**Формування професійного іміджу майбутнього викладача вищої школи**

**ЗМІСТ**

[ВСТУП 3](#_Toc23968713)

[РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ 6](#_Toc23968714)

[1.1 Аналіз наукової розробленості проблеми формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи у літературі 6](#_Toc23968715)

[1.2 Особливості професійного іміджу викладача вищої школи 14](#_Toc23968716)

[1.3 Сучасні підходи до формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи 21](#_Toc23968717)

[Висновки до розділу І 27](#_Toc23968718)

[РОЗДІЛ ІІ. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕАЛЬНОГО СТАНУ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ 29](#_Toc23968719)

[2.1 Організація експерименту з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи 29](#_Toc23968720)

[2.2 Аналіз стану сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи на констатуючому етапі 34](#_Toc23968721)

[Висновки до розділу ІІ 37](#_Toc23968722)

[РОЗДІЛ ІІІ. РОЗРОБКА Й ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЗМІСТУ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ 38](#_Toc23968723)

[3.1 Зміст роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи (формуючий експеримент) 38](#_Toc23968724)

[3.2 Аналіз ефективності експериментальної роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи (контрольний експеримент) 47](#_Toc23968725)

[Висновки до розділу ІІ 56](#_Toc23968726)

[ВИСНОВКИ 58](#_Toc23968727)

[СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 60](#_Toc23968728)

[ДОДАТКИ 69](#_Toc23968729)

# ВСТУП

**Актуальність теми дослідження**. Потреба у висококваліфікованих викладачах вищої школи не потребує зайвих доказів. Цевраховують й установи вищої освіти, що готують педагогічних працівників. Майбутні викладачі вищої школи мають усвідомити, що їхні професійні успіхи у більшій мірі залежать від власних зусиль.Не малу роль відіграє у цьому професійний імідж, який починає формуватися вже під час професійної підготовки у вищомунавчальному закладі.

Фахова підготовка спеціалістів у вищих навчальних закладах України визначається Конституцією України, законами України «Про освіту», «Про вищу освіту», «Про наукову та науково-технічну діяльність». Діяльність вищих навчальних закладів ґрунтується на концептуальних положеннях, зазначених у Національній доктрині розвитку освіти, Державній національній програмі «Освіта» (Україна ХХІ століття) та ін. Підґрунтям вихідних концептуальних положень щодо розвитку педагогічної освіти є закон України «Про загальну середню освіту», закон «Про вищу освіту», «Національна доктрина розвитку освіти України у ХХІ столітті», Концепція педагогічної освіти. Професійна діяльність учителя – це складний, динамічний і неперервний процес; відповідно, і підготовка до цього виду діяльності вимагає врахування сучасних вимог. В Україні відбуваються докорінні зміни в правовому, соціально-економічному та інформаційному просторі, що й відображає система педагогічноїосвіти.

Сьогодні, з одного боку, існує соціальний запит на викладача вищої школи із позитивним іміджем і здатністю до його удосконалення, з іншого боку, у випускників педагогічних університетів дуже часто професійний імідж або сформованонеякісно, або зовсім непроводилась така робота.При цьому, теоретико-методологічні підходи до формування професійного іміджу майбутніх викладачів існують часто лише в теорії, а реальних експериментів з їх перевірки бракує. Це є тим протиріччям і одночасно проблемою дослідження, що потребує вирішення.

Проблему методичних засад формування іміджу викладачадосліджували: (Т. Бусигіна, А. Калюжний, О. Камишева, А. Кононенко, Н. Тарасенко, В. Черепанова та ін.), місця майбутнього викладача в процесі професійної підготовки (О. Бекетова, М. Єлагін, Л. Качалова, Т. Кулакова, Л. Семенова та ін.).

Особливі ознаки іміджу педагога науковці аргументували специфікою педагогічної діяльності, пов’язаної з формуванням особистості дитини (А. Дрейер, А. Жаманкулова, В. Ісаченко, О. Камишева, А. Калюжний, О. Ковальова, А. Мінбаєва, Л. Мітіна, І. Размолодчикова, М. Сперанська-Скарга, О. Щербакова, С. Якушева та ін.).

Особливості формування професійного іміджу викладачів вищих навчальних закладів досліджували вітчизняні науковці: О. Вощевська, О. Внукова, О. Гунченко, Г. Євтушенко, О. Козлова, Н. Прус, О. Радецький.

У зарубіжній науці проблем іміджу досліджували: П. Берд, Л. Браун, Ф. Тейлор, А. Файоль та ін.

Отже, актуальність обраної проблеми, її теоретичне і практичне значення, нестача у вітчизняній науці досліджень шляхів і способів її розв’язання зумовили вибір теми дослідження – «**Формування професійного іміджу майбутнього викладача вищої школи».**

**Мета дослідження** – теоретично обґрунтувати та розробитизміст роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

**Об’єкт дослідження** – професійний іміджмайбутніх викладачів вищої школи.

**Предмет дослідження** –процес формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Відповідно до мети, об’єкта, предмета, дослідження визначено його основні **завдання**:

1. На основі аналізу наукової літератури визначити сутність поняття «професійний імідж майбутніх викладача вищої школи», його складові.

2. Визначити особливості формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

3. Провести експериментальне дослідження з вивчення реального стану сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

4. Розробити та впровадити у практикузміст експериментальної роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

5. Оцінити ефективність експериментальної роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

**Методи дослідження:***теоретичні*: аналіз літератури; синтез; узагальнення, зіставлення; *емпіричні*: спостереження, бесіди, опитування, анкетування, тестування.

**Теоретичне значення дослідження**: визначено сутність поняття «професійний імідж майбутніх викладача вищої школи», його складові; з’ясовано особливості роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи в умовах навчально-виховного процесу університету.

**Практичне значення дослідження** полягає в готовності до впровадження в практику педагогічних університетів змісту роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

**Структура роботи.** Дослідження складається зі вступу, двох розділів, висновків до них, загального висновку, списку використаних джерел (100найменувань), додатків. Загальний обсяг роботи – 68 сторінок (без додатків).

# РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

# 1.1 Аналіз наукової розробленості проблеми формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи у літературі

Визначення психологічної сутності категорії імідж, виникнення науково-практичної галузі іміджелогії стало з’ясування науковцями (О. Леонтьевим, Б. Ломовим, К. Юнгом та ін.) різних аспектів феномену «образ» як наслідку психічного відбиття у свідомості індивіда чи масовій свідомості явищ і процесів об’єктивної реальності. Наприкінці XX століття сутність іміджу як соціально-психологічного явища була пов’язана з таким образом, що обов’язково репрезентований у психіці інших людей як емоційно-забарвлений і схематизований стереотип, у якому віддзеркалюються зовнішній вигляд, поведінка, конструктивізм висловлювань, ступінь загального й професійного розвитку та ефективність дій його носія як суб’єкта комунікації – вербальної та невербальної (Г. Андрєєва, О. Андрієнко, В. Ільїна, М. Кондратьєв та ін.).

Активізувалися й вітчизняні дослідження проблеми іміджу. В. Шепельвизначає іміджелогію як комплексну дисципліну, що використовує окремі результати низки наук– соціальної психології, культурології тощо.Її метою є створення методологічного та методичного забезпечення професійної діяльності зі створення та перетворення іміджу [95, с. 15].

Сучасний період є періодом становлення іміджелогії як нової науково-прикладної галузі знань, що виникає на межі психології, економіки, соціології, філософії, культурології, педагогіки, політології та інших наук, про що свідчить, по-перше, зростання кількості наукових і науково-популярних публікацій з проблем іміджу, по-друге, ‒ залучення категорії «імідж» до понятійний апарату різних наук [40].

В останні десятиріччя професійний імідж стає предметом ретельного філософського, економічного, соціологічного та педагогічного аналізу. Ґрунтуючись на відповідному філософському, психологічному й соціологічному підґрунті, результати наукового пошуку й дотепер не демонструють єдиної наукової позиції на сутність цього феномену. Проте вони відбивають існування в ньому загальних і власне особливих – професійних – педагогічних характеристик. Загальні характеристики корелюють з усталеними уявленнями передусім психологів про імідж будь-якого фахівця, якому притаманні такі ознаки:

1) здатність до виникнення як символічного образу суб’єкта під час його комунікації з іншими суб’єктами;

2) виконання ролі емоційно забарвленого стереотипу образу фахівця у свідомості інших людей, які його оточують;

3) багатокомпонентність відповідного образу, структура якого містить характеристики зовнішнього вигляду, особистісні якості, соціально значущі характеристики, професійні компетентності тощо;

4) існування між усіма компонентами та елементами іміджу як системи стійких зв’язків[40].

Отже, комплексно імідж почали досліджувати з кінця ХХ століття. Саме в цей період виникає й іміджмейкінг як наука, починається системна підготовка фахівців-іміджмейкерів завдяки залученню теоретичних та практичних здобутків науковців різних напрямів. Нагальна потреба в таких фахівцях є в галузі політики, бізнесу, державного управління, шоу-бізнесу, культури, засобів масової інформації (телебачення, радіо тощо). Іміджелогію починають викладати як навчальний предмет у вищих навчальних закладах, метою яких є професійна підготовка психологів, дипломатів, журналістів, фахівців зі зв’язків із громадськістю, менеджерів з реклами тощо[40].

Однак, на сьогодні серед дослідників немає одностайності щодо визначення поняття «імідж». Зазначимо найпоширеніші з трактувань:

– уявлення (часто цілеспрямовано створюване) про чийсь внутрішній і зовнішній вигляд, образ (Тлумачний словник іншомовних слів)[43, с. 11];

* рекламний, представницький образ кого-небудь (наприклад, громадського діяча), що створюється для населення (Український тлумачний словник) [20, с. 501];
* емоційно забарвлений образ когось або чогось, який склався в масовій свідомості та має характер стереотипу (Словник практичного психолога) [68, с. 51];
* цілеспрямовано формований образ (особи, явища, предмета), покликаний здійснити емоційно-психологічний вплив з метою популяризації, реклами тощо (Словник з культурології) [38, с. 189];
* образ, зображення, реальний або уявний вигляд, ставлення до них на підставі їхньої популярності та успіху, довіри та симпатії людей (Словник із соціології) [57, с. 103];
* сформований у масовій свідомості та такий, що має характер стереотипу, емоційно забарвлений образкогось або чогось (Новітній психологічний словник) [55, с. 161];
* цілеспрямовано формований образ (якоїсь особи, явища, предмета), покликаний справити емоційно-психологічний вплив на когось з метою популяризації, реклами тощо (Педагогічний енциклопедичний словник) [73, с. 103].

У психології імідж найчастіше визначають як сформований у масовій свідомості та такий, що має ознаки стереотипу, емоційно забарвлений образ кого- небудь або чого-небудь. Певний імідж може мати політичний діяч, професія, товар тощо. Формування іміджу відбувається стихійно, але найчастіше він є результатом роботи фахівців у галузі політичної психології, психології реклами, маркетингу та ін. [77, с. 112].

На думку О. Медведєвої, імідж – це «цілеспрямовано створюваний особливий образ-уявлення, що за допомогою асоціацій наділяє об’єкт (явище, особистість, товар тощо) додатковими цінностями і завдяки цьому сприяє більш емоційному сприйняттю об’єкта» [65, с. 185].

На думку А. Калюжного, імідж – емоційно забарвлений шаблонний образ (ідеалізована модель) елементів суспільства, предметного світу, ідеальних структур. Він створюється суб’єктами в індивідуальній, груповій та громадській свідомості для досягнення певних цілей. Особистісний імідж – це поєднання внутрішніх і зовнішніх чинників, які спричиняють його складники – самоімідж, сприйнятий та необхідний імідж. Така типологія відбиває різноаспектне усвідомлення іміджу – з огляду на своє «Я» та інших, зважаючи на реалії та бажання [41, с. 11].

Під іміджем В. Шепель розуміє образ, візуальну привабливість особистості, тобто ту форму життєвияву людини, завдяки якій виокремлюються особистісно- ділові характеристики або індивідуальний вигляд, ореол, створюваний засобами масової інформації, соціальною групою або власними зусиллями особистості з метою привернути увагу [94, с. 31].

За твердженням О. Перелигіної, у загальній іміджелогії імідж потрактовують як «сформований образ за допомогою цілеспрямованих професійних зусиль з метою підвищення успішності певної діяльності клієнта (людини чи організації) або як досягнення суб’єктивного психологічного ефекту – символічне уявлення про клієнта аудиторією соціальної групи». Компонентами індивідуального іміджу дослідниця називає всі чуттєво усвідомлювані прояви людини, що створюють разом уявлення про її зовнішність, поведінку тощо, зокрема й риси обличчя, жести, одяг, голос, крім того, будь-які тексти, зображення й події, що схарактеризовують цю особу, які інформують про її минуле й дають змогу прогнозувати її майбутні вчинки, що створюють уявлення про її цінності та ставлення [74, с. 21].

На думку О. Андрієнко, імідж особистості – це її сприйнятий і переданий образ. Імідж виникає тоді, коли спостерігач отримує дещо стійке враження про іншу людину, її поведінку, зовнішній вигляд, висловлювання тощо, яке ґрунтується на спостереженні [7, с. 201].

За визначенням М. Кондратьєва та В. Ільїна, імідж – це цілісне бачення конкретного соціального об’єкта, побудоване на підставі його стереотипізованого сприйняття, емоційно забарвлений схематизований образ цього об’єкта, представлений у свідомості соціального оточення [49, с. 153].

Дослідники вважають, що зреалізований особистостями, які розвиваються, добір професійних орієнтирів і професійні наміри багато в чому, а іноді і значною мірою, визначаються «іміджевими» характеристиками, які в суспільстві притаманні певним професіям. Вирішальними чинниками, що визначають створення і підтримку позитивного іміджу в системі міжособистісних стосунків, є роль, індивідуальні характеристики носія ролі та особливості їх суб’єктивного сприйняття соціальним оточенням. Найважливішою властивістю позитивного або гармонійного іміджу М. Кондратьєв та В. Ільїн називають несуперечливість його елементів. Вони стверджують, що імідж формується з урахуванням особистісних характеристик індивіда, які сприймають і репрезентують у манері поведінки й особливостях спілкування, а також переконань, що визначають основні вчинки носія іміджу [49, с. 153].

Визначення Г. Андреєвої відбиває сутність іміджу як соціально- психологічного явища та підкреслює психологічні аспекти іміджу: «Імідж – це специфічний «образ» предмета, що сприймається, коли ракурс сприйманнянавмисне зміщений і акцентують лише певні сторони об’єкта. Тому досягається ілюзорне відображення об’єкта чи явища. Між «іміджем» і реальним об’єктом існує так званий «розрив у достовірності», оскільки імідж «згущує фарби» образу, виконуючи тим самим функцію механізму навіювання. Імідж будується на підставі емоційних апеляцій» [6, с. 19].

О. Панасюк трактує імідж як образ, уявлення, думку про людину у свідомості інших людей, а формування іміджу – як процедуру, спрямовану на створення в людей певного образу об’єкта з певним оцінюванням цього образу у вигляді усвідомлюваної або неусвідомлюваної думки про цей образ для досягнення психологічного тяжіння аудиторії іміджу до цього обʼєкта [70].

О. Панасюк стверджує, що «імідж – це думка про об’єкт раціонального типу або емоційно забарвлена, яка виникла в психіці – у сфері свідомості і (або) у сфері підсвідомості певної (або невизначеної) групи людей на підставі образу, сформованого цілеспрямовано або мимоволі в їхній психіці як наслідок або прямого сприйняття ними тих чи тих характеристик певного об’єкта, або непрямого завдяки сприйняттю вже оціненого кимось образу на підставі сприйняття думки, сформованої в психіці інших людей з метою виникнення атракції – тяжіння індивідів до цього об’єкта» [70, с. 25].

О. Панасюк наводить й інші визначення: імідж товару – думка про цей товар у групи людей на підставі образу певного товару, який виник або під час купівлі, використання цього товару особисто, або на підставі думки про цей товар інших людей; імідж фірми (системи) – враження про організацію групи людей на підставі сформованого в них образу цієї фірми, який виник унаслідок прямого контакту з нею, інформації, отриманої від інших. Але найбільш значущим щодо формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи нам видається усвідомлення іміджу людини як враження про неї у групи людей якрезультату сформованого в їхній психіці образу цієї людини, який виник унаслідок прямого їх контакту з нею або внаслідок отриманої від інших людей інформації про неї [70, с. 26–27].

Узагальнене визначення іміджу пропонує А. Калюжний: «імідж будь-якого обʼєкта – це нестереотипний образ, який може мати стереотипну оцінку (а може і не мати її), образ, який може мати раціональні або емоційні ознаки, що виник у психіці людини – у сфері її свідомості або підсвідомості в результаті або прямого сприйняття тих чи тих характеристик певного обʼєкта, або непрямого на підставі сприйняття вже оціненого кимось образу, на підставі сприйняття оцінки цього образу, сформованого у психіці інших людей» [39, с. 23].

Вітчизняні дослідники (О. Панасюк, Г. Почепцов, В. Шепель, О. Перелигіна, О. Петрова, О. Ковальова та ін.) пропонують різноманітні **класифікації іміджу** залежно від критеріїв: за критерієм спрямованості вияву – зовнішній і внутрішній; за емоційним забарвленням – позитивний і негативний; за цільовою настановою – природний і штучний; за способом виникнення – свідомий та несвідомий; за ступенем раціональності сприйняття – когнітивний та емоційний; за критерієм ціле визначення – цілеспрямовано сформований та стихійний; за механізмом формування – керований та некерований; за джерелом впливу на імідж – самокерований та ззовні керований; за змістовим наповненням та відповідністю його специфіці конкретної діяльності – професійний імідж, імідж керівника, імідж організації, імідж установи, політичний імідж, імідж території, імідж ідеї, проекту, імідж бренду, товару, особистісний імідж людини; середовищний, вербальний, кінетичний, візуальний, габітарний тощо.

Підґрунтям терміна імідж В. Шепель уважає візуальний образ як комплексне поняття, враховуючи не лише суто зовнішні характеристики. Науковець виокремлює в його структурі три групи якостей. До першої групі він зараховує природні якості (комунікабельність, емпатичність, рефлексивність, красномовність), наявність яких та вправляння в їхньому розвитку є запорукою успішного створення особистісного іміджу. До другої групи належать характеристики особистості як наслідок її освіти та виховання, серед яких моральні цінності, психічне здоров’я, володіння набором людинознавчих технологій (міжособистісне спілкування, ділове мовлення, уміння розв’язувати конфліктні ситуації тощо.) До третьої групи автор зараховує все те, що пов’язано з життєвим та професійним досвідом особистості[94, с. 31]

Ідею іміджу як публічного або зовнішнього «Я» людини висунув Г. Почепцов, яке досить часто може бути відмінним від її внутрішнього «Я». Отже, є треба акцентувати на зовнішніх і внутрішніх чинниках особистісного іміджу, які утворюють самоімідж, сприйманий імідж і необхідний імідж. Згідно з такою типологією, імідж мають аналізувати різноаспектно: з позиції свого «Я» і з позиції інших, з позиції реального і з позиції бажаного. Самоімідж ґрунтується на минулому досвіді й відображає нинішній стан самооцінки, самоповаги. Беззаперечним зараз вважають правило: якщо ви хочете, щоб вас поважали, ви повинні насамперед навчитися поважати себе. Сприйманий імідж – це те, як нас сприймають інші. Цілком імовірно, що це може відрізнятися від самоіміджу, адже ми не завжди знаємо, як до нас реально ставиться оточення, що, наприклад, думають про викладача учні, як про нього відгукуються. Щодо необхідного іміджу, то, зазвичай, та чи та професія вимагає певних іміджевих характеристик, які часто є стереотипними, але саме ця частина іміджу переважно є предметом цілеспрямованих зусиль суб’єкта іміджу [76].

