

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

магістра

на тему **«ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ
ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ»**

Виконав: студент 2 курсу, групи 8.0112
спеціальності 011 «Освітні, педагогічні науки»
освітньо-професійної програми
«Педагогіка вищої школи» В. В. Теслюк

Керівник професор кафедри педагогіки та
психології освітньої діяльності, професор,
к.філос.н. _____ Л. С. Іванова

Рецензент доцент кафедри педагогіки та
психології освітньої діяльності, доцент,
к.пед.н. _____ Т.П. Голованова

Запоріжжя

2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки та психології
Кафедра педагогіки та психології освітньої діяльності
Рівень вищої освіти магістерський
Спеціальність 011 «Освітні, педагогічні науки»
Освітньо-професійна програма «Педагогіка вищої школи»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« ____ » _____ 2023 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Теслюку Владиславу Володимировичу

1. Тема роботи: «Формування професійного іміджу майбутніх викладачів закладів вищої освіти»

керівник роботи Іванова Л.С., к. філос. н., доцент

затверджена наказом ЗНУ від «29» вересня 2023 року № 1505-с

2. Строк подання студентом роботи: _____

3. Вихідні дані до роботи: вивчення та аналіз психолого-педагогічної та методичної літератури

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) здійснити науково-теоретичний аналіз сутності та проблем поняття іміджу в психолого-педагогічній літературі; проаналізувати основні види іміджу та його функції в структурі педагогічній діяльності; вивчити принципи формування професійного іміджу майбутнього викладача; дослідити рівень сформованості іміджу майбутніх викладачів вишів.

5. Перелік графічного матеріалу: таблиця критерії та показники сформованості професійного іміджу майбутнього викладача; таблиця рівні та показники сформованості професійного іміджу майбутнього викладача; 5 таблиць за результатами дослідження.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Вступ	Іванова Л.С.	23.11.22 р.	23.11.22 р.
Розділ 1	Іванова Л.С.	26.01.23 р.	26.01.23 р.
Розділ 2	Іванова Л.С.	25.02.23 р.	25.02.23 р.
Висновки	Іванова Л.С.	11.09.23 р.	11.09.23 р.

7. Дата видачі завдання: _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Збір та систематизація матеріалу	листопад	виконано
2	Написання вступу	грудень	виконано
3	Написання розділу 1	лютий-березень	виконано
4	Написання розділу 2	травень-вересень	виконано
5	Написання висновків та додатку	жовтень	виконано
6	Оформлення роботи	жовтень	виконано
7	Рецензування	листопад	виконано
8	Захист	грудень	

Студент _____ Теслюк В. В.

Керівник роботи _____ Іванова Л.С.

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Козич І. В.

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: 43 сторінки, 7 таблиць, 26 джерела, 3 додатки.

Мета. Визначити, теоретично обґрунтувати й експериментально перевірити засоби формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти.

Об'єкт дослідження. професійний імідж майбутнього викладача.

Предмет дослідження. процес формування професійного іміджу майбутнього викладача в умовах ВНЗ.

Теоретичне значення роботи полягає в тому, що представлено характеристику базових понять дослідження з проблем іміджу; проаналізовано історичний процес розвитку проблеми іміджу; теоретично обґрунтовано вплив засобів на формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти.

Практичне значення полягає у виокремленні засобів формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти.

ІМІДЖ, ПРОФЕСІЙНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ІМІДЖ, ОБРАЗ, ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ, МАЙБУТНІЙ ВИКЛАДАЧ, ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ, ОСВІТНІЙ ПРОЦЕС.

SUMMARY

Teslyuk V.V. Formation of the Professional Image of Future Teachers of Higher Education Institutions.

The qualification work consists of an introduction, 2 parts, conclusions, a list of references (26 items), 7 tables.

The formation of modern students' professional, social, and communicative competences, the establishment of moral values, civic activity and responsibility are important tasks of modern higher education. This is emphasized in the program documents of the education development strategy of Ukraine and the Law of Ukraine «About Higher Education». However, at the same time, the main strategic tasks facing higher education institutions are the training of competitive specialists who have a certain competence in creating an image and have the knowledge and skills to create an image. This is what necessitates the need to develop approaches and means for image-logical training of future specialists. What is in the scientific literature is determined by the professional image. Therefore, an integral sign of a specialist's professionalism is his image. The formation of the image of future financiers is of decisive importance in the educational process of a higher education institution.

The purpose of the study: to determine, theoretically substantiate and experimentally verify the means of forming the professional image of a future teacher in the educational process of a higher education institution.

Object of study. Professional image of the future teacher.

Subject of study. The process of forming the professional image of a future teacher in the conditions of a university.

The theoretical significance of the work is that it presents a description of the basic concepts of research on image problems; the historical process of image problem development is analyzed; the influence of means on the formation of the professional image of the future financier in the educational process of a higher education institution is theoretically substantiated.

The practical significance lies in identifying the means of forming the professional image of a future teacher in the educational process of a higher education institution.

The research tasks:

1. Determine the theoretical foundations of the concept of image and the problems of forming the professional image of a future teacher of a professional college based on the analysis of theoretical and methodological works of domestic and foreign authors.

2. To analyze the principles of formation of the professional image of the future teacher.

3. Determine the problems of forming the professional image of the future teacher

4. Experimentally check the level of formation of the professional image of the future teacher in the educational process of the higher education institution.

The part 1 «Theoretical basis of formation professional image of the future teacher v the educational process of the institution of higher education» represents the essence and analysis of the main concepts of image problems, the concept of professional and pedagogical image, its types and functions as well as the principles of forming the professional image of a future teacher.

The part 2 «Methodological principles and organization empirical research of the level of formation image of future teachers of higher education institutions» considers organization of the procedure for conducting empirical research on forming the professional image of a future teacher in the educational process of a higher education institution.

Keywords: image, professional and pedagogical image, image, professional activity, future teacher, institution of higher education, educational process.

ЗМІСТ

Вступ.....	8
Розділ 1. Теоретичні основи формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі	11
1.1. Сутність та аналіз основних понять з проблем іміджу.....	11
1.2. Поняття професійно-педагогічного іміджу, його види та функції.....	19
1.3. Принципи формування професійного іміджу майбутнього викладача....	30
Розділ 2. Методичні засади та організація емпіричного дослідження рівня сформованості іміджу майбутніх викладачів закладів вищої освіти.....	40
2.1. Організація процедури проведення емпіричного дослідження.....	40
2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження.....	44
Висновки.....	49
Список використаних джерел.....	51
Додатки.....	54

ВСТУП

Важливими завданнями сучасної вищої освіти є формування у сучасних студентів професійної, соціальної, комунікативної компетентностей, утвердження моральних цінностей, громадянської активності та відповідальності. На цьому акцентовано в програмних документах стратегії розвитку освіти України та Законі України «Про вищу освіту». Проте одночасно з цим, головними стратегічними завданнями, що стоять перед закладами вищої освіти постає підготовка конкурентоспроможних фахівців, які мають певну компетентність в створенні іміджу та мають знання та навички побудови іміджу. Саме це потребує необхідність розробки підходів та засобів іміджелогічної підготовки майбутніх фахівців. Те, що в науковій літературі визначається професійним іміджем. Відтак невід'ємною ознакою професіоналізму фахівця стає його імідж. Визначального значення формування іміджу майбутніх фінансистів набуває в освітньому процесі закладу вищої освіти.

Цілеспрямовано сформований імідж акцентує якості людини, створює ореол привабливості, що дозволяє йому привернути увагу до себе і встановити доброзичливі стосунки в професійній середовищі.

Дослідженню проблем іміджу приділяють велику увагу зарубіжні і вітчизняні науковці.

Окремі аспекти формування професійного іміджу фахівця висвітлено науковцями, які досліджували проблему індивідуальності (Б. Ананьєв, В. Мерлін, С. Рубінштейн); особливості становлення Я-концепції (Р. Бернс, А. Маслоу); специфіку сприйняття людини людиною та соціальної перцепції (О. Бодальов, Л. Божовіч, Л. Виготський); свідомості людини, яка формується, розвивається і проявляється в діяльності (Б. Ананьєв, О. Леонт'єв, О. Лурія, В. М'ясищев, С. Рубінштейн та ін.).

Питання професійного фахівця розкрито в дослідженнях українських

науковців Т. Демчук, Т. Довгої, В. Зінченко, І. Ковальової, А. Кононенко, Л. Мартинець, М. Навроцької, О. Нуйкіна, О. Попової, Н. Савченко та ін., зокрема проблемі його формування присвячено праці О. Горovenко, О. Грейліх, Ю. Дзядевич, Л. Донської, О. Ігнатюк, О. Калюжного, О. Ковальової, Л. Ковальчук та ін.

Суть поняття «імідж» представлено в роботах у роботах І. Альошиної, М. Вудкока, Ф. Кузіна, М. Мазоренко, Д. Френсіса, В. Шепель.

Формування іміджу майбутнього фахівця на основі «професійного образу Я» представлено у роботах І. Володарської, Н. Гузія, А. Морозової, С. Панчук, О. Чебикіна.

Психологічні складові індивідуального іміджу і особливості процесу формування було розглянуто А. Панфіловою, О. Перелигіною, Н. Самоукіною.

Зв'язок іміджу з професійною діяльністю підкреслюють П. Берд, Л. Браун, Д. Фатихова, О. Панасюк, Г. Почепцов, Т. Демчук, Т. Довга, В. Зінченко, В. Ісаченко, Н. Прус, Л. Мартинець.

Аналіз наукових джерел дозволяє стверджувати, що предметом уваги науковців є процес формування професійного іміджу. Професійний імідж розглядається як складний міжнауковий концепт, який передбачає процес створення образу професійної діяльності, розвивається у цій діяльності та є фактором вдосконалення. Але суспільство в епоху постмодерна висуває нові вимоги до фахівця, його здатності змінюватися, що посилює роль іміджу в глобальному інформаційному просторі та потребує уточнення поняття «професійний імідж» та визначення основних структурних компонентів та засобів його формування.

На наш погляд, існує недостатня кількість досліджень, які присвячені процесу формування професійного іміджу майбутніх викладачів у вищих навчальних закладах. Саме це зумовили вибір теми дослідження «Особливості формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої».

Об'єкт дослідження: професійний імідж майбутнього викладача.

Предмет дослідження: процес формування професійного іміджу майбутнього викладача в умовах ВНЗ.

Мета дослідження: визначити, теоретично обґрунтувати й експериментально перевірити засоби формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

1. Визначити теоретичні засади поняття імідж та проблеми формування професійного іміджу майбутнього викладача професійного коледжу на основі аналізу теоретико-методологічних робіт вітчизняних та зарубіжних авторів.

2. Проаналізувати принципи формування професійного іміджу майбутнього викладача.

3. Визначити проблеми формування професійного іміджу майбутнього викладача

4. Експериментально перевірити рівень сформованості професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої.

Для розв'язання поставлених завдань були використані наступні методи дослідження: теоретичні (категоріальний аналіз, синтез, порівняння, узагальнення); емпіричні (анкетування, спостереження, опитування, тестування, інтерв'ювання).

Теоретичне значення роботи полягає у тому що, представлено характеристику базових понять дослідження з проблем іміджу; проаналізовано історичний процес розвитку проблеми іміджу; теоретично обґрунтовано вплив засобів на формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти.

Практичне значення полягає у виокремленні засобів формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНЬОГО ВИКЛАДАЧА В ОСВІТНЬОМУ ПРОЦЕСІ

1.1. Сутність та аналіз основних понять з проблем іміджу

Сучасний етап розвитку наук про людину характеризується підвищенням інтересу до проблеми формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти. До неї звертаються філософи, психологи, соціологи, фахівці з етики, естетики, паблік рілейшнз, іміджології тощо.

Специфіка досліджуваної теми потребує на початковому етапі дослідження проведення категорійного аналізу базових понять дослідження, серед яких «імідж», «образ», «іміджмейкер», «іміджмейкінг», «іміджологія», «паблік рілейшнз», «пабліситі» та інші.

На думку Аристотеля, окреслене завдання потребує дотримання цілого комплексу умов: «знайти оті [властивості], які знаходяться в суті [визначеної речі]; розташувати їх в такому порядку, щоб перше було на першому, [друге] – на другому місці; мати їх усі [20, с. 10]». У ході його реалізації встановлюються зв'язки між самим поняттям та ключовими словами, що його характеризують. Тому, сутність поняття – «це аналіз і синтез, це – єдина річ не в силу [зовнішнього] зв'язку..., а в силу єдності [предмета] [20, с. 12]».

