. 16% респондентів жіночої статі експериментальної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру. Жіноча стаття респондентів експериментальної групи не приділяють особливої уваги зовнішньому вигляду, а саме не роблять щотижня манікюр, не приділяють часу для зачіски та макіяжу тощо. Переважна більшість респондентів чоловічої статі експериментальної групи демонструє недостатньо сформований імідж, а саме 52%, а отже ним потрібно переглянути особисті погляди на власний педагогічний імідж. У 36% респондентів чоловічої статі експериментальної групи з іміджем все в порядку. 12% респондентів чоловічої статі експериментальної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру. Чоловіча стаття респондентів експериментальної групи не приділяє особливої уваги зовнішньому вигляду, а саме купують нові речі лише тоді коли зношуються старі, можуть носити подаровану краватку котра не подобається, сорочки та краватки не купуються заздалегідь підібраними. Результати дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна контрольної групи представлено на рисунку 2.2.:

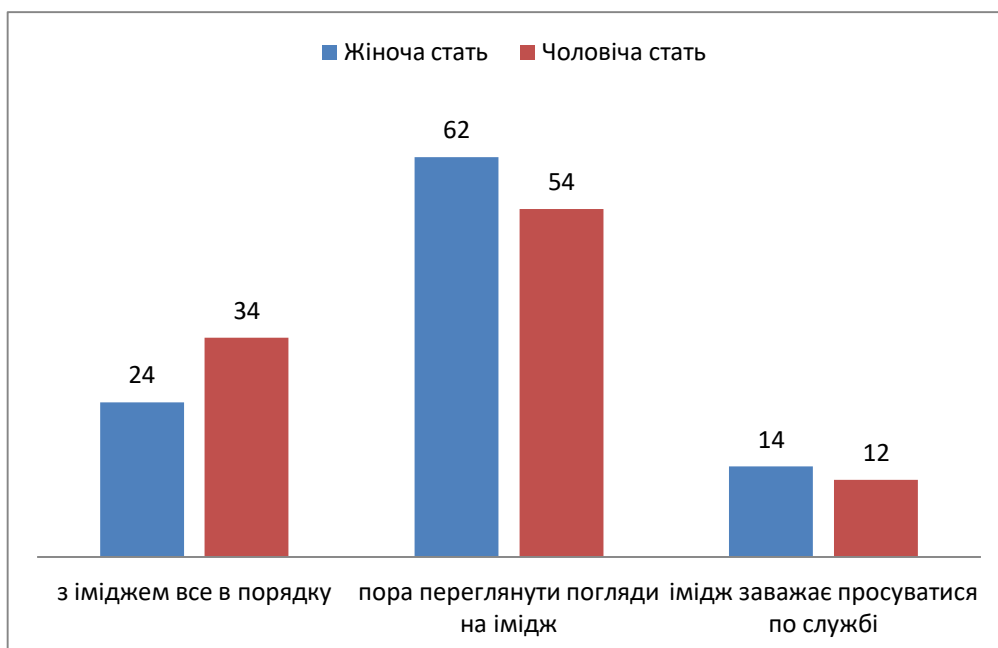


Рисунок 2.2. Результати дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна контрольної групи

Отже, згідно даних рисунку 2.2. ми спостерігаємо, що переважна більшість респондентів жіночої статі контрольної групи демонструє недостатньо сформований імідж, а саме 62%, а отже ним потрібно переглянути особисті погляди на власний педагогічний імідж. У 24% респондентів жіночої статі контрольної групи з іміджем все в порядку. 14% респондентів жіночої статі контрольної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру. Жіноча стать респондентів контрольної групи, як і жіноча стать експериментальної групи не приділяють особливої уваги зовнішньому вигляду, а саме не роблять щотижня манікюр, не приділяють часу для зачіски та макіяжу тощо. Переважна більшість респондентів чоловічої статі контрольної групи демонструє недостатньо сформований імідж, а саме 54%, а отже ним потрібно переглянути особисті погляди на власний педагогічний імідж. У 34% респондентів чоловічої статі контрольної групи з іміджем все в порядку. 12% респондентів чоловічої статі контрольної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати

педагогічну кар'єру. Чоловіча стать респондентів контрольної групи, як і чоловіча стать експериментальної групи не приділяє особливої уваги зовнішньому вигляду, а саме купують нові речі лише тоді коли зношуються старі, можуть носити подаровану краватку котра не подобається, сорочки та краватки не купуються заздалегідь підібраними тощо.

На третьому етапі дослідження ми оцінювали ефективність діяльності педагогів на основі особисто розробленої анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями». Результати дослідження експериментальної групи на основі анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями» представлено на рисунку 2.3.:

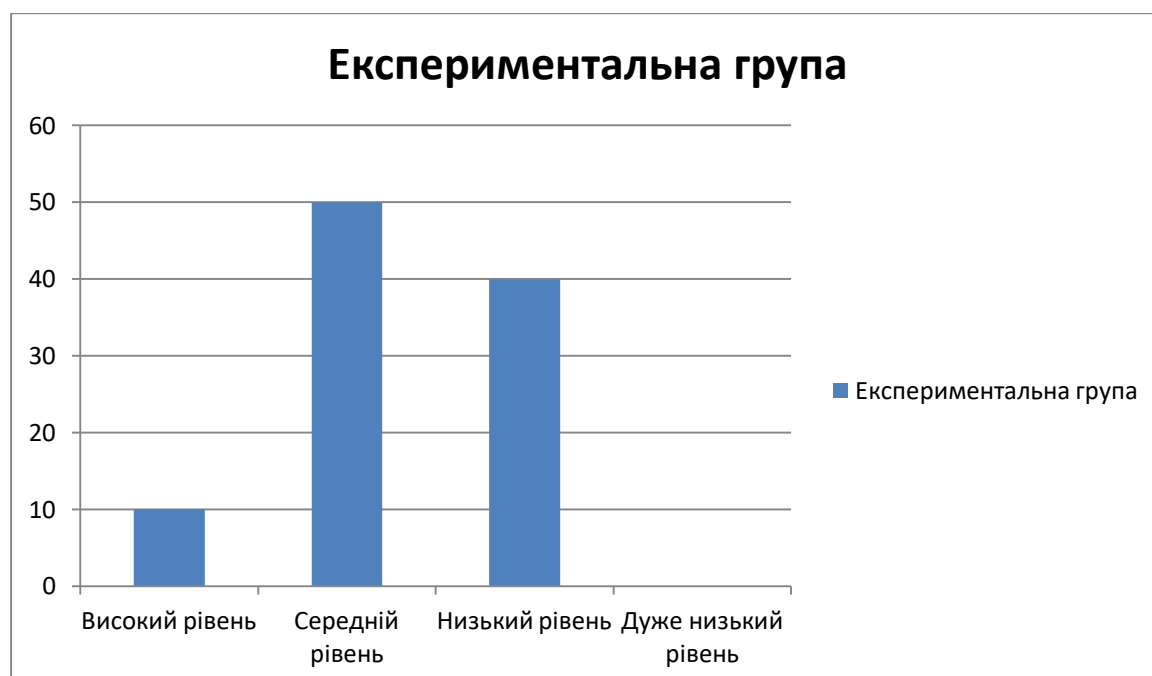


Рисунок 2.3. Результати дослідження експериментальної групи на основі анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями»