Імідж як спосіб професійної соціалізації фахівця інтерпретує О. Мармаза. Імідж відкриває шлях до вивчення механізмів самоефективності, а втілення в життєдіяльність своїх здібностей, інтересів, прагнень стає головним життєвим проектом. Досліджуючи імідж керівника навчального закладу, науковець акцентує на його багатоаспектності та багатофункціональності: імідж є одним з інструментів лідерства, що виявляється в силі, упевненості, незалежності, відкритості, зацікавленості в інших, здатності зробити процес взаємодії ефективним [63, с. 266].

Таким чином, у сучасній науковій літературі вже достатньо наукових розробок проблеми іміджу. Імідж – це багатогранне поняття, яке означає управління увагою, спосіб особистісної та професійної саморепрезентації, спосіб соціального програмування поведінки людини, соціальний рефлекс, соціальна роль, система соціальної адаптації, узагальнена сутність «Я», спосіб досягнення прагматичних цілей, спосіб самовдосконалення та особистісного розвитку, форма публічного самовираження, універсальний механізм соціальної само ідентифікації. Сутність та зміст професійного іміджу залежить від специфіки самої професії, тому, у відповідності до теми дослідження, у наступному параграфі буде проаналізовано особливості професійного іміджу викладачів вищої школи.

# 1.2 Особливості професійного іміджувикладача вищої школи

У сучасних педагогічних дослідженнях імідж викладачавищої школи трактується неоднозначно. Дослідники акцентують на різних його аспектах.

А. Калюжний розуміє імідж викладача вищої школияк символічний образ субʼєкта, створюваний у процесі взаємодії педагога з учасниками цілісногопедагогічного процесу. Імідж викладача вищої школи є соціальним феноменом, який має соціально-психологічну сутність, детерміновану субʼєктом особистості викладача як фахівця. Він відбиває значущі якості особистості, професійної діяльності та спілкування, поведінки та зовнішнього вигляду педагога [79].

Педагогічний словник Г. Коджаспірової та О. Коджаспірова імідж викладача визначає як емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу викладача у свідомості вихованця, колег, соціального оточення, масовій свідомості [48, с. 46].

В. Черепанова, інтерпретуючи індивідуальний імідж викладача вищої школи, акцентує на комунікативній функції викладача. Під індивідувальним іміджем педагога вона розуміє гармонійну сукупність зовнішніх і внутрішніх особистісних, індивідуальних та професійних якостей викладача, покликаних продемонструвати його бажання, готовність та здатність до субʼєкт-субʼєктного спілкування з учасниками освітнього процесу [92, с. 67].

На думку Л. Качалової, імідж викладачавищої школи – це інтегральна, цілеспрямовано сформована, цілісна, динамічна якість, обумовлена відповідністю та взаємопроникненням внутрішніх та зовнішніх особистісних та індивідуальних якостей педагога, покликана забезпечити гармонійну взаємодію із учасниками освітнього процесу та уможливлює реалізацію педагогічної діяльності через формування позитивної думки [44, с. 28].

Н. Тарасенко досліджує індивідуальний імідж викладача вищої школи як компонент культури педагогічної діяльності, що є запорукою успішної професійної діяльності. Під індивідуальним іміджем викладача вищої школи дослідниця розуміє систему особистісних якостей (толерантність, тактовність, доброзичливість, рефлексивність тощо) та психологічних засобів (вербальних та невербальних, засобів спілкування, позицій, ролей), що застосовуються з метою досягнення оптимального результату педагогічної діяльності [88].

Імідж викладача вищої школи як сукупність зовнішніх та внутрішніх визначає С. Якушева, особистісних та професійних якостей, як здатність до субʼєкт-субʼєктної взаємодії, синтез інтелектуальної габітарної, кінетичної, мовленнєвої середовищної та артистичної культури [98].

Л. Донська визначає імідж викладача вищої школи як інтегральну характеристику, що містить сукупність зовнішніх і внутрішніх індівідуальних, особистісних, індивідуальних та професійних якостей педагога, сприяє ефективності педагогічної діяльності [30, с. 212].

Багато дослідників визначають імідж, саме ґрунтуючись на понятті «образ», підкреслюючи різні його аспекти. Педагогічний імідж майбутнього викладачаО. Камишева трактує як образ викладача, який становить сукупність внутрішніх (особистісних, професійних якостей, що оприявлені індивідуальним стилем діяльності викладача) та зовнішніх характеристик (культура вербального та невербального спілкування) разом з естетичним оформленням одягу, зачіски, макіяжу та інших атрибутів габітуса, який виникає як результат прямого їх сприйняття у процесі взаємодії викладача з учасниками педагогічного процесу чи опосередковано через думку інших людей [42, с. 52].

Педагогічний імідж як символічний і динамічно змінюваний образ педагога визначають А. Мінбаєва та А. Жаманкулова, створюваний у свідомості учнів, колег, масовій свідомості у процесі професійної та інформаційної діяльності [67, с. 65].

Українська дослідниця О. Ковальова у визначенні професійного іміджу педагога акцентує на індивідуальності й унікальності кожної особистості: «імідж працівника освіти можна інтерпретувати як емоційно забарвлений стереотип сприйняття образу викладача у свідомості учнів та інших людей, що суттєво відрізняють його від своїх колег» [45, с. 35].

М. Мазоренко підкреслює, що імідж – це певне повідомлення, яке людина-фахівець транслює власному оточенню, і яке містить інформацію про себе, маніфестує власні особливості. Головною частиною такого повідомлення є інформація про власну унікальність [59, с. 180].

Складники іміджу викладача А. Калюжний виокремлює такі: зовнішній вигляд; використання вербальних і невербальних засобів спілкування; внутрішня відповідність образу професії – внутрішнє «Я» [40,с. 43].

У структурі іміджу викладача Л. Семенова виділяє такі взаємоповʼязані і взаємозумовлені компоненти: «Я-концепція», цінності, настанови, компетентність, зовнішній вигляд (вербальний, кінетичний, габітарний та середовищний елементи), процесуальний (стиль спілкування) [82].

Структурно-змістову характеристику поняття «професійний імідж педагога» як модель репрезентує О. Андреєва, компонентами якої було визначено: емоційно-ціннісний, що відбиває усвідомлення власної індивідуальності у педагогічній діяльності через пізнання себе; комунікативний, пов’язаний з рівнем уявлень і знань про засоби конструктивної взаємодії та співпраці в системі міжособистісних ставлень педагога; праксеологічний, що має вияв через рефлексивні вміння та іміджеву компетентність [6, с. 221].

Визначаючи чинники іміджу педагога, О. Андреєва називає: професійно-педагогічний менталітет, ідеал викладача, взірецьпрофесійно-педагогічної діяльності, престиж, стереотип образу педагога, харизму, привітність, культуру мовлення, культуру тілесних рухів, стиль одягу, «Я-концепцію» [6].

Розуміючи під професійним іміджем фахівця сукупність якостей і характеристик, що представляють сприйняття його компетентності й характеру на підставі суджень колег або співробітників чи споживачів, американська дослідниця, професор Гарвардської бізнес-школи Лора Морган Робертс наголошує, що успішне виконання професійних обов’язків, уміння створювати привабливий зовнішній вигляд є лише його частиною, оскільки на нього впливає ще й та соціальна роль, яку фахівець виконує у повсякденному житті. Вона розрізняє бажаний професійний імідж (це таке уявлення про вас, яке ви хочете, щоб мали реципієнти іміджу), небажаний професійний імідж (це те в уявленні вашого оточення про особу, що вас турбує або бентежить), реальний або сприйнятий професійний імідж (це таке уявлення, яке реципієнти іміджу мають про носія) [99].

Складники іміджу Н. Смирнова виокремлює такі: візуальна привабливість особистості; вербальна поведінка; невербальна поведінка; манери, етикет; відповідність необхідному образу; чарівність [85, с. 76].

У структурі професійного іміджу викладача Л. Мітіна виділяє: міміку, жести, тембр і силу голосу, костюм, манери, ходу, професіоналізм, пластичність, виразність, інтереси, цінності тощо [66].

І. Размолодчикова пише, що імідж викладача – це цілісна трикомпонентна система, кожен із компонентів якої є синтезом різних елементів: зовнішній вигляд, зреалізований на підставі індивідуального стилю особистості педагога; практичного застосування знань про діловий одяг; використанні науки про колір; внутрішній зміст, показником якого є рівень володіння культурою педагогічного спілкування; знання підвалин ораторського мистецтва; раціональної поведінки в стресових конфліктних ситуаціях; практичному використання нейролінгвістичного програмування, уміння застосовувати гумор у педагогічних ситуаціях); володіння педагогічним відчуттям, складниками якого є толерантність, емпатичність, милосердя, відповідальність, позитивізм, оптимізм) [79].

Українська дослідниця В. Ісаченко професійно-педагогічний імідж майбутнього викладача вищої школи інтерпретує як емоційно забарвлений психічний образ, який склався в масовій свідомості й має риси стереотипу, що легко трактується; йому притаманні значні регуляторні властивості, він відчутно впливає на пояснювальні механізми свідомості, поведінки й вибір іншої людини як учасника й споживача сфери освітніх послуг. Сутність професійно-педагогічного іміджу як особливого психічного образу дослідниця вбачає в тому, що його дія спрямована не стільки на відбиття об’єктивних характеристик викладача вищої школи, скільки на формування саме позитивного ставлення до них учасників навчально-виховного процесу, тобто споживачів сфери освітніх послуг [37].

Щодо структури іміджувикладача доцільною видається позиція О. Ковальової, яка вважає це поняття компонентом моделі формування іміджу субʼєкта освітнього закладу й виділила в ній три основні частини: теоретичну, мотиваційну та самопрезентативну. Теоретична частина передбачає усвідомлення змісту та значущості іміджу; інформованість про важливі особистісні детермінанти іміджу; обізнаність про формування іміджу. Останнє містить знання про етапи формування іміджу, стратегію, умови та технології його підтримки. Мотиваційній частині притаманна наявність домагань особистості, її прагненням до професійного самовдосконалення та самоствердження. До специфічних мотиваційних особливостей дослідниця зараховує мотивацію готовності до педагогічної діяльності зі створення іміджу. Підґрунтям самопрезентативної частина моделі є наявність професійної компетентності;володіння комунікативними засобами впливу; емоційно-експресивними засобами впливу; наявність інтелектуально-евристичних пізнавальних здібностей та особливостей особистості [45].

Серед чинників розвитку іміджу студента вищого навчального закладу він називає особливості професійної підготовки у поєднанні з особливостями субʼєкта навчально-професійної діяльності (цілепокладанням, мотивацією, рефлексією, потребою у розвитку позитивного іміджу). Науковець визначає функції іміджу студента ВНЗ: соціальної адаптації, соціального впливу, рефлексивну, психотерапевтичну, афективну, організаторську, корекційно-розвивальну, регуляційну, субʼєктну [45].

Структура іміджу студента містить кілька компонентів, серед яких: індивідуально-типологічні (зовнішність, стать, вік, темперамент, інтернальність / екстернальність); субʼєктно-діяльнісні (навчально-професійна мотивація, ціннісні орієнтації); соціально-психологічні (престижність вищого навчального закладу, статус ВНЗ та факультету, соціальна роль студента) [45].

У структурі професійного іміджу педагога А. Калюжний акцентує на його професійному складнику та виділяє професійну компетентність, ерудицію, педагогічну рефлексію, педагогічне цілепокладання, педагогічне мислення та інтуїцію, педагогічну імпровізацію, педагогічне спілкування [40].

О. Ковальчук виокремлює такі компоненти іміджу викладача: предметно- професійний (володіння й застосування професійних знань), особистісний (особистісні якості та характеристики зовнішності) та соціально-поведінковий (стиль поведінки, соціальні уміння, самовдосконалення) [46].

На думку Л. Іноземцевої, імідж викладача містить, як мінімум, чотири основні частини: фундамент – принципи, філософія професіоналізму. Мати бездоганну репутацію – це дотримуватися своїх принципів; зовнішній імідж – це те, як викладача сприймає суспільство; внутрішній імідж – ставлення до навчального закладу, студентів, персоналу, колег і керівників (співробітники, задоволені роботою й колективом, сповнені енергії); невловимий імідж, підґрунтям якого є відчуття (ставлення персоналу до роботи і його емоційний настрій), це атмосфера, «дух» вищої школи [36, с. 231].

Докладну структуру іміджу педагога пропонує М. Сперанська-Скарга, що постає як єдність і взаємозв’язок таких компонентів: *внутрішнього:* знання; уміння; здатність до емпатії та толерантності; настанови, зорієнтовані на розуміння, співчуття, незалежність ісамостійність вихованців, на демократичний стиль управління й зацікавленість в успішній навчально-виховній роботі; орієнтація на професійне, особистісне зростання й саморозвиток, формування позитивного іміджу; цінності; адекватна самооцінка; розвинена «Я-концепція»; *зовнішнього:* габітарний елемент, опосередкований у зовнішньому вигляді педагога, оформлений у контексті ділового стилю; вербальний елемент, який схарактеризовує мовленнєву культуру викладача; кінетичний елемент, зумовлений відсутністю агресивних виявів у жестах, міміці, позах педагога; середовищний елемент, пов’язаний із гармонійним та доцільним оформленням предметно-просторового середовища; *процесуального:* демократичний стиль керівництва педагога; стиль спілкування на підставі захопленості викладача спільною творчою діяльністю з учнями [86, с. 106].

До основних характеристик професійного іміджу педагога О. Щербакова зараховує: професійну компетентність, рефлексію, імпровізацію, спілкування. Дослідниця пропонує структуру іміджу педагога, що містить декілька складників: сам образ, що виникає у свідомості людей, коли вони бачать і сприймають індивід; манера поведінки, хода, жести, міміка, одяг, зачіска тощо; ерудицію, творчі задуми; темперамент, темп, емоції [97, с. 277].

Отже, заналізувавши наукові праці щодо проблеми професійного іміджу викладачів вищої школи, можна зробити висновок, що професійний імідж майбутніх викладача вищої школи – це явище інтегральне та цілісне. Відсутність будь-яких компонентів структури може призвести до руйнування цілісного образу. Але можна назвати ключові елементами іміджу майбутніх викладачів вищої школи: мотивація до професійної діяльності; духовність; рефлексивні уміння; «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу; організаторські здібності; громадянська позиція та патріотизм; комунікативна культура, габітарна культура.

Звісно, це не може бути повним переліком, адже у структуру професійного іміджу викладача різні автори включають різні компоненти (не існує єдиного загальноприйнятого переліку). Тим більше, структура професійного іміджу викладача вищої школи різниться в залежності від специфіки конкретного професійного напряму. Але, саме вказані складові на думку більшості науковців, думки яких ми вивчали, називають ці компоненти як основні складники професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи (студентів). Тому у нашому дослідженні ми зупинимось на їх теоретичному й експериментальному вивченні.

# 1.3 Сучасні підходи до формування професійного іміджумайбутніх викладачів вищої школи

Формування професійного іміджу студентів педагогічних факультетів І. Размолодчикова [79] пропонує здійснювати в три етапи: особистісний, професійно-накопичувальний і репутаційний. Підґрунтям особистісного етапу формування іміджу є основі ціннісна домінанта, яка має вияв у бажанні навчатися самому й передавати в майбутньому набуті знання учням. Професійно- накопичувальний етап у формуванні іміджу викладача початкових класів можуть маніфестувати різні форми, які індивідуалізують особливість цього процесу. Репутаційний етап формування іміджу відбувається під час безпосередньої роботи в навчальному закладі з урахуванням особистісної домінанти майбутнього викладача початкових класів, йому притаманне формуванням здатності до трансформації за умови збереження індивідуальності [79].

Вирішальним чинником формування професійного іміджу майбутніх викладачівІ. Размолодчикова вважає процес вивчення фахових дисциплін, що змістовно поєднує етапи базової педагогічної освіти та практичної підготовки. На її переконання, формування професійного іміджу майбутніх викладачів має починатися з актуалізації мотивації студентів до формування власного професійного іміджу [79].

Формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи вітчизняні науковці пропонують здійснювати за допомогою введення у навчальний процес спецкурсів(Т. Мареєва, І. Размолодчикова та ін.), а також тренінгових та інтерактивних методик (Л. Загородня, Т. Мареєва та ін.)

Т. Мареєва пропонує увести до циклу психолого-педагогічної підготовки спецкурс «Тренінг побудови професійного іміджу», метою якого є набуття студентами знань про теоретичні основи, механізми й технології формування, розвитку та корекції позитивного професійного іміджу, його роль у педагогічній діяльності, а також умінь і навичок його ефективного використання для успішного здійснення професійних завдань відповідно до постійно змінюваних вимог, що висуває до фахівця спільнота. Завданнями курсу є формування в майбутніх фахівців компетентностей, потрібних для створення, розвитку та корекції позитивного професійного іміджу; оволодіння студентами уміннями репрезентації створеного позитивного іміджу цільовій аудиторії (учням, колегам, громадськості); формування спрямованості особистості на постійне самовдосконалення й саморозвиток фахівця, здатного грамотно будувати позитивний імідж [61, с. 94].

Імідж формується цілеспрямовано, тому за цільовий орієнтир має бути образ субʼєкта як бажаний результат, який має ґрунтуватися на ідеальній моделі, створеній на основі дослідження іміджу субʼєкта як цілісного явища з урахуванням його багатоаспектної природи. Формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи має подвійний характер: формування ідеального образу викладача вищої школи у свідомості студентів задля підвищення його престижу та робота студентів над створенням свого позитивного іміджу. Процес формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи є не механічним поєднанням елементів педагогічної технології, а якісно новим утворенням зі своїми закономірностями [27].

Багатоаспектність іміджумайбутніх викладачів вищої школи ускладнює процес його формування в навчально-виховному процесі вищого навчального закладу, адже особистість формується цілісно в соціальному середовищі, що спричиняє неоднозначність його результатів. Через це наукова побудова процесу імідж майбутніх викладачів вищої школи вимагає розуміння навчально-виховного процесу як цілісності, єдності та взаємодії навчальної, виховної, наукової, позааудиторної, самоосвітньої діяльності студента. Позитивний імідж майбутніх викладачів вищої школи можна сформувати, якщо цей процес пронизуватиме всі аспекти студентського життя й відбуватиметься цілеспрямовано та безперервно; його цілісність буде забезпечена взаємозвʼязком і гармонійною єдністю всіх видів діяльності з урахуванням усіх аспектів його формування. Оскільки система професійних якостей – це центральний компонент імідж майбутніх викладачів вищої школи, повноцінне використання виховних можливостей різних видів діяльності студентів, елементи педагогічної технології формування досліджуваного феномену, рішення не тільки специфічних, а й загальних педагогічних задач робить процес формування іміджу суттєвим елементом цілісного процесу формування гармонійної особистості фахівця. Забезпечити ефективність процесу формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи можна завдяки урахуванню його структури, побудованої на основі його змістовної сутності, та повноцінного використання й взаємозвʼязку всіх можливостей відповідної педагогічної технології, що утворює цілісність процесу [27].

У змістовому плані цілісність процесу формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи реалізується через взаємозв’язок таких елементів: теоретичних знань щодо професійного іміджу, його структуру, закономірності й механізми формування; умінь і навичок, що складають досвід застосування теоретичних знань; досвіду творчої діяльності з формування іміджу в нових умовах; досвіду емоційно-ціннісного та вольового ставлення студентів до довкілля в аспекті формування свого іміджу [17].