Логіка дослідження спонукає звернутися, передусім, до аналізу поняття «імідж», оскільки саме воно є ключовим у досліджуваній нами проблемі.

Перші свідчення про вивчення іміджу присутні у працях античних філософів, у творах мислителів Середньовіччя та Епохи Відродження, філософів Нового Часу. Видатний політичний діяч та полководець Юлій Цезар міг дуже вміло керувати народними масами та заручатися їх підтримкою. Блискучий оратор Стародавнього Риму, Цицерон, вважав, що для впливу на

поведінку людей, необхідно вивчати їх інтереси та вподобання [22, с. 46].

Одним з перших теоретиків іміджу вважається Нікколо Макіавеллі, який у праці «Государ» надав науково-прикладне обґрунтування важливості феномену «іміджу» та довів, що «образ-маска» має важливе значення для державного діяча. Філософи Ф. Бекон та М. Монтень звертали увагу на роль враження, яке справляє людина на інших, його значення для суспільного життя та побудови міжособистісних відносин. Зовнішній образ вивчали А.Шопенгауер та Ч. Дарвін, а Ф. Ніцше стверджував, що кожний геній носить маску [22, с. 51].

Власне сам термін «імідж» з'явився лише на початку ХХ століття в США. Економічний спад, який розпочався в цей період у країні, зумовив зростання незадоволеності у суспільстві та значною мірою вплинув на розвиток міжнародних відносин. Негативний образ країни почав заважати розвитку бізнесу. Таким чином, перші іміджмейкери отримали чітке завдання: створити позитивний імідж країни, який зміг би завоювати міжнародну спільноту та стати стандартом для всього світу. З цією метою було розроблено «імідж-стандарт» президента країни та першої леді. Саме тоді з'явилося поняття «американський спосіб життя», виникла філософія іміджмейкерів «завоювати увесь світ», і взагалі - було розроблено перші технології формування особистого іміджу. Спочатку термін «імідж» використовувався в підприємстві та економіці як засіб психологічного впливу на споживача, а в рекламі – для диференціації товарів. Згодом виникла потреба диференціації суспільних та політичних діячів. Таким чином, поняття «імідж» почали використовувати не тільки з метою реклами товарів та послуг, тобто об'єктів суспільного життя, але й для формування в свідомості мас певного ставлення до окремих суб'єктів [17, с. 45].

Сьогодні термін «імідж» є досить популярним, хоча й містить деяку сформовану, не без впливу засобів масової інформації, поверховість, що звужує це поняття до шляхів оформлення зовнішності. Перша згадка про імідж у рекламній діяльності датується 1960р. і пов'язана з ім'ям Д. Огієві, який

обґрунтував «Теорію іміджу» в умовах насичення ринку товарами та потреб його збуту. Її основний зміст виражає постулат: для успішної реалізації необхідною є не стільки інформація щодо специфічних функціональних якостей товару, скільки щодо оснащення його привабливим для цільової аудиторії ореолом чи позитивним іміджем [17, с. 47].

Ю. Палеха наголошує на тому, що термін «імідж» не вживався у мовній практиці вітчизняних науковців до 1992 року, що призвело до спрощеного сприйняття даного поняття, яке обумовлене невизначеністю наукового апарату, відсутністю теоретичного та практичного обґрунтування категоріальних ознак терміну «імідж» [20, с. 94].

На думку професора В. Королько, поняття «імідж» походить від латинського *imago*, що пов'язане з латинським словом *imitari*, тобто «імітувати». «Відповідно до тлумачного словника Вебстера імідж – це штучна імітація або подання зовнішньої форми будь-якого об'єкта, особливо особи. Імідж – мислене уявлення про людину, товар чи інститут, яке цілеспрямовано формується в масовій свідомості за допомогою публіситі, реклами чи пропаганди [16, с. 65]».

Враховуючи, що слово «імідж» є словом іншомовного походження, деякі науковці, звертаючись до словників, вказують на використання прямого перекладу слова «імідж» з англійської мови: «Образ, зображення, відображення, подоба [15; 21; 24]».

У «Великому тлумачному словнику сучасної української мови» за редакцією В. Бусла: «Імідж – рекламний, представницький образ кого-небудь (напр., громадського діяча), що створюється для населення [6, с.327]».

Професор Г. Почепцов зазначає, що: «Імідж – це знакові характеристики, що містять форму і зміст, зовнішні ознаки, які відсилають нас до змістових характеристик даного іміджу [22, с. 7]».

П. Берд тлумачить імідж як сприймання людини іншими. «Це повна картинка, яку особистість подає іншим. Вона включає зовнішній вигляд, якість мови, одяг, дії, відповідні вміння, поставу і мову тіла, аксесуари, оточення і

компанію, яку підтримує особистість [12]».

У своїх дослідженнях вітчизняний науковець Л.М. Синельникова зазначає, що: «Імідж – це цілеспрямований образ, зовнішній вигляд кого-небудь чи чого-небудь, знак суспільної особистості, який повинен сприяти її ефективній діяльності і вигідно відрізнити від інших» [24, с. 124]. Покликаючись на роботу О. Іссерс, вона доповнює, що: «Сучасне розуміння іміджу припускає динаміку у співвідношенні реальних якостей особистості і змодельованих, обумовлених рольовою настановою» [22, с. 125]».

Н. Норіцина говорить, що «Імідж – це цілеспрямовано сформований образ людини або організації, поданий у концентрованій формі. Сприймаючи або не сприймаючи цей імідж, ми будуємо свої відносини з такою людиною чи організацією. Імідж є наслідком намагання людини спростити сприйняття дійсності, продуктом опрацювання значних масивів інформації. ... Імідж є найефективнішою формою подання повідомлення, здатною створити у цільовій аудиторії саме таке сприйняття, яке необхідне для досягнення конкретних цілей [20, с. 80]».

О. Бріза та Г. Ейтвін розглядають імідж як образ, який людина створює своїм виглядом, своєю зовнішністю і поведінкою [13, с. 33].

Ми погоджуємося з думкою В. Шепеля, що: «Імідж – сукупне поняття. Це – вигляд, тобто та форма життєпроявів людини, завдяки якій «на люди» виставляються найсильніші особистісно-ділові якості. Серед пріоритетних слід визнати вихованість, ерудицію, професіоналізм [21, с. 78]».

Отже, імідж як загальнонаукова категорія характеризує той образ, що виникає у сприйнятті інших людей, причому не тільки візуальний, а й образ мислення, дій, вчинків, тобто уявлення про людину в цілому.

Дуже схожі визначення має поняття «імідж особистості».

Соціолог Д. Ягер зауважує, що імідж складається з усієї сукупності рис, зовнішнього вигляду, мови, манери поведінки людини. На його думку, імідж – це мистецтво «керувати враженням». Окрім соціально-психологічних характеристик, науковець вносить до свого визначення зовнішні дані

особистості [16, с. 211].

Зазначене вище дає підстави вважати, що ключовою категорійною ознакою поняття іншомовного походження «імідж» є українське слово «образ». Вони, як наслідок, можуть вживатися і вживаються у різних галузях наукових знань у синонімічному значенні. Такий висновок є підґрунтям для проведення багатоаспектного аналізу поняття «імідж» через поняття «образ».

Отже, стає зрозумілим, що саме сутність іміджу/образу стає інструментом інформування, дій і впливу в прагматичній комунікації, завдяки таким якостям, як семіотична спроможність до кодифікації реальності, символічність, інформативність, соціальна і ціннісна орієнтованість, емоційність, здатність до регулярного відтворення в комунікативних ситуаціях та закріплення в свідомості індивідуумів і соціуму в цілому, яка дозволяє віртуалізувати інформаційний простір і керувати потребами людини.

У «Психологічному словнику» образ трактується як суб'єктивна представленість предметів оточуючого світу, обумовлена як ознаками, що чуттєво сприймаються, так і гіпотетичними конструктами. Являючи собою основу для реалізації практичних дій щодо оволодіння оточуючим світом, образ також визначається характером цих дій, у процесі яких початковий образ видозмінюється, якнайбільше вдовольняючи практичні потреби [6, с. 311].

В. Зазикін розуміє імідж як «особливий психічний образ, що дуже або певним чином впливає на емоції, поведінку та ставлення особистості, групи» [11, с. 41].

На нашу думку, таке тлумачення образу фіксує суб'єктивну нестійкість останнього, звертаючи увагу на різницю у сприйманні одного й того ж предмета оточуючого світу різними індивідуумами, що на перший погляд може означати наявність у свідомості різних людей різних картин світу. Таке тлумачення має двосторонній характер: з одного боку, світ для кожного з нас є неповторним у відчуттях, проте з іншого – напевно, в кожного з нас наявна константа сприйняття одного й того ж предмета чи явища дійсності, яка допомагає відчувати цілісність світу і відповідно дозволяє здійснювати процес

комунікації хоча б у формі оцінки та використання об'єктів/суб'єктів оточуючої дійсності.

У звичайних умовах імідж об'єктів створюється в масовій свідомості стихійно, проте допускається можливість його свідомого конструювання. У цьому випадку заслуговують на увагу реклама і зв'язки з громадськістю як основні людські практики, що реалізують ідею цілеспрямованого створення іміджу. Особливо широке застосування у такій практиці знаходить тип іміджу, який експлуатує людське прагнення до соціальної самоідентифікації. Такий імідж перетворює звичайну річ в уяві споживачів в знак належності до певної соціальної групи і тим самим підштовхує до бажання володіти для підтвердження власного соціального статусу.

Розробкою фундаментальних засад створення, проявів, трансформації, реалізації, оновлення іміджу займається наука – іміджологія. «Як синтез багатьох дисциплін іміджологія – це наука про становлення і формування певних механізмів, методів, засобів, технологічних процедур і форм впливу на людей з метою усвідомлення ними необхідності самовдосконалення, вироблення бажаних рис і характеру поведінки в суспільстві, державі, установі, групі. Специфіка іміджології полягає саме в її інтегративному характері, в орієнтації на буття та діяльність людини й суспільства як цілісних феноменів», – відзначає у своїх дослідженнях Ю. Палеха [20, с. 217].

Н. Барна у своїх працях відзначає: «Іміджологія – наука, що вивчає проблеми формування і створення в суспільній свідомості образів суспільних інститутів (держави, політичних партій, організації, установ) та окремих політичних лідерів, виробляє сукупність прийомів, технологій і засобів формування в суспільній свідомості відповідних образів реальних суб'єктів політики [3, с. 38]».

Проведений категорійний аналіз показав, що іміджмейкінг як зв'язаний з іміджем самостійний напрям діяльності в межах загальної системи публік рілейшнз, постає, як важлива складова довготривалого існування у людському суспільстві [3; 5; 7; 14; 18]. У традиційному розумінні публік рілейшнз пов'язані

з формуванням іміджу компанії (організації, політичної партії тощо) й роботою над її популярністю. На сучасному етапі розвитку суспільства наявна велика кількість технологій і прийомів управління іміджем: символізацією зовнішнього образу ПР-об'єкта, привертанням і утриманням уваги публіки на його виграшних характеристиках всупереч іншим, попередженням та швидким реагуванням на прояви негативних оголошень щодо об'єкта в засобах масової інформації шляхом розповсюдження зручної альтернативної інформації тощо. Основною умовою їх ефективного застосування є планування, комплексність, злагодженість і безперервність дій. Саме іміджмейкінг забезпечує іміджу необхідний кредит довіри з боку суспільства для утримання раніше досягнутої мети у складних ринкових умовах [16, с.311].

Виходячи з мети нашого дослідження, ми відзначаємо, що імідж – це цілісний, якісно визначений, стійкий та поновлений в масовій і/чи індивідуальній свідомості образ даного об'єкта, який створюється з метою трансформації його в суспільство. Імідж виникає і коректується в результаті сприйняття і одночасного відфільтрування зовнішньої інформації про даний об'єкт крізь діючі стереотипи. У ролі власника іміджу може виступати будь-який об'єкт оточуючої дійсності. Імідж соціально обумовлений і виконує ряд важливих функцій, що виражені в наступному:

- 1) імідж виявляє своє існування тільки в умовах суспільства;
- 2) суб'єктом іміджу виступає людина як продукт суспільства – людина соціальна;
- 3) загальні характеристики іміджу того чи іншого об'єкта залежать не тільки від самого об'єкта, але й від особливостей конкретного суспільства, в якому цей імідж формується - від його цінностей, норм, традицій, установок і т.п.