Отже, згідно даних рисунку 2.3. ми спостерігаємо, що учні високо оцінили ефективність діяльності лише у 10% педагогів експериментальної групи. Для учнів такі вчителі є авторитетом, вони проявляють оптимізм та є прикладом до наслідування. Середній рівень щодо оцінки ефективності діяльності вчителя учнями ми фіксуємо у 50% учнів. Для учнів такі вчителі не є авторитетом. Хоча вчителі проявляють оптимізм та справедливість по відношенню до всіх учнів, проте учні не бажають їх наслідувати, дані вчителі

не надихають їх на подальший саморозвиток. 40% учнів оцінили ефективність діяльності педагогів як така, що перебуває на низькому рівні. Для учнів такі вчителі для учнів не є авторитетом, учні їх не бажають наслідувати, адже учні не відчують тактовності по відношенню до себе та поваги зі сторони вчителя до себе. Дуже низький рівень не було виявлено. Результати дослідження контрольної групи на основі анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями» представлено на рисунку 2.4.:



Рисунок 2.4. Результати дослідження контрольної групи на основі анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями»

Отже, згідно даних рисунку 2.4. ми спостерігаємо, що учні високо оцінили ефективність діяльності лише у 15% педагогів. Для учнів такі вчителі є авторитетом, вони проявляють оптимізм, є прикладом до наслідування, учні бажають з ними спілкуватися поза межами навчального закладу. 50% учнів контрольної групи, як і експериментальної групи оцінюють ефективність діяльності педагогів на середньому рівні. Для учнів такі вчителі не є авторитетом. Хоча вчителі проявляють оптимізм та справедливість по відношенню до всіх учнів, відстоюють їх інтереси, проте учні не бажають їх наслідувати, дані вчителі не надихають їх на подальший саморозвиток, вони закриті у спілкуванні. Низький рівень ефективності

діяльності педагогів відмічається у 35% учнів. Учні не бажають наслідувати даних вчителів, адже учні не відчувають тактовності по відношенню до себе, дані вчителі закриті у спілкуванні. Дуже низький рівень не було зафіксовано.

Отже, ми на основі аналізу результатів констатувального етапу експерименту ми спостерігаємо, що у переважної більшості респондентів експериментальної та контрольної груп не сформований педагогічний імідж, вони не володіють знаннями щодо сутності іміджу та особливостей педагогічного іміджу, при цьому учні переважно оцінюють їх ефективність діяльності на середньому та низькому рівні. Тому вирішити дану проблему можна шляхом розроблення моделі розвитку іміджу педагогів середньої школи, що дасть можливість для них розвивати власний педагогічний імідж не стихійно, а цілеспрямовано.

Констатувальний етап експерименту (завершальний)

На першому етапі дослідження ми оцінювали розвиток іміджу педагогів середньої школи за когнітивним критерієм на основі анкетування. Ми діагностували розуміння педагогами поняття іміджу, педагогічного іміджу, його складових, ідеального уявлення про педагогічний імідж тощо. По закінченню експериментального дослідження ми спостерігаємо, що педагоги експериментальної групи орієнтуються у сутності поняття імідж, педагогічного іміджу та наділяють його такими структурними складовими, як ораторське мистецтво, уникнення конфліктів, конструктивна сперечка та діалог, здатність до хазяйновитості, працьовитості, відкритості у спілкуванні, до взаємодії з органами влади, професійний досвід, наявність популярності, респектабельності, правильний спосіб життя, наявність оптимального зовнішнього вигляду, матеріального благополуччя, цілеспрямованості, рішучості, сили волі, емоційності, правдивості, наявність почуття гумору, інтелектуального потенціалу, оптимізму, інтуїції в ухваленні рішень та наділяють ними ідеальним образ іміджу педагога .

На другому етапі дослідження ми діагностували розвиток іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейн. Динаміка результатів дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна жіночої статі представлено на рисунку 2.5.:

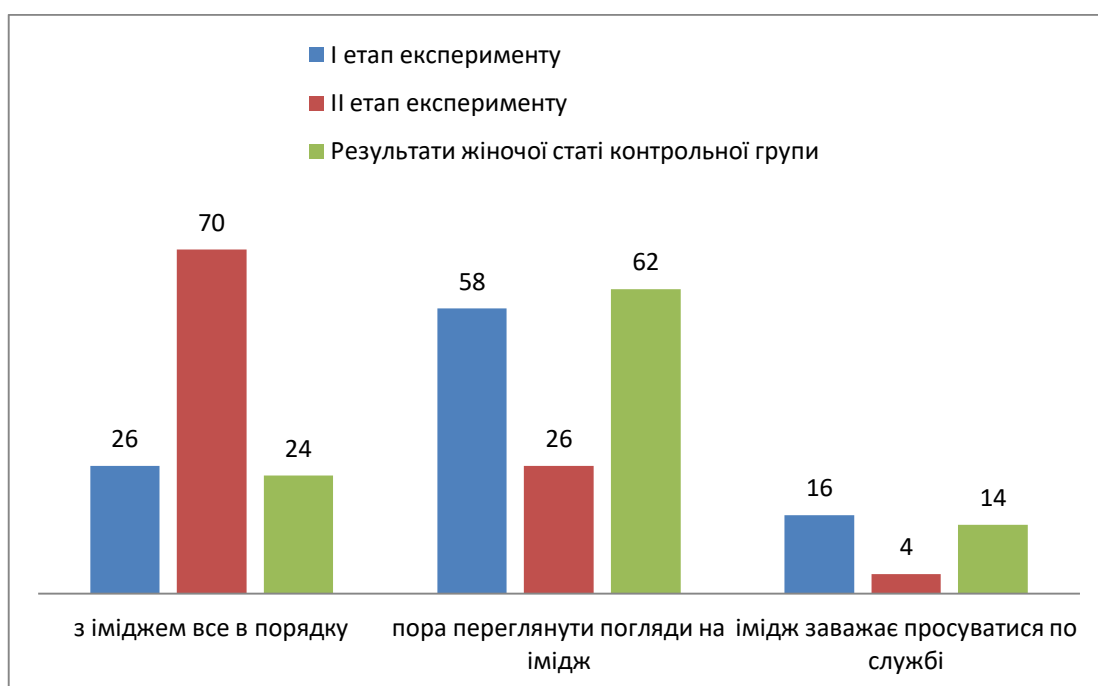


Рисунок 2.5. Динаміка результатів дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна жіночої статі.