Процес формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи реалізується через єдність процесів розробки змісту відповідної педагогічної технології викладачем, комплексу методів і прийомів її реалізації, процесів ділової та міжособистісної взаємодії викладача та студентів, процесу самоосвіти та самовиховання студентів [17].

Формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу – це специфічна педагогічна система, що складається з різноманітних компонентів, повʼязаних між собою функціональними взаємозвʼязками, виявлення яких уможливлює процес педагогічного ним управління. Особливе значення має цілісність цього процесу,що полягає в єдності мети, змісту, методів навчання й виховання, етапів педагогічної технології, системи моніторингу. Процес формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи – це цілісний феномен, структурні компоненти якого взаємоповʼязані, серед яких є такі: мета, концептуальні засади; діяльність субʼєктів педагогічного процесу; стосунки між субʼєктами педагогічного процесу; середовище, що оточує субʼєктів; управління, що забезпечує цілісність системи та її розвиток [17].

Процес формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи охоплює всі компоненти навчально-виховного процесу: зміст освіти, навчальну та науково-дослідну діяльність, форми, методи та засоби навчання, позааудиторну та самоосвітню діяльність [17].

Сучасна педагогічна наука, за доречним зауваженням С. Гончаренка, ставить нові виклики перед науковцями та педагогами-практиками та все помітніше підштовхує практику від кібернетичних (керованих) до синергетичних (що самоорганізуються) способів освіти людини й формування особистості. Через це видається недостатнім узятий і сьогодні на озброєння принцип так званого особистісно орієнтованого навчання. Орієнтація в навчанні на особистість, тобто передача знань і досвіду з урахуванням індивідуальних якостей учнів, не здатна сама по собі завести внутрішній «двигун» людини, вона обмежена традиційною парадигмою «викладач-учень» як замкненою і односпрямованою педагогічною системою. Потрібен перехід від особистісно орієнтованого до особистісно розвивального навчання на основі створення нової, відкритої системи освіти, де людина розкривається як особистість завдяки синергетиці освіти, що дістає постійні імпульси від усіх сфер суспільства, яке динамічно розвивається [24].

Кожен суб’єкт педагогічного процесу (учень, студент, педагог) – це окрема підсистема, що саморазвивається та здійснює перехід від розвитку до саморозвитку; для життєдіяльності саморегулювальних систем важливе значення мають не тільки стійкість і необхідність, а й нестійкість і випадковість. Процес самоорганізації відбувається внаслідок взаємодії випадковості й необхідності і завжди пов’язаний з переходом від нестійкості до стійкості. Перехід до нової системи і розвиток загалом неможливі без ліквідації рівноваги, стійкості й однорідності; елементи, які протирічать внутрішньому змісту синергетично організованої системі і логіці функціонування її внутрішніх процесів, не можуть бути повноцінно задіяні цією системою [18].

Для визначення структури іміджумайбутніх викладачів вищої школи треба завважити на поняття «професійна компетентність викладача» як його органічну складову. Досліджуючи компетентність як якість особистості Н. Кузьміна, визначає професійно-педагогічну компетентність як таку, що має пʼять елементів або видів компетентності, серед яких: спеціальна та професійна компетентність у галузі дисципліни, що викладається; методична компетентність у галузі засобів формування знань, умінь учнів; соціально-психологічна компетентність у галузі процесів спілкування; диференційно-психологічна компетентність у галузі мотивів, здібностей, сприйняття учнів; аутопсихологічна компетентність у галузі переваг і недоліків власної діяльності й особистості [56].

Професійна компетентність викладача – це синтез і органічна єдність концептуально-теоретичних, прикладних і конкретно-професійних знань, повнота яких зумовлює успішність професійної діяльності педагога як вважає П. Решетников [80].

Основні ознаки професійної компетентностівизначає В. Кричевський: наявність знань для успішної діяльності, розуміння значення знань для практики; набір операційних умінь; володіння алгоритмами виконання трудових завдань; творчий підхід до професійної діяльності [53, с. 67].

Видами професійної компетентності В. Кричевський називає такі: функціональну, яка характеризується професійними знаннями та вміннями їх реалізовувати; інтелектуальну, яка виражається в здатності аналітично мислити й здійснювати комплексний підхід до виконання своїх обовʼязків; ситуативну, що дає змогу діяти відповідно до ситуації; соціальну – припускає наявність комунікативних та інтегральних здібностей [53].

Професійна компетентність викладача нерозривно пов’язана з культурою мовлення. Визначаючи якісні ознаки культури мовлення, В. Пасинок враховує як суто мовні особливості (міра оволодіння наявними нормами), так і позамовні (знання законів мислення, досвід мовця, його психічний стан, спрямованість і мету мовлення тощо). Через це науковець називає такі ознаки культури мовлення: правильність, точність, логічність, чистоту, доречність, ясність, виразність, варіативність, адекватність меті, емоційність. За її висновками, розвинені мовленнєві уміння – це показник педагогічної культури і педагогічної майстерності, а формування професійно значущих мовленнєвих умінь – це закономірний органічний процес професійної підготовки особистості викладача [71].

Натепер у науковій літературі все частіше вживається поняття «іміджева компетентність». О. Сисоєва визначає іміджеву компетентність викладача як сукупність і взаємопроникнення когнітивного, мотиваційного, рефлексивного та поведінкового компонентів, ступінь сформованості яких відображає здатність і готовність управляти своїм іміджем у різноманітних ситуаціях педагогічної взаємодії. У когнітивному компоненті дослідниця найбільш значущими називає знання теоретичного та методичного характеру щодо закономірностей функціонування іміджу, техніки створення позитивного іміджу, способів зміцнення позитивної «Я-концепції», сутності та специфіки професійного іміджу, значення невербальних засобів педагогічного спілкування, принципів організації гардеробу, методи роботи з різними аудиторіями, барʼєрів педагогічної комунікації тощо. Мотиваційний компонент передбачає мотивацію на оволодіння техніками іміджування, настанову на розвиток своєї іміджевої компетентності. Рефлексивний компонент становить здатність до аналізу, осмислення власного професійного іміджу, уміння виділити власні сильні та слабкі сторони, поглянути на себе очима реципієнтів іміджу. Поведінковий компонент складається з набору іміджевих умінь, а саме: створити атмоферу психологічного комфорту, підтримувати увагу, здійснювати продуктивний зворотній звʼязок, знімати емоційну напругу тощо [87].

Структура іміджевої компетентності викладача вищої школиможе бути така:

- теоретичні знання про сутність іміджу, його функції, види, структуру, закономірності та засоби формування тощо,

- прагнення та готовність студента створювати власний імідж,

- рефлексивний елемент (володіння методами самопізнання, самоспостереження, самоаналізу, самоосвіти, самовиховання тощо),

- застосування отриманих знань на практиці, досвід діяльності зі створення власного іміджу [87].

Формувати імідж майбутніх викладачів вищої школи треба з урахуванням вікових особливостей сучасного студентства. Психологи [5; 32; 50] вважають, що специфіка навчальної діяльності студентства впливає на перетворення його системи ціннісних орієнтацій, що зумовлює психологічне трактування цього віку як центрального періоду становлення характеру та інтелекту. Порівняно з іншими віковими періодами в юнацькому віці спостерігають найвищі показники психічних процесів, йому притаманні досягнення найвищих, «пікових» результатів, які базуються на всіх попередніх процесах біологічного, психологічного, соціального розвитку [72].

Отже, професійний імідж майбутніх викладачів вищої школи – це цілісне багатоаспектне явище зі складною структурою, урахування якої уможливлює його формування в умовахвищого навчального закладу.

# Висновки до розділу І

Розгляд іміджу викладача як предмета теоретичного аналізу засвідчує відсутність єдиної наукової позиції щодо сутності цього феномену.

Імідж – це багатогранне поняття. Сутність та зміст професійного іміджу залежить від специфіки самої професії.

Заналізувавши наукові праці щодо проблеми професійного іміджу,зроблено висновок, що професійний імідж майбутніх викладача вищої школи – це явище інтегральне та цілісне, ключовими елементами якого є:

- мотивація до професійної діяльності;

- духовність;

- рефлексивні уміння;

- «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу;

- організаторські здібності;

- громадянська позиція та патріотизм;

- комунікативна культура, габітарна культура.

Звісно, це не повний перелік, адже структура професійного іміджу викладача вищої школи різниться в залежності від специфіки конкретного професійного напряму. Але, вказані складові на думку більшості науковців, єбазовими складники професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи, які можна цілеспрямовано формувати в умовах навчально-виховного процесу.

Ефективність формування іміджу залежить від мотивації студента – майбутніх викладачів вищої школи, аджепозитивний імідж може сформувати лише сам носій іміджу завдяки наполегливій роботі над собою.

Формування іміджу потребує оволодіння прийомами самопізнання та рефлексії. Імідж майбутніх викладачів вищої школи потребує постійної самостійної роботи з його створення, алекваліфікована підтримка через змінюваність зовнішніх обставин спонукає й до зміни внутрішніх чинників, що робить процес формування професійного іміджу студентів керованим.

# РОЗДІЛ ІІ. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕДОСЛІДЖЕННЯРЕАЛЬНОГО СТАНУ СФОРМОВАНОСТІ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

# 2.1 Організація експерименту з формування професійного іміджумайбутніх викладачів вищої школи

Експериментальне дослідження було проведено на базі державного вищого навчального закладуСНУ ім. В. Даля (м. Северодонецьк).

В експерименті прийняли участь майбутні викладачі вищої школи у кількості 271респондентів, з яких:

- до експериментальної групи увійшло 135респондентів;

- до контрольної групи увійшло 136респондентів.

Дослідження проводилось в три етапи:

1) на констатуючому етапі – вивчено наявний стан сформованості професійного іміджу респондентів обох груп;

2) на формуючому етапі проведено роботу з формування професійного іміджу респондентів експериментальної групи;

3) на контрольному етапі – порівняно результати щодо стану сформованості професійного іміджу респондентів експериментальної та контрольної груп на констатуючому та контрольному етапах.

*Мета педагогічного експерименту*: перевірка ефективності роботи з формування іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Структуру професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи було оцінено за такими показниками: мотивація до професійної діяльності, духовність, рефлексивні уміння, «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу, професійна компетентність, творчі здібності організаторські здібності, активна громадянська позиція та патріотизм, комунікативна культура, габітарна культура.У своїй сукупності сформованість названих показників свідчить про сформованість професійного іміджу.

*1. Мотивація до професійної діяльності* майбутнього викладача була визначена за допомогою методикиТ. Ільїної з вивченнямотивації навчання у ВНЗ (додаток Е).

2. *Духовність* майбутніх викладачів вищої школи була вивчена за допомогою методики «Духовний розвиток особистості», автор М. Роганова (додаток Р)[81].

*3. Рефлексивні уміння*вивчено за допомогою методики «Самооцінка рівня онтогенетичної рефлексії» [90, с. 224-225] (додаток Н).

4. *«Я – концепція» самоформування й удосконалення іміджу* вивчена за допомогою методики визначеннясформованості «Я-концепції» Кемпбелла SCC(додаток В).

5. *Організаторські здібності*оцінено за методикою «Комунікативні та організаторські схильності»В. Синявського та В. Федорошина (Додаток К) [90].

6. *Активнагромадянська позиція та патріотизм*вивчалися за методикою «Моя громадянська позиція» (А. Сігова)[84] (додаток С).

7. *Комунікативна культура* вивчалася за допомогою методики«Експертна оцінка культури мовлення майбутніх викладачів вищої школи», автор В. Пасинок(додаток И) [71].

Ступінь вияву показників комунікативного критерію оцінювалася за такими ознаками: логічність, правильність, доречність, точність, чистота, ясність, виразність, варіативність, адекватність меті, емоційність [32].

8. *Габітарна культура* оцінювалась за такими ознаками:відповідність одягуситуації; гармонія кольорів, стриманість, почуття міри у використанні прикрас;відповідність одягу індивідуальним особливостям фігури;відповідність одягу віку; відчуття стилю;охайність (чистота одягу та взуття незалежно від погоди);помірне використання косметики жінками;охайний вигляд обличчя чоловіка; доглянута зачіска;правильна постава;помірна виразність міміки;культура рухів, доцільне та помірне використання жестикуляції (додаток Б).Результати спостереження фіксували в таблиці (додаток А).

**Критерії та показники**сформованостіпрофесійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи розроблено у відповідностідо використаних методик (таблиця 2.1).

**Таблиця 2.1**

**Критерії та показники сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи**

|  |  |
| --- | --- |
| **Крітерії** | **Показники** |
| Мотивація до професійної діяльності | Вербальні вияви під час практичних занять і педагогічної практики, наявність установки на пізнавальні й особистісно-розвивальні потреби учнів як першочергові для викладача.  Здатність до інноваційно-навчальної й педагогічної діяльності, що має вияв в оригінальних продуктах навчальної творчості.Професійна спрямованість відображається у відповідях студента за результатами аналізу анкетування, його позитивних судженнях про професіювикладача вищої школи на практичних заняттях тощо. |
| Духовність | Уміння розв’язувати професійно-педагогічні ситуації на основі духовно-моральних цінностей.Репрезентація власної духовно-моральної поведінкина заняттях і в побуті. |
| Рефлексивні уміння | Здатність до сприймання образу суб’єктивної гармонійності як невід’ємної частини своєї особистості, комфортність професійної діяльності в цьому образі. Самокорекція негармонійних проявів через дискомфорт у відчуттях. Рефлексивний аналіз і виявлення основних відчуттів через використання у своєму професійному іміджі ефективних і неефективних дій, форм поведінки, формулювання проблем, які виникли, самоналіз причин невдач і труднощів. |
| «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу | Усвідомленість суперечностей між реальним і актуальним образами «Я» – викладача вищої школи, яка відображається у відповідних рефлексивних судженнях про себе, у розробці «Я-концепції» самоформування й удосконалення професійного іміджу. Фіксація результатівспостереження за особистісним і професійним самовдосконаленням. |
| Організаторські здібності | Здатність вчасно приймати самостійні рішення в нестандартних ситуаціях, організовувати доцільні проекти виховних заходів. Це виявляється за результатами практики й аналізу проектів розробок виховнихзаходів. |
| Активна громадянська позиція та патріотизм | Участь в громадських заходах, які сприяють демократизації й гуманізації суспільних відносин, безпеці України, захисту прав і свобод дитини й усіх громадян загалом. Членство у відповідних молодіжних організаціях. Вияв у судженнях стратегії виховання в учнів здатності до емоційно-почуттєвого забезпечення внутрішнього прийняття ними патріотизму як стрижневої особистісної цінності. Здатність до трансляціїцінності моральної й патріотичної культури, моральністьі патріотизм як особистісна цінність. |
| Комунікативна культура | Здатність до дотримання загальноприйнятих літературних норм мови. Лексичне багатство й синтаксична різноманітність мовлення. Образність мовлення, його яскравість, метафоричність, оригінальність, наявність епітетів, порівнянь, метафор, багатозначних слів, стилістичних фігур тощо. Формування взаємоповаги, взаєморозумінняв педагогічно-комунікативний контакт. |
| Габітарна культура | Дотримання усталених норм зовнішнього вигляду педагога. Зовнішній вигляд на заняттях відповідний ситуації та не привертає зайвої уваги. Проте він актуалізує неповторність особистості, особливий стиль її самовираження, «приховує» недоліки фігури та підкреслює позитивні характеристики. Загальний охайний вигляд. Чистей акуратне взуття. |

Відповідно до прийнятних критеріїв і показників, наведемо узагальнені рівневі характеристики сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи, що також було визначено за вказаними методиками.

*Високий рівень сформованості професійного іміджу:*учасник експерименту глибоко усвідомлюю потребу в самопізнанні рівня сформованості професійного іміджу: систематично намагається виміряти ступінь сформованості у себе різних складників образу«Я» як особистості й професіонала, консультується з викладачами у питаннях, пов’язанних зі способами самопізнання. На практичних заняттях висловлює рішення в оволодінні конкретними складниками професійного іміджу, які вже стали для нього особистісними цінностями. Активно самостійно працює над формуванням власного професійного іміджу без зайвого контролю.

*Середній рівень сформованості професійного іміджу:*загалом учасник експерименту усвідомлює потребу з’ясувати стан сформованості образу«Я» як особистості й професіонала. Проте його намагання визначити рівні сформованості у себе характеристик професійного іміджу не є систематичними. Знає провідні, але не всі, способи самопізнання, що з’ясовується під час консультацій із викладачами. Після таких консультацій приходить до усвідомленняважливостіпрофесійного іміджу та самостійної роботи у цьому напряму. Проте, переважають не соціально значущі мотиви, а особистісно-значущі, пов’язані з власним професійним розвитком.Розуміє важливість формування професійного іміджу під час професійної підготовки у ВНЗ, але лише під керівництвомпрацює над формуванням власного професійного іміджу.

*Низький рівень сформованості професійного іміджу:*емоційно напружено переживає й недостатньо осмислює потребу в самопізнанні реальних образів власного професійного іміджу. Проте, добре інформований про особистісну та соціальну значущість професійного іміджу, тому планує в майбутньому поставити перед собою та виконати це завдання. Але все ж-таки вважає, що на етапі професійної підготовки у ВНЗ не обов’язково працювати над власним професійним іміджем викладача вищої школи.

# 2.2 Аналіз стану сформованості професійного іміджумайбутніх викладачів вищої школи на констатуючому етапі

Проаналізуємо результати констатуючого експерименту. Рівні сформованості професійного іміджу респондентів експериментальної групи подано у таблиці 2.2, респондентів контрольної групи – у таблиці 2.3.

**Таблиця 2.2**

**Рівні сформованостіпрофесійного іміджу респондентів експериментальної групи на констатуючому етапі**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерії сформованості професійного іміджу | Кількість респондентів, у % | | |
| Рівні сформованості іміджу | | |
| Високий | Середній | Низький |
| Мотивація до професійної діяльності | 0,7 | 1,4 | 9,2 |
| Духовність | 0,5 | 0,9 | 7,3 |
| Рефлексивні уміння | 0,9 | 1,7 | 9,4 |
| «Я-концепція» самоформування й удосконалення професійного іміджу | 1,5 | 3,5 | 10,5 |
| Організаторські здібності | 0,5 | 0,5 | 7,6 |
| Активна громадянська позиція та патріотизм | 0,7 | 1,2 | 6,4 |
| Комунікативна культура | 0,5 | 1 | 10,8 |
| Габітарна культура | 1,7 | 3,0 | 13,0 |
| **Сформованість професійного іміджу** | **6,6** | **13,2** | **80,2** |

Таблиця 2.3

**Рівні сформованості професійного іміджу респондентів контрольної групи на констатуючому етапі**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Критерії сформованості іміджу | Кількість респондентів, у % | | |
| Рівні сформованості іміджу | | |
| Високий | Середній | Високий |
| Мотивація до професійної діяльності | 0,9 | 2,2 | 5,6 |
| Духовність | 1,9 | 1,3 | 5,8 |
| Рефлексивні уміння | 1,1 | 1,7 | 5,1 |
| «Я-концепція» самоформування й удосконалення професійного іміджу | 3,5 | 3,4 | 18,2 |
| Організаторські здібності | 1,5 | 1,1 | 4,9 |
| Активна громадянська позиція та патріотизм | 2,2 | 0,9 | 6 |
| Комунікативна культура | 1,7 | 2,6 | 5,2 |
| Габітарна культура | 3,7 | 4,3 | 13,1 |
| **Сформованість іміджу** | **16,5** | **19,6** | **63,9** |

Узагальнені показники сформованості рівнів сформованості професійного іміджу респондентів на констатуючому етапі представлено у таблиці 2.4 і на рисунку 2.1.