Професійна діяльність фахівця у сфері фінансів здійснюється у різних установах: банках, казначействах, державних і приватних підприємствах, контрольно-ревізійних управліннях, податкових інституціях та ін. Не викликає жодного сумніву те, що кожна із таких установ потребує справжнього

професіонала, знавця своєї справи.

У нових соціально-економічних умовах розвитку України особливий інтерес викликають ще недостатньо досліджені проблеми формування і розвитку майбутнього спеціаліста, які власне і мають визначати імідж фахівця нової формації. Оскільки досягнення певного бажаного рівня його розвитку являє собою основну мету навчально-виховного процесу професійної підготовки спеціалістів, без їх дослідження неможливо забезпечити ефективне проектування змісту, технологій і організації навчання і виховання майбутнього фахівця. Під професійним іміджем майбутнього викладача ми розуміємо образ, що формується й відтворюється у процесі професійної фінансово-економічної діяльності та максимально забезпечує реалізацію основної мети професійної діяльності особистості, а саме: всебічне сприяння стабільному поступальному розвитку фінансово-економічної системи держави, а також забезпечує моральну та матеріальну самореалізацію особистості.

Отже, імідж – це складна суб'єктивна категорія, в основі якої завжди знаходиться оціночний компонент. Імідж завжди створюється з певною метою та на його формування завжди впливає суспільна думка.

Проаналізувавши визначення поняття «іміджу особистості», можемо зробити висновок про відсутність єдиного, чіткого його визначення. Так, психологія акцентує увагу лише на властивостях особистості, в соціології імідж розглядається з точки зору стереотипів, що існують у суспільстві, філософію цікавить успішна презентація якостей суб'єкта, а в політичній науці імідж розглядається як конкурентоспроможний феномен.

Враховуючи вищезазначені тлумачення цього поняття, ми будемо розуміти імідж особистості, як сукупний суб'єктивний образ, уявлення, що виникає в інших про певну особу на основі її зовнішніх і внутрішніх характеристик та формує певне ставлення до неї.

Таким чином, імідж особистості є складним, багатогранним утворенням, що розкриває унікальність і неповторність особистості та має свою структуру. Н Прус виділяє два основні складники іміджу: внутрішній та зовнішній.

Внутрішній складник включає особистісні та моральні якості, ціннісні орієнтації, мотиви, установки, творчий потенціал, що сприяють формуванню особистісного іміджу. Компоненти, які орієнтовані на сприйняття оточуючими, утворюють зовнішній імідж, що формується різноманітними засобами зовнішньої виразності. Зовнішній вигляд, вираз обличчя, міміка, жести, пози, голос, тональність, тембр, темп мови, паузи, сміх надають багато інформації про особу. Не менш значну роль в отриманні цілісного образу відіграють писемне та усне мовлення (вербальний канал), а також запахи, аромати, стиль життя, середовище, соціальне оточення, ідеологія особистості [23, с. 137].

Визначені методологічні основи та категорійний апарат окресленої проблеми дають можливість для більш глибокого наукового дослідження історичних етапів формування іміджу, його природи, умов розвитку та стабілізації, визначення перспектив існування.

1.2. Поняття професійно-педагогічного іміджу, його види та функції

Освіта посідає одне з провідних місць серед цінностей життя. Однак на сьогоднішній день вона зазнає значних змін, адже зростає увага до професійної діяльності педагога, і власне від його особистості та рівня професійної підготовки залежить якість навчально-виховного процесу. Педагогом не тільки передаються знання та досвід, він також і учить власним прикладом, допомагає у пізнанні життя, він стає справжнім другом і наставником, сприяє розвитку та становленню особистості, її духовності та національної гідності, готує молоде покоління до життя в суспільстві, впливає на формування поглядів, поведінки, навчає бути вихованими, любити себе та оточення. Сучасний педагог повинен не тільки знати свій предмет, вміти його викладати, а й бути ерудованою, освіченою, висококультурною, привабливою особистістю, яка прагне постійного саморозвитку, володіє технікою самопрезентації та постійно працює над створенням власного позитивного професійного іміджу.

Щодо іміджу педагога, то він як предмет спеціальних досліджень став лише у XX столітті. В той же час, вже на ранніх етапах усвідомлення сутності професії вчителя та її суспільної значущості, образу педагога, його професійним характеристикам та особистісним якостям була приділена значна увага. Так, за періоду Давньогрецької держави вчитель повинен був служити добру, істині, красі, бути прекрасним оратором, вмів вести бесіди та вчив інших бути цікавими співрозмовниками. До основних характеристик постаті тогочасного педагога відносили інтелект, артистизм, дотепність, організаторські якості [18; 24]. У стародавньому Римі основна мета навчання полягала у підготовці дитини до суспільної, військової і господарської діяльності, а найважливіше завдання виховання – підготувати римського громадянина, готового пожертвувати всім заради своєї держави, свого роду. Ідеальним ритором-філософом того часу була всебічно розвинута людина, яка мала динамічний розум та була досить впливовою людиною, що брала активну участь в суспільному та політичному житті країни [24, с. 127].

Особистості вчителя увагу приділяли і в епоху Середньовіччя. За цього періоду образ вчителя подавався крізь призму розуміння церквою його ролі. Через схоластику, метою якої було примирення віри й розуму, релігії та науки, визначався увесь навчально-виховний процес. Тому за Середньовіччя образ педагога мав дещо негативний відтінок. Він поставав суворим та досить жорстоким, не цурався покарань за погані успіхи, порушення дисципліни й церковних інструкцій [14, с. 153].

Аналізуючи педагогічні ідеї Київської Русі, зауважимо, що після прийняття християнства розпочався період розвитку освіти і шкільництва, а образ педагога поступово набув особливої значущості. «Князь Ярослав Мудрий наставляв учителів вчити та любити всіх дітей однаково, бути благочестивими, розсудливими, смиренними, мудрими та лагідними, не заздрісними, не п'яницями, не хабарниками, в усьому – взірцем добрих справ» [14, с. 154]. Вище досягнення педагогічної думки Київської Русі – це «Повчання дітям» Володимира Мономаха, в якому обґрунтовувалася необхідність переходу від

релігійно-аскетичного виховання до виховання, пов'язаного з практичними потребами людини. «У своєму творі мислитель наголошує на тому, що дитину треба виховувати добрими справами, та звертає увагу на важливість прикладу старших. Тому визначення вихователя як прикладу для наслідування стає основною характеристикою його образу» [25].

За епохи Відродження у Західній та Центральній Європі прийшли революційні перевороти в науці, розвиток математики, механіки, астрономії, географії, літератури, виникнення книгодрукування в Європі, відкриття Америки. Для цього періоду характерним є звільнення від впливу церкви та відхід від релігійно-догматичного світогляду. Е. Роттердамським у своїй праці «Жорстокі вчителі» наголошував на тому, що «перший крок на шляху до освіти – це повага та симпатія до вчителя та підкреслював, що вчитель своїми прийомами не повинен відбити у дитини бажання вчитися, а, навпаки, повинен прищеплювати любов до навчання та науки» [9, с. 67]. Філософ звертав увагу на те, що «дитина зможе полюбити свого наставника, якщо відчуватиме любов до навчання, до освіти» [8, с. 68].

Видатний філософ, педагог-новатор, Я. Коменський – робить вчителя однією з ключових фігур педагогічного процесу. У своїй книзі «Про вигнання з шкіл відсталості» педагог-гуманіст писав, що «не можна доручати справу виховання жодній неосвіченій людині, а тим більше людині не певній у моральному відношенні, чиє благочестя і совість сумнівні» [8, с. 15]. З його точки зору, вчитель повинен залишатися справжнім прикладом для своїх вихованців і тому педагога виставляв достатньо високі вимоги до вчителів та чітко формулював якості, які будуть сприяти формуванню образу справжнього педагога. На думку Я. Коменського, вчитель, насамперед, повинен бути чесним, працьовитим, наполегливим, релігійним, повинен любити дітей та ставитися до них з добротою, повагою, бути не тільки керівником, але й другом, прикладом для наслідування. Філософ ставив перед учителями того часу триєдине завдання: вчитель повинен знати, чому навчати, вчитель повинен вміти та хотіти навчати.

Епоха Просвітництва стала часом інтенсивних пошуків та вирішення багатьох педагогічних проблем. «У цей період освіти починають вважати основою процвітання держави, а виховання – важливою рушійною силою досягнення рівності, свободи, надається більш детальна конкретизація вимог щодо постаті педагога-вихователя» [1, с. 47]. Педагогами-гуманістами цього періоду основна увага в образі педагога приділялася його внутрішнім компонентам та професійним якостям, наголошувалося на тому, що педагог повинен любити дітей, бути високоморальним, вихованим, особистістю, яка вміє навчати, володіє педагогічними прийомами та методами роботи з учнями.

Швейцарський педагог Й. Песталоцці стверджував, що «вчителем має бути не просто освічена людина, а людина, що, насамперед, щиро любить дітей, що в процесі будови навчально-виховного процесу урахує знання про фізичні та психічні особливості учнів» [1, с. 49]. На його думку «вчитель повинен бути взірцем для дітей, гідним прикладом для наслідування» [1, с. 50]. Тільки такі якості «як кмітливість, життєрадісність, скромність та моральна чистота здатні завоювати симпатії дітей, їх любов та повагу» [1, с. 53].

А. Дістервегом у «Посібнику до освіти німецьких учителів» викладено багато важливих для вчителя порад і рекомендацій відносно його самоосвіти, вдосконалення своєї спеціальності, систематичного вивчення педагогіки й методики. З позиції філософа, саме вчитель відіграє вирішальну роль у навчально-виховному процесі, і тому повинен бути добросовісним, високоосвіченим, гуманним, добрим, обережним, досконало знати свій предмет, постійно працювати над собою, дбайливо ставитися до дітей [1, с. 76].

Важливо є роль у розвитку вітчизняної освіти теоретика та педагога Феофана Прокоповича. У його творі «О риторическом искусстве» висловлено цінні думки щодо постаті педагога в навчальному процесі. До визначних ознак образу вчителя він відносив «ораторський хист, здатність викликати емоційну відповідь на викладання матеріалів різних дисциплін» [1, с. 80]. Відомий український педагог та філософ Г. Сковорода закликав «виховувати молодь на засадах любові та гуманізму, а серед основних рис педагога він виділяв любов і

повагу до особистості учня, гідність, безкомпромісність, чесність, служіння добру. Безмежна любов до вихованців в нього поєднувалась з великою вимогливістю до них» [1, с. 81]. Провідною називав роль вчителя Т. Шевченко, і саме вчитель повинен мати за мету служіння народу. Вчений-педагог О. Духнович назвав у свій час учителів «просвітителями народу» та висував до них високі вимоги. На його думку, «вчитель повинен мати справжнє покликання до професії, добре знати свій предмет, бути високоморальним, уміти працювати з дітьми, не замикатися в рамках своєї професії, а поширювати знання серед усього народу» [1, с. 83].

К. Ушинський – один з найавторитетніших педагогів ХІХ століття, основоположник наукової вітчизняної педагогіки – наголошував на тому, що особа вчителя – це все у справі виховання, тому він повинен бути всебічно підготовленим до вчительської роботи. На думку педагога, «вчитель має любити свою професію, володіти педагогічним тактом та завжди удосконалювати своєю майстерність» [12]. Щодо професійного аспекту діяльності, педагогу «важливо знати свою справу, чітко уявляти мету педагогічного процесу, мати високу практичну підготовку, володіти методикою навчання й виховання, уміти викладати свої знання визначено і точно, бути не тільки хорошим викладачем, але й умілим вихователем» [12]. Педагог звертав увагу на те, що «...якщо вихователь як за своєю освітою, так і за характером, відповідає високому покликанню педагога, то заклад в його руках може досягти досконалості» [12].

Активною громадською діячкою періоду української революції, першою жінкою-теоретиком педагогіки була С. Русова. Вона вважала педагога центральною постаттю в навчально-виховному процесі. «Тільки щасливий, не змучений тяжким життям, вільний вчитель зможе стати більш корисним в освітньому процесі» [13, с. 34]. Педагогиня чітко сформулювала вимоги до справжнього вчителя, який «має бути митцем, носієм правди і науки» [13, с.35-36].