Отже, згідно даних рисунку 2.5. ми спостерігаємо, що на кінець експериментального дослідження переважна більшість респондентів жіночої статі експериментальної групи демонструє сформований імідж, а саме 70%, що на 44% вище від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, що на 46% вище від результатів контрольної групи. 26% респондентам жіночої статі експериментальної групи потрібно переглянути їх підхід до іміджу, що на 30% вище від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, що на 36% нижче від результатів

контрольної групи 4% респондентів жіночої статі експериментальної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру, що на 12% нижче від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, що на 10% нижче від результатів контрольної групи. Динаміка результатів дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна чоловічої статі представлено на рисунку 2.6.:



Рисунок 2.6. Динаміка результатів дослідження розвитку іміджу педагогів середньої школи за діяльнісно-поведінковим критерієм на основі тесту М. Спіллейна чоловічої статі.

Отже, згідно даних рисунку 2.6. ми спостерігаємо, що на кінець експериментального дослідження переважна більшість респондентів чоловічої статі експериментальної групи демонструє сформований імідж, а саме 72%, що на 36% вище від результатів попереднього етапу експерименту та на 38% вище від результатів контрольної групи. 24% респондентам чоловічої статі експериментальної групи потрібно переглянути погляди на імідж, що на 28% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 30% вище від результатів контрольної групи. 4% респондентів чоловічої

статі експериментальної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру, що на 8% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 8% вище від результатів контрольної групи.

На третьому етапі дослідження ми оцінювали ефективність діяльності педагогів на основі особисто розробленої анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями». Результати дослідження експериментальної групи на основі анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями» представлено на рисунку 2.7.:

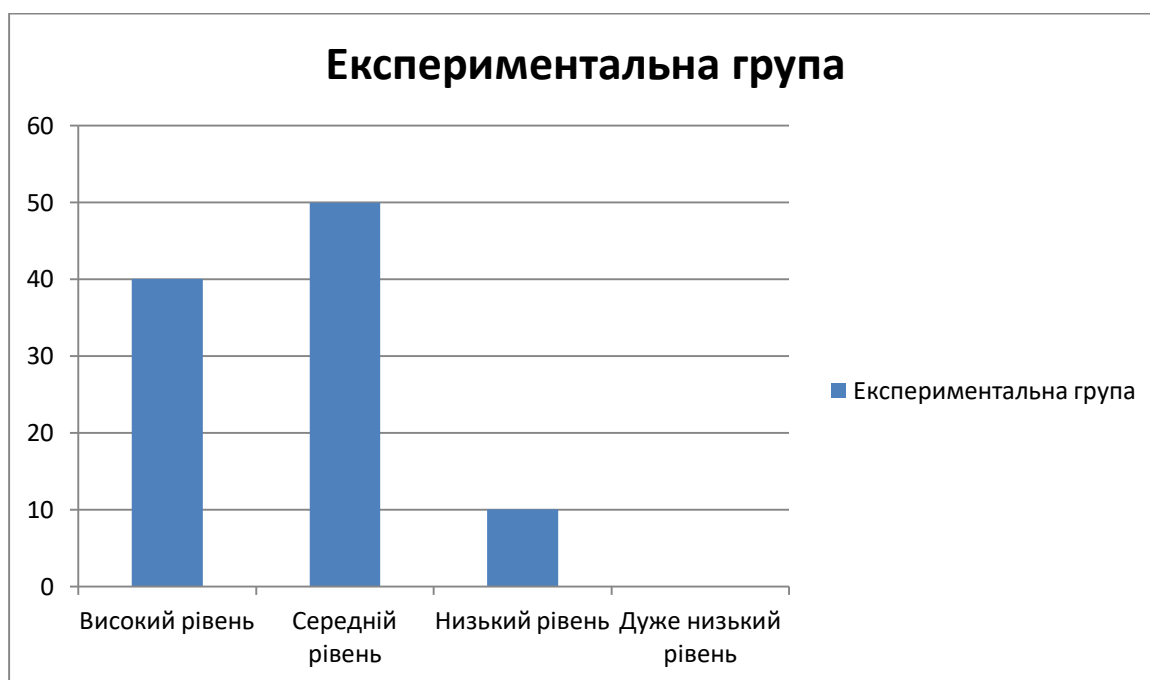


Рисунок 2.7. Результати дослідження експериментальної групи на основі анкети «Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями»

Отже, згідно даних рисунку 2.7. ми спостерігаємо, що учні високо оцінили ефективність діяльності у 40% педагогів, що на 30% вище від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, де даний показник складав 10% та на 25% вище від результатів контрольної групи, де даний показник складав 15%. Для учнів такі вчителі є авторитетом, вони проявляють оптимізм та є прикладом до наслідування. Середній рівень щодо оцінки ефективності діяльності вчителя учнями ми фіксуємо у 50% учнів. Для учнів такі вчителі не є авторитетом. Хоча вчителі проявляють оптимізм та справедливість по відношенню до всіх учнів, проте учні не бажають їх

наслідувати, дані вчителі не надихають їх на подальший саморозвиток. 10% учнів оцінили ефективність діяльності педагогів як така, що перебуває на низькому рівні, що на 30% нижче від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, де даний показник складав 40% та на 25% вище від результатів контрольної групи, де даний показник складав 35%.

Для учнів такі вчителі для учнів не є авторитетом, учні їх не бажають наслідувати, адже учні не відчують тактовності по відношенню до себе та поваги зі сторони вчителя до себе. Дуже низький рівень не було виявлено.

Таким чином, на основі аналізу результатів констатувального заключного етапу експерименту ми спостерігаємо, що у переважній більшості респондентів експериментальної групи сформований педагогічний імідж, вони володіють знаннями щодо сутності іміджу та особливостей педагогічного іміджу, учні переважно оцінюють ефективність діяльності педагогів на високому та середньому рівнях. Тому гіпотеза щодо оптимізації ефективності діяльності педагогів середньої школи шляхом розвитку їх іміджу було експериментально підтверджено.

2.3. Модель формування позитивного педагогічного іміджу вчителя середньої школи.

З метою розвитку професійного іміджу педагога середньої школи було розроблено модель формування позитивного іміджу педагога. Модель розвитку професійного іміджу педагога середньої школи передбачає три блоки: концептуальний, діяльнісний та результативний.

Концептуальний блок постає як системотвірний компонент моделі, де визначається мета та завдання та принципи. Метою є розвиток професійного іміджу вчителя середньої школи.

Завдання: розвиток у педагогів знань з іміджелогії; розвиток у педагогів мотивації щодо формування власного педагогічного іміджу;

розвиток вміння вдосконалювати власний професійний імідж; сприяння засвоєнню технологій розвитку іміджу.