Таблиця 2.4

**Результати порівняння рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи на констатувальному етапі**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Рівні сформованості професійного іміджу | Кількість респондентів, у % | |
| Контрольна група | Експериментальна група |
| Високий | 16,5 | 6,6 |
| Середній | 19,6 | 13,2 |
| Низький | 63,9 | 80,2 |

Результати таблиці 2.4 наочно продемонстровано на рисунку 2.1.

**Рисунок 2.1 – Результати порівняння рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи на констатувальному етапі, у %**

Аналіз кількісних показників свідчить, що багато респондентів експериментальної групи за критеріями й показниками відповідає низькому рівню – 80,2% сформованості професійно іміджу, середньому – 13,2%, високому – 6,6%, що доводить потребу цілеспрямованої роботи з формування професійного іміджу респондентів експериментальної групи.

В контрольній групі у більшості респондентів за критеріями й показниками також професійний імідж сформований на низькому рівні – 63,9%, на середньому – 19,6%, на високому – 16,5%.

# Висновки до розділу ІІ

На констатуючому етапі в обох групах (експериментальній і контрольній) переважав низький рівень сформованості професійного іміджу респондентів.Респонденти обох груп недостатньо емоційно переживають й усвідомлюють потребу в особистісно-професійному самовдосконаленні. Як наслідок, респонденти виявили низьку мотиваційну активність у самоформуванні професійного іміджу. Зафіксованомала кількість показників сформованості цінностей образу «Я» як особистості й професіонала. Слаборозвинена комунікативна культура в духовно-моральному аспекті. Проте, багатьом респондентам властиві окремі духовно-моральні якості. Респонденти ускладнювались врозв’язанні змодельованих і реальних професійно-педагогічних ситуацій відповідно до духовно-моральних критеріїв. У переважній більшості респонденти не були учасниками громадських заходів. Якість мовлення недостатня – передусім бракує образності, логічної переконливості й аргументованості. Низьким є рівень дотримання літературних норм під час користування лексичними, фонетичними, синтаксичними й іншими засобами мови. У письмових роботах, зокрема творах, присвячених педагогічній професії, було багато помилок, відсутня синтаксична різноманітність і стилістична грамотність, однак респонденти усвідомлювали ці недоліки й планували предметно займатися самоформуванням комунікативної культури. Габітарна культура виявилась трохи краще сформованою за інші показники, але також потребує вдосконалення у деяких респондентів. Такі висновки є узагальненими і стосуються респондентів обох груп.

На основі отриманих результатів було спроектовано зміст роботи з формування професійного іміджу для студентів експериментальної групи.

# РОЗДІЛ ІІІ. РОЗРОБКА Й ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНА ПЕРЕВІРКА ЗМІСТУ РОБОТИ З ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОГО ІМІДЖУ МАЙБУТНІХ ВИКЛАДАЧІВ ВИЩОЇ ШКОЛИ

# 3.1Зміст роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи (формуючий експеримент)

Нагадаємо, на основі аналізу наукової літератури, в рамках нашого дослідження в структуру професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи включено наступні показники:мотивація до професійної діяльності;духовність;рефлексивні уміння; «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу;організаторські здібності;активна громадянська позиція та патріотизм;комунікативна культура;габітарна культура. Отже, формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи відбувалось за цими напрямами.

Робота з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи відбувалась вшість етапів:

1.Перший етап – інформаційно-мотиваційний.

Мета цього етапу – ознайомлення респондентів з теоретичними основами іміджелогії, із сутністю основних понять іміджелогії, усвідомлення закономірностей та засвоєння базових технік іміджмейкінгу, формування мотивації до створення власного професійного іміджу;

2. Другий етап – автогностичний–спрямований на пізнання власних психологічних характеристик, самооцінки власного іміджу.

Мета цього етапу – допомогти учасникам експерименту дослідити власний імідж, спробувати визначити, який образ індивіда сформований у свідомості оточення, пізнати свій внутрішній світ, з’ясувати власні переваги та недоліки, позитивні та негативні риси характеру. В результаті– створити власний об’єктивнийпсихологічний портрет, з’ясуватиособливості власного професійного іміджу;

3. Третій етап – проектувальний*.*

Мета проектувального етапу – розробити індивідуальний план конкретних дій та заходів зі створення власного професійного іміджу. Учасники експерименту створювалисвій ідеальний професійний імідж, планували способи його досягнення, планували роботуіз самовдосконалення з метою створення позитивного професійного іміджу, з’ясовували розбіжності між реальним та ідеальним професійним іміджем викладача вищої школи.План містив певний комплекс та послідовність дій:

1) створення ідеального для індивіда образу;

2) аналіз відмінностей між ідеальним образом та реальним;

3) визначення компонентів іміджу, які потребують вдосконалення;

4) окреслення способів їх корекції та вдосконалення;

5) створення плану конкретних дій з наближення реального іміджу до ідеального професійного іміджу;

4.Четвертий етап – організаційно-діяльнісний.Мета організаційно-діяльнісного етапу – сформувати професійний імідж майбутніх викладачів вищої школи. На цьому етапі відбувався цілеспрямований вплив з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школиза наступними напрямами: формування мотивації до професійної діяльності,духовність, рефлексивних умінь, «Я-концепції» самоформування й удосконалення іміджу, організаторських здібностей, активної громадянської позиції та патріотизму, комунікативної культури, габітарної культури;

*5. П’ятий етап –рефлексивний.* Рефлексія допомоглаучасникам експерименту виявити найефективніші способи діяльності щодо формування, підтримки та корекції власного професійного іміджу.

Учасникам експерименту пропонувалися запитання, за якими вони здійснювали рефлексивний аналіз результатів створення свого професійного іміджу:

* Чи відчувалиВи себе гармнонійно у своєму професійному іміджі?
* У чому Ваше головне досягнення? Що Вам вдалося удосконалити?
* Чому та як Ви досягли позитивних результатів у створенні власного професійного іміджу?
* Чи збігаються Ваши відчуття від власного професійного іміджу з оцінкою інших учасників експерименту та керівника експерименту?
* Що було найскладнішим у процесі створення професійного іміджу?
* Як Ви подолали труднощі, що виникали у процесі створення професійного іміджу?
* Чи було щось у Вашому професійному іміджі, що призводило до відчуття дискомфорту?
* Чого Ви раніше не могли робити, а тепер можете робити завдяки навичкам, які Ви здобули у процесі створення власного професійного іміджу?
* Як змінилися Ваші знання та світогляд?
* На що потрібно звернути увагу в подальшій роботі з вдосконалення професійного іміджу?

*6. Шостий етап (заключний) – оцінно-результативний.* На заключному етапіучасники експерименту здійснювали аналіз власних досягнень або невдач у досягненні поставлених цілей.

Провідні традиційні *форми формування професійного іміджу* у майбутніх викладачів – лекції (таблиця 3.1), семінарські й практичні заняття (таблиця 3.2).

Із метою формування професійного іміджу застосовувалися фронтальні форми (лекції), групові форми (на практичних і семінарських заняттях), індивідуальні та змішані (індивідуально-групова, парно-групова та фронтально-групова) форми роботи.

Таблиця 3.1

**Зміст лекцій з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи**

| **Назва лекції** | **Зміст лекції** |
| --- | --- |
| 1. Іміджелогія як наука й практична діяльність | Іміджелогія як наукова практична, інноваційна дисципліна; витоки іміджелогії. Аналіз визначень іміджелогії як науки та практики. Цілі й задання іміджелогії. Теоретична й прикладна іміджелогія. Імідж як предмет іміджелогії. Сучасні уявлення про імідж у різних галузях наукового знання. Носій та реципієнт іміджу. Антропологічне підґрунтя іміджелогії. Зв’язок іміджелогії з іншими науками. Принципи іміджелогії. |
| 2. Іміджмейкінг | Іміджмейкінг як діяльність зі створення іміджу з певними властивостями. Імідж-ефект. Перетворення іміджу для досягнення окреслених цілей. Структура та функції іміджмейкінгу. Значення механізмів соціально-психологічного впливу в процесі формування іміджу. Закономірності формування й функціонування іміджу. Громадська думка та суспільна свідомість. |
| 3. Поняття іміджу | Імідж як предмет іміджелогії. Імідж і репутація. Імідж і символ. Соціальні стереотипи й настанови. Імідж як поняття. Значення іміджу. Імідж як цілісній феномен. Природні й особистісні особливості людини.  Характеристика основних складників іміджу. «Я-концепція». Критерії класифікації іміджу. Сучасні типології й основні функції іміджу. |
| 4. Персональна іміджелогія | Іміджеві характеристики. Основні умови формування іміджу. Особистісний і професійний імідж. Зовнішня й внутрішня мотивації створення іміджу. Свідомий і несвідомий рівні функціонування іміджу. Додаткові складники іміджу. Чарівність: великий секрет і маленькі хитрощі. |
| 5. Професійний імідж сучасного викладача вищої школи | Поняття «професійний імідж викладача вищої школи». Складники професійного іміджу викладача вищої школи. Відмінності іміджу викладача від іміджу інших фахівців. Мала, середня й велика соціальні групи як реципієнти іміджу. Масова аудиторія іміджу. Закономірності сприймання професійного іміджу викладача різними реципієнтами. Особливості презентації професійного іміджу педагога цільовій аудиторії. |
| 6. Структура професійного іміджу сучасного викладача вищої школи | Особливості роботи викладача вищої школи. Компоненти професійного іміджу викладача вищої школи. Статус середовищного іміджу в цілісній структурі іміджу викладача вищої школи. |
| 7. Вимоги до професійного іміджу сучасного викладача вищої школи | Роль першого враження. Вимоги до габітарного іміджу викладача вищої школи. Закономірності візуального сприймання фігури людини. Іміджева компетентність викладача вищої школи та її компоненти: теоретичні знання про сутність професійного іміджу, його функції, види, структуру, закономірності й засоби формування тощо; прагнення та готовність створювати власний професійний імідж; володіння методами самопізнання.  «Я- концепція», сутність, види «Я-концепції». Професійна спрямованість викладача вищої школи та її роль у побудові професійного іміджу. Вимоги до мовленнєвої та комунікативної поведінки викладача вищої школи. |
| 8. Механізми впливу під час формування іміджу | Поняття соціально-психологічного впливу. Механізми впливу на масову й індивідуальну свідомість. Технології нейролінгвістичного програмування. Формування іміджу в середовищі масової комунікації. |
| 9. Технології іміджування | Принципи формування іміджу. Критерії добору моделі поведінки. Стратегії й тактики побудови іміджу. Вплив підсвідомої інформації на виникнення іміджу. Пряма й опосередкована інформація про людину. Техніки створення образу. Стереотипізація. Типізація, позиціонування, іміджева символіка. Міфологізація іміджу. Комунікативні стратегії. Переконання. Навіювання. Самопросування. Зараження. Моделі візуальної комунікації. Методи формування позитивного ставлення. Моделі поведінки в офіційному й неофіційному спілкуванні. Імідж як складова частина культури ділового спілкування. Імідж керівника освітнього закладу. Способи просування іміджу. |
| 10. Створення й застосування стратегій формування іміджу | Стихійність і цілеспрямованість у формуванні іміджу. Поняття індивіда та індивідуальності. Характеристика етапів формування іміджу: самопізнання, самооцінка, оцінка очікувань реципієнтів іміджу, корекція власних характеристик, презентація іміджу, рефлексія, самомоніторинг. Забезпечення сталості та підтримки іміджу. |
| 11. Самодіагностика. (лекція + практичне заняття) | Застосування психодіагностики для створення психологічного портрета особистості. Психологічні тести для зʼясування основних психологічних характеристик особистості. Критерії ефективності професійного іміджу викладача вищої школи. |
| 12. Рефлексія як засіб самомоніторингу. Розвиток рефлексивних умінь (лекція + практичне заняття) | Поняття про рефлексію. Значення рефлексії для створення власного професійного іміджу. Способи рефлексивного аналізу свого іміджу. Шляхи розвитку рефлексивних умінь. |

Таблиця 3.2

**Зміст практичних і семінарських занять з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи**

| **Тема заняття** | **Зміст заняття** |
| --- | --- |
| 1. Імідж як історико-культурний феномен (семінар-дискусія) | Питання для самостійного опрацювання: Історія виникнення іміджу. Імідж в історії та політиці. Виникнення науки «іміджелогія». Взаємозв’язок понять «імідж», «образ», «авторитет», «стереотип», «престиж», «репутація». Практична робота: аналіз іміджу історичної особи. |
| 2. Професійний імідж викладача вищої школи (семінар-дискусія) | Питання для самостійного опрацювання: Зовнішній вигляд викладача вищої школи. Вимоги та рекомендації щодо вибору стилю одягу, зачіски тощо.  Професійна компетентність викладача вищої школи. Стилі спілкування викладача з учнями, колегами. Професійний імідж викладача вищої школи. Вимоги до мовленнєвої поведінки викладача. Аналіз сформованого іміджу. Способи коригування іміджу. |
| 3. Професійний імідж фахівців різних галузей (семінар) | Питання для самостійного опрацювання: Імідж політика. Імідж політичної партії. Імідж педагога. Імідж естрадного виконавця. Імідж телеведучого. Імідж лікаря. Імідж психолога. Імідж керівника. Імідж компанії. Імідж навчального закладу. Імідж країни. Імідж бренду.  Практична робота: аналіз іміджу відомої особи. |
| 4. Сам собі іміджмейкер (практичне заняття, ділова гра) | Питання для самостійного опрацювання: Ідеальний і реальний імідж викладача вищої школи.  Діагностика власних психологічних властивостей. Самооцінка та взаємооцінювання іміджу.  Практична робота: створення персонального іміджу. Планування роботи над власним професійним іміджем. |

Педагогічний діалог виступав провідною формою побудови занять на яких здійснювався процес формування професійного іміджу.

Формування мотивації загалом до професійної діяльності та формування професійного іміджу, зокрема, здійснювалось за допомогою організаційних форм – заняття-спостереження, заняття дискусійної форми. Заняття-спостереження були спрямовані на формування педагогічної спостережливості під час демонстрації кращими педагогами власного професійного іміджу (насамперед на лекціях).

Етапи заняття-спостереження:

* підготовчий (учасників експерименту було ознайомлено з сутністю поняття та складниками педагогічного іміджу викладача вищої школи);
* проектувальний (було визначено мету спостереження за діями досвідченого педагога; проведено практичну підготовку до спостереження – роз’яснено необхідність і правила нотування перебігу спостереження);
* дієвий (безпосереднє проведення спостереження);
* рефлексивний (обговорення, аналіз та узагальнення результатів спостереження).

Для формування педагогічного іміджу було застосовано й інші форми:

- дебати (учасників експерименту було поділено на команди, задача яких – захищати колективно створену позицію);

- круглі столи (проводилися дискусії);

- форуми (проводилося засідання експертної групи – досвідчених педагогів, які дискутували з учасниками експерименту);

- імітаційні ігри (здійснювалося моделювання ситуацій, у яких учасники експерименту могли продемонструвати свій професійний імідж як викладача вищої школи, відбувалося практичне відпрацювання змодельованих ситуацій входження в нову роль – «носій позитивного професійного іміджу»);

* зіставлення іміджевих характеристик видатних педагогів (героїв художніх творів, кіногероїв, кращих викладачів) і власних характеристик професійного іміджу як майбутніх викладачів вищої школи.

Для забезпечення активності учасників експерименту у самоформуванні позитивного професійного іміджу було застосовано *проектувальні методи*:

* занурення у створення іміджевих портретів кращих викладачів;
* орієнтування на створення цільових проектів власної діяльності як педагогів-майстрів, носіїв позитивного іміджу;
* вправляння у створенні перспектив самоформування професійного іміджу;
* вправляння у складанні особистих планів професійного розвитку;
* педагогічне консультування в питаннях самоформування складників професійного іміджу;
* педагогічне проектування способів досягнення вершин професійного іміджу.

Отже, проведена робота зформування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи була спрямована на формування мотиваційно-ціннісного ставлення до майбутньої професії завдяки створенню оптимальних умов для вивченняпедагогічної іміджелогії.

Активне залучення респондентівекспериментальної групи до соціокультурної, виховної, науково-дослідної роботи, оптимальне поєднання індивідуальних, колективних та інтерактивних форм роботи, навчання та продуктивної праці – все це було спрямовано на цілеспрямований розвиток усіх компонентів професійного іміджу.

# 3.2Аналіз ефективності експериментальноїроботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи (контрольний експеримент)

Метаконтрольногоeкcпepимeнту полягала у визначенні ефективності роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи, проведеної на етапіформуючого експерименту.

Для досягнення мети контрольного експерименту було порівняно показники сформованості професійного іміджу респондентів експериментальної та контрольної груп на констатуючому та контрольному етапах. Передбачалось, що в експериментальній групі показники сформованості професійного іміджу будуть вищими за результати контрольної групи – у цьому разі можна буде стверджувати про ефективність проведеної роботи на формуючому експерименті.

Діагностування рівнів сформованості професійного іміджу респондентів відбувалося за допомогою того самого діагностичного інструментарію, щобуло використано у процесі кoнcтaтувaльнoгo eкcпepимeнту.

Розподіл респондентів експериментальної групи за рівнями сформованості професійного іміджу на контрольному етапі подано у таблиці 3.3.Розподіл респондентів контрольної групи за рівнями сформованості професійного іміджу на контрольному етапі – у таблиці 3.4.

Таблиця 3.3

**Рівні сформованості професійного іміджуреспондентів експериментальної групина контрольному етапі**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерії  сформованості іміджу | Кількість респондентів, у % | | | | | |
| Констатуючий етап | | | Контрольний етап | | |
| Рівні сформованості професійного іміджу, у% | | | | | |
| Високий | Середній | Низький | Високий | Середній | Низький |
| Мотивація до професійної діяльності | 0,7 | 1,4 | 9,2 | 2,6 | 4,5 | 1,7 |
| Духовність | 0,5 | 0,9 | 7,3 | 3,5 | 3,3 | 2,4 |
| Рефлексивні уміння | 0,9 | 1,7 | 9,4 | 3,0 | 3,8 | 1,4 |
| «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу | 1,1 | 3,5 | 15,5 | 10,7 | 12,0 | 7,4 |
| Організаторські здібності | 0,5 | 0,5 | 7,6 | 2,8 | 3,4 | 1,9 |
| Активна громадянська позиція та патріотизм | 0,7 | 1,2 | 6,4 | 2,4 | 3,0 | 1,5 |
| Комунікативна культура | 0,5 | 1 | 10,8 | 3,8 | 3,6 | 2,6 |
| Габітарна культура | 1,7 | 3,0 | 13,0 | 5,6 | 8,2 | 4,9 |
| **Сформованість іміджу** | **6,6** | **13,2** | **80,2** | **34,4** | **41,8** | **23,8** |

У таблицы 3.4 представлено результати контрольноъ групи.

