

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(Н И У « Б е л Г У »)

ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
ФАКУЛЬТЕТ ДОШКОЛЬНОГО, НАЧАЛЬНОГО И СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
Кафедра дошкольного и специального (дефектологического) образования

**ФОРМИРОВАНИЕ ИМИДЖА ПЕДАГОГА
ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Диссертация на соискание академической степени магистра

очной формы обучения
направления подготовки 44.04.01 Педагогическое образование,
магистерская программа Управление системой дошкольного образования
2 курса группы 02021007

Кайдаловой Анастасии Олеговны

Научный руководитель
кандидат психологических наук, доцент
кафедры дошкольного и специального
(дефектологического) образования
Панасенко К.Е.

Рецензент
заместитель начальника отдела дошкольного
образования управления образования
администрации г.Белгорода
Филиппенко С.К.

БЕЛГОРОД 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	9
1.1 Имидж: содержание, функции, структура	9
1.2 Требования к имиджу педагога дошкольной образовательной организации	21
1.3 Роль методической службы дошкольной образовательной организации в формировании имиджа педагога	31
ГЛАВА II. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ	43
2.1 Анализ состояния проблемы формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации	43
2.2 Основные направления работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации	54
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	64
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	67
ПРИЛОЖЕНИЯ	74

ВВЕДЕНИЕ

В образовательной сфере давно действуют законы рыночной экономики. Для дошкольных образовательных организаций всех типов и видов актуален вопрос выживания в конкурентной среде и поддержания положительного имиджа. Более того, нынешние реалии требуют не разовых действий, а систематической работы по управлению репутацией дошкольной образовательной организации и обеспечению его конкурентоспособности на рынке образовательных услуг.

Любая дошкольная образовательная организация является открытой, взаимодействующей со множеством социальных институтов, социально-воспитательной системой, о которой все чаще говорят как о сфере услуг, используя слова «конкурентоспособность», «рынок», «образовательные услуги» и др. Стабильный позитивный имидж дошкольной образовательной организации можно рассматривать как важный современный компонент и ресурс образовательной организации.

Формирование имиджа образовательной организации, в том числе дошкольной образовательной организации, состоит в том, чтобы обеспечить согласование реальных достоинств образовательных услуг и привнесенных специалистами достоинств (таких как имидж организации), учитывая при этом критерии, нормы и предпочтения потребителей услуг, а также состояние других, аналогичных по масштабу и сфере деятельности организаций. Таким образом, образовательная организация должна стремиться к тому, чтобы ее образ в сознании целевых аудиторий как можно больше соответствовал образу, сконструированному педагогами дошкольной образовательной организации. Следовательно, одним из самых важных составляющих имиджа дошкольной образовательной организации является имидж педагога.

Педагог является представителем одной из самых социально значимых человековедческих профессий, деятельность которого, направлена на развитие и воспитание подрастающего поколения. Поэтому, познание механизмов формирования и функционирования имиджа является методологическим требованием к успешному овладению педагогом дошкольной образовательной организации своей профессиональной педагогической деятельностью.

Как известно, детская психика дошкольников эмоционально активна, в этом её специфика. Дети этого возраста особенно активно реагируют на непосредственные впечатления, доставляемые зрительными и слуховыми рецепторами, поэтому их внимание, прежде всего, ориентировано на внешние характеристики окружающих их родителей и воспитателей. Дошкольников привлекает всё яркое, броское эмоционально окрашенное. Вот почему для них так важны презентационные сигналы, имеющие непосредственное отношение к процессу формирования детских впечатлений, определяющие в дальнейшем становление личности ребёнка.

Всё это делает проблему имиджа современного педагога в дошкольной организации актуальной, требующей пристального внимания не только со стороны тех, кто её разрабатывает, но и тех, кто хочет быть успешным в своей профессиональной педагогической деятельности.

Понятию «имиджа» посвящены труды Е.В. Андриенко, Ф. Джефкинса, О.В. Лысиковой, А.П. Панфиловой, Е.Б. Перельгиной, Э. Сэмпсона, Д. Ядина, и др.; профессиональный имидж изучали Ю.В. Андреева, А.А. Бирюкова, Л.Г. Попова, Н.В. Тарасенко; психологическими аспектам проблемы формирования имиджа профессионала Е.В. Гришунина, П.С. Гуревич, Р.Ф. Ромашкина, В.М. Шепель и др.; проблеме имиджа педагога - М.С. Бережной, Е.В. Емельяновой, З.И. Капустиной, А.А. Калюжного, М.Н. Котляровой, В.А. Кан-Калика, Л.М. Митиной, С.Я. Ромашиной, Е.В. Русской, Н.А. Тарасенкова, В.Н. Черепановой, С.Д. Якушевой, С. Яковлева и др.; проблема формирования имиджа

воспитателя дошкольной образовательной организации нашла отражение в исследованиях М.В. Апраксиной, проводимых в 2000 году. Таким образом, основательных работ, посвященных специфике имиджа педагога дошкольной образовательной организации, его функциям, структуре, в настоящее время недостаточно, а представленные либо утратили свою актуальность в свете новых социальных требований, либо не получили должного распространения в теории и практике педагогического, в том числе дошкольного, образования.