Принципи:

- принцип цілісності – виділяє іміджеву культуру в об'єкт дослідження цілим утворенням, відмежовує з інших явищ культури в об'єкт дослідження;
- принцип синергії – посилює ефект взаємодії кількох чинників: педагог, імідж, професійна культура. Спільна дія цих факторів суттєво підвищує їхню працездатність та ефективність діяльності;
- принцип ціннісної рефлексії – в іміджевій культурі педагог розглядає себе з позиції особистісних цінностей, а засобом переосмислення стають знання про загальнозначущі цінності, зразки. Особистість спочатку має розглянути себе і дати оцінне ставлення до власних цінностей, а потім виділити загальнозначущі цінності сучасності та наявність цих цінностей у себе. Зіставлення цих двох видів цінностей сприяє процесу самопізнання та самоідентифікації. Результатом є визначення перспектив розвитку, нових життєвих планів, перебудова відносин, нової моделі поведінки, встановлюється тотожність із собою.
- принцип інтеграції – зв'язність новацій та традицій, що взаємозбагачує діалог між використанням навчань минулого та можливості відкриття майбутнього та визначає сьогодення.
- принцип екзистенційності – визнання унікальності людського буття, установки на внутрішній світ, підтримка та розвиток індивідуальності, збереження внутрішньої незалежності, почуття свободи та творчості.
- принцип розвитку ідентичності – розвиток ясного та унікального погляду на себе, віднесення себе до різних груп, норм соціального середовища та культури, набуття цілісності в часі та просторі.
- принцип детермінізму – визначає внутрішні та зовнішні умови, що спонукають до саморозвитку; дозволяє пов'язати вплив зовнішнього

впливу на внутрішні зміни та можливість керувати, спрямовувати зміни в бажану сторону;

- принцип персоналізації – знання має бути спрямоване на інтереси особистості, її внутрішню активність та самостійність; варто враховувати дорослість особистості, потенційні можливості та її свободу вибору у розвитку свого професіоналізму;
- принцип усвідомленості – іміджева культура підвищує усвідомленість педагога, і якість його професійної діяльності стає набагато вище, він усвідомлює мотиви своїх вчинків, здатний адекватно оцінювати їх, внутрішній світ існує у гармонії із зовнішнім;
- принцип безперервності освіти – іміджева культура передбачає формування у людині свідомості у тому, що основні життєві сенси мають бути спрямовані на «освіту на протязі всього життя» і лише на прогресивний розвиток, на самовдосконалення особистості.

Діяльнісний блок визначає форми, методи та умови розвитку професійного іміджу педагогів середньої школи. Даний блок передбачає педагогів до різнопланової діяльності за рахунок таких форм та методів роботи, що усувають їх професійні дефіцити та створюють умови для їх подолання та формування позитивного педагогічного іміджу, а саме науково-практичних семінарів, тренінгів, майстер-класів, круглих стлів, інтерактивних практичних занять, групової роботи, навчальних дискусій, рольових ігор, вирішення ситуацій професійної скрути та самоосвітньої діяльності тощо. Орієнтовний план форм та методів роботи для формування позитивного педагогічного іміджу представлено в таблиці 3.1.:

Таблиця 3.1.:

Форми та методи роботи для формування позитивного педагогічного іміджу

№ п/п	Форми роботи	Теми	Кількість годин

1	Дискусії та мозковий штурм	«Зоряна доріжка», «Навігатор сучасного педагога», «Як пережити вигорання», «Особиста ініціатива», «Хто створює імідж?», «Будуємо структуру особистісного іміджу», «Розбіжність реального та бажаного іміджу» тощо.	3
2	Самостійна робота: Есе	«Навіщо мені імідж?», «Ідеальний педагог», «Вчитель як взірець», «Вчитель яким мене особисто вразив»	5
	Робота з джерелами інформації	Самостійне опрацювання літератури та Інтернет-джерел з тем «Сутність імідж образу», «Структурні елементи педагогічного іміджу», «Колірна символіка у створенні іміджу», «Складові частини ділового іміджу», «Глибинні характеристики іміджу» тощо.	4
3	Тренінг	«Мій педагогічний імідж – як його створити?», «Конструювання особистісно-професійного іміджу в аспекті сучасних вимог до педагога», «Мій професійний імідж», «Створюємо власний образ»	4
4	Семінари	«Сутність поняття імідж, класифікація, функції», «Структура іміджу», «Сутність поняття імідж педагога. Структура педагогічного іміджу», «Самопрезентація», «Професійна компетентність та імідж», «Методи формування та корекції іміджу», «Стратегія управління особистим іміджем» тощо	7
	Практична	«Характеристика особистісного	3

	робота	професійного іміджу», «Мої пріоритети та їх вплив на імідж», «Моя іміджева символіка: моє бачення – реальність»	
--	--------	---	--

Дана модель передбачає використання матеріальних засобів у вигляді друкованих видань – роздаткового матеріалу, робочих зошитів, навчальних посібників; електронних освітніх ресурсів – електронних підручників, мережових спільнот, освітніх сайтів; аудіовізуальної інформації – слайдів презентації, відеоматеріалів, ілюстрацій, малюнків; технічних продуктів – комп’ютерів, мобільних телефонів, Інтернету тощо.

Для розвитку професійного педагогічного іміджу особливу увагу доцільно приділяти науково-практичним семінарам, котрі дають змогу педагогам набутися нових знань з іміджеології. Розвиток власного професійного педагогічного іміджу на нашу думку доцільно здійснювати за допомогою тренінгів, котрі дозволять практично закріпити тримані теоретичні знання та розробити свій позитивний педагогічний імідж.

Не менш важливу роль відіграє самотійна робота, котра виступає як обов’язкова частина розвитку професійного іміджу та передбачає активну пізнавальну діяльність педагога. Завдяки самотійній роботі педагоги мають можливість додатково ознайомитись із інформацією необхідною для заповнення прогалів із іміджеології та розробити власний професійний педагогічний імідж.

Розвиток позитивного професійного іміджу педагогів середньої школи передбачає також організацію сприятливого для цього освітнього середовища. Враховуючи специфіку дослідження, до педагогічних умов розвитку позитивного іміджу педагога середньої школи ми відносимо:

- розвиток професійної та іміджевої компетентності вчителя, де іміджева компетентність;
- розвиток іміджевої саморефлексії у професійній діяльності педагогів, яка є професійно-особистісною якістю, що дозволяє ефективно та

адекватно реалізовувати себе та свої здібності, що забезпечує процес розвитку та саморозвитку особистості та досягнення максимальної ефективності та результативності професійної діяльності, що сприяє формуванню професійного іміджу вчителя;

- формування мотивації вчителів до професійного розвитку та створення професійного іміджу;
- створення творчого інформаційно-розвивального освітнього середовища.

Результативний блок передбачає оцінку ефективності застосування моделі щодо розвитку професійного іміджу педагогів середньої школи. Оцінка ефективності застосування моделі щодо розвитку професійного іміджу педагогів середньої школи здійснювалась на основі мотиваційного, когнітивного, діяльнісно-поведінкового критеріїв.

ВИСНОВКИ ДО РОЗДІЛУ 2

Здійснено оцінку та аналіз результатів експериментального дослідження. Дослідження здійснювалось у три етапи: констатувальний етап експерименту, формувальний етап експерименту, констатувальний етап експерименту (завершальний). Під час констатувального етапу експерименту ми встановили, що переважна більшість респондентів експериментальної та контрольної групи демонструють недостатньо сформований імідж та не достатньо розуміють сутність поняття «імідж» та не можуть якісно його сформулювати, розкриваючи лише певні сторони даного поняття, демонструють слабку орієнтацію у складових компонентах іміджу педагога, проте мають бажання щодо розвитку професійного іміджу та приблизно розуміють яким чином це робити. Учні оцінюють ефективність діяльності педагогів експериментальної групи переважно на середньому та низькому рівні.