Високо оцінювалася роль учителя в суспільстві українським педагогом-

гуманістом А. Макаренко. Він називав учителя «інженером дитячих душ», в вважав, що «кожен учитель-вихователь може володіти педагогічною майстерністю, повинен мати добру загальноосвітню, професійну і педагогічну підготовку; бути ініціативним, активним, енергійним і життєрадісним, гуманним і чуйним товаришем і другом, вимогливим до себе й вихованців, працювати творчо; уміти аналізувати свою роботу і вивчати досвід роботи товаришів; мати педагогічний такт; володіти певними акторськими здібностями» [14, с. 153].

Великою є заслуга в розробці педагогічної культури та іміджу вчителя видатного педагога сучасності В. Сухомлинського. В його творах «Серце віддаю дітям», «Павлівська середня школа», «Як виховати справжню людину», «Розмова з молодим директором школи», «Сто порад учителеві», чітко вимальовано образ ідеального педагога. В. Сухомлинський вважав, що педагог «повинен вірити в успішність виховання дітей, бути чуйним, турботливим, розуміти світ дитинства, володіти собою, стримувати збудження й роздратування. Надзвичайно важливе значення в професійному становленні вчителя мають «його ідейно-політичні й моральні якості, любов до дітей, наполегливість, вимогливість і педагогічний такт».

У другій половині ХХ століття педагогічною наукою приділяється все більше уваги педагогу, його зовнішній привабливості, внутрішній відповідності професії, моральним цінностям та нормам поведінки. Було проведено спеціальні дослідження та розроблено нові підходи до формування індивідуального іміджу. У зв'язку із загальною переорієнтацією освіти, професійний імідж педагога здобув неабиякої значущості і набуло поширення поняття «педагогічний імідж».

Так, О. Грейліхом було запропоновано розглядати педагогічний імідж як «полісемічну категорію, що характеризує стиль професійно-педагогічної діяльності, манеру спілкування, вміння індивідуалізувати свій образ, надавати йому естетичної виразності. Суспільство породжує вимоги до професійного іміджу педагога, але такі якості, як любов до дітей, студентів, високий

професіоналізм, доброта, щирість, вміння спілкуватися залишаються незмінними» [8, с. 14].

Т. Довга визначає імідж педагога як «образ-уяву системи його внутрішнього, зовнішнього та процесуального компонентів, що виражені в індивідуальному стилі діяльності вчителя та виявляються через фізичний вигляд, мову, виразність дій, міміки в сукупності з естетичним оформленням (одягом, зачіскою, макіяжем та іншими атрибутами зовнішності), а також через предметно-просторове середовище виконання його професійної діяльності» [9, с. 66].

В. Ісаченко педагогічний імідж розуміє як «компонент культури педагогічної діяльності, який зумовлює успішність професійної діяльності педагога, бо дозволяє йому краще виявити особистісні та ділові якості» [12]. На її думку, індивідуальний імідж – це «система особистісних якостей педагога (толерантність, фактичність, доброзичливість, рефлексивність тощо) і психологічних засобів (вербальних та невербальних, методів спілкування, позицій, ролей) до яких цілеспрямовано удається педагог з метою отримання оптимального результату педагогічної діяльності» [12].

Н. Прус стверджує, що «імідж педагога – це така інтегральна характеристика, яка включає в себе сукупність зовнішніх і внутрішніх індивідуальних, особистісних, індивідуальних та професійних його якостей, що сприяють ефективності педагогічної діяльності» [23].

О. Поповою трактується індивідуальний імідж педагога як «імідж, що характерний для кожного педагога як особи. До нього входять індивідуально-особистісні характеристики, фізичні дані, установки педагога, самооцінка, зовнішній вигляд. До змісту індивідуального іміджу педагога відносяться деякі стійкі комунікативні установки, очікування та вимоги суспільства як до партнера зі спілкування в освітній взаємодії» [18, с. 116].

Н. Безрукова розуміє позитивний імідж педагога як «гармонійну сукупність зовнішніх та внутрішніх індивідуальних, особистісних і професійних якостей педагога, що демонструють його бажання, готовність та

здатність до суб'єкт-суб'єктного спілкування з учасниками освітнього процесу» [4].

Систематизуючи та узагальнюючи дефініції поняття «професійного іміджу педагога», можемо зробити висновок, що спільними для всіх цих визначень є такі положення:

1) імідж педагога - це стереотипізований образ, що виникає у свідомості окремої особи, певної групи або цілого суспільства;

2) професійний імідж є надбудовою, що створюється на основі особистісних якостей індивіда;

3) основними особистісними якостями педагога є гуманізм, любов до дітей, тактовність, стриманість, справедливість;

4) професійний імідж педагога зумовлюється професійними якостями, що формують позитивне враження про педагога як про справжнього фахівця: педагогічна майстерність, педагогічна ерудиція, педагогічна рефлексія, педагогічна етика, індивідуальний стиль роботи;

5) формування іміджу відбувається з урахуванням вимог та очікувань певної соціальної групи (учасників педагогічного процесу);

6) гармонійна сукупність зовнішніх і внутрішніх індивідуальних і професійних якостей, що виявляються у діях і поведінці представника педагогічної професії, зумовлює успішність професійної діяльності.

Професійний імідж педагога є результатом цілеспрямованої діяльності, що має на меті створити позитивне враження про його носія. Основою професійного іміджу педагога стає його особистісний імідж, який доповнюють професійні якості та професійні установки.

У рамках даного дослідження визначаємо імідж педагога як інтегральний образ, що поєднує в собі внутрішній світ, зовнішній вигляд і сформовані професійно значущі характеристики, утворюється у свідомості суб'єктів педагогічної взаємодії під час виконання професійно-педагогічних функцій і забезпечує індивідуальний стиль професійної педагогічної діяльності.

В умовах трансформації освітньої системи, провідним напрямом якої стає

побудова ефективної партнерської взаємодії учнів та викладачів, все більшої значущості набуває формування іміджу викладача закладу професійної освіти.

Сьогодні різні фактори впливають на формування професійного іміджу викладача. Слід відзначити, що основу становить сама особистість викладача, його моральні якості, характер. По-перше, в своїй професійній діяльності викладач спирається на конкретні вимоги, вирішує конкретні цілі, завдання, які ставить перед ним суспільство й освітня система: формувати систему наукових знань, умінь і навичок в учня коледжу; у процесі вивчення навчальної дисципліни формувати майбутнього спеціаліста як цілісну особистість, здатну до самореалізації. По-друге, викладач повинен чітко розуміти вимоги, очікування учнівської аудиторії та, в цілому, суспільства. По-третє, як представник певної професійної групи, педагогічного колективу, викладач має відповідати вимогам, що висуваються до нього з боку колег. Отже, вимоги з боку суспільства, професійної групи, колективу, учнівської аудиторії як зовнішньо, об'єктивно існуючі, накладаються на особистісні характеристики викладача і за умови відсутності конфлікту і суперечностей між ними, разом створюють основу для формування позитивного професійного іміджу [11, с. 76].

Л. Кайдалова, Н. Щокіна, Т. Вахрушева виділяють чотири структурні компонента педагогічного іміджу викладача:

- образ, що формується під час першої появи викладача в аудиторії та залишається в свідомості учнів, зовнішня складова (зовнішність, манери, хода, голос, міміка, одяг, зачіска);

- процесуальна складова (форма звернення, професіоналізм, енергійність, темперамент, виразність);

- внутрішня складова (інтелект, спосіб мислення, цілі та засоби їх досягнення, інтереси, ерудиція);

- позиція, установка, легенда – сприймаються позитивно лише за умови високого рівня психологічної та педагогічної культури особистості.

Близьку до цієї моделі професійного іміджу викладача закладу

професійної освіти надає Л. Донська, виділяючи такі компоненти:

- природний, що включає в себе зовнішні дані викладача, стать, вік, темперамент, характер;
- особистісний – комунікативні вміння, інтелектуальні здібності, вольові та моральні якості, особистісна привабливість;
- поведінка – в складних педагогічних ситуаціях, в соціумі, ставлення до країни, народу, суспільства, закладу професійної освіти, близьких, друзів, самого себе;
- професійний – це знання, вміння та навички викладача, його професійні якості, творчий та пізнавальний потенціал [21].

На думку Л. Іноземцевої, основними складовими іміджу викладача є такі елементи:

- фундамент –– принципи, філософія професіоналізму, що формують репутацію викладача;
- зовнішній імідж – те, як викладача сприймають оточуючі, суспільство, ЗМІ;
- внутрішній імідж – ставлення до навчального закладу, учнів, персоналу, колег і керівників;
- невловимий (невідчутний) імідж, що будується на відчуттях (ставлення до роботи, емоційний настрій), атмосфера навчального закладу [24, с. 125].

Вважаючи імідж інтегративною якістю особистості педагога, що забезпечує процес соціалізації через сукупний образ, який він подає суспільству, С. Якушева розглядає імідж через культуру і виділяє такі його компоненти:

- інтелектуальна культура (гнучкість мислення, розвиток професійної майстерності викладача, рефлексія);
- габітарна культура (психофізіологічні особливості, стиль одягу, культура зовнішнього вигляду);
- кінесична культура – особливості міміки та пантоміміки;
- мовна культура – особистісна культура, що передбачає почуття стилю,

розвинутий смак та ерудицію;

- культура середовища – соціальне та матеріальне оточення особистості;
- артистична культура – інтегрована якість особистості, що зумовлює єдність її загальної культури та артистизму [16, с. 311].

Таким чином, можемо зробити висновок, що науковці майже одностайні в тому, що основним складником іміджу викладача є його зовнішній вигляд. Саме візуальна картинка допомагає створити позитивне уявлення про особистість.

Візуальний образ доповнюється та розширюється невербальними засобами спілкування, до яких відносять рухи тіла (жести, міміка, пантоміміка), інші засоби зовнішньої передачі емоційної стану, за допомогою яких викладач може виражати свої почуття, ставлення до своєї роботи та ставлення до діяльності учнів. Крім того, виходячи з того, що мова викладача є особливим інструментом впливу, не менш важливу роль при створенні позитивного образу відіграє вербальна поведінка. Багатство його словникового запасу, лексична різноманітність, чіткість, простота висловлювань, зрозумілість пояснень, коректність і доцільність, почуття гумору зумовлюють успішність педагогічної комунікації.

Найбільш значущою характеристикою для формування професійного іміджу викладача є його професійна компетентність – «складний комплекс, який включає професійні знання, вміння, навички, готовність до діяльності, а також ціла низка професійно важливих особистісних якостей, таких як креативність, мобільність, комунікабельність, толерантність, чуйність, урівноваженість, доброзичливість, прагнення до самопізнання, саморозвитку і самореалізації, саморефлексії».

І ще одним важливим складником іміджу, який допомагає створити позитивний образ, є внутрішній світ викладача: культурний рівень, моральні якості, інтелект. Адже викладач повинен любити своїх вихованців, буди добрим, приятним, чарівним, різнобічно ерудованим, завжди залишатися другом, помічником, наставником, справжнім прикладом для наслідування.

Також культура поведінки відіграє вагомую роль у формуванні індивідуального образу, який стає фундаментом для успішної побудови професійного іміджу викладача закладу професійної освіти. Загальна культура викладача стає підґрунтям становлення його професійної культури, а однією з основних складових професійної культури та професійного саморозвитку викладача вважається педагогічна етика, яка проявляється в любові до своїх вихованців [16, с. 274].

Як бачимо, імідж викладача включає сукупність зовнішніх і внутрішніх особистісних і професійних якостей, які сприяють ефективній педагогічній діяльності. Для досягнення гармонійної сукупності всіх якостей, викладач закладу професійної освіти, перш за все, повинен усвідомлювати важливість побудови власного професійного іміджу. Усвідомленість таких намірів та дій не можлива без рефлексії, яка «забезпечує пізнання педагогом самого себе як професіонала, свого внутрішнього світу, аналіз власних думок і переживань у зв'язку з професійно-педагогічною діяльністю, роздуми про самого себе як особистість, усвідомлення того, як його сприймають і оцінюють інші суб'єкти навчального процесу...» [23, с. 137].

1.3. Загальна характеристика педагогічних умов формування іміджу фахівця

При формуванні іміджу фахівця обов'язково мають враховуватися особливості навчання, без чого не можливе успішне здійснення педагогічного впливу.