Таблиця 3.4

**Рівні сформованості професійного іміджуреспондентів контрольної групи на контрольному етапі**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Критерії сформованості пофесійного іміджу | Кількість респондентів, у % | | | | | |
| Констатуючий етап | | | Контрольний етап | | |
| Рівні сформованості професійного іміджу | | | | | |
| Високий | Середній | Низький | Високий | Середній | Низький |
| Мотивація до професійної діяльності. | 0,9 | 2,2 | 5,6 | 1,2 | 2,2 | 4,9 |
| Духовність | 1,9 | 1,3 | 5,8 | 1,9 | 1,7 | 5,4 |
| Рефлексивні уміння | 1,1 | 1,7 | 5,1 | 1,3 | 2,8 | 6,2 |
| «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу | 3,5 | 5,5 | 18,2 | 3,9 | 6,6 | 17,0 |
| Організаторські здібності | 1,5 | 1,1 | 4,9 | 0,9 | 2,1 | 4,5 |
| Активна громадянська позиція та патріотизм | 2,2 | 0,9 | 6 | 2,2 | 1,7 | 4,3 |
| Комунікативна культура | 1,7 | 2,6 | 5,2 | 1,8 | 3,0 | 5,8 |
| Габітарна культура | 3,7 | 4,3 | 13,1 | 4,0 | 2,8 | 11,8 |
| **Сформованість іміджу** | **16,5** | **19,6** | **63,9** | **17,2** | **22,9** | **59,9** |

Сформованість*мотиваціїдо професійної діяльності* визначено за результатами анкетування та за аналізом відповідей респондентів, їхніх позитивних міркувань щодо професії викладача вищої школи. В експериментальній групі (таблиця 3.3) високий рівень сформованості мотивації до професійної діяльності зріс на 1,9% (з 0,7% - на констатуючому етапі – до 2,6% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) високий рівень сформованості мотивації до професійної діяльності зріс на 0,3% (з 0,9% – на констатуючому етапі – до 1,2% - на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю мотивації до професійної діяльності результати виявилися вище в експериментальній групі на 1,6% (1,9% в ЕГ – проти 0,3% в КГ).

Аналізуючи якісні показники, важливо зазначити, що в експериментальній групі під час практичних занять і педагогічної практики виразно простежувалися повага до майбутньої професії, наявність установки на пізнавальні й особистісно-розвивальні потреби як нагальні для майбутнього викладача. За результатами обговорення фільмів про педагогів – майстрів своєї справи можна було судити про наявність у респондентів експериментальної групи усвідомленого особистісного смислу в оволодінні певними складниками іміджу педагога, прагнення розробляти подальші цілі й завдання у сфері професійно-культурного розвитку. Це свідчить про вже сформованумотивацію до самоформування професійного іміджу.

Сформованість*духовності*виявлялася в умінні майбутніх викладачів вищої школи розв’язувати професійно- педагогічні ситуації на основі духовно-моральних критеріїв, у репрезентації власної духовно-моральної поведінки на заняттях і в побуті.В експериментальній групі (таблиця 3.3) високий рівень сформованості духовності зріс на 3% (з 0,5% – на констатуючому етапі – до 3,5% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості духовностізалишилися незмінними (1,9% – на констатуючому етапі, 1,9% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю духовності результати виявилися вищими в експериментальній групі на 1,6% (3,5% в ЕГ – проти 1,9% в КГ).

Високий рівень сформованості *рефлексивних умінь*в експериментальній групі (таблиця 3.3) зріс на 2,1% (з 0,9% – на констатуючому етапі – до 3% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості рефлексивних умінь зросли на 0,2% (з 1,1% – на констатуючому етапі –до 1,3% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю рефлексивних умінь результати виявилися вищими в експериментальній групі на 1,9% (2,1% в ЕГ – проти 0,2% в КГ).

Аналізуючи якісні показники сформованості рефлексивних умінь, необхідно зазначити, що в експериментальній групі респонденти глибше усвідомили потребу в самопізнанні рівня сформованості професійного іміджу, ніж респонденти контрольної групи. Учасники експерименту систематично намагалися виміряти ступінь сформованості в себе різних складників образу «Я» як особистості й професіонала, консультувалися з викладачами щодо питаньоволодіння конкретними складниками професійного іміджу, які вже стали для них особистісними цінностями.

Високий рівень «Я-концепції» самоформування й удосконалення іміджу в експериментальній групі (таблиця 3.3) зріс на 9,6% (з 1,1% – на констатуючому етапі – до 10,7% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості «Я-концепції» зросли на 0,4% (з 3,5% – на констатуючому етапі – до 3,9% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю «Я-концепції» самоформування й удосконалення іміджу результати виявилися вищими в експериментальній групі на 9,2% (9,6% в ЕГ – проти 0,4% в КГ).

Позитивні зміни «Я-концепції» самоформування й удосконалення професійного іміджууреспондентів експериментальної групи виявилися в наступному. Вони навчилися самостійно розробляти власний план оволодіння різними складниками образу«Я» як особистості й професіонала. На заняттях і педагогічній практиці вони активно аналізували результати свого професійного становлення як викладача, приходячи до об’єктивного розуміння необхідності вдосконалення власного професійного іміджу. Виявляли вольові якості для самовдосконалення власного професійного іміджу.

Високий рівень сформованості *організаторських здібностей*в експериментальній групі (таблиця 3.3) зріс на 2,3% (з 0,5% – на констатуючому етапі – до 2,8% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості організаторських здібностей несподівано для нас знизились на -0,6% (з 1,5% – на констатуючому етапі – до 0,9% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю організаторських здібностей результати виявилися вищими в експериментальній групі на 1,7% (покращення результату на 2,3% в ЕГ – проти погіршення результату на -0,6% в КГ).

Чому відбулось деяке зниження показників організаторськиз здібностей в контрольній групі – важко сказати. За нашим припущенням, без цілеспрямованого розвитку, організаторські здібності можуть мати негативну динаміку через стреси, емоційні перевантаження, що виникають під час навчального навантаження, яке з часом зростає. В такій ситуації респонденти контрольної групи могли знизити показники організаторських здібностей. Організаторські здібності учасників експериментальної групивиявилися у творчому характері педагогічної діяльності, здатних до перетворення діалогу в засіб духовної єдності з іншими учасниками експерименту. Загалом, вважаємо, що позитивна атмосфера експерименту посприяла формуванню організаторських здібностей учасників експериментальної групи.

Високий рівень сформованості *активної громадянської позиції та патріотизму*в експериментальній групі (таблиця 3.3) зріс на 1,7% (з 0,7% – на констатуючому етапі – до 2,4% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості цього показника залишились незмінними (2,2% – на констатуючому етапі, 2,2% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю активної громадянської позиції та патріотизму результати виявилися вищими в експериментальній групі на 1,7% (1,7% в ЕГ – проти 0% в КГ).

Характеризуючисформованість активної громадянської позиції та патріотизму,треба підкреслити, що студенти експериментальної групи демонстрували якісніші показники культури морального й патріотичного виховання у вербальній і невербальній взаємодії. Відповідні показники виявлялися на заняттях, вони продемонстрували готовність до трансляції моральних і патріотичних цінностей учням. Такі майбутні викладачі психологічно, морально та практично готові до виховання патріотизму.

Високий рівень сформованості *комунікативної культури*в експериментальній групі (таблиця 3.3) зріс на 3,3% (з 0,5% – на констатуючому етапі – до 3,8% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості комунікативної культури зросли на 0,1% (з 1,7% – на констатуючому етапі – до 1,8% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю комунікативної культури результати виявилися вищими в експериментальній групі на 3,2% (3,3% в ЕГ – проти 0,1% в КГ).

Комунікативна культурабула тим складником професійного іміджу, над формуванням якого учасники експериментальної групи працювали постійно. Унаслідок цього констатувана здатність респондентів експериментальної групи дотримуватися загальноприйнятих літературних норм у користуванні лексичними, морфологічними, фонетичними, синтаксичними та стилістичними засобами мови, наголошуючи на її образності та яскравості.

Високий рівень сформованості *габітарної культури*в експериментальній групі (таблиця 3.3) зріс на 3,9% (з 1,7% – на констатуючому етапі – до 5,6% – на контрольному етапі). В контрольній групі (таблиця 3.4) показники високого рівня сформованості габі тарної культури зросли на 0,3% (з 3,7% – на констатуючому етапі – до 4,0% – на контрольному етапі). Отже, на контрольному етапі за сформованістю габітарної культури результати виявилися вищими в експериментальній групі на 3,6% (3,9% в ЕГ – проти 0,3% в КГ).

Аналізуючи показники сформованості габітарної культури*,* можна відмітити, що у респондентів експериментальної групи сформувалися всі прояви усталених норм зовнішнього вигляду педагога: відповідний одяг, що не привертає зайвої уваги; зовнішній вигляд актуалізував неповторність майбутнього викладача як особистості, розкривав особливий стиль його самовираження, «приховував» недоліки фігури та підкреслював її позитивні характеристики. Респондентів експериментальної групи вирізняла наявність охайної зачіски, чистота взуття тощо.

Порівняльний аналізрезультатів констатувального та контрольногозрізів показав зростання кількісного показника респондентів обох груп, які відповідають узагальненій характеристиці високого рівня формування професійного іміджу майбутнього викладача вищої школи порівняно з контрольним етапом. Однак, в експериментальній групі результати виявилися вищими, ніж в контрольній групі (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

**Результати порівняння рівнів сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи на контрольному етапі**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Рівні сформованості професійного іміджу | Кількість респондентів, у % | | | |
| Констатуючий етап | | Контрольний етап | |
| КГ | ЕГ | КГ | ЕГ |
| Високий | 16,5 | 6,6 | 17,2 | 34,4 |
| Середній | 19,6 | 13,2 | 22,9 | 41,8 |
| Низький | 63,9 | 80,2 | 59,9 | 23,8 |

Із таблиці 3.5 можна бачити, що високий рівень сформованості професійного іміджу у респондентів експериментальної групи – 34,%, а у респондентів контрольної групи – 17,2% (результат експериментальної групи краще на 16,8%). І це при тому, що на констатуючому етапі показники сформованості професійного іміджу були вище в контрольній групі. Отже, в результаті формуючого експерименту вдалося значно підвищити рівні сформованості професійного іміджу респондентів і на 16,8% виперидити за цими показниками респондентів контрольної групи. Зміни у рівнях сформованості професійного іміджу респондентів свідчать про ефективність формуючого експерименту в рамках якого проводилась робота з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Результати таблиці 3.5 наочно показано на рисунку 3.1.

**Рис.3.1– Результати порівняння рівнів сформованості**

**професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи**

**на контрольному етапі, у %**

Таким чином, отриманні результати якісного й кількісного аналізу формуючого експерименту дають підстави стверджувати, що проведена експериментальна робота була ефективною, аджезабезпечила в експериментальній групіпорівняно з контрольною групою більш високі показники сформованості професійного іміджу.

# Висновки до розділу ІІ

Анaлiз eкcпepимeнтaльного дocлiджeння щодо сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школибуло оцінено за такими показниками: мотивація до професійної діяльності, духовність, рефлексивні уміння, «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу, професійна компетентність, творчі здібності організаторські здібності, активна громадянська позиція та патріотизм, комунікативна культура, габітарна культура. У своїй сукупності сформованість названих показників свідчить про сформованість професійного іміджу.

За результатами констатуючого експерименту встановлено, що сформованість професійно іміджу респондентів експериментальної групи відповідала низькому рівню – 80,2%, середньому – 13,2%, високому – 6,6%.

В контрольній групі у більшості респондентів за критеріями й показниками також професійний імідж сформований на низькому рівні – 63,9%, на середньому – 19,6%, на високому – 16,5%.

Отже, на констатуючому етапі в обох групах переважав низький рівень сформованості професійного іміджу респондентів. Такі результатизумовили потребу цілеспрямованої роботи з формування професійного іміджу респондентів. У результаті було спроектовано зміст роботи з формування професійного іміджу для студентів експериментальної групи.

На формуючому етапі в експериментальній групі була проведена робота з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи за наступними напрямами:формування мотивації до професійної діяльності, духовності,рефлексивних умінь, «Я-концепції» самоформування й удосконалення іміджу,організаторських здібностей, активної громадянської позиції та патріотизму,комунікативноїта габітарної культури.

Наконтрольному етапібуло проаналізовано ефективністьпроведеної роботи через порівняння показників сформованості професійного іміджу респондентів обох груп на констатуючому та контрольному етапах. Результати виявились наступні:

* показники сформованостімотивації до професійної діяльностів експериментальній групі виявилися вище на 1,6%;
* показники сформованості духовності в експериментальній групі виявилися вище на 3,0%;
* показники сформованості рефлексивних уміньв експериментальній групі виявилися вище на 1,9%;
* показники сформованості «Я-концепції» самоформування й удосконалення іміджу в експериментальній групі виявилися вище на 9,2%;
* показники сформованостіорганізаторських здібностей в експериментальній групі виявилися вище на 1,7%;
* показники сформованостіактивної громадянської позиції та патріотизму в експериментальній групі виявилися вищими на 1,7%;
* показники сформованостікомунікативної культури в експериментальній групі виявилися вищими на 3,2%;
* показники сформованостігабітарної культури в експериментальній групі виявилися вищими на 3,6%.

Таким чином, результати контрольного зрізу показали, що сформованість всіх компонентів, за якими оцінювався рівень сформованості професійного іміджу, виявилися вищими в експериментальній групі. В цілому, узагальнивши отримані результати контрольного зрізу, встановлено, що професійний імідж сформований на високому рівні у 34,4% респондентів експериментальної групи і лише у 17,2% респондентів контрольної групи. Такі результати свідчать про ефективність формуючого експерименту в рамках якого проводилась робота з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

# ВИСНОВКИ

1. На основі аналізу наукової літератури визначено сутність поняття «професійний імідж майбутніх викладача вищої школи», його складові.

Професійний імідж майбутніх викладача вищої школи – це явище інтегральне та цілісне, ключовими елементами якого є: мотивація до професійної діяльності; духовність; рефлексивні уміння; «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу; організаторські здібності; громадянська позиція та патріотизм; комунікативна культура, габітарна культура. Вказані складові є базовими складники професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи, які можна цілеспрямовано формувати.

2. Визначено особливості формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Ефективність формування іміджу залежить від мотивації майбутніх викладачів вищої школи, аджепозитивний імідж може сформувати лише сам носій іміджу завдяки наполегливій роботі над собою.

Формування іміджу потребує оволодіння прийомами самопізнання та рефлексії. Імідж майбутніх викладачів вищої школи потребує постійної самостійної роботи з його створення, алекваліфікована підтримка через змінюваність зовнішніх обставин спонукає й до зміни внутрішніх чинників, що робить процес формування професійного іміджу студентів керованим.

3. Проведено експериментальне дослідження з вивчення реального стану сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Анaлiз eкcпepимeнтaльного дocлiджeння щодо сформованості професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи було оцінено за такими показниками: мотивація до професійної діяльності, духовність, рефлексивні уміння, «Я-концепція» самоформування й удосконалення іміджу, професійна компетентність, творчі здібності організаторські здібності, активна громадянська позиція та патріотизм, комунікативна культура, габітарна культура. У своїй сукупності сформованість названих показників свідчить про сформованість професійного іміджу.

На констатуючому етапі в обох групах переважав низький рівень сформованості професійного іміджу респондентів. Такі результатизумовили потребу цілеспрямованої роботи з формування професійного іміджу респондентів. У результаті було спроектовано зміст роботи з формування професійного іміджу для студентів експериментальної групи.

4. Розроблено та реалізовано зміст експериментальної роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

На формуючому етапі в експериментальній групі була проведена робота з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи за наступними напрямами:формування мотивації до професійної діяльності, духовності, рефлексивних умінь, «Я-концепції» самоформування й удосконалення іміджу,організаторських здібностей, активної громадянської позиції та патріотизму,комунікативної та габітарної культури.

5. Проаналізована ефективність експериментальної роботи з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