Під час констатувального етапу експерименту (завершального) ми встановили, що переважна більшість респондентів експериментальної групи

мають достатньо сформований імідж та достатньо розуміють сутність поняття «імідж» та особливості педагогічного іміджу. Учні оцінюють ефективність діяльності педагогів експериментальної групи переважно на високому та середньому рівні. Розроблено модель формування позитивного педагогічного іміджу вчителя середньої школи. Модель розвитку професійного іміджу педагога середньої школи передбачає три блоки: концептуальний, діяльнісний та результативний.

ВИСНОВКИ

Під час написання дипломної роботи було зроблено наступні висновки:

1. Проаналізовано міждисциплінарний підхід щодо розуміння поняття імідж. Встановлено, що поняття «імідж» широко використовується в психології, політології, дослідженнях у сфері бізнесу тощо. Науковці розглядаючи поняття «імідж» трактують його з позиції певного образу, так як дослівним перекладом з англійської мови є зображення, образ. В сучасних психологічних дослідженнях для трактування поняття «імідж», використовуються категорії, як «образ», «думка», «емоційна забарвленість», «значимість» (тобто ціннісна навантаженість). Виділено властивості іміджу як явища: формований образ, ідеалізація прообразу, спрощення іміджу. Розглянуто комунікативні функції іміджу (інформування, емотивну, оцінки, ідентифікації, інтерпретації, зворотного зв'язку тощо).

2. Виявлено психологічні особливості іміджу педагога середньої школи. Розглянуто підходи дослідників до трактування поняття «імідж педагога». Запропоновано трактування поняття «імідж педагога». Імідж педагога є емоційно-забарвленим образом педагога у свідомості оточуючих (учасників освітнього процесу та) в масовій свідомості та перебуває в динамічному русі (розвитку). Визначено причинами доцільності формування іміджу вчителя. Визначено найкращі професійні якостей вчителя. Визначено функції педагогічного іміджу (соціально-інформаційна функція; функція формування характеру; мотиваційна функція; розвиваюча функція). Розглянуто підходи до розуміння педагогічного іміджу (перспективний, заснований на гуманістичній педагогіці та психології; середовищний підхід). Проаналізовано складові професійного іміджу педагога. Виділено властивості іміджу педагога (яскравість; зрозумілість; впливовість; органічність). Розглянуто невербальний і вербальний імідж педагога.

3. Визначено критерії ефективності діяльності педагога. Встановлено, що критерій виступає як ідеальний зразок, що дозволяє презентувати рівні явища, котре досліджують. На основі критеріїв визначають напрям пошуку показників (якісні/ кількісні), а вимірювання їх здійснюється за допомогою тих чи інших параметрів або індикаторів. Конкретним вимірювачем критерію виступає показник. Розглянуто підходи дослідників у психолого-педагогічній літературі щодо критеріїв та їх показників визначення розвитку іміджу. Дослідники виокремлюють переважно три рівні сформованості професійного педагогічного іміджу та 3 – 4 критерії його сформованості. Визначено акмеологічну модель успішної діяльності педагога яка може бути представлена наступним чином: 1) потребово-мотиваційний компонент; 2) когнітивний компонент; 3) ціннісно-смысловий компонент; 4) професійно-діяльнісний компонент); 5) соціально-кооперативний компонент; 6) рефлексивно-управлінський компонент; 7) миследіяльнісний компонент.

4. Здійснено оцінку та аналіз результатів експериментального дослідження. Дослідження здійснювалось у три етапи: констатувальний етап експерименту, формувальний етап експерименту, констатувальний етап експерименту (завершальний). Під час констатувального етапу експерименту ми встановили, що педагоги експериментальної та контрольної групи не достатньо розуміють сутність поняття «імідж» та не можуть якісно його сформулювати, розкриваючи лише певні сторони даного поняття, демонструють слабку орієнтацію у складових компонентах іміджу педагога, проте мають бажання щодо розвитку професійного іміджу та приблизно розуміють яким чином це робити.

Переважна більшість респондентів жіночої статі експериментальної та контрольної групи демонструє недостатньо сформований імідж, а саме 58% (експериментальна група) та 62% (контрольна група), а отже ним потрібно переглянути особисті погляди на власний педагогічний імідж. У 26% респондентів жіночої статі експериментальної групи та 24% респондентів

жіночої статі контрольної групи з іміджем все в порядку. 16% респондентів жіночої статі експериментальної групи та 14% респондентів жіночої статі контрольної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру.

Переважає більшість респондентів чоловічої статі експериментальної групи демонструє недостатньо сформований імідж, а саме 52% та 54% у респондентів чоловічої статі контрольної групи. У 36% респондентів чоловічої статі експериментальної групи та 35% респондентів чоловічої статі контрольної групи з іміджем все в порядку. 12% респондентів чоловічої статі експериментальної та контрольної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру. Учні оцінюють ефективність діяльності педагогів експериментальної та контрольної групи переважно на середньому та низькому рівні.

Під час констатувального етапу експерименту (завершального) ми встановили, що переважна більшість респондентів експериментальної групи демонструє високий рівень мотивації до успіху, а саме 52%, що на 34% вище від результатів попереднього етапу експерименту та на 32% вище від результатів контрольної групи. У 40% респондентів експериментальної групи виявлено середній рівень мотивації до успіху, що на 10% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 12% вище від результатів контрольної групи. Низький рівень мотивації до успіху зафіксовано у 8% респондентів експериментальної групи, що на 10% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 20% нижче від результатів контрольної групи.

На кінець експериментального дослідження переважна більшість респондентів експериментальної групи демонструють активний саморозвиток, а саме 68%, що на 25% вище від результатів попереднього етапу експерименту та на 22% вище від результатів контрольної групи. 28% респондентів демонструє недостатній саморозвиток, що на 16% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 14% нижче від

результатів контрольної групи. Незначний відсоток педагогів демонструє зупинений саморозвиток, а саме 4%, при цьому у даній категорії респондентів фіксується низька мотивація до успіху, що на 4% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 8% нижче від результатів контрольної групи.

По закінченню експериментального дослідження ми спостерігаємо, що педагоги експериментальної групи орієнтуються у сутності поняття імідж, педагогічного іміджу та наділяють його такими структурними складовими, як ораторське мистецтво, уникнення конфліктів, конструктивна сперечка та діалог, здатність до хазяйновитості, працьовитості, відкритості у спілкуванні, до взаємодії з органами влади, професійний досвід, наявність популярності, респектабельності, правильний спосіб життя, наявність оптимального зовнішнього вигляду, матеріального благополуччя, цілеспрямованості, рішучості, сили волі, емоційності, правдивості, наявність почуття гумору, інтелектуального потенціалу, оптимізму, інтуїції в ухваленні рішень та наділяють ними ідеальним образ іміджу педагога .