Найважливішим завданням виховного процесу у вищій школі є правильна орієнтація студентів на початковому періоді навчання, формулювання перед ними посильних завдань по підготовці до професійної діяльності. Керуючись тим, що імідж фахівця спирається на широке коло потреб, інтересів, ідеалів, установок людини, ми виділяємо цілу низку факторів,

що в першу чергу впливають на формування професійної спрямованості.

До факторів внутрішнього характеру можна віднести здібності студентів, їх інтереси, схильності та переконання. До зовнішніх ми відносимо вік, сімейний стан, суспільний престиж професії, соціальне середовище. Основні якості управлінської культури визначаються мотивами поведінки, що займають домінуюче становище в мотиваційній структурі особистості при виборі й оволодінні професією.

Враховуючи зазначене, вивчення педагогічних умов успішного формування імідж фахівця на початковому етапі навчання слід починати з характеристики основних мотивів, що спонукали студентів до вибору їх професії.

Мотиви вибору професії пов'язані з професійним самовизначенням особистості. Процес самовизначення складає основний зміст розвитку особистості в роки ранньої юності. Ще до вступу у вищий навчальний заклад школярі вже мають вибірне позитивне ставлення до певної професії. Воно обумовлене складеними на той час якостями особистості, її поглядами, прагненнями та переживаннями.

Вітчизняні та зарубіжні дослідники вважають одним із вирішальних факторів при виборі професії студентами її престижність. Усвідомлення престижу в психологічному плані є узагальненим ставленням до професії. Ця обставина відіграє важливу роль в умовах ринкової економіки. Дослідники наводять дані, що свідчать: якщо престиж певної професійної діяльності відсутній, то інтерес до неї не може розвинутися до рівня власне професійного. Отже, цей фактор має безпосередній стосунок до формування імідж фахівця.

Поряд з престижем важливими є привабливість та популярність професії, які, проте, відбивають швидше особистісне ставлення до професії [21, с.84].

Досить цікаві дані наводить у своєму дослідженні Г. Терещук. Опитування учнівської молоді свідчить, що на зміст і якість навчальної діяльності сьогодні значною мірою впливає комплекс інтересів і потреб прагматичного характеру, які складають основу мотиваційної сфери й

формування ціннісних орієнтацій. Серед об'єктивних причин, що визначають орієнтацію школярів, найбільш дієвими є престижність певних видів професій і галузей освіти. За даними Г. Терещук, до найпрестижніших належать такі професії: управляючий банком, службовець управлінського апарату, підприємець, комерсант, лікар [40, с. 122]. Тут простежується пряма залежність між матеріальною стороною й престижем професії.

Індивідуальні особливості студента, об'єм і характер знань, умінь та навичок, набутих у школі, є важливими передумовами формування професійної спрямованості на етапі навчання у вищій школі. Врахування перших пов'язане з необхідністю посилення диференційованого підходу до навчання та виховання.

Для формування іміджу фахівця процес навчання повинен прибрати форму пізнавальної діяльності стосовно професії як основи наступної практичної роботи. Проте, пізнавальний характер навчальної діяльності в жодному разі не означає її незалежність від педагогічних впливів, а проблемне навчання не можна уявляти лише як створення проблемних ситуацій, що спонукають учнів до самостійного пошуку. Важливо розкрити перед учнями значення засобів навчально-професійної діяльності (метод, спосіб організації пізнавальної й практичної роботи як дослідницького пізнавального процесу) й забезпечити засвоєння цих засобів [25].

Формування професійного іміджу – це поступовий процес, в основі якого лежить реалізація особистістю своїх потенційних можливостей, тобто реалізація «Я-концепції», сукупності всіх уявлень індивіда про себе, та її наближення до «Я ідеального». Саме від уявлень особистості про себе залежить її ставлення до світу та оточення, здатність самостійно приймати рішення, вільно діяти та бути відповідальною за свої вчинки. Проте основним стимулом, що спонукає до особистісного й професійного зростання, постійного руху вперед, є бажання та прагнення досягти свого «Я ідеального», стати кращим в певній соціальній групі та в певній професійній діяльності. Адже викладач має

подобатися, бути оригінальним, проявляти особистісний творчий підхід, завжди залишатися справжнім артистом, що генерує безліч ідей, створює нестандартні ситуації, об'єднує традиційні та інноваційні методи навчання, вміє імпровізувати, залишається істинним режисером навчального процесу [26, с. 71]. Саме такі риси характеризують зацікавленого, прогресивного та конкурентоспроможного викладача, який здатний створити власну педагогічну систему та внутрішньо відповідає образу обраної професії.

Сворення професійного іміджу є складним та кілька етапним процесом. У цьому контексті Г. Почепцов запропонував таку схему з 10 технологій для формування іміджу педагогів:

- дистинктивна – педагог надає індивідуальні відомості про самого себе, тим самим доповнюючи інформацію, що вже мають учні;
- особистісна – механізм, за яким педагог стає «своїм», звичним, більш близьким дітям (розповісти щось особисте про себе та своє життя);
- лідерська – механізм ідеалізації образу педагога за допомогою акцентування тих якостей, які учні сприймають як авторитетні;
- зразкова – намагання поєднати образи сучасного педагога та авторитетного вчителя минулого за допомогою символів (візуальна картинка, вербальні та невербальні засоби);
- артистична – здатність педагога бути справжнім актором;
- візуальна – механізм впливу педагога одразу на декілька каналів сприйняття, в якому особлива увага приділяється зовнішньому вигляду;
- паралельна – механізм символізації педагогічної атрибутики, коли педагог приділяє особливу увагу середовищному іміджу (спеціальний кабінет, порядок на робочому місці, наявність грамот, сертифікатів, нагород тощо);
- комунікаційна – механізм передбачення майбутніх дій та установок учнів;
- захисна – допомагає педагогу вести боротьбу з опосередкованою інформацією, що впливає на формування іміджу (припинення чуток);
- габітарна – механізм вивчення функціонування усіх каналів передачі

інформації (візуальний, слуховий, вербальний, невербальний, ольфакторний, тактильний) [22].

К. Атаманська, аналізуючи процес побудови іміджу, виділяє чотири основні етапи його формування:

1. Усвідомлення свого образу. Відповідність існуючого образу тому, що думають та уявляють інші: важливо зрозуміти наскільки привабливим або непривабливим є існуючий образ, слід звернути увагу на зовнішність, дії, рухи, постать, манеру говорити, спілкуватися. Уміння самодіагностики власної особистості стають основними на цьому етапі.

2. Створення образу. Дуже важливе значення має аудиторія, на думку якої спирається особистість в процесі формуванні іміджу. Бо саме від цього залежить вибір способів привернення уваги, прийомів формування іміджу власної особистості.

3. Пошук девізу, який дасть можливість стисло сформулювати цільові орієнтири. Слід відзначити, що цілепокладання є важливими етапом для забезпечення будь-якої діяльності з формування певної особистісної характеристики.

4. Створення легенди, що потрібно для того, щоб вирізнитися, залишаючись одним із багатьох. На цьому етапі автор акцентує увагу на необхідності збереження індивідуальності, оскільки імідж є особистісною характеристикою [2, с. 197].

А. Колодяжна, стверджує, що педагога безпосередньо залежить від думки та очікувань учасників педагогічного процесу. З огляду на це, дослідник виділяє такі етапи формування іміджу викладача:

1. Необхідно визначити вимоги аудиторії, з якою працює педагог (оцінити ті сподівання, що має аудиторія стосовно викладача, його зовнішнього вигляду, рівня володіння матеріалом і методикою викладання, здатності співпрацювати з аудиторією тощо).

2. Необхідно визначити сильні та слабкі сторони особистості педагога (у цьому аспекті закладено спроможність адекватної самооцінки).

3. Розпочати формування образу з урахуванням вимог аудиторії. Важливість цього моменту зумовлена особливостями побудови ефективної стратегії. Слід працювати над посиленням позитивних якостей, а не докладати всі зусилля, щоб приховати слабкі сторони особистості.

4. Перенести необхідні характеристики в вербальну, візуальну та життєву форми. Саме такий вид повідомлення спроможна сприйняти та цілком оцінити цільова аудиторія [14, с. 152].

О. Митцева акцентує увагу на тому, що правильно сформований професійний імідж стає символом професії та допомагає досягти успіху у професійній діяльності. Дослідниця пропонує виділити п'ять етапів формування іміджу викладача:

1. Вивчення власних індивідуально-психологічних особливостей (діагностика і самооцінка);

2. Вивчення власних фізичних даних (усвідомлення власних здібностей щодо формування іміджу або його зміни);

3. Визначення найважливіших особистісно-ділових якостей, що потрібні для певної професійної діяльності (з'ясування об'єктивних вимог з боку цільової аудиторії і суспільства у цілому щодо представника цієї професійної галузі);

4. Індивідуальний підбір засобів та атрибутів іміджу, що базуються на отриманій інформації з перших трьох етапів (власне усвідомлення того, що треба робити і як це робити);

5) Опробування іміджу в реальних умовах (здобуття досвіду, вироблення умінь і навичок) [18, с.117].

О. Затворнюк виокремила п'ять етапів формування професійного іміджу та дійшла висновку, що формування професійного іміджу є досить актуальною проблемою для побудови й підтримання авторитету сучасного професіонала:

1. Осмислення образу, який береться за основу в процесі формуванні професійного іміджу. Образ, який слугуватиме зразком для наслідування, можна знайти в реальному житті або вивести, спираючись на ідеальні уявлення та зібрану інформацію.

2. Проведення аналізу отриманої інформації та здійснення корекції образу-основи відповідно до індивідуальних характеристик реальної особи, що формує імідж.

3. Примірювання отриманого професійного іміджу.

4. Звикання до нового образу та його використання в професійній діяльності.

5. Привласнення сформованого іміджу [11, с. 43-44].

Спираючись на результати опрацьованого та проаналізованого матеріалу, можемо зробити висновок, що імідж базується на особливій чутливості спеціаліста до соціального впливу. В колективі людина поводить себе зовсім інакше, ніж коли вона залишається сама: підвищується активність, прискорюються реакції та зростає швидкість мислення, або навпаки спостерігаються тенденції до уповільненості та неспішності. Так, увага та оцінне судження аудиторії є потужним регулятором поведінки. З огляду на це, вважаємо необхідним звернути увагу на такі положення, які слід враховувати під час формування позитивного професійного іміджу майбутнього викладача:

- людина – істота соціальна, що залежить від своєї групи та соціального оточення;
- існуючі стереотипи зумовлюють поведінку людини в соціумі;
- саме ставлення всієї групи впливає на ставлення окремих її учасників;
- в різних групах одна й та ж сама людина може мати різну репутацію та різну поведінку;
- позитивне ставлення групи сприяє успішності реалізації окремих завдань.

Таким чином, професійний імідж майбутнього викладача виявляється в поведінці, що зумовлюється соціальним оточенням та роллю, яку він відіграватиме в професійному житті та відповідатиме всім вимогам професійного оточення. Правильно сформований професійний імідж майбутнього викладача стане його візитівкою, майже символом професії та допоможе зростати професійно, особистісно, успішно вирішуючи поставлені

завдання.

Провівши аналіз та узагальнивши наукову літературу, присвячену проблемі формування позитивного професійного іміджу, можна виділити сім основних етапів формування професійного іміджу майбутнього викладача професійного коледжу. Розкриємо ці етапи під час його професійної підготовки.

Перший етап: формування уявлення про образ ідеального викладача (його особистісні та професійні якості), його поведінку і зовнішні прояви під час професійної підготовки відповідно до тих вимог, які висуває суспільство як до представника професії і виконавця визначених професійних функцій, так відповідно і до умов аудиторії - юнацтва як прогресивної і найактивнішої групи суспільства.

Основна умова початку формування професійного іміджу - це наявність мотивації, яка стає рухомою силою і спонукає до дій та визначає початок будь-якої діяльності. Мета даного етапу - допомогти студентам - майбутнім викладачам зрозуміти необхідність організації цілеспрямованої діяльності щодо формування їх професійного іміджу. Коли студенти усвідомлять необхідність побудови власного іміджу, вони перейдуть до аналізу та осмислення особистісних та професійних якостей, якими характеризується образ ідеального викладача. Результат такої діяльності - це створення чіткого портрета викладача, на якого очікує аудиторія, визначення специфіки структурних компонентів його іміджу.