Результати контрольного зрізу показали, що сформованість всіх компонентів, за якими оцінювався рівень сформованості професійного іміджу, виявилися вищими в експериментальній групі. В цілому, узагальнивши отримані результати контрольного зрізу, встановлено, що професійний імідж сформований на високому рівні у 34,4% респондентів експериментальної групи і лише у 17,2% респондентів контрольної групи. Такі результати свідчать про ефективність формуючого експерименту в рамках якого проводилась робота з формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абдулов, Р.М. Організація позаудиторної виховної роботи зі студентами вищих навчальних закладів: монографія[текст] / Абдулов Р.М. – Кривий Ріг, 2018. – 300 с.
2. Агалець, І.О. Обґрунтування методів формування знань і вмінь з дисципліни «Педагогічна іміджологія» у процесі професійної підготовки освітян [текст] / І.О. Агалець // Проблеми інженерно-педагогічної освіти. – 2018. – № 40–41. – С. 162‒166.
3. Агапов, В.С. Становление Я-концепции в управленческой деятельности руководителей: монография[текст] / В.С. Агапов. – М.: Изд-во МГУ, 2016. – 495 с.
4. Аминтаева, С.А. Формирование у студентов имиджа [текст] / С.А. Аминтаева. – Махачкала, 2015. – 160 с.
5. Ананьев, Б.Г. Психология и проблемы человекознания : избр. психолог. труды[текст] / Б.Г. Ананьев / под ред. А.А. Бодалева. – 4-е изд. – М. : Изд-во Московского психолого-соц. ин-та, 2015. – 432 с.
6. Андрєєва, О.М. Формування професійного іміджу педагога в процесі підготовки респондентів педколеджу [текст] / О.М. Андрєєва // Вісник ЛНПУ ім. Тараса Шевченка. – 2013. – № 13. – С. 220‒226.
7. Андриенко, Е.В. Социальная психология : учеб. пособие для студ. высш. пед. учеб. заведений [текст] / Е.В. Андриенко / под ред. В.А. Сластенина. – 2-е изд. – М. : Академия, 2010. – 264 с.
8. Белова, И.М. Структурные и динамические характеристики компонентов самосознания [текст] / И.М. Белова, Ю.А. Парфенов, Д.В. Сологуб //Фундаментальные исследования. – 2017. – № 3. – С. 620–628.
9. Бернс, Р. Развитие Я-концепции и воспитание [текст] / Р. Бернс / под ред. В.Я. Пилиповский; пер. с англ. М.Б. Гнедовский. – М. : Прогресс, 1986 . – 420 с.
10. Бех, І.Д. Виховання особистості [текст] / І.Д. Бех. – у 2-х кн. – Кн. 1. – 2003. – 280 с.
11. Бех, І.Д. Особистість у просторі духовного розвитку : навч. посібник [текст] / І.Д. Бех. – К. : Академвидав, 2012. – 256 с.
12. Білик, Л. І. Теоретико-методичні основи формування екологічної відповідальності респондентів у системі виховної роботи вищого технічного навчального закладу : дис. … доктора пед. наук : 13.00.04 [текст] / Білик Людмила Іванівна. – Черкаси, 2004. – 462 с.
13. Бозаджиев, В.Л. Имидж психолога [текст] / В.Л. Бозаджиев. – М.: Академия Естествознания, 2019. – 219 с.
14. Бозаджиев, В.Л. Психолог : профессия и личность / В.Л. Бозаджиев. – Челябинск : Печатный двор, 2018. – 424 с.
15. Бондаревская, Е.В. Теория и практика личностно ориентированного образования [текст] / Е.В. Бондаревская. – Ростов-н/Д.: РГПИ, 2016. – 325 с.
16. Бондаренко, В.І. Імідж сучасного викладача вищої школи : навч.-метод. посібник [текст] / В. І. Бондаренко. ‒ Слов’янськ : Вид-во Б.І. Маторіна, 2017. ‒ 170 с.
17. Бондаренко, В.І. Цілісність формування професійного іміджу майбутніх викладачів вищої школи у навчально-виховному процесі вищого навчального закладу [текст] / В.І. Бондаренко // Наукова скарбниця освіти Донеччини. ‒ 2014. ‒ № 3 (20). – С. 45‒49.
18. Бордюк, В.М. Формування життєтворчих цінностей старшокласників у навчально-виховному процесі педагогічного ліцею : дис. … канд. пед. наук :13.00.07 [текст] / Бордюк Володимир Миколайович. – Рівне, 2009. – 246 с.
19. Бусыгина, Т.А. Индивидуальный имидж как социально-перцептивный компонент профессиональной компетентности преподавателя: монография [текст] / Т.А. Бусыгина. – Самара : Изд-во Самарского гос. пед. ун-та, 2016. – 300 с.
20. Великий тлумачний словник сучасної української мови[текст] / [уклад. і голов. ред. В.Т. Бусел]. – К.: Перун, 2005. – 1728 с.
21. Воробйова, І. В. Імідж працівника міліції як чинник розвитку правосвідомості громадян : монографія[текст] / І.В. Воробйова. – Х.: Вид-во Харк. нац. ун-та внутр. справ. ‒ Харків, 2015. ‒ 190 с.
22. Воробйова, І.В. Імідж працівника міліції як чинник розвитку правосвідомості громадян : дис. ... канд. псих. наук : 19.00.06 [текст] / Воробйова Інна Вікторівна. – Харків, 2007. – 202 с.
23. Галабурда, Л.О. Імідж як психологічний феномен [текст] / Л.О. Галабурда // Вісник Одеського національного університету. – 2013. – Т. 18. ‒ Вип. 22 (1). – С. 137‒142.
24. Гончаренко, С. У. Педагогічні дослідження : методологічні поради [текст] / С.У. Гончаренко. – Вінниця: Вінниця, 2008. – 278 с.
25. Горностай, П.П. Психология личности: словарь-справочник [текст] / П.П. Горностай, Т.М. Титаренко. ‒ К. : Рута, 2018. – 320 с.
26. Гусак, О.Г. Педагогічні технології створення ситуацій успіху майбутнього викладача[текст] / О.Г. Гусак. – Харків, 2019. – 200 с.
27. Данильчук, Л.О. Формування професійно-особистісного іміджу майбутніх фахівців фінансово-економічного профілю : монографія [текст] / Л.О. Данильчук. – Житомир, 2017. – 220 с.
28. Денисенко, А.О. Організація моніторингу виховної системи педагогічних ВНЗ : монографія [текст] / А.О. Денисенко. – Х.: Вид-во Харк. держ. пед. ун-ту ім. Г.С. Сковороди, 2018. – 220 с.
29. Джеймс, Д. Искусство создания положительного образа [текст] / Д. Джеймс. – 2-е узд. – М. : Филин, 2018. – 123 с.
30. Донская, Л.Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы: научно-методич. пособие для студ. магистратуры[текст] / Л.Ю. Донская. – Ставрополь, 2016. – 212 c.
31. Дубасенюк, О.А. Вихованняпозитивного іміджустудентів педагогічного університету [текст] / О.А. Дубасенюк. – Житомир : ЖДУ ім. Івана Франка, 2015. – 123 c.
32. Дубич, К. В. Особистісно орієнтоване виховання респондентів в умовах соціокультурного середовища ВНЗ[текст] / К.В. Дубич //Вісник ЛНПУ. – 2013. – С. 12 – 14.
33. Дусь, Н.А. Формування культури педагогічного спілкування у респондентів гуманітарно-педагогічного коледжу : дис. … канд. пед. наук :13.00.04 [текст] / Дусь Наталія Анатоліївна. – Вінниця, 2008. – 262 с.
34. Євтух, М.Б. Організація навчально-виховного процесу в педагогічних навчальних закладах [текст] / М.Б. Євтух, Т.В. Черкашина // Енциклопедія освіти / гол.ред. В. Г. Кремень ; Акад. пед. наук України. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – С. 613– 614.
35. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VII / [Електронний ресурс]. – Режим доступу :<http://vnz.org.ua/zakonodavstvo/111->zakon-ukrayiny-pro-vyschu-osvitu. – Назва з екрану.
36. Иноземцева, Л.П. Имидж преподавателя как составляющая его профессиональной личности [текст] / Л.П. Иноземцева // Вестник Челябинского гос.ун-та. – 2019. ‒№ 24. – С. 231–232.
37. Ісаєнко,В.М. Моніторингусистеміпідготовкивчителівіпідвищеннікваліфікації[текст] / В.М. Ісаєнко, В.В. Уліщенко // Науковий часопис НПУ ім. М. П. Драгоманова. – 2018. – С. 79‒84.
38. Кайдалова, Л.Г. Педагогічна культура викладача[текст] / Л.Г. Кайдалова, Т. В. Лутаєва. – Харків : Вид-во НФаУ, 2017. – 181 с.
39. Калюжка, Н.С. Формування риторичних умінь у фаховій підготовці майбутніх учителів початкової школи : дис. … канд. пед. наук : 13.00.04 [текст] / Калюжка Наталія Сергіївна. – Переяслав-Хмельницький, 2011. – 259 с.
40. Калюжный, А.А. Социально-психологические основы имиджа преподавателя [текст] / А.А. Калюжный. – Ярославль, 2017. – 250 с.
41. Калюжный, А.А. Психология формирования имиджа педагога [текст] / А.А. Калюжный. – М. : Владос, 2014. – 224 с.
42. Камышева, Е.Ю. Педагогический имидж преподавателя [текст] / Е.Ю. Камышева // Известия Уральского гос.ун-та. ‒ 2019. ‒ №4. ‒ С. 48‒53.
43. Карелин, А. Большая энциклопедия психологических тестов [текст] /Карелин А. – 2-е узд., доп. – М.: Эксмо, 2018. – 416 с.
44. Касьянова, О.М. Моніторинг в управлінні навчальним закладом [текст] / О. М. Касьянова // Управлінський супровід моніторингу якості освіти Т.Б. Волобуєва. – Харків : Основа, 2014. – 100 с.
45. Ковальова, О.О. Психологічні особливості формування професійного іміджу майбутніх педагогів [текст] / О.О. Ковальова. – Одеса, 2019. – 300 с.
46. Ковальчук, А.С. Основы имиджелогии и делового общения : учебное пособие для студентов вузов [текст] / А.С. Ковальчук. – 3-е изд., перераб. и доп. – Ростов н/Д : Феникс, 2018. – 224 с.
47. Ковтунова, О.М. Формирование имиджа специалиста по социальной работе [текст] / О.М. Ковтунова // Материалы метод. семинара Института социального образования. – Екатеринбург, 2019. – С. 127-133.
48. Коджаспирова, Г. М. Педагогический словарь : для студ. высш. и сред. пед. учеб. заведений [текст] / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. – М. : Академия, 2003. – 176 с.
49. Кондратьев, М.Ю. Азбука социального психолога-практика [текст] / М.Ю. Кондратьев, В. А. Ильин. – М. : ПЕР СЭ, 2017. – 464 с.
50. Кондрашова, Л.В. Морально-психологічна готовність респондентів до вчительської діяльності [текст] / Л.В. Кондрашова. – К.: Вища школа, 1987. – 54 с.
51. Кононенко, А.О. Психологічні складові індивідуального іміджу сучасного педагога[текст] / А.О. Кононенко// Педагогическая психология. – 2015. – С. 89 – 92.
52. Корчуганова, И.П. Профессиональное развитие и поддержка педагогов, работающих с детьми группы риска : методическое пособие[текст] /И. П. Корчуганова. – СПб.: ЛОИРО, 2016. – 170 с.
53. Кричевский, В.Ю. Профессиограмма директора школы [текст] / В.Ю. Кричевский // Проблемы повышения профессиональной квалификации руководителей школ. – М.: АПН НИИ, 1987. – С. 67.
54. Кричевский, В.Ю. Особенности составления профессиограммы директора школы[текст] / В. Ю. Кричевский. – М. : Педагогика, 1987. – 212 с.
55. Кузьменко, Ю.В. Реалізація проектної методики у процесі формування культури навчальної діяльності школярів [текст] / Ю.В. Кузьменко. – Херсон, РІПО, 2018. – 50 с.
56. Кузьмина, Н.В. Профессионализм личности преподавателя [текст] / Н. В. Кузьмина. – М.: Высшая школа, 2012. – 120 с.
57. Лапшина, І.С. Організаційно-педагогічні умови моніторингових досліджень в управлінні загальною середньою освітою : дис. … канд. пед. наук : 13.00.06 [текст] / Лапшина Ірина Сергіївна. – К., 2010. – 207 с.
58. Логінова, Н.І. Персоналізація підготовки майбутніх фахівців у процесі навчання у вищому військовому навчальному закладі : дис. … канд. пед. наук :13.00.04 [текст] / Логінова Наталія Іванова. – Одеса, 2007. – 240 с.
59. Мазоренко, М.О. Психологія іміджу [текст] / М.О. Мазоренко // Проблеми екстремальної та кризової психології. – 2019. – С. 177–184.
60. Максименко, Ж.А. Особенности структурных компонентов Я- концепции коммуникативно успешной личности [текст] / Ж.А. Максименко. – М. : Институт психологии РАН, 2018. – 24 с.
61. Марєєва, Т. Створення позитивного іміджу вихователів [текст] / Т. Марєєва // Вісник Інституту розвитку дитини. – 2018. – С. 92–98.
62. Маркова, А.К. Психология профессионализма педагогов[текст] / А.К. Маркова. – 2-е узд., перераб. и доп. – М. : Знание, 2017. – 330 с.
63. Мармаза, О.І. Імідж як спосіб професійної соціалізації керівника навчального закладу [текст] / О.І. Мармаза // Педагогіка. – 2018. –С. 263–269.
64. Мафтин, Л. Виховна робота у ВНЗ [текст] / Л. Мафтин. – Чернівці : Рута, 2017. – 200 с.
65. Медведева, Е.В. Основы рекламоведения[текст] / Е.В. Медведева. – М. : РИП-холдинг, 2016. – 266 с.
66. Митина, Л.М. Психология профессионализма педагога [текст] / Л.М. Митина. – М. : Флинта, 2018. – 276 с.
67. Мынбаева, А.К. Имидж преподавателя вуза[текст]/ А.К. Мынбаева, // KazNU Bulletin. – 2018. – № 2. – С. 63–75.
68. Ніколаєску, І.О. Імідж соціального педагога [текст] / І.О. Ніколаєску. – Черкаси : ЧОІПОПП, 2016. – 20 с.
69. Основы педагогики и психологии высшей школы [текст] / под ред. А.В. Петровского. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1986. – 303 с.
70. Панасюк, А. В. Організація самостійної навчальної діяльності респондентів[текст] / А.В. Панасюк. – Винниця, 2009. –304 с.
71. Пасинок, В. Г. Основи культури мовлення [текст] / В.Г. Пасинок. – Х. : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2011. – 228с.
72. Пастухова, Ю.А. Художньо-естетичне виховання студентської молоді [текст] / Ю.А. Пастухова Вісник ЛНПУ, 2013. – С. – 65 – 68.
73. Педагогический энциклопедический словарь[текст] / под ред. Б.М. Бим-Бад. – М.: Большая Российская энциклопедия, 2003. – 528 с.
74. Перелыгина, Е.Б. Психология имиджа [текст] / Е.Б. Перелыгина. 2-е узд., доп. – М.: Аспект Пресс, 2016. – 335 с.
75. Плахотнюк, О. М. Концепція виховання в системі шкільної освіти[текст] / О.Л. Плахотнюк. – Умань, 2018. – 250 с.
76. Приходько,В.М. Моніторинг якості освітньої діяльності загальноосвітнього навчального закладу: монографія [текст] / В.М. Приходько. – Запоріжжя, 2015.– 460 с.
77. Психологическая диагностика [текст] / под ред. К.М. Гуревича. Е.М. Борисовой. – М. : Изд-во УРАО, 1997. – 304 с.
78. Размолодчикова, І.В. Імідж як соціальна проблема [текст] / І.В. Размолодчикова // Педагогіка та психологія. – 2017. – № 40. – С. 113–119.
79. Размолодчикова, І.В. Формування професійного іміджу викладача початкових класів у процесі вивчення фахових дисциплін: монографія[текст] / І.В. Размолодчикова. – Кіровоград : Кіровоградський державний педагогічний університет ім. В. Винниченка, 2018. – 400 с.
80. Решетников, П.Е. Психолого-педагогические основы субъективного развития специалиста : пособие для преподавателей [текст] / П.Е. Решетников. – Белгород : Изд-во БЮИ МВД РФ, 2019. – 137 с.
81. Роганова, М.В. Виховання духовної культури у респондентів вищих навчальних закладів: монографія [текст] / М.В. Роганова. – Краматорськ, 2010. – 365 c.
82. Семенова, А. В. Теоретичні і методичні засади застосування парадигмального моделювання у професійній підготовці майбутніх учителів : дис.… доктора пед. наук : 13.00.04 [текст] / Семенова Алла Василівна. – Одеса, 2009. – 652 с.
83. Симонова, И. Ф. Педагогика имиджа [текст] / И.Ф. Симонова. – СПб.: Питер, 2016. – 360 с.
84. Сластенин, В.А. Формирование профессиональной культуры педагога[текст] / В. А. Сластенин. – М. : Прометей, 1993. – 178 с.
85. Смирнова, Н.Е. Имидж педагога [текст] / Н. Е. Смирнова // Лучшие страницы педагогической прессы. – 2018. – № 5. – С. 76–80.
86. Сперанська-Скарга, М.А. Критерії оцінювання рівня сформованості рефлексивного компоненту професійно-педагогічного іміджу майбутніх учителів філологічних спеціальностей [текст] / М.А. Сперанська-Скарга // Вісник ЛНПУ ім. Т. Шевченка. – 2012. – № 22. – С. 106–114.
87. Сысоева, Е. Ю. Имиджевая компетентность преподавателя вуза[текст] / Е. Ю. Сысоева // Вестник СамГУ. – 2018. – №1. – С. 175–179.
88. Тарасенко, Н.А. Формирование индивидуального имиджа будущего педагога [текст] / Н.А. Тарасенко. – М. : МГУ, 2016. – 185 с.
89. Ткаченко, А. А. Технология имиджирования как элемент процессасовершенствования профессионализма педагога [текст] / А.А Ткаченко // Проблемы управления качеством образования. – 2018. – № 1. – С. 122–126.
90. Фетискин, М.П. Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп[текст] / Н.П. Фетискин, В.В. Козлов, Г.М. Мануйлов. – М. : Изд-во Института психотерапии, 2002. – 490 с.
91. Хорошенюк, А.П. Формування політичної культури [текст] / А.П. Хорошенюк. – К., 2019. – 150 с.
92. Черепанова, В.Н. Формирование индивидуального имиджа педагога [текст] / В.Н. Черепанова. – Тобольск: Наша книга, 2017. – 200 c.
93. Шевченко, Г.П. Тенденції модернізації виховного процесу у вищій школі [текст] / Г. П. Шевченко // Педагогічна і психологічна науки в Україні. – К. : Пед. думка, 2012. – Т. 5. – 2012. – С. 241–254.
94. Шепель, В.М. Имиджелогия: Как нравиться людям[текст] / В.М. Шепель. – М. : Народное образование, 2012. – 576 с.
95. Шепель, В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния[текст] / В.М. Шепель. – 2-е узд., перераб. – М. : Культура и спорт, 2017. – 290 с.
96. Шпалинский, В. В. Диагностические методы в работе педагога : учеб. пособие [текст] / В. В. Шпалинский, И. В. Распопов. – 2-е узд. – Днепропетровск : Изд-во ДГУ, 2014.– 157 с.
97. Щербакова, Е.В. Формирование имиджа и авторитета в системе профессионального самообразования и саморазвития педагога [текст] / Е.В. Щербакова// Педагогическое мастерство : материалы IV междунар. науч. конф. (г. Москва,февраль 2014 г.). – М. : Буки-Веди, 2014. – С. 276–279.
98. Якушева, С.Д. Проблемы диагностики педагогического имиджа преподавателя высшей школы[текст] / С.Д. Якушева // Вестник МГУ, 2018. – С. 122 – 125.

# ДОДАТКИ

Додаток А

**Таблиця фіксації результатів спостереження для визначення рівня культури зовнішнього вигляду**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| № | Показники | Ступінь вияву | Бали |
| 1 | Відповідність костюма вимогам ділового стилю одягу та відповідність одягу ситуації. | 1. Повністю відповідає 2. Відповідає частково 3. Не відповідає | 3  2  1 |
| 2 | Відповідність костюма індивідуальним особливостям викладача, елегантність. | 1. Повністю відповідає 2. Відповідає частково 3. Не відповідає | 3  2  1 |
| 3 | Охайність зовнішнього вигляду  викладача. | 1) Охайний  2) Наявні певні недоліки  3) Не охайний | 3  2  1 |
| 4 | Зручність і гігієнічність одягу з урахуванням специфіки провідної діяльності на занятті | 1. Повністю відповідає 2. Відповідає частково 3. Не відповідає | 3  2  1 |
| 5 | Помірне використання косметики  жінкою-вчителем. | 1) Помірне використання  2) Відсутність косметики  3) Надмірне використання | 3  2  1 |
| 6 | Охайний вигляд обличчя чоловіка- викладача. | 1. Охайний 2. Наявні певні недоліки   3) Не охайний | 3  2  1 |
| 7 | Ретельно доглянута зачіска, її відповідність вимогам безпеки праці. | 1. Доглянута 2. Наявні певні недоліки 3. Недоглянута | 3  2  1 |
| 8 | Правильна постава викладача. | 1) Правильна  2) Неправильна | 2  1 |
| 9 | Помірна виразність міміки викладача. | 1. Виразна, доцільна 2. Невиразна або надмірна | 2  1 |
| 10 | Культура рухів викладача, доцільне та помірне використання жестикуляції. | 1. Доцільне, помірне 2. Відсутність жестів або надмірна жестикуляція | 2  1 |
| 11 | Наявність елементів спецодягу викладача вищої школи | 1) Усі елементи повністю відповідають виду діяльності. | 3  2 |
| 2) Є зайві чи не вистачає елементів |

Рівні сформованостікультури зовнішнього виду викладача:

високий – 24-30 балів;

середній – 17-23 балів;

низький – 10-16 балів.

**Додаток Б**

**Анкета «Габітарний імідж викладача вищої школи»**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Питання** | **Можливі відповіді** | **Бали** |
| 1. Чи відповідає ваш одяг вимогам ділового стилю одягу (гармонія кольорів, міра у використанні фурнітури, прикрас тощо)? | а.Відповідає повністю.  б. Відповідає частково.  в. Важко відповісти.  г. Не відповідає. | 3  2  1  0 |
| 2. Чи враховуєте ви свої індивідуальні  характеристики під час вибору одягу  (відповідність віку, особливостям фігури, посаді тощо)? | а. Враховую обов’язково.  б. Переважно враховую.  в.Іноді враховую  г.Не звертаю на це уваги. | 3  2  1  0 |
| 3. Чи слідкуєте ви за охайністю вашого зовнішнього вигляду (чистота одягу та взуття незалежно від погоди та місцевості проживання). | а. Так. Це дуже важливо для мене.  б. Слідкую, коли є така можливість.  в. Приводжу одяг до ладу, коли бруд стає дуже помітним.  г.Не звертаю на це увагу. | 3  2  1  0 |
| 4. (Питання для дівчат) Чи користуєтеся ви декоративною косметикою? | а. Так. Легкий макіяж – це елемент ділового образу.  б. Дуже рідко. Не вбачаю потреби  в. Обов’язково. | 3  2  1 |
| 5. (Питання для хлопців) Наскільки для вас важливо мати охайний вигляд обличчя? | а. Дуже важливо.  б. Важливо, але не як для дівчат  в. Не замислююся над цим. | 3  2  1 |
| 6. Наскільки ретельно ви слідкуєте за своєю зачіскою? | а. Моя зачіска завжди доглянута  б. Якщо є час, приводжу її до ладу.  в.Іноді звертаю на неї увагу. | 3  2  1 |
| 7. Чи слідкуєте ви за своєю поставою? | а. Так, у мене завжди пряма спина.  б. Намагаюся, але не завжди пам’ятаю.  в. Ні, не слідкую. | 3  2  1 |
| 8. Наскільки активно ви використовуєте міміку й жести? | а. Використовую, але не дуже активно.  б. Дуже активно.  в. Моя міміка та жести стримані. | 3  2  1 |
| 9. Чи використовуєте ви всі елементи спецодягу, коли виконуєте технологічні операції, що стосуються вашої професійної діяльності? | а. Обов’язково.  б. Частіше за все використовую.  в. Іноді використовую.  г.Дуже рідко. | 3  2  1  0 |

Габітарний імідж оцінюєтьсявідповідно до такої шкали:

1. позитивний габітарний імідж – 16–22 бали;
2. задовільний габітарний імідж – 9–15 балів;
3. незадовільний габітарний імідж – 2–8 балів.