На кінець експериментального дослідження переважна більшість респондентів жіночої статі експериментальної групи демонструє сформований імідж, а саме 70%, що на 44% вище від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, що на 46% вище від результатів контрольної групи. 26% респондентам жіночої статі експериментальної групи потрібно переглянути їх підхід до іміджу, що на 30% вище від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, що на 36% нижче від результатів контрольної групи 4% респондентів жіночої статі експериментальної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру, що на 12% нижче від результатів попереднього етапу експериментального дослідження, що на 10% нижче від результатів контрольної групи.

На кінець експериментального дослідження переважна більшість респондентів чоловічої статі експериментальної групи демонструє

сформований імідж, а саме 72%, що на 36% вище від результатів попереднього етапу експерименту та на 38% вище від результатів контрольної групи. 24% респондентам чоловічої статі експериментальної групи потрібно переглянути погляди на імідж, що на 28% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 30% вище від результатів контрольної групи. 4% респондентів чоловічої статі експериментальної групи імідж заважає просуватися по службі, а саме будувати педагогічну кар'єру, що на 8% нижче від результатів попереднього етапу експерименту та на 8% вище від результатів контрольної групи. Учні оцінюють ефективність діяльності педагогів експериментальної групи переважно на високому та середньому рівні.

5. Розроблено модель формування позитивного педагогічного іміджу вчителя середньої школи. Модель розвитку професійного іміджу педагога середньої школи передбачає три блоки: концептуальний, діяльнісний та результативний. Концептуальний блок постає як системотвірний компонент моделі, де визначається мета та завдання та принципи. Метою є розвиток професійного іміджу вчителя середньої школи. Діяльнісний блок визначає форми, методи та умови розвитку професійного іміджу педагогів середньої школи. Розроблено форми та методи роботи для формування позитивного педагогічного іміджу. Запропоновано педагогічні умови розвитку позитивного іміджу педагога середньої школи. Результативний блок передбачає оцінку ефективності застосування моделі щодо розвитку професійного іміджу педагогів середньої школи. Оцінка ефективності застосування моделі щодо розвитку професійного іміджу педагогів середньої школи здійснювалась на основі мотиваційного, когнітивного, діялісно-поведінкового критеріїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Агалець І. О. PR-технології професійного іміджу суб'єктів освітнього процесу: формування та орієнтири розвитку. Інноваційний розвиток освіти в Україні й зарубіжжі в умовах євроінтеграційних та глобалізаційних процесів. Київ. 2019. С. 107 – 110.
2. Антонова О. Є. Акмеологічний підхід до визначення сутності педагогічної обдарованості. Акмеологія – наука ХХІ століття: матер. III міжнар. наук.-практ. конфер. Київ : Київськ. ун-т імені Бориса Грінченка, 2011. С. 17 – 22
3. Ашиток Н. Формування професійного іміджу майбутнього педагога в культурологічному аспекті. Молодь і ринок. 2018. № 1. С. 14 – 23.
4. Білозерська С. Аксіологічні основи формування професійного іміджу майбутнього педагога. Вчені записки ТНУ імені В. Вернадського. 2022. Том 33 (72). № 2. С. 133 – 138
5. Білозерська С. І. Іміджеві характеристики як основа психічного здоров'я сучасного вчителя. Вчені записки ТНУ імені В. Вернадського. 2022. № 6. С. 18 – 22.
6. Білозерська С. І. Особистісні якості як основа формування професійного іміджу майбутнього педагога. Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Психологія. 2022. № 3 (52). С. 20 – 26.
7. Білозерська С. І. Ціннісні орієнтації як складник професійного іміджу майбутнього педагога. Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права. 2021. № 6. С. 70 – 75.
8. Бондар В. І, Адаменко Л. О. Педагогічний імідж та його становлення і розвиток у процесі професійної підготовки вчителя. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. 2020. № 76. С. 5 – 10.
9. Бондаренко В. І. Критерії, показники та рівні сформованості професійного іміджу майбутніх учителів технологій. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.

- Серія 5 : Педагогічні науки: реалії та перспективи. 2015. Вип. 52. С. 32 –39.
- 10.Бондаренко І. С.. Культурно освітній потенціал іміджології у системі гуманітарних знань. RS Global - World Science. 2020. Vol. № 3. 1(5). PP. 10 – 12.
 - 11.Бриль Г. Імідж сучасного вчителя початкових класів. Проблеми підготовки сучасного вчителя. 2011. № 4(1). С. 230 – 237.
 - 12.Бубнов І. В., Халілова-Чуваєва Ю. О. Культура формування політичного іміджу як нагальна проблема іміджології в Україні. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. 2019. № 6. С. 91 – 95.
 - 13.Грицак Н. Професійний імідж майбутнього вчителя зарубіжної літератури: від навчання до практики. Освітологічний дискурс. 2021. Том 35. № 4. С. 33 – 39.
 - 14.Демчук Т. П. Напрямки вивчення іміджу викладача вищої школи. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. 2013. Вип. 3. С. 6 – 9.
 - 15.Дудчак Г. Формування педагогічного іміджу в майбутніх учителів НУШ. Проблеми підготовки сучасного вчителя. 2020. Вип. 2 (22). С. 56 – 63.
 - 16.Загородня Л. Підготовка вихователів до створення середовищного іміджу дошкільного навчального закладу. Вісник Інституту розвитку дитини. Сер. : Філософія, педагогіка, психологія. 2013. Вип. 29. С. 55 – 60
 - 17.Звекова В. Імідж як особистий склад професіоналізму педагога. Вища освіта у міждисциплінарному вимірі: від традицій до інновацій: зб. наук. праць за матер. II міжвуз. наук.-практ. конф. Ізмаїл : РВВ ІДГУ, 2022. С. 34 – 37.
 - 18.Калагурка Х. Розвиток професійного іміджу вчителя в умовах сучасної школи / Х. Калагурка, С. Засименко // Науковий вісник Ужгородського

- університету. Серія: Педагогіка. Соціальна робота. 2022. Випуск 1 (50). С. 116 – 119
- 19.Киселиця О., Мікул М. Наукові основи особливостей формування іміджу сучасного педагога. The IV International Scientific and Practical Conference «Science, practice and theory». Tokyo. 2022. № 6. P. 358 – 363.
- 20.Колодяжна А. В. Імідж педагога як психологічна проблема. Fundamental and applied research in the modern world : abstracts of III International Scientific and Practical Conference, Boston. Boston 2020. P. 363 – 370.
- 21.Колодяжна А. В. Формування професійного іміджу майбутнього викладача професійного коледжу / А. В. Колодяжна, І. Д. Романенко // Наукові інновації та передові технології. 2022. № 2 (4). С. 397 – 410.
- 22.Коновець Т. Європейський університет: імідж, мобільність та соціальні перспективи : матер. V міжнар. наук.-практ. конф. Суми, 2021. С. 251 – 255.
- 23.Коркішко А. Педагогічна модель формування професійного іміджу магістрів педагогіки вищої школи. Професіоналізм педагога: теоретичні й методичні аспекти. 2019. № 11. С. 120 – 131.
- 24.Коркішко А. В. Деякі аспекти дослідження професійного іміджу викладача в науково-педагогічній літературі. Наука та освіта в дослідженнях молодих учених : матер. всеукр. наук.-практ. конф. для студентів, аспірантів, докторантів, молод. Учених. Харків, 2020. С. 157 – 160.
- 25.Кравець Р.Е. Концептуальний простір поняття «професійний імідж» у наукових психолого-педагогічних дослідженнях. Педагогіка формування творчої особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2019 р. № 65, Т. 2. С. 55 – 57.
- 26.Куземко Л.В. Формування іміджу педагога як складник його особистісно-професійного розвитку. Педагогіка формування творчої