Другий етап: виявлення і аналіз власних фізіологічних, психологічних, професійних характеристик, що лежать в основі складників іміджу викладача професійного коледжу. Основна мета цього етапу - це допомога студентам у визначенні основних індивідуальних характеристик, професійних якостей, пізнанні сильних та слабких сторін власної персони, особливостей характеру, у розумінні свого внутрішнього світу та створенні реального враження про самого себе як майбутнього викладача. Цю мету конкретизують завдання:

- визначити рівень професійної спрямованості на подальшу роботу у

вищому навчальному закладі;

- за допомогою спеціальних методик проаналізувати власний характер та особливості внутрішнього світу;

- визначити основні слабкі та сильні індивідуальні та професійні особистісні якості, тобто усвідомити концепцію «Я-реальне»;

- з'ясувати основні проблеми, суперечності, недоліки зовнішнього вигляду, які суперечать статусу і іміджу викладача.

Умова забезпечення успішного проходження цього етапу - це усвідомлення іміджу викладача професійного коледжу, його структури як концепції «Я-ідеальне».

Третій етап: порівняння реальних характеристик з бажаними, що асоціюються з ідеальним образом викладача професійного коледжу, адекватна самооцінка на підставі самодіагностики. Провівши порівняльний аналіз реальних особистісних та професійних характеристик з бажаними, студенти повинні планувати роботу з формування професійного іміджу викладача.

При реалізації етапу передбачено виконання основних завдань:

- проведення порівняльного аналізу власних якостей та якостей образу ідеального викладача;

- з'ясування основної різниці між «Я реальним» та «Я ідеальним».

Умова ефективності реалізації етапу – це оволодіння студентами засобами самодіагностики, виявлення адекватної самооцінки, що потребує спеціально організованого навчання.

Четвертий етап: розробка стратегічної та покрокової тактичної програми самовдосконалення, самокорекції з формування іміджу викладача професійного коледжу.

Навчивши студентів планувати діяльність з самозміни і самовдосконалення, підвищиться їх спроможність розробляти стратегічні плани з формування іміджу, а також конкретизувати їх у вигляді покрокової програми конкретних заходів з оволодіння необхідними характеристиками позитивного іміджу на основі усвідомлення основних розбіжностей між бажаним образом та

реальним.

П'ятий етап: проведення корекції реальних характеристик відповідно до ідеального образу та очікувань аудиторії згідно з наміченою програмою і планом самовдосконалення. Цим етапом передбачено конкретні дії студента, спрямовані на формування професійного іміджу викладача професійного коледжу. Ураховуючи вимоги сучасної аудиторії та дотримуючись розробленої програми дій, проведення усіх необхідних заходів щодо вдосконалення та корекції реального образу відповідно до типу характеру, темпераменту, особливостей розвитку фізичних якостей, емоційної та інтелектуальної поведінки майбутнього викладача. Умова реалізації цього етапу - це забезпечення мотивації студентів на активні усвідомлені дії з формування компонентів іміджу, поступове виконання пунктів наміченої програми.

Шостий етап: примірювання на себе бажаного образу і уживання в новий образ через відпрацювання прийомів, вироблення умінь і навичок, удосконалення зовнішнього образу тощо.

Сьомий етап: індивідуалізація отриманого нового образу. На даному етапі у студентів відбуваються внутрішні зміни, професійний розвиток особистості, поступове удосконалення комунікативних та професійних здібностей, розширення досвіду педагогічної взаємодії, розвиток рефлексивних навичок. Аналізуючи ефективність та гармонійність створеного образу, студенти проводять його відшліфовування у відповідності до власних потреб, відчуттів, очікувань аудиторії. Це вимагає докладання великих зусиль і цілеспрямованих, систематичних дій.

Послідовна реалізація визначених етапів з дотриманням умов, що вимагає цілеспрямованої, ретельної, спеціально організованої роботи з боку викладачів і студентів забезпечує формування позитивного іміджу викладача.

РОЗДІЛ 2.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ РІВНЯ СФОРМОВАНОСТІ ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ

2.1. Організація процедури проведення емпіричного дослідження

Метою дослідження було здійснення діагностики рівня сформованості іміджу майбутніх викладачів.

Констатувальний експеримент відбувався у березні-квітні 2023 року та передбачав діагностику рівнів сформованості професійного іміджу студентів – майбутніх викладачів 1 та 4 курсу.

Дослідження відбувалося на базі факультету Соціальної педагогіки та психології Запорізького національного університету. Респондентами стали студенти 1 та 4 курсу освітньої програми «Початкова освіта» у кількості 43 особи. Для проведення експерименту студенти були поділені на дві групи. Студенти 1 курсу (1 група), які не мають досвіду педагогічної діяльності та студенти 4 курсу (2 група), які вже мають такий досвід. Результати проведеного аналізу рівня сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів першої групи використовувалися для порівняння з результатами та змінами у студентів другої групи.

Ефективність процесу формування професійного іміджу майбутніх викладачів професійного коледжу забезпечується передусім досягненням певного значення критеріальних показників, що дає можливість фіксувати й аналізувати його рівневі характеристики. Критерій у психолого-педагогічній літературі визначають як засіб для судження, ознаку, враховуючи яку, оцінюють, визначають чи класифікують щось. Критерій – це ідеальний зразок, що виражає найвищий, найдосконаліший рівень явища, яке вивчається [24, с. 127]. Критерій визначає спрямованість пошуку якісних і

кількісних показників, що вимірюються різними параметрами або індикаторами. У певній спосіб показник відображає критерій, і через це його можна спостерігати й вимірювати.

Беручи до уваги компоненти професійного іміджу викладача професійного коледжу (внутрішньо-особистісний, професійний, зовнішньо-поведінковий), визначено критерії та показники його оцінювання.

Так, відповідно до зовнішньо-поведінкового компоненту критерієм його оцінювання став зовнішній критерій, показниками якого є габітарна культура (зовнішній вигляд) та мовленнєва культура.

Показник «габітарна культура» включає такі характеристики: зовнішні дані, одяг, зачіска, взуття, аксесуари, макіяж.

Показник «мовленнєва культура» розкриває вербальні засоби спілкування (точність, логічність, грамотність, правильність використання лексичних одиниць, виразність, доречність інтонаційного забарвлення).

Професійному компоненту відповідає професійний критерій, що аналізується за такими показниками: комунікативно-організаторська компетентність, мотивація до професійної діяльності. Внутрішньо-особистісний компонент іміджу відповідає внутрішньо-особистісному критерію, показниками визначення рівня сформованості якого є рівень самооцінки та сформованість «Я-концепції», культура поведінки. Розроблені критерії, показники, а також методи діагностики рівня сформованості кожного з показників відбито у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1

**Критерії та показники сформованості професійного іміджу
майбутнього викладача**

Критерії	Показники	Методи діагностики
Зовнішньо-поведінковий	- габітарна культура - мовленнєва культура (вербальне спілкування)	- анкетування викладачів з метою визначення їх думки про зовнішній вигляд студентів; - бесіда з викладачами щодо комунікативного стилю пове-

Продовження таблиці 2.1

Критерії	Показники	Методи діагностики
		дінки та особливостей мовленнєвої культури студентів
Професійний	- комунікативно-організаторська компетентність - професійна мотивація	методика К. Замфіра «Мотивація професійної діяльності» в модифікації А. Реана
Внутрішньо-особистісний	- рівень самооцінки та сформованість «Я-концепції»; - культура поведінки	- методика С.А. Будасі - методика «Оцінка способів реагування в конфліктній ситуації» за К.Н. Томасом

Критерії та відповідно показники сформованості професійного іміджу можна аналізувати за трьома рівнями: низький, середній, високий.

У таблиці 2.2 надано детальний перелік та характеристика показників за рівнями сформованості.

Таблиця 2.2

Рівні та показники сформованості професійного іміджу майбутнього викладача

Рівні	Показники
Високий	Зовнішньо-поведінковий критерій: <i>габітарна культура</i> (чарівність, оригінальність, охайність в одязі, вміння підбирати аксесуари, поєднувати кольори, вміння підбирати одяг відповідно до ситуації); <i>мовленнєва культура</i> (відрізняються високою грамотністю, точністю, логічністю у викладанні, правильністю використання мовних одиниць, виразністю – тон, правильність вимови, доречність інтонаційного забарвлення – пауз, наголосів, ритму). Професійний критерій: <i>комунікативно-організаторська компетентність</i> (здатність чітко формулювати власні думки, володіння навичками діалогічного та монологічного мовлення, вміння обирати та доцільно використовувати засоби мови);

Продовження таблиці 2.2

Рівні	Показники
	<p><i>професійна мотивація</i> (студент прагне оволодівати професійними знаннями, постійно розвиває професійні якості, має бажання самовдосконалюватися з метою покращення професійних результатів).</p> <p>Внутрішньо-особистісний критерій: <i>культура поведінки</i> (студенти додержуються загальноприйнятих норм та правил поведінки, відрізняються інтелігентністю, уміють контролювати власний емоційний стан); <i>рівень самооцінка та сформованість «Я-концепції»</i> (студенти мають адекватну самооцінку, проводять постійну роботу щодо самовдосконалення, розуміють важливість формування власного професійного іміджу).</p>
Середній	<p>Зовнішньо-поведінковий критерій: <i>габітарна культура</i> (охайний зовнішній вигляд, елегантність, вміння підбирати одяг відповідно до ситуації, почуття стилю, наявність смаку); <i>мовленнєва культура</i> (характеризуються грамотністю, точністю, логічністю у викладанні матеріалу, не завжди правильно використовують мовні одиниці, мають достатню виразність та доречність інтонаційного забарвлення - пауз, наголосів, ритму).</p> <p>Професійний критерій: <i>комунікативно-організаторська компетентність</i> (студенти вміють формулювати власні думки, вміють обирати та використовувати засоби мови); <i>професійна мотивація</i> (достатня мотивація щодо оволодіння професійними знаннями та розвитку професійних якостей, має бажання самовдосконалюватися з метою покращення професійних результатів).</p> <p>Внутрішньо-особистісний критерій: <i>культура поведінки</i> (практично завжди студенти додержуються загальноприйнятих норм та правил поведінки, є досить інтелігентними, практично завжди контролюють власний емоційний стан); <i>рівень самооцінка та сформованість «Я-концепції»</i> (студенти мають досить адекватну самооцінку, але не всі усвідомлюють важливості формування позитивного професійного іміджу під час навчання).</p>

2.2. Аналіз результатів емпіричного дослідження

Спершу ми здійснили аналіз сформованості професійного іміджу майбутніх викладів професійного коледжу та його рівня сформованості за зовнішньо-поведінковим критерієм. Під час бесід з куратором було з'ясовано габітарну культуру студентів. Куратор повинен був оцінити зовнішній вигляд за трьома рівнями сформованості. Результати опитування надані в таблиці 2.3.

Таблиця 2.3

Рівень сформованості габітарної культури майбутніх викладачів професійного коледжу

№ п/п	Компоненти зовнішнього вигляду	Низький рівень сформованості		Середній рівень сформованості		Високий рівень сформованості	
		1 гр., %	2 гр., %	1 гр., %	2 гр., %	1 гр., %	2 гр., %
1.	Самопрезентація (зовнішній образ)	33,2	40,4	47,6	45,1	19,2	14,5
2.	Стильність	30,6	37,3	47,1	50,3	22,3	12,4
3.	Наявність смаку	34,1	29,6	47,6	50,1	18,3	20,3
4.	Уміння добирати одяг	37,3	29,6	50,7	51,4	12,0	19,0
5.	Уміння поєднувати кольори	26,7	27,1	59,2	58,1	14,1	14,8
6.	Зачіска, аромати	33,2	30,1	46,9	47,7	19,9	22,2
7.	Взуття, аксесуари	39,1	40,1	46,4	44,3	14,5	15,6
8.	Охайність	34,1	37,1	37,6	44,2	28,3	18,7

За результатами бесід можемо зробити висновок, що більша частина студентів має охайний та досить привабливий зовнішній вигляд; можна також констатувати наявність смаку та індивідуального стилю.