**Додаток В**

**Методика вивчення «Я-концепції» (методика Кемпбелла SCC)**

ІНСТРУКЦІЯ: «Перед Вами 12 тверджень. Оцініть їх, використовуючи 5-бальну шкалу: 1 – абсолютно не згоден; 2 – не згоден; 3 – частково згоден, частково не згоден; 4 – згоден; 5 – абсолютно згоден».

Текст опитувальника

1. Мої думки часто суперечать одна одній.
2. Сьогодні у мене може бути одна думка про себе, завтра – інша.
3. Я витрачаю багато часу, розмірковуючи про те, якою людиною я є по- справжньому.
4. Іноді, я відчуваю, що не є дійсно тією людиною, якою призначений бути.
5. Коли я намагаюся згадати, якою людиною я був у минулому, мені важко це зробити.
6. Я рідко переживаю конфлікт між різними сторонами моєї особистості.
7. Іноді я думаю, що знаю інших людей краще, ніж самого себе.
8. Мої уявлення про себе, здається, змінюються досить часто.
9. Якби мене попросили описати мою особистість, мій твір кожен раз би закінчувався по-різному.
10. Навіть якщо б я хотів, не думаю, що зміг би кому-небудь розповісти, яким насправді я є.
11. Взагалі у мене є чітке уявлення, хто я і який я.
12. Мені часто буває важко скласти власну думку про різні речі, тому що я не знаю, чого я хочу насправді.

ОБРОБКА

Під час аналізу результатів підраховують кількість набраних балів залежно від відповіді студента:

1 – абсолютно не згоден; 2 – не згоден;

1. – частково згоден, частково не згоден;
2. – згоден;
3. – абсолютно згоден. Отримані бали підсумовують ІНТЕРПРЕТАЦІЯ

20 балів – вкрай висока ясність «Я-концепції».

21–32 бали – середня ясність «Я-концепції», ближче до високої. 33–39 балів – середня ясність «Я-концепції».

40–51 балів – середня ясність «Я-концепції», ближче до низької. 52 бали – вкрай низька ясність «Я-концепції».

**Додаток Е**

**Методика вивчення мотивації навчання у вузі Т. Ільїної**

Опитувальний лист

Факультет ......................... Курс ......... Група .........

Прізвище .............................. Ім’я ........................ По батькові ..................

Дата заповнення ...............

Інструкція: Відзначте вашу згоду знаком «+» або незгоду знаком «–» з такими твердженнями.

1. Краща атмосфера занять – атмосфера вільних висловлювань.
2. Зазвичай я працюю з великою напругою.
3. У мене рідко бувають головні болі після пережитих хвилювань і неприємностей.
4. Я самостійно вивчаю низку предметів, на мою думку, потрібних для моєї майбутньої професії.
5. Яку з притаманних вам якостей ви найвище цінуєте? Напишіть відповідь поруч.
6. Я вважаю, що життя потрібно присвятити обраній професії.
7. Я відчуваю задоволення від порушення на занятті важких проблем.
8. Я не бачу сенсу в багатьох видах робіт, які ми здійснюємо у виші.
9. Велике задоволення мені дає розповідь знайомим про мою майбутню професію.
10. Я вельми середній студент, ніколи не буду цілком хорошим, а тому немає сенсу докладати зусиль, щоб стати краще.
11. Я вважаю, що на сьогодні не обов’язково мати вищу освіту.
12. Я твердо впевнений у правильності вибору професії.
13. Від яких з притаманних вам якостей ви б хотіли позбутися? Напишіть відповідь поруч.
14. При нагоді я використовую на іспитах підсобні матеріали (конспекти, шпаргалки).
15. Найкращий час життя – студентські роки.
16. У мене надзвичайно неспокійний сон.
17. Я вважаю, що для повного оволодіння професією всі навчальні дисципліни потрібно вивчати однаково глибоко.
18. За можливості я вступив би до іншого вишу.
19. Я зазвичай спочатку беруся за більш легкі завдання, а більш важкі залишаю на потім.
20. Для мене було важко обрати професію.
21. Я можу спокійно спати після будь-яких неприємностей.
22. Я впевнений, що моя професія надасть мені моральне задоволення й матеріальний достаток у житті.
23. Мені здається, що мої друзі здатні вчитися краще, ніж я.
24. Для мене дуже важливо мати диплом про вищу освіту.
25. З деяких практичних міркувань для мене це найзручніший виш.
26. У мене достатньо сили волі, щоб навчатися без нагадування адміністрації.
27. Життя для мене майже завжди пов’язане з надзвичайним напруженням.
28. Іспити потрібно складати, витрачаючи мінімум зусиль.
29. Є багато вишів, у яких я міг би навчатися з не меншим інтересом.
30. Яка з притаманних вам якостей найбільше заважає вчитися? Напишіть відповідь поруч.
31. Я – людина, що дуже захоплюється, але всі мої захоплення так чи так пов’язані з майбутньою професією.
32. Занепокоєння іспитом або роботою, яку не виконано в термін, часто заважає мені спати.
33. Висока зарплатня після закінчення вишу для мене не головне.
34. Мені потрібно бути в хорошому настрої, щоб підтримати спільне рішення групи.
35. Я змушений був вступити до вишу, щоб отримати бажаний статус у суспільстві, уникнути служби в армії.
36. Я вчу матеріал, щоб стати фахівцем, а не для іспиту.
37. Мої батьки – справжні фахівці, і я хочу бути на них схожим.
38. Для кар’єрного зростання мені треба мати вищу освіту.
39. Яка з ваших якостей допомагає вам вчитися? Напишіть відповідь поруч.
40. Мені дуже важко змусити себе вивчати як треба дисципліни, що безпосередньо не стосуються моєї майбутньої спеціальності.
41. Мене дуже турбують можливі невдачі.
42. Найкраще я займаюся, коли мене періодично стимулюють, підганяють.
43. Мій вибір вишу остаточний.
44. Мої друзі мають вищу освіту, і я не хочу відставати від них.
45. Щоб переконати в чому-небудь групу, мені доводиться самому працювати дуже інтенсивно.
46. У мене зазвичай рівний і гарний настрій.
47. Мене приваблює зручність, чистота, легкість майбутньої професії.
48. До вступу до вишу я давно цікавився цією професією, багато читав про

неї.

1. Професія, яку я отримую, – найважливіша й перспективна.
2. Мої знання про цю професію були достатні для впевненого вибору.

**Обробка та інтерпретація результатів**

КЛЮЧ до опитувальника

Шкала «Набуття знань»

* За згоду («+») з твердженням за п. 4 виставляють 3,6 бала; за п. 17 – 3,6 бала; за п. 26 – 2,4 бала;
* За незгоду («–») з твердженням за п. 28 – 1,2 бала; за п. 42 – 1,8 бала. Максимум – 12,6 бала.

Шкала «Оволодіння професією»

* За згоду за п. 9 – 1 бал; за п. 31 – 2 бали; за п. 33 – 2 бали; за п. 43 – 3 бали; за п. 48 – 1 бал і за п. 49 – 1 бал.

Максимум – 10 балів.

Шкала «Отримання диплому»

* За незгоду з п. 11 – 3,5 бала;
* За згоду за п. 24 – 2,5 бала; за п. 35 – 1,5 бала; за п. 38 – 1,5 бала і за п. 44 – 1 бал.

Максимум – 10 балів.

Питання за пп. 5, 13, 30, 39 є нейтральними до цілей опитувальника і в обробці участі не беруть.

Переважання мотивів за першими двома шкалами свідчить про адекватний вибір студентом професії і задоволеність нею.

**Додаток З**

**«Самооцінка професійно-педагогічної мотивації»**

(адаптований М. Фетіскіним)

Шкали:професійнапотреба,функціональнийінтерес,розвивається допитливість, показна зацікавленість, епізодична цікавість, байдуже ставлення

ТЕСТ

Бланк відповідей

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Люблю слухати лекції (розповіді) про роботу вчителів. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 2 | Чекаю з нетерпінням «дня школи», ситуацій спілкування з іншими школярами й педагогами, коли можна активно навчатися, працювати в  шкільних умовах. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 3 | Вважаю, що лекції з педагогіки містять дуже простий матеріал, їх можна й  не переписувати, на семінарах намагаюся не виступати. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 4 | Зупиняюся й читаю матеріал, поданий у шкільному методичному куточку,  тільки тоді, коли отримую завдання від викладача, особливого інтересу матеріал у мене не викликає. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 5 | Купую за можливості книги й брошури про педагогічний досвід з  психології. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 6 | Звертаю увагу на педагогічні ситуації тільки тоді, коли в них трапляються  цікаві конфлікти, описані факти, що інтригують. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 7 | Роблю виписки (за можливості й вирізки) з журналів і газет про роботу шкіл  і вчителів, про проблеми сучасної молоді. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 8 | Читаю «Вчительську газету», інші педагогічні газети, журнали, книги;  збираю власну бібліотечку з них. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 9 | Читаю тільки уривки (вибірково) зі статей про педагогічний досвід; на  придбання педагогічної літератури час і кошти не витрачаю. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 10 | Спостерігаю за досвідом роботи педагогів-майстрів тільки в години,  відведені на педпрактики. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 11 | Охоче беру участь в аналізі ситуацій, що виникають в школі; намагаюся при  цьому дещо записати. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 12 | Беру участь в організаційних бесідах з викладачами тільки тоді, коли того  вимагає керівник педпрактики. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 13 | Відшукую матеріал, що репрезентує інноваційні процеси в освітніх  установах, у галузях інформаційних послуг. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 14 | Люблю працювати з педагогічною та психологічною літературою в  читальному залі, у бібліотеці, вдома у вільний час, люблю вирішувати педагогічні завдання. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 15 | До семінарських та практичних занять роблю насамперед те, за що треба  відзвітувати (що перевірятимуть). | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 16 | Обкладинку педагогічного реферату намагаюся оформити красиво  (принаймні акуратно), оскільки я вважаю, що це свідчить про мою старанність. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 17 | Погоджуюся виступати на засіданнях педагогічного гуртка, на конференції. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |
| 18 | Виявляю цікавість у роботі з класом моїх товаришів по групі, які не дуже  добре вчаться. | В | Ч | НОЧ | Р | Н |

**Інструкція до тесту**

Оцініть, будь ласка, наведені нижче твердження. Вам треба обвести букву відповідно до вашій відповіді.

* + Якщо ви завжди робите те, що написано в твердженні, то обведіть букву В,
  + якщо ви робите так не завжди, але часто, то обведіть букву Ч,
  + якщо ви вважаєте доцільним відповісти «не дуже часто», то обведіть літери НОЧ,
  + якщо ви так робите рідко, то обведіть букву Р,
  + якщо ви цього не робите ніколи, то обведіть букву Н. **Обробка та інтерпретація результатів тесту**
  + Відповідь «завжди» оцінюють у 5 балів,
  + відповідь «часто» – у 4 бали,
  + відповідь «не дуже часто» – у 3 бали,
  + відповідь «рідко» – у 2 бали,
  + відповідь «ніколи» – в 1 бал.

Ключ до тесту

2 + 8 + 14 = професійна потреба;

5 + 11 + 17 = функціональний інтерес;

1 + 7 + 13 = розвивається допитливість;

7 + 10 + 16 = показна зацікавленість;

6 + 12 + 18 = епізодична цікавість;

3 + 9 + 15 = байдуже ставлення.

Оцінювання рівнів професійно-педагогічної мотивації (ППМ)

11 і більше балів – високий рівень ППМ;

10–6 – середній рівень ППМ;

* + 5 і менше – низький рівень ППМ.

**Додаток И**

**Методика експертної оцінки культури мовлення майбутніх викладачів вищої школи**

Оцініть культуру мовлення студента за ознаками, зазначеними в таблиці, за трибальною шкалою, де 3 бали відповідають найвищому рівню вияву показника, 2 бали – середньому ступеню, 1 бал – низькому ступеню. Результати зазначте в таблиці.

Таблиця для фіксації результатів спостереження

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| № з/п | Показники | Бали |
| 1 | Правильність мовлення. | 3 2 1 |
| 2 | Точність висловлювань. | 3 2 1 |
| 3 | Логічність. | 3 2 1 |
| 4 | Чистота. | 3 2 1 |
| 5 | Доречність. | 3 2 1 |
| 6 | Ясність. | 3 2 1 |
| 7 | Виразність. | 3 2 1 |
| 8 | Варіативність. | 3 2 1 |
| 9 | Адекватність меті. | 3 2 1 |
| 10 | Емоційність. | 3 2 1 |

Рівні культури мовлення:

високий – 24–30 балів;

середній – 17–23 балів;

низький – 10–16 балів.

**Додаток К**

**«Комунікативні й організаторські схильності»**

(методика В. Синявського та В. Федорошина (КОС))

Інструкція: на кожне питання треба відповісти «так» чи «ні». Якщо вам важко обрати відповідь, треба все-таки схилитися до відповідної альтернативи (+) або (–).

Текст опитувальника

Чи багато у Вас друзів, з якими Ви постійно спілкуєтеся?

Чи часто Вам вдається схилити багатьох своїх товаришів до прийняття ними Вашої думки?

Чи довго Вас турбує почуття образи, заподіяної Вам кимось із Ваших товаришів?

Чи завжди Вам важко орієнтуватися в критичній ситуації?

Чи є у Вас прагнення до налагодження нових контактів з різними людьми?

Чи подобається Вам займатися громадською роботою?

Чи правда, що Вам приємніше й простіше проводити час з книгами або за яким-небудь іншим заняттям, ніж з людьми?

Якщо виникли будь-які перешкоди у здійсненні Ваших намірів, чи легко Ви відступаєте від них?

Чи легко Ви налагоджуєте контакти з людьми, які значно старші Вас за віком?

Чи любите Ви придумувати й організовувати зі своїми товаришами різні ігри та розваги?

Чи складно Вам ставати членом нової компанії?

Чи часто Ви відкладаєте на інші дні ті справи, які потрібно було б виконати сьогодні?

Чи легко Ви налагоджуєте контакти з незнайомими людьми?

Чи прагнете Ви домагатися, щоб Ваші товариші діяли відповідно до Вашої позиції?

Чи важко Ви освоюєтеся в новому колективі?

Чиправда,щоуВаснебуває конфліктівзтоваришамичерез невиконання ними своїх обов’язків, зобов’язань?

Чи прагнете Ви при слушній нагоді познайомитися і поговорити з новою людиною?

Чи часто у вирішенні важливих справ Ви приймаєте ініціативу на себе?

Чи дратує Вас оточення, і чи хочеться Вам побути на самоті?

Чи правда, що Ви зазвичай погано орієнтуєтеся в незнайомій для Вас обстановці?

Чи подобається Вам постійно перебувати серед людей?

Чи виникає у Вас роздратування, якщо Вам не вдається закінчити розпочату справу?

Чи відчуваєте Ви почуття утруднення, незручності, якщо доводиться виявити ініціативу, щоб познайомитися з новою людиною?

Чи правда, що Ви втомлюєтеся від частого спілкування з товаришами?

Чи любите Ви брати участь у колективних іграх?

Чи часто Ви виявляєте ініціативу для вирішення питань, які зачіпають інтереси Ваших товаришів?

Чи правда, що Ви відчуваєте себе невпевнено серед малознайомих Вам людей?

Чи правда, що Ви рідко прагнете до доведення своєї правоти?

Чи вважаєте, що Вам не складе особливих зусиль внести пожвавлення в малознайому Вам компанію?

Чи берете Ви участь у громадській роботі в школі?

Чи прагнете Ви обмежити коло своїх знайомих невеликою кількістю людей?

Чи правда, що Ви не прагнете обстоювати свою думку або рішення, якщо воно не було відразу прийняте Вашими товаришами?

Чи відчуваєте Ви себе невимушено, потрапивши в незнайому Вам компанію?

Чи охоче Ви приступаєте до організації різних заходів для своїх товаришів?

Чи правда, що Ви не відчуваєте себе досить упевненим і спокійним, коли доводиться говорити що-небудь великій групі людей?

Чи часто Ви спізнюєтеся на ділові зустрічі, побачення?

Чи правда, що у Вас багато друзів?

ЧичастоВисоромитеся,почуваєтенезручність, спілкуючисьз малознайомими людьми?

Чи правда, що Вас лякає перспектива опинитися в новому колективі?

Чи правда, що Ви не дуже впевнено почуваєте себе в оточенні великої групи своїх товаришів?

Обробка результатів та інтерпретація

Комунікативні здібності – відповіді «так» на такі питання: 1, 5, 9, 13, 17, 21,

25, 29, 33, 37; і «ні» на питання: 3, 7, 11, 15, 19, 23, 27, 31, 35, 39.

Організаторські здібності – відповіді «так» на такі питання: 2, 6, 10, 14, 18,

22, 26, 30, 34, 38; і «ні» на питання: 4, 8, 12, 16, 20, 24, 28, 32, 36, 40.

Підраховують кількість відповідей, що збігаються з ключем з кожного розділу методики, потім обчислюють оцінювальні коефіцієнти окремо для комунікативних та організаторських здібностей за формулою:

К = 0,05 ͯ С, де

К – величина оцінювального коефіцієнта,

С – кількість відповідей, що збігаються з ключем.

Оцінювальний коефіцієнт може варіювати від 0 до 1. Показники, близькі до 1, свідчать про високий рівень комунікативних і організаторських здібностей, близькі до 0 – про низький рівень. Первинні показники комунікативних і організаторських здібностей можуть бути представлені у вигляді оцінок, що свідчать про різні рівні досліджуваних здібностей.

Комунікативні вміння:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показник | Оцінка | Рівень |
| 0,10-0,45 | 1 | I – низький |
| 0,46-0,55 | 2 | II – нижче середнього |
| 0,56-0,65 | 3 | III – середній |
| 0,66-0,75 | 4 | IV – високий |
| 0,76-1 | 5 | V – дуже високий |

Організаторські вміння:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Показник | Оцінка | Рівень |
| 0,20-0,55 | 1 | I – низький |
| 0,56-0,65 | 2 | II – нижче середнього |
| 0,66-0,70 | 3 | III – середній |
| 0,71-0,80 | 4 | IV – високий |
| 0,81-1 | 5 | V – дуже високий |

**Аналіз отриманих результатів**

Респондентам, які отримали оцінку 1, притаманний **низький** рівень вияву комунікативних та організаторських схильностей.

Студентам,щоотрималиоцінку2,комунікативнітаорганізаторські схильностіпритаманнінарівні**нижчесереднього**. Вони не прагнуть до спілкування, почувають себе скуто в новій компанії, колективі; воліють проводити час на самоті, обмежують свої знайомства; відчувають труднощі в налагоджуванні контактів з людьми і під час виступів перед аудиторією; погано орієнтуються в незнайомій ситуації; не обстоюють свої думки, важко переживають образи; вияв ініціативи в суспільній діяльності дуже знижений, у багатьох справах вони вважають за краще уникати прийняття самостійних рішень. Респондентам, які отримали оцінку 3, притаманний **середній** рівень вияву комунікативних та організаторських схильностей. Вони прагнуть контактів з людьми, не обмежують коло своїх знайомств, обстоюють свою думку, планують свою роботу, однак потенціал їхніх схильностей не відрізняється високою стійкістю. Комунікативні та організаторські схильності треба розвивати йудосконалювати.