- особистості у вищій і загальноосвітній школах. 2020. № 71. Т. 2. С. 127 – 131
27. Кузьменко Ю.В. Психологічні підходи до проблеми створення позитивного іміджу керівника педагогічного колективу. Вісник Національного університету оборони України. 2021. 4 (62). С.79-84.
28. Лаврентій А. С. Імідж як предмет наукового аналізу. Вісник НАДУ. 2019. № 3. С. 30 – 38.
29. Лаврентій А. С. Основні підходи до ідентифікації іміджу, його структурних складових та функціонального простору реалізації. Інвестиції: практика та досвід. 2017. № 20. С. 123 – 128
30. Лаврентій А. С. Теоретична ідентифікація іміджу в контексті сучасних дослідницьких підходів. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 10. URL: <http://www.dy.nauka.com.ua/?op=1&z=1136>
31. Лигоміна Т. А. Критерії формування професійного іміджу практичного психолога як соціально-психологічного феномена. Теорія і практика сучасної психології. 2019. № 1 (5). С. 147 – 151.
32. Митцева О.С. Професійний імідж фахівця: суть, функції, структура. Педагогіка та психологія : збірник наукових праць. Харків, 2018. Вип. 59. С. 191 – 200.
33. Молнар Т. І. Педагогічний імідж: сутність та зміст / Т. І. Молнар, К. А. Клованич // Наука майбутнього : зб. наук. праць студентів, аспірантів та молодих вчених. Мукачево : РВВ МДУ, 2022. Випуск 1(9). С. 94 – 99
34. Навроцька М. М. Критерії, показники та рівні розвитку професійного іміджу педагога у післядипломній освіті. Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. Серія : Педагогіка, психологія, філософія. 2017. Вип. 277. С. 183 – 187.
35. Навроцька М. М. Розвиток професійного іміджу педагога в системі післядипломної педагогічної освіти : дис... д-ра пед. наук: 13.00.04. Тернопіль, 2019. 250 с.

36. Олійник Н. А. та Трачук Н. М. Праксеологічні аспекти професійної діяльності педагога. Академічні студії. 2021. Вип. 3. С. 75 – 83.
37. Осадча Л. А. Психологічний імідж сучасного менеджера аграрного підприємства. Психологічний журнал. 2019. Вип. 2. С. 46 – 57.
38. Позднишев Є. В. Соціально-психологічні основи формування іміджу суб'єктів спортивної діяльності : дис. ...д-ра психолог. наук : 19.00.05. Київ, 2019. 534 с.
39. Радько Т. Європейський університет: імідж, мобільність та соціальні перспективи : матер. V міжнар. наук.-практ. конф. Суми, 2021 С. 284 – 288.
40. Ремех Т.О. Професійний імідж сучасного педагога. Варіативні моделі й технології трансформації професійного розвитку фахівців в умовах відкритої освіти: зб. матер. всеукр. наук.- практ. інтернет-конф. К. : Ун-т менеджменту освіти, 2022. С. 337 – 341.
41. Савченко Н., Байда С. Functions of the professional image of the teacher in an institution. Modern Engineering and Innovative Technologies. 2022. № 2. P. 85 – 89.
42. Серман Л. І. Аналіз показників та рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх учителів іноземних мов. Педагогіка та психологія. 2015. Вип. 49. С. 234 – 244
43. Скорик Т. В. Акмеологічний підхід до становлення професійної успішності майбутнього вчителя. Тенденції розвитку вищої освіти. 2020/ № 7. С. 8 – 13.
44. Сперанська-Скарга М. А. Критерії оцінювання рівня сформованості рефлексивного компоненту професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів філологічних спеціальностей. Вісник Луганського Національного університету ім. Тараса Шевченка. 2012. № 22. С. 106 – 114.

- 45.Твеліна А. Імідж як складник діяльності управлінської команди // Українознавчий вимір у сучасній науці: гуманітарний аспект: матер. VI всеукр. наук.-практ. конф. Миколаїв : МНАУ, 2022. С. 21 – 22.
- 46.Ткаченко Н. М. Критеріально-рівневий підхід до діагностування професійного іміджу вчителя іноземних мов: зб. наук. праць Херсонського державного університету. Педагогічні науки. 2018. Вип. 81(1). С. 201 – 207.
- 47.Тринус О. Методологічні підходи до самовиховання вчителя. Післядипломна освіта. 2019. № 4. 28 – 32.
- 48.Трофаїла Н. Д. Професійний імідж вихователя закладу дошкільної освіти. Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. 2019. № 68. С. 216 – 219.
- 49.Цветкова Г. Г. Теоретико-методичні засади професійного самовдосконалення викладачів гуманітарних дисциплін у вищих навчальних закладах: дис..д-ра пед. наук: 13.00.04. К., 2015. 646 с.
- 50.Шаматажи С. В. Методичні рекомендації з оцінювання та прогнозування успішності педагогічної діяльності. Вища освіта у контексті інтеграції до європейського освітнього простору. 2017. № 5. С. 121 – 128.
- 51.Шолох О. Вектори розвитку позитивного іміджу майбутніх викладачів закладів вищої освіти. Актуальні питання сучасної педагогіки: творчість, майстерність, професіоналізм: матер. III міжнар. наук.-практ. конф. Кременчук : Методичний кабінет, 2022. С. 22 – 27.
- 52.Шолох О. Теоретичні аспекти формування професійного іміджу майбутніх менеджерів освіти у процесі магістерської підготовки. Věda a perspektivy. 2022. № 9(16). С. 229 – 270.
- 53.Щербяк А. Ю. Імідж викладача закладу вищої освіти як чинник професійної компетенції. Розвиток професійної майстерності педагога в умовах нової соціокультурної реальності: збі. Матер. IV міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль: Тайп, 2021. С. 473 – 477.

54. Юник І. Д. Бренд та імідж педагога закладу вищої освіти: кореляційна залежність концептів. *Інноваційна педагогіка*. 2020. Вип. 22(3). С. 155 – 158.
55. Kulchytskyi, Vitalii Functions and structural components of a positive image of a teacher of higher education = Функції та структурні складові позитивного іміджу педагога закладу вищої освіти / Vitalii Kulchytskyi // *Науковий вісник Ужгородського національного університету : серія: Педагогіка. Соціальна робота* / гол. ред. О. Бартош. – Ужгород : Говерла, 2022. – Вип. 1 (50). – С. 149–152.