Для встановлення рівня сформованості професійної мотивації використано методику К. Замфіра «Мотивація професійної діяльності» в модифікації А. Реана (Додаток А), адаптованої для майбутніх викладачів професійного коледжу. Основу методики складає концепція про внутрішню та зовнішню мотивації. Для внутрішньої мотивації має значення сама професійна

діяльність, тоді як основу зовнішньої мотивації становить прагнення задовольнити потреби, що не мають ніякого відношення до професійної діяльності (мотиви соціального престижу, зарплатні, кар'єрного сходження тощо). За отриманими результатами визначається мотиваційний комплекс особистості – порівняння між трьома видами мотивації: внутрішньої, зовнішньої позитивної та зовнішньої негативної. Високі показники тесту свідчать про те, що студенти вмотивовані самим змістом роботи педагогічної діяльності, прагнуть досягти в ній певних позитивних результатів та залишаються емоційно стабільними. Низькі показники вказують на те, що студенти мають низький рівень професійної мотивації, їх не дуже цікавить педагогічна діяльність, а рівень емоційної нестабільності залишається досить високим. Результати за тестом представлено у таблиці 2.4.

Таблиця 2.4

Рівень сформованості мотивації щодо професійної діяльності майбутніх викладачів професійного коледжу

Рівні	1 група		2 група	
	Кількість осіб	%	Кількість осіб	%
Високий	4	19	17	77,27
Середній	15	71,4	6	27,27
Низький	2	9,5	2	9,0

Таким чином, з'ясовано, що 19% студентів першої групи та 77,27% студентів другої групи бажають присвятити себе педагогічній діяльності та працювати викладачами. 71,4% студентів першої групи та 27,27% студентів другої групи ще не визначилися: їх цікавить професія викладача, але сучасні умови життя впливають на їх рішення. Низький рівень мотивації мають мінімальна кількість студентів першого та четвертого курсів. Лише 9,5% та 9% відповідно.

Наступний етап роботи зі студентами передбачав розкриття сформованості професійного іміджу за внутрішньо-особистісним критерієм. Так, за допомогою методики К. Томаса «Оцінка способів реагування в

конфліктній ситуації» було визначено рівень конфліктності та стиль поведінки майбутніх викладачів в конфліктній ситуації: співробітництво, компроміс, уникнення, пристосування, суперництво (Додаток Б). Дані за результатами тесту надані в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5

**Способи реагування майбутніх викладачів у конфліктній ситуації
(за методикою К. Томаса)**

Стилі поведінки	1 група		2 група	
	Кількість осіб	%	Кількість осіб	%
Співробітництво	3	14,2	3	13,6
Компроміс	4	19	4	18,1
Уникнення	8	38	6	27,2
Пристосування	3	14,2	3	9,0
Суперництво	3	14,2	7	31,81

Отже, нами було з'ясовано, що 38% студентів-першокурсників обирають таку стратегію поведінки як уникнення. 19% студентів 1 курсу обирають компроміс У рівній мірі студенти 1 курсу обирають стиль співробітництва, пристосування та суперництва. У той же час більшість студентів 4 курсу (31,81 %) обирають суперництво, а 27,2 % студентів 4 курсу обирають уникнення.

Вивчення сформованості професійного іміджу за внутрішньо-особистісним критерієм ми також здійснили з метою визначення сформованості «Я-концепції» за методикою С. Будассі (Додаток В), яка дозволяє визначити рівень самооцінки студента, зрозуміти, наскільки «Я реальне» збігається з «Я ідеальним».

Респондентам запропонували 48 позитивних та негативних рис особистості, з яких вони повинні були вибрати 20 якостей, що характеризують їхнє уявлення про себе, та 20 якостей, притаманних ідеальній особистості. Порівняння «Я реального» та «Я ідеального» визначає рівень та адекватність самооцінки.

Дані за результатами тесту надані в таблиці 2.6.

Таблиця 2.6

**Рівень самооцінки та сформованості «Я-концепції» майбутніх
викладачів**

Рівні	1 група		2 група	
	Кількість осіб	%	Кількість осіб	%
Високий адекватний	2	9,5	2	9
Високий неадекватний	2	9,5	2	9
Середній адекватний	11	53,38	13	59
Середній неадекватний	6	28,57	5	22,7

Так, результати тесту показали, що більшість студентів небайдужі до самих себе, вони мають досить чітке уявлення про своє «Я реальне», що свідчить про адекватну самооцінку, позитивне ставлення до себе, самоповагу, відчуття власної повноцінності та схильність до самоаналізу. Вони впевнені в собі, адекватно реагують на зауваження інших, тверезо оцінюють знання. Виявилось, що є студенти, які мають високу неадекватну самооцінку (завищений рівень домагань, неадекватна оцінка власних можливостей, самовпевненість, нездатні до самоаналізу), що може привести до втрати самоконтролю та прийняття помилкових рішень. Деякі респонденти мають низький рівень самооцінки.

Вони дуже боляче переживають критичні зауваження, намагаються підлаштуватися під думку інших, страждають від надмірної сором'язливості.

У таблиці 2.7 надані узагальнені дані щодо сформованості професійного іміджу студентів-майбутніх викладачів, отримані під час проведення дослідження.

Проведене дослідження показало, що значна кількість студентів, що планують присвятити себе професійній педагогічній діяльності, відповідно до означених критеріїв мають високий рівень сформованості професійного іміджу (48,6 % у 1 групі та 52,3 % у 2 групи). Такий результат свідчить про те, що студенти хочуть мати досвід роботи педагогом, постійно вдосконалюють свої навички та вміння, цікавляться новою методичною літературою, намагаються віднайти власний особистий стиль.

Студенти 4 курсу чітко розуміють що таке габітарна та мовленнєва культура і яким чином ці показники створюють позитивний імідж викладача. Високі показники з професійного компоненти свідчать про те, що студенти 4 курсу володіють комунікативно-організаторськими компетентностями, мають професійну мотивацію. Рівень самооцінки та сформованість «Я-концепції» в них на достатньо високому рівні.

Таблиця 2.7

Показники рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів

№ п/п	Компоненти зовнішнього вигляду	Низький рівень сформованості		Середній рівень сформованості		Високий рівень сформованості	
		1 гр., %	2 гр., %	1 гр., %	2 гр., %	1 гр., %	2 гр., %
1.	Зовнішній	20	10	38	35	42	55
2.	Професійний	10	12	46	34	44	54
3.	Внутрішньо-особистісний	25	12	25	36	50	52
4.	Загальний показник	18,3	11,3	36,33	36,3	48,6	52,3

На нашу думку це пояснюється тим, що студенти 4 курсу вже мають практичний досвід та чітку ідентифікують себе у професійному сенсі.

У той же час студенти-першокурсники показують дуже високі показники з внутрішньо-особистісного компоненту. Але між студентами 1 та 4 курсу діагностується досить велика відмінність з зовнішнього та професійного компоненту.

ВИСНОВКИ

На підставі проведеного аналізу наукової літератури з'ясовано, що імідж особистості є поняттям, що представляє інтерес для різних наук (філософії, соціології, психології, педагогіки). Імідж особистості – це сукупний суб'єктивний образ, уявлення, що виникає в інших про певну особу на основні її зовнішніх і внутрішніх характеристик та формує певне ставлення до неї. Базою для побудови позитивного іміджу особистості є «Я-концепція» (система уявлень індивіда про самого себе), на основі якої людина формує ставлення до себе та будує стосунки з іншими.

Здійснено категорійний аналіз базових понять дослідження «образ», «імідж», «іміджмейкер», «іміджмейкінг», «іміджологія», «паблік рілейшнз», «пабліситі», виділено їх спільні та відмінні ознаки. Аналіз джерельної бази засвідчив, що термін «імідж» не вживався у вітчизняній професійній мовній практиці до 1992 року, що призвело до його спрощеного сприйняття та невизначеності наукового апарату. Ми відзначаємо, що імідж – це цілісний, якісно визначений, стійкий та поновлений в масовій і/чи індивідуальній свідомості образ даного об'єкта, який створюється з метою трансформації його в суспільство. Але, проведений аналіз наукової літератури засвідчив, що проблема формування професійного іміджу майбутнього викладача в освітньому процесі закладу вищої освіти не є вивченою та достатньо обґрунтованою у вітчизняній науці.

Специфіка професійної діяльності викладача дозволила виділити і схарактеризувати основні етапи формування професійного іміджу викладача: формування уявлення про образ ідеального викладача; аналіз власних психологічних та фізіологічних особливостей, необхідних для формування іміджу викладача професійного коледжу; порівняння реальних властивостей з бажаними, що асоціюються з ідеальним образом викладача професійного коледжу, адекватна самооцінка на підставі самодіагностики; розробка

стратегічної і покрокової тактичної програми самовдосконалення, самокорекції; проведення корекції реальних характеристик відповідно до ідеального образу та очікувань аудиторії згідно з наміченою програмою і планом самовдосконалення; примірювання на себе бажаного образу і вживання в новий образ шляхом відпрацювання прийомів, вироблення умінь і навичок, удосконалення зовнішнього образу; індивідуалізація отриманого нового образу.

Вивчення наукового матеріалу та проведений аналіз навчального процесу студентів дозволили визначити організаційно-педагогічні умови, реалізація яких сприятиме ефективному формуванню професійного іміджу майбутнього викладача: забезпечення позитивної мотивації до формування компонентів професійного іміджу викладача професійного коледжу; спрямування змісту підготовки у ВНЗ на теоретичне забезпечення процесу формування професійного іміджу викладача професійного коледжу; розробка і упровадження навчально-методичного забезпечення формування професійного іміджу майбутнього викладача.

В процесі дослідження виділено основні критерії (зовнішньо-поведінковий, професійний та внутрішньо-особистісний) та показники (габітарна культура, мовленнєва культура, комунікативно-організаторська компетентність, професійна мотивація, самооцінка та сформованість «Я-концепції», культура поведінки) сформованості професійного іміджу майбутнього викладача.

Так, встановлено, що кількість студентів 2 групи, які виявили високий рівень, збільшилася на 41,0%, тоді як позитивні зміни в 1 групі склали 30,3%.

Аналіз отриманих результатів засвідчив, що процес навчання у вищі, спілкування з досвідченими викладачами, проходження педагогічної практики суттєво впливає на показники рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексюк А. М. Педагогіка вищої освіти України. Київ : Либідь, 2002. 436 с.
2. Атаманська К. І. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутнього соціального педагога. *Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології*. 2014. № 4 (38). С. 196-202.
3. Барна Н. В. Іміджологія : навч. посіб. для дистанційного навчання / за наук. ред. В. М. Бебика. Київ : Університет «Україна», 2008. 217 с.
4. Бондаренко В. І. Теоретичні і методичні засади формування іміджу майбутнього вчителя технологій у системі виховної роботи педагогічного університету : дис. ... д-ра пед. наук : 13.00.07. Київ, 2016. 489 с.
5. Булкакова О.В. Бренд-імідж підприємства на споживчому ринку. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 13(1). С. 31-36
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови / уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел. Київ ; Ірпінь : ВТФ «Перун», 2002. 1440 с.
7. Возна Ю. Корпоративна культура у формуванні іміджу організації. *Актуальні проблеми економіки та управління на сучасному етапі* : матеріали IV Міжнар. студ. наук.-практ. конф. (м. Тернопіль, 7 лист. 2019 р.). Тернопіль, 2019. С. 190-192.
8. Грейліх О. Психологія формування іміджу викладача вищого начального закладу. *Гуманітарний вісник*. 2007. № 19. С. 14-21.
9. Довга Т. Я. Імідж особистості як необхідна умова професійного становлення педагога. *Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді*. 2010. Вип. 1(13). С. 66-75.
10. Дуднева Ю., Кір'ян О. Імідж керівника як управлінська та соціально-психологічна категорія URL: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/vcp/TPtEV/2012_15/statti/14Dydnev.pdf

11. Затворнюк О. М. Формування та розвиток професійного іміджу майбутніх психологів. *Освіта та розвиток обдарованої особистості*. 2014. № 9-10. С. 41-44.
12. Ісаченко В. В. Формування професійно-педагогічного іміджу майбутніх викладачів вищої школи : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.04. Одеса, 2004. 23 с.
13. Кондратенко Г.П., Черніков С.Я. Професійне становлення майбутнього фахівця в позанавчальній діяльності вишу. *Наукові записки. Педагогічні науки*. 2013. Вип. 121. С. 33-37.
14. Кириченко Р. В., Колодяжна А. В. Імідж сучасного викладача : особливості його розуміння студентами . *Габітус*. 2021. Вип. 26. С. 151-157
15. Кириченко Р. В., Колодяжна А. В. Психологічне дослідження навчально-професійної мотивації майбутніх педагогів. *Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Психологічні науки*. 2021. Випуск 13 (58). С.48-59.
16. Королько В. Г. Паблик рілейшинз. Наукові основи, методика, практика. 2-е вид. доп. Київ : Видавничий дім «Скарби», 2001. 400 с.
17. Кошманова Т. «Кейс»-метод в педагогічній освіті США. *Шлях освіти*. 2000. № 1. С. 45-50.
18. Митцева О. С. Педагогічні умови формування професійного іміджу майбутніх фахівців з інформаційних технологій у процесі вивчення дисциплін соціально-гуманітарного циклу : теоретичний аспект. *Інноваційна педагогіка*. 2018. Вип. 5. С. 116-119.
19. Національна доктрина розвитку освіти: затверджена Указом Президента України від 17.04.2002 р. № 347/2002. *Освіта України*. 2002. № 33. 23 квітня. С. 3-4
20. Палеха Ю.І. Іміджологія: навч. посіб. Київ : Основи, 2005. 324 с.
21. Перелигіна Е. Б. Психологія іміджу. Харків : аспект-пресс, 2012. 223 с.
22. Почепцов Г. Г. Іміджология. Київ : Рефлбук, 2000. 278 с.
23. Прус Н. А. Значення педагогічних умов при формуванні

професійного іміджу майбутнього викладача. *Сучасний вимір психології та педагогіки*: збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції, 26-27 травня 2017 р. Львів. 2017. С. 136-137.