Студенти, що отримали оцінку 4, належать до групи з **високим** рівнем вияву комунікативних та організаторських схильностей. Вони почувають себе комфортно в нових умовах, швидко знаходять друзів, постійно прагнуть розширити коло своїх знайомих, займаються громадською діяльністю, допомагають близьким, друзям, виявляють ініціативу в спілкуванні, із задоволенням беруть участь в організації громадських заходів, здатні прийняти самостійне рішення у важкій ситуації. Все це вони роблять не з примусу, а згідно з внутрішніми прагненням.

Респондентам, які отримали найвищу оцінку – 5, притаманний **дуже високий** рівень вияву комунікативних і організаторських схильностей. Вони відчувають потребу в комунікативній та організаторській діяльності й активно прагнуть до неї, можуть швидко зорієнтуватися у важких ситуаціях, невимушено поводять себе в новому колективі, ініціативні, воліють у важливій справі або в складній ситуації приймати самостійні рішення, обстоюють свою думку і домагаються, щоб вона була прийнята товаришами, можуть внести пожвавлення в незнайому компанію, люблять організовувати різні ігри, заходи; наполегливі в діяльності, яка їх приваблює; вони самі відшукують такі справи, які б задовольняли їхню потребу в комунікації та організаторській діяльності.

**Додаток Л**

**Діагностика ефективності педагогічних комунікацій**

(модифікований варіант анкети О. Леонтьева)

Шкали: комунікативна діяльність.

Призначення тесту

Діагностична мета методики полягає у визначенні «аудиторної атмосфери», активності, вираження пізнавального інтересу в учнів, а також деяких виявів стилю педагогічної діяльності.

Тест

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |  |
| Доброзичливість |  |  |  |  |  |  |  | Недоброзичливість |
| Зацікавленість |  |  |  |  |  |  |  | Байдужість |
| Заохочення ініціативи учнів |  |  |  |  |  |  |  | Нівелювання ініціативи |
| Відкритість (вільне вираження почуттів, відсутність «маски») |  |  |  |  |  |  |  | Закритість (прагнення триматися за соціальну роль, боязнь своїх недоліків,тривога за престиж) |
| Активність (весь час у спілкуванні,  тримає учнів в «тонусі») |  |  |  |  |  |  |  | Пасивність (не керує процесом  спілкування) |
| Гнучкість (легко схоплює і вирішує  проблеми, конфлікти,що виникають) |  |  |  |  |  |  |  | Жорсткість (не помічає змін унастрої аудиторії, спрямований на себе) |
| Диференційованість (індивідуальний підхід) |  |  |  |  |  |  |  | Відсутність диференційованості в спілкуванні (немає індивідуального підходу дореспондентів) |

**Інструкція до тесту**

Експертам, які мають досвід спілкування з аудиторією, пропонують карту комунікативної діяльності. Кожен експерт працює незалежно, після чого знаходять усі разом усереднену оцінку. Оцінювання треба здійснювати за пропонованою шкалою, а під час обговорення спробувати обґрунтувати, які дії педагога спричинили ті чи ті оцінки.

Обробка та інтерпретація результатів тесту

Підраховують усереднену експертну оцінку. Діапазон цих оцінок може коливатися від 49 до 7 балів. На підставі середньої оцінки експертів висновують про ступінь комунікативної ефективності.

Інтерпретація результатів тесту

Якщо усереднена оцінка експертів коливається в межах 45-49 балів, то комунікативна діяльність дуже напружена і близька до моделі активної взаємодії. Педагог досяг вершин своєї майстерності, вільно володіє аудиторією. Як диригент прекрасно розподіляє свою увагу, усі засоби спілкування органічно задіяні під час взаємодії з учнями. Сторонньому може здатися, що це компанія людей, які давно знають один одного і зібралися для обговорення останніх подій. Однак водночас усі зайняті спільною справою, заняття досягає поставленої мети.

35–44 бали – висока оцінка. Дружня, невимушена атмосфера панує в аудиторії. Усі учасники заняття зацікавлено спостерігають за педагогом або обговорюють поставлене запитання. Активно висловлюють думки, пропонують варіанти вирішення проблеми. Стихійність відсутня. Педагог коректно спрямовує хід заняття, не забуваючи віддавати належне гумору й дотепності присутніх. Будь-яка вдала пропозицію відразу ж заохочує помірної похвалою. Заняття проходить продуктивно, в активній взаємодії.

20–34 бали схарактеризовують педагога як такого, що цілком задовільно опанував прийоми спілкування. Його комунікативна діяльність досить вільна за формою. Він легко налагоджує контакт з учнями, але не всіх звертає увагу. В імпровізованих дискусіях він опирається на найбільш активну частину присутніх, інші ж відіграють роль спостерігачів. Заняття проходить жваво, але не завжди досягає поставленої мети. Тут можливі вияви елементів моделей диференційованої уваги і негнучкого реагування.

11–19 балів – низька оцінка комунікативної діяльності. Фіксуємо односторонню спрямованість навчально-виховного впливу педагога. Незримі бар’єри спілкування перешкоджають живим контактам сторін. Аудиторія пасивна, ініціатива лише від домінувального педагога. Його стиль уподібнений до авторитарної чи неконтактної моделей спілкування.

За дуже низьких оцінок (7–10 балів) будь-яка взаємодія з учнями відсутня. Спілкування розвивається за моделями дикторського або гіпорефлексивного стилю. Вона знеособлена, за психологічним змістом анонімна й майже нічим невідмінна від масової публічної лекції або мовлення по радіо. Педагогічні функції обмежені лише інформаційною стороною.

**Додаток М**

**Спостереження з метою визначення рівня іміджеформувальної мотивації до створення власного іміджу** відбувається за такими ознаками:

прагнення студента створити власний позитивний професійний імідж, підтримувати його та адаптувати відповідно до зовнішніх і внутрішніх умов, що змінюються; готовність студента пізнавати себе й працювати над професійним та особистісним самовдосконаленням; ініціативні дії особистості, спрямовані на самовдосконалення (робота над професійним та особистісним самовдосконаленням без спонукання ззовні; застосування різноманітних, а також нетрадиційних засобів та прийомів для професійного та особистісного зростання; надання переваги творчим підходам); розвиток діяльності зі створення власного професійного іміджу з ініціативи суб’єкта діяльності (продовження діяльності після досягнення поставленої ззовні мети; виконання завдань у більшому, ніж вимагали, обсязі; прагнення виконувати необов’язкові завдання; інтерес до процесу самовдосконалення; використання додаткових джерел інформації;зацікавленість у процесі діяльності).

Результати спостереження фіксують у таблиці, ступінь вияву кожного показника оцінюється за трибальною шкалою.

Таблиця для фіксації результатів спостереження

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Показники | Ступінь прояву | | Бали |
| 1 | Прагненнястудентастворитивласнийпозитивнийпрофесійнийімідж, підтримуватийоготаадаптувативідповідно до зовнішніх і внутрішніх умов, що змінюються. | 1  2 | Проявляється постійно  Проявляється іноді  Не проявляється | 3  2  1 |
| 2 | Готовність студента пізнавати себе та працювати над професійним та особистісним самовдосконаленням. | 1  2  3 | Проявляється постійно Проявляється іноді  Не проявляється | 3  2  1 |
| 3 | Ініціативність особистості, спрямована на самовдосконалення | 1  2 | Висока  Середня | 3  2 |
|  |  | 3 | Низька | 1 |
| 4 | Ініціативність особистості зі створення власного професійного іміджу | 1  2  3 | Висока  Середня  Низька | 3  2  1 |

За результатами спостереження висновують про рівень іміджеформувальної мотивації щодо створення власного професійного іміджу:

високий – 10–12 балів;

середній – 7–9 балів;

низький – 4–6 балів.

**Додаток Н**

**«Самооцінка рівня онтогенетичної рефлексії»**

Інструкція до тесту

Нижче наведені питання, на які необхідно відповідати у формі «так» (+) у разі позитивної відповіді або «ні» (-) у разі негативної відповіді і «не знаю» (0), якщо ви маєте сумніви щодо відповіді.

Тест

Чи траплялося вам коли-небудь зробити життєву помилку, результати якої ви відчували декілька місяців або років?

Чи можна було уникнути цієї помилки?

Чи трапляється вам наполягати на власній думці, якщо ви не впевнені на 100% у її правильності?

Розповіли ви кому-небудь з найближчих людей про свою найбільшу життєвої помилку?

Чи вважаєте ви, що в певному віці характер людини вже не може змінитися?

Якщо хтось зробив вам невелику прикрість, чи можете ви швидко забути про це і повернутися до звичайного розпорядку?

Чи вважаєте ви себе іноді невдахою?

Чи вважаєте ви себе людиною з почуттям гумору?

Якщо б ви могли змінити найважливіші події, які відбулися в минулому, побудували б ви своє життя інакше?

Що більше керує вами під час прийняття щоденних особистих рішень – розум чи емоції?

Чи важко вам дається прийняття дрібних рішень з питань, які кожен день ставить життя?

Чи користувалися ви порадою чи допомогою людей, що не входять в коло найближчих, коли приймали життєво важливі рішення?

Чи часто ви повертаєтеся у спогадах до хвилин, які були для вас неприємні?

Чи подобається вам ваша особистість?

Чи траплялося вам просити у когось вибачення, хоча ви не вважали себе винуватим?

Обробка й інтерпретація результатів тесту

За кожну відповідь «так» на запитання 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13 і «ні» на запитання

2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 15 ви отримуєте по 10 балів.

За кожну відповідь «не знаю» ви отримуєте по 5 балів. Підрахуйте загальну кількість балів.

100–150 балів – повна відсутність рефлексії минулого досвіду. Ви володієте винятковою здатністю ускладнювати собі життя. Вашими рішеннями незадоволені ні ви, ні ваше оточення. Для виправлення ситуації необхідно краще обмірковувати свої рішення, аналізувати помилки та знайти хороших порадників зі складних життєвих ситуацій.

50–99 балів – рефлексія зі знаком «–», підсумком минулих помилок стає страх перед вчиненням нових. Ваша обережність, що стала результатом минулих життєвих помилок, не завжди є гарантією повного життєвого успіху. Можливо те, що ви вважаєте помилкою, зробленою в минулому, – це просто сигнал про те, що ви змінилися. Ваш критичний розум іноді заважає виконанню ваших глибоких бажань.

0–49 балів – рефлексія зі знаком «+». Аналіз зробленого і рух уперед. Найближчим часом вам не загрожує небезпека зробити життєву помилку. Гарантія цього – ви самі. У вас є багато рис, якими володіють люди з великими здібностями до гарного планування та передбачення власного майбутнього. Ви відчуваєте себе творцем власного життя.

**Додаток Р**

**Методика «Духовний розвиток особистості»** (за М. Рогановою )

Анкета 1. «Як я розумію поняття «духовність».

Просимо Вас відповісти на наші запитання. Будь ласка, поставтесь до анкети уважно. Дякуємо за участь!

Стать Вік Курс Спеціальність

Як ви розумієте слово «духовність»? Віра в Бога, релігійність – Моральність –

Культура і мистецтво – Внутрішній світ людини –

Сила духу, те, що пов’язане з душею, духом – Інтелект, освіта –

Росте або знижується рівень духовності в нашому суспільстві? Росте –

Знижується – Важко відповісти –

Що може сприяти зростанню духовності в нашому суспільстві? Підвищення матеріального рівня життя –

Вирішення проблем в освіті – Цензура в ЗМІ, зменшення реклами –

Етичне виховання, залучення до культури – Віра в Бога, будівництво храмів – Вирішення соціальних проблем – Зміцнення інституту сім’ї –

Прагнення людини змінити себе – Залучення до мистецтва –

Читання, залучення до літератури – Інше

Що сприяє занепаду духовності в нашому суспільстві? Реклама –

Низький соціальний рівень – Алкоголь / тютюн – Реформи в освіті –

Безвір’я, відсутність релігійності – Байдужість до абсолютних цінностей – Антисімейна пропаганда ЗМІ – Недоліки у вихованні дітей – Відсутність патріотизму у молоді – Псевдокультура сучасної естради –

Комп’ютерні ігри / фільми жахів, трилери, бульварні романи – Інше \_

Ви коли-небудь чули слово «бездуховність»? Так –

Ні –

Що таке, на Вашу думку, є «бездуховність»? Відсутність ідеалів, внутрішня порожнеча – Аморальність, безсовісність –

Відсутність віри в Бога –

Низький інтелект, безкультурність – Егоїзм, користь –

Наркоманія, корупція та інші вади суспільства – Важко відповісти –

**Анкета 2.** «Сутність духовної культури»

Наскільки часто у своєму житті ви стикалися з поняттям «духовність»?

Із чим у вас передовсім асоціюється поняття «духовність»?

Духовна культура, на вашу думку, це …

Який зміст ви вкладаєте у такі поняття:

Моральна культура ….. Естетична культура …. Екологічна культура ….. Інтелектуальна культура …… Інформаційна культура ……..

Культура поведінки …… Культура спілкування ……….

Що є для вас найвищою цінністю?

Як часто ви замислюєтесь над смислом життя?

Наскільки важливо сьогодні виховувати духовну культуру у молоді?

**Анкета 3.** «Визначення рівня духовно-інтелектуального розвитку особистості»

Методика: Оцінювання відбувається за 5-бальною системою. «5» ставиться, коли якість особистості, відмічена в анкеті, має постійне місце. «4» ставиться, коли якість виявляється часто, але не завжди. «3» – якщо вказана якість виявляється рідко. «2» – якщо не виявляється ніколи. «1» – не використовується, але вона позначала б той факт, що студент має позицію, протилежну тій, яка позначена в анкеті.

Критерії оцінки й показники

Інтелектуальний рівень:

ерудиція;

культура мови;

логікамислення(аналіз,синтез,систематизація,узагальнення, аргументованість);

етична спрямованість інтелекту (етичні мотиви в позиції й у поведінці);

Світогляд:

розуміння цілісності та єдності розвитку людини, природи та суспільства;

усвідомлення ролі людини у перетворенні довкілля;

розуміння духовно-етичних цінностей моралі як універсальної формисвідомості та буття;

готовність і прагнення додержуватися моралі в системі стосунків з довкіллям;

готовність до особистого та професійного самовизначення

Гуманність (людяність):

доброта і співчуття як якості особистості;

доброта і співчуття до сім’ї, близьких, друзів;

щедрість до слабких, хворих, інвалідів;

прагненнядовирішенняжиттєвихконфліктівмирним шляхом,без застосування насильства;

неприйняття аморальної поведінки

Відповідальність:

перед батьками і старшими;

перед суспільством і Батьківщиною;

щодо себе;

щодо природи.

4. Громадянська позиція: усвідомлення прав і обов’язків людини в суспільстві:

соціальна активність, дотримання закону, статуту школи;

державних символів і влади;

дбайливе ставлення до історії та культури свого народу;

визнання рівності людей різних національностей;

домінування мотивів громадського обов’язку.

6. Характер:

обов’язковість, єдність слова та справи;

мужність, чесність, справедливість;

честь і гідність;

уміння розуміти і пробачати;

усвідомлення власної активної ролі в становленні характеру;

розуміння взаємозв’язку внутрішньої та зовнішньої культури людини;

потреба й уміння науково захищати свої погляди.

**Анкета 4.** «Рівень сформованості естетичної культури особистості»

Визначте поняття:

естетична культура –

естетичний ідеал –

естетичний смак –

У чому виражається естетика навчального процесу, естетика лекції, естетика позааудиторної роботи, самостійної, науково-дослідної роботи респондентів?

Викладання якого предмета у Вашому університеті Ви вважаєте за найбільш естетично значуще та привабливе? Чому?

Які види мистецтва Вам подобаються найбільше:

музика;

образотворче мистецтво;

художня література;

театр;

кіно;

хореографія.

Назвіть Ваші улюблені літературні твори. Які книги Вам хотілося б прочитати ще раз?

Назвіть Ваші музичні вподобання?

Назвіть Ваші улюблені п’єси, які Ви дивилися в театрі?

Як часто ви буваєте в театрі?

Як часто Ви буваєте в кіно?

Назвіть кінофільми, які Вам особливо сподобалися. Пояснить чому.

Які телевізійні передачі Ви найчастіше дивитися?

Ваше улюблене заняття у вільний час: читання художньої літератури (прози, поезії), музикування, малювання, танці, ліплення, спорт.

**Анкета 5.** «Рівень сформованості моральної культури респондентів»Студентам пропонують заповнити бланк анкети: Оцініть, будь ласка,ступінь сформованої у Вас моральної культури.

Оцінюючи, скористайтеся такою шкалою:

4 – високий рівень; 3 – середній рівень; 2 – низький рівень;

1 – практично не сформований.

Відзначте номер відповіді, найбільш близький вашому особистому переконанню:

Культура почуттів 1 2 3 4

Громадська активність 1 2 3 4

Працьовитість 1 2 3 4

Ввічливість 1 2 3 4

Добро 1 2 3 4

Співчуття й милосердя 1 2 3 4

Уміння захищати свою думку 1 2 3 4

Пошана до людей похилого віку1 2 3 4

Пошана до однолітків 1 2 3 4

Почуття власної гідності 1 2 3 4

Відповідальність, почуття

Почуття справедливості боргу1 2 3 4

Сумлінність 1 2 3 4

Тактовність 1 2 3 4

Цілеспрямованість 1 2 3 4

Дружелюбність 1 2 3 4

Самокритичність 1 2 3 4

**Додаток С**

**Методика «Моя громадянська позиція»**

**1.** Дайте відповіді на такі запитання і проставте поруч відповідний знак: так (+), ні (–), іноді (?).

Вас цікавлять такі предмети, як цивільне право, цивільний процес?

Чи знаєте ви державний гімн?

Ви знаєте Конституцією України?

Дотримуєтесь у побуті українських народних традицій?

Чи володієте Ви державною мовою України?

Ви любите читати українські книги, дивитися українські фільми?

Ви добре знаєте історію України?

Чи могли б Ви виїхати на постійне місце проживання до країн Європи або Америки?

Чи могли б Ви виїхати на постійне місце проживання до Росії?

Чи хотіли б Ви одержати освіту в країнах Європи або Америки?

Хотіли б ви одержати освіту в Росії?

Могли б Ви переїхати жити до західного регіону України?

Чи змогли б Ви жити в одній кімнаті в гуртожитку з представниками іншої національності?

Чи хотіли б Ви народитися в іншій країні,

**2.** Дайтеоцінкугромадянськимцінностямособистостіза5-бальною системою:

1. турбота за долю України;
2. інтерес до минулого України;
3. інтерес до подій, що cтосуються України;
4. поважне ставлення до основного Закону (Конституції) України;
5. неухильне виконання положень Конституції України;
6. знання видатних людей України;
7. прагнення до соціальної справедливості та гармонії у стосунках з людьми;
8. повага індивідуальних прав і свобод інших громадян України;
9. поважне ставлення до духовних і матеріальних цінностей українського народу;
10. ставлення до української мови як до державної мови українського народу;
11. надання пріоритету вітчизняним товарам перед імпортними;
12. дотримання законів;
13. справедливість;
14. альтруїзм (самопожертва);
15. знання звичаїв українського народу;
16. дотримання звичаїв українського народу;
17. почуття патріотизму;
18. любов до Батьківщини;
19. плюралізм;
20. толерантність;
21. відповідальність;
22. соціальна активність.

Дякуємо за увагу.