ДОДАТОК Б
ДОДАТОК Б.1.

Тести оцінки іміджу (тест М. Спіллейна)

Тест оцінки іміджу для жінок

ПІБ

Дайте відповідь «так» або «ні» на наступні питання та поставте біля номера питання знак «+» або «-».

1. Витрачаєте Ви на себе менше 15 хвилин, збираючись вранці на роботу?
2. Чи носите Ви сережки кожен день?
3. Чи ходите Ви до перукарні, кожні 6 - 8 тижнів, а в ідеалі - через 4 тижні?
4. Чи витрачаєте щодня більше 10 хвилин на те, щоб Ваша зачіска виглядала чудово?
5. Чи користуєтеся Ви лаком для нігтів, який підходить до Вашого одягу або відповідає кольору губної помади?
6. Чи робите Ви манікюр щотижня?
7. Наносите Ви макіяж кожен день або тільки перед тим як піти в гості?
8. Поправляє Ви макіяж протягом дня?
9. Чи знаєте Ви різницю між 5 і 20 ден?
10. Ваш одяг в основному блакитного, сірого кольору або інших нейтральних тонів?
11. Чи носите Ви ремінь разом зі спідницею?
12. Чи знаєте, оптимальну довжину своєї спідниці для ділових зустрічей?
13. Дотримуєтесь Ви ділового стилю в одязі?
14. Чи носите Ви влітку сукні та блузи без рукавів?
15. Якщо Ви невисокого зросту, носите Ви високі підбори, щоб здаватися вище?
16. Зберігаються Ваші туфлі в шафі зі вставленими колодками?

17. Одягаєтеся Ви інакше, якщо у Вас призначена важлива зустріч?

18. Ваші туфлі, сумка, годинник хорошої якості?

Ключі

Відповіді «так» на запитання № 2,3,6,7,8,9,10,11,12,13,16,17,18.

Відповіді «ні» на питання № 1,4,5,14, 15.

Інтерпретація.

14 – 16 балів, з вашим іміджем все в порядку;

9 – 14 балів пора переглянути свої погляди на імідж;

до 9 балів ваш імідж заважає просуватися по службі.

ДОДАТОК Б.2.**Тест оцінки іміджу для чоловіків****ПІБ**

Дайте відповідь «так» або «ні» на наступні питання і поставте біля номера питання знак «+» або «-».

1. Чи має для Вас значення, яка у вас нижня білизна, якої вона довжини і свіжості?
2. На свою першу ділову зустріч, надягнете Ви яскраву краватку?
3. Чи надають мужності вашому виду велика кількість волосся на переніссі?
4. Коли Ви схрещує ноги, видно, що у вас короткі шкарпетки?
5. Ваша мати подарувала вам краватку (або щось ще), яка Вам не подобається. Ви носите її?
6. Ви купуєте нові речі тільки тоді, коли зношуються старі?
7. Ви купуєте заздалегідь підібрані один до одного сорочки і краватки (аксесуари)?
8. У той день, коли у Вас призначена важлива зустріч, Ви одягаєтеся інакше, ніж зазвичай?
9. Ви одягаєте влітку під костюм сорочку з коротким рукавом, для того щоб було прохолодніше?
10. Вважаєте Ви прасувальний прес (праска) для брюк більш важливим для життя, ніж мікрохвильова піч?
11. Останні 10 років Ви завжди причісуєтеся в одному стилі?
12. Ви чистите свою взуття тільки тоді, коли помітите, що воно дуже брудне?
13. Ви користуєтеся одноразовими ручками?
14. Подивіться на свої руки і нігті. Як ви думаєте, чи викличе враження на вашого начальника їх стан?
15. Вішаєте Ви свої костюми на дротові вішалки?
16. Якщо у вашій сорочки одинарні манжети з гудзиками, але є також отвори для запонок, чи будете Ви носити запонки?
17. Ваш годинник частково зроблений з пластика або має яскраво забарвлені

деталі?

18. Ваша вага змінюється, але все одно Ви носите свій костюм, який щільно на вас сидить, як нагадування про необхідність стежити за калоріями?

19. Ваша робота вимагає постійних контактів один на один. Чи приймаєте Ви особливі заходи для того, щоб бути впевненим, що ваша особиста гігієна на вищому рівні?

20. Чи любите Ви носити кольорові, яскраві шкарпетки для того, щоб висловити свою індивідуальність?

Ключі

Відповіді «так» на запитання № 7,9,13,18 Відповіді «ні» на питання № 1,2,3,4,5,6,8,10,11,12,14,15,16,17,19.

Інтерпретація. Чоловічий варіант:

14 – 19 балів – імідж в порядку;

9 – 14 балів – пора переглянути;

До 9 балів – ваш імідж завдає шкоди кар'єрі.

ДОДАТОК В

Анкета

«Оцінка ефективності діяльності вчителя учнями»

Інструкція. Вам потрібно уважно прочитати запитання. Якщо ти повністю згоден із затвердженням, то обведи цифру «5». Якщо ти вважаєш, що «це, швидше за все так», – то обведи цифру «4». Якщо ти не впевнений у відповіді, то обведи цифру «3». Якщо ти думаєш, що швидше за все ні, то обведи цифру «2». Якщо ти категорично не погоджуєшся, то обведи цифру «1». Постарайся, щоб жоден із пунктів анкети не був пропущений тобою.

1	Вчитель є для тебе авторитетом	5 4 3 2 1
2	Педагог є доброзичливим, тактовним та уважним до тебе	5 4 3 2 1
3	Ти б хотів спілкуватися із вчителем поза межами навчального закладу	5 4 3 2 1
4	Ти б зміг розповісти вчителю про свої особисті проблеми	5 4 3 2 1
5	Вчитель відстоює твої інтереси перед іншими (педагогічними колективом. Класом, сім'єю)	5 4 3 2 1
6	Вчитель прийме твою сторону, якщо знає, що ти маєш рацію	5 4 3 2 1
7	Ти відчуваєш до себе повагу зі сторони вчителя	5 4 3 2 1
8	Вчитель відноситься справедливо до всіх учнів	5 4 3 2 1
9	Вчитель є прикладом оптимізму та життєлюбства	5 4 3 2 1
10	Вчитель не проявляє дратівливості по відношенню до учнів	5 4 3 2 1
11	Ти б взяв участь у творчому позакласному заході під керівництвом вчителя	5 4 3 2 1
12	Ти б хотів наслідувати вчителя	5 4 3 2 1

13	Вчитель надихає тебе краще вчитись та саморозвиватись	5 4 3 2 1
14	Вчитель відповідає твоїм уявленням про ідеального «педагога»	5 4 3 2 1
15	Вчитель відкритий у спілкуванні	5 4 3 2 1
16	Вчитель уникає конфлікти	5 4 3 2 1

Інтерпретація результатів

60 – 80 балів високий рівень

40 – 60 балів середній рівень

20 – 40 балів низький рівень

0 – 20 балів Дуже низький рівень