24. Сперанська-Скарга М. А. Педагогічні умови формування професійно-педагогічного іміджу майбутнього вчителя-філолога в позанавчальній діяльності. *Науковий вісник Донбасу*. 2010. № 1. С. 124-130.

25. Фіцула М. М. Педагогіка. Загальні засади педагогіки. Теорія освіти і навчання (дидактика). Теорія виховання. Школотзнавство. З історії педагогіки : навч. посіб. для студ. вищ. пед. навч. закл. Київ : Вид-во центр «Академія», 2007. 542 с.

26. Хміль Ф. І. Ділове спілкування : навчальний посібник для студентів закладів вищої освіти. Київ : «Академ-видав», 2004. 280 с.

ДОДАТКИ

Додаток А

Тест на визначення мотивації професійної діяльності (на основі методики К. Замфіра в модифікації А. Реана)

Призначення: методика дозволяє визначити мотивацію професійно-педагогічної діяльності.

Інструкція: Шановні респонденти, прочитайте, будь ласка, мотиви професійної діяльності, надані в таблиці, та дайте власну оцінку їх значущості для Вас за п'ятибальною шкалою.

№ п/п	Мотив	1 ба л	2 бали	3 бали	4 бали	5 балів
1.	Грошова винагорода					
2.	Прагнення до кар'єрного зростання					
3.	Прагнення уникнути критики з боку керівника або колег					
4.	Прагнення уникнути можливих покарань або неприємностей					
5.	Потреба в досягненні соціального престижу та поваги від інших					
6.	Задоволення від самого процесу та результату роботи					
7.	Можливість найбільш повної самореалізації саме в цій діяльності					

Обробка результатів: після заповнення підраховуються показники внутрішньої мотивації (ВМ), зовнішньої позитивної (ЗПМ) та зовнішньої

негативної мотивації (ЗНМ) у відповідності з наступними ключами.

$$ВМ = (6+7)/2$$

$$ЗПМ = (1+2+5)/3 \quad ЗНМ = (3+4)/2$$

Інтерпретація даних: на основі отриманих результатів визначається мотиваційний комплекс особистості - співвідношення усіх трьох видів мотивації.

Додаток Б

Оцінка способів реагування в конфліктних ситуаціях (за К.Н. Томасом)

Мета: допомогти визначити стиль поведінки в конфліктній ситуації: співробітництво, компроміс, уникнення, пристосування, суперництво.

Інструкція: шановний респондент, прочитайте уважно кожне з подвійних висловлювань та оберіть той варіант, який в більшій мірі відповідає тому, як Ви зазвичай дієте.

Тест

№ пари	№ твердження	Твердження
1.	А	Іноді я надаю можливість іншим взяти на себе відповідальність за вирішення спірного питання.
	Б	Замість того, щоб обговорювати те, в чому ми розходимося, я стараюся звернути увагу на те, з чим ми обидва не згодні.
2.	А	Я стараюся знайти компромісне рішення
	Б	Я намагаюся улагодити справу з урахуванням інтересів іншого і моїх власних.
3.	А	Зазвичай я настійливо прагну добитися свого.
	Б	Я стараюся заспокоїти іншого і, головним чином, зберегти наші відносини
4.	А	Я намагаюся знайти компромісне рішення.
	Б	Іноді я жертвую своїми власними інтересами заради інтересів іншої людини.
5.	А	Улагоджуючи спірну ситуацію, я весь час стараюся

		знайти підтримку у іншого.
	Б	Я намагаюся зробити все, щоб уникнути напруженості, від якої немає ніякої користі.
6.	А	Я намагаюся уникнути виникнення прикрощів для себе.
	Б	Я намагаюся добитися свого.
7.	А	Я намагаюся відкласти розв'язання спірного питання з тим, щоб згодом вирішити його остаточно.
	Б	Я вважаю за необхідне в чомусь поступитися, щоб домогтися іншого.
8.	А	Зазвичай я наполегливо прагну домогтися свого.
	Б	Я насамперед стараюся ясно визначити те, в чому полягають всі порушені інтереси і питання.
9.	А	Думаю, що не завжди варто хвилюватися через якісь розбіжності, що виникають.
	Б	Я роблю зусилля, щоб домогтися свого.
10.	А	Я твердо прагну досягнути свого.
	Б	Я намагаюся знайти компромісне рішення.
11.	А	Я насамперед стараюся ясно визначити те, в чому полягають всі порушені інтереси і питання.
	Б	Я стараюся заспокоїти іншого, і головним чином, зберегти наші відносини.
12.	А	Часто я намагаюся не займати позицію, яка може викликати суперечки.
	Б	Я даю можливість іншому в чомусь залишитися при своїй думці, якщо він також іде мені назустріч.
13.	А	Я пропоную середню позицію.
	Б	Я наполягаю, щоб було зроблено по-моєму.
14.	А	Я повідомляю іншому свою точку зору і питаю про його погляди.

	Б	Я намагаюся показати іншому логіку і перевагу моїх поглядів.
15.	А	Я стараюся заспокоїти іншого, і головним чином, зберегти наші відносини.
	Б	Я стараюся зробити все необхідне, щоб уникнути напруженості.
16.	А	стараюся не зачепити почуттів іншого.
	Б	Я намагаюся переконати іншого в перевагах моєї позиції.
17.	А	Зазвичай я наполегливо стараюся домогтися свого.
	Б	Я стараюся зробити все, щоб уникнути напруженості, від якої немає ніякої користі.
18.	А	Якщо це зробить іншого щасливим, я дам йому можливість наполягти на своєму.
	Б	Я даю можливість іншому в чомусь залишитися при своїй думці, якщо він також іде мені назустріч
19.	А	Я, насамперед, стараюся ясно визначити те, в чому полягають всі порушені інтереси і спірні питання.
	Б	Я стараюся відкласти розв'язання спірного питання з тим, щоб згодом вирішити його остаточно.
20.	А	Я намагаюся негайно подолати наші розбіжності.
	Б	Я стараюся знайти найкраще поєднання вигравів і втрат для нас обох.
21.	А	Ведучи переговори, я стараюся бути уважним до бажань іншого.
	Б	Я завжди схиляюся до прямого обговорення проблеми
22.	А	Я намагаюся знайти позицію, яка знаходиться посередині між моєю позицією і точкою зору іншої людини.
	Б	Я відстоюю свої бажання.

23.	А	Як правило, я заклопотаний тим, щоб задовольнити бажання кожного з нас.
	Б	Іноді я надаю можливість іншим взяти на себе відповідальність за розв'язання спірного питання.
24.	А	Якщо позиція іншого здається йому дуже важливою, я постараюся піти назустріч його бажанням.
	Б	Я стараюся переконати іншого прийти до компромісу
25.	А	Я намагаюся показати іншому логіку і перевагу моїх поглядів
	Б	Ведучи переговори, я стараюся бути уважним до бажань іншого.
26.	А	Я пропоную середню позицію
	Б	Я майже завжди заклопотаний тим, щоб задовольнити бажання кожного з нас.
27.	А	Часто уникаю займати позицію, яка може викликати суперечки.
	Б	Якщо це зробить іншого щасливим, я дам йому можливість наполягти на своєму.
28.	А	Зазвичай я настійно прагну добитися свого.
	Б	Улагоджуючи ситуацію, я зазвичай стараюся знайти підтримку у іншого
29.	А	Я пропоную середню позицію
	Б	Думаю, що не завжди варто хвилюватися через якісь розбіжності, що виникають
30.	А	Я стараюся не зачепити почуттів іншого
	Б	Я завжди займаю таку позицію в спірному питанні, щоб ми спільно з іншою зацікавленою людиною могли домогтися успіху

Ключ до тесту:

Питання	Суперництво	Співпраця	Компроміс	Уникнення	Пристосування
1.				А	Б
2.		Б	А		
3.	А				Б
4.			А		Б
5.		А		Б	
6.	Б			А	
7.			Б	А	
8.	А	Б			
9.	Б			А	
10.	А		Б		
11.		А			Б
12.			Б	А	
13.	Б		А		
14.	Б	А			
15.				Б	А
16.	Б				А
17.	А			Б	
18.			Б		А
19.		А		Б	
20.		А	Б		
21.		Б			А
22.	Б		А		
23.		А		Б	
24.			Б		А
25.	А				Б
26.		Б	А		
27.				А	Б

28.	А	Б			
29.			А	Б	
30.		Б			А

Обробка результатів тестування: визначаються рівні комунікативних та організаторських схильностей в залежності від набраних балів. Максимальна кількість балів окремо по кожному характеристиці – 20. Бали підраховуються окремо для комунікативних та окремо для організаторських схильностей:

від 0 до 6 - низький рівень;

від 7 до 13 - середній рівень;

від 14 до 20 - високий рівень.

Додаток В

Тест на визначення рівня самооцінки особистості

(за методикою С.А. Будасі)

Інструкція: Шановні респонденти вам пропонується список з 48 якостей. Вам необхідно вибрати 20 якостей, які більшою мірою характеризують Ваш ідеал особистості. Зверніть увагу, що серед слів можуть зустрічатися й негативні характеристики.

Тестовий матеріал:

1. Акуратність	17. Легковірність	33. Педантичність
2. Безтурботність	18. Повільність	34. Привітність
3. Вдумливість	19. Мрійливість	35. Розв'язність
4. Сприйнятливність	20. Недовірливість	36. Розсудливість
5. Запальність	21. Мстивість	37. Самокритичність
6. Гордість	22. Надійність	38. Стриманість
7. Грубість	23. Наполегливість	39. Справедливість
8. Гуманність	24. Ніжність	40. Співчуття
9. Доброта	25. Нерішучість	41. Сором'язливість
10. Життєрадісність	26. Нестриманість	42. Практичність
11. Турботливість	27. Чарівність	43. Працьовитість
12. Заздрісність	28. Образливість	44. Боягузтво
13. Сором'язливість	29. Нестриманість	45. Переконаність
14. Злопам'ятність	30. Чуйність	46. Захопленість
15. Щирість	31. Підозрілість	47. Черствість
16. Капризність	32. Принципіальність	48. Егоїзм

З двадцяти якостей Вам треба побудувати перший еталонний ряд, де на першому місці знаходяться найбільш важливі позитивні якості, а останніми найменш бажані, негативні (20 ранг – найбільш приваблива характеристика, 19 – менш приваблива тощо). З обраних Вами раніше якостей ідеальної особистості побудуйте суб'єктивний ряд, в якому треба розташувати відібрані якості у напрямку зниження їх вираженості у Вас особисто.

Розраховується коефіцієнт рангової кореляції, що дає змогу визначити зв'язок якостей «Я ідеального» та «Я реального»:

від -0,09 до -0,32 - свідчить про низьку адекватну самооцінку;
від -0,1 до +0,52 - свідчить про середню адекватну самооцінку;
від +0,53 до +0,89 - свідчить про високу адекватну самооцінку.