Проблема исследования: совершенствование системы методической работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Цель исследования: выявить и обосновать педагогические условия совершенствования методической работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Объект исследования: процесс формирования имиджа педагога дошкольной организации.

Предмет исследования: педагогические условия совершенствования методической работы по формированию имиджа педагога дошкольной организации.

Гипотеза исследования основана на предположении о том, что формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации будут способствовать следующие педагогические условия:

- разработка долгосрочного проекта, направленного на формирование имиджа педагога дошкольной образовательной организации;
- обеспечение научно-методического сопровождения реализации проекта по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации;
- управление процессом формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Задачи исследования:

1. Теоретически обосновать проблему формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации;
2. Проанализировать особенности формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации;
3. Теоретически обосновать педагогические условия совершенствования методической работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Методологической и теоретической основой исследования являются работы, раскрывающие диалектическое понятие категорий «имидж», «имидж педагога», «компоненты имиджа педагога», «методическая служба дошкольной образовательной организации» (С.А. Аминтаева, М.В. Апраксина, Е.А. Бекетова, Л.Ю. Донская, Л.И. Жарикова, О.И. Зайцева, Т.А. Иванько, А.А. Калужный, О.В. Лысикова, Е.А. Петрова, Н.А. Тарасенко, О. Феофанов, В.Н. Черепанова, В.М. Шепель, С.Д. Якушева, Л.В. Шмонина).

Научная новизна и теоретическая значимость исследования состоит в том, что раскрыты сущность, структура и особенности формирования имиджа педагогов дошкольной образовательной организации, определены требования к имиджу современного педагога дошкольной образовательной организации, выявлены и обоснованы педагогические условия совершенствования работы методической службы и разработан проект по формированию имиджа педагогов дошкольной образовательной организации.

Практическая значимость исследования состоит в том, что разработаны и обоснованы педагогические условия совершенствования методической работы и реализации проекта, которые могут быть использованы для формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Для решения задач и проверки гипотезы использовался комплекс **методов исследования**: теоретический: анализ психолого-педагогической и научно-методической литературы по проблеме исследования; эмпирические:

анкетирование, педагогический эксперимент (констатирующий этап), тестирование; метод количественного и качественного анализа результатов исследования.

Этапы исследования:

I этап – (2014-2015 гг.) – теоретико-аналитический: изучение научной литературы по проблеме исследования; определение понятийно-категориального и научного аппарата (объект и предмет исследования, его цель, задачи, гипотеза и методы); обобщение материала по теме исследования: систематизация и теоретическое осмысление.

II этап – (2015 г.) – экспериментальный: констатирующий эксперимент – изучение опыта работы педагогического коллектива, подбор диагностического инструментария, проведение диагностики; формирующий эксперимент – обоснование гипотезы исследования.

III этап – (2015-2016 гг.) – заключительный: анализ результатов исследования, систематизация полученных результатов, уточнение выводов исследования, оформление магистерской диссертации, определение дальнейших перспектив исследования.

Апробация и внедрение результатов исследования. Основные положения исследования были представлены в виде докладов на I Международной научно-практической конференции «Проблемы теории и практики современной науки» (г. Таганрог, 2014 г.), на X Международной научно-практической конференции молодых ученых «Зажги свою звезду» (г. Москва, 2015 г.), на X Международной студенческой научно-практической конференции «Научное сообщество студентов» (г. Чебоксары, 2016 г.), в виде научных статей «Особенности формирования имиджа воспитателя дошкольного образовательного учреждения», «К проблеме формирования имиджа педагога дошкольного образовательного учреждения», «Особенности имиджа педагога дошкольной образовательной организации».

Результаты исследования внедрены в практику работы муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада № 58 «Центр развития ребенка» города Белгорода.

Структура магистерской диссертации: работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка литературы и приложения.

Содержание магистерской диссертации. Во введении обосновывается выбор темы исследования, ее актуальность, определяются цель, объект, предмет, гипотеза, задачи, теоретико-методологическая основа, выносимые на защиту положения, а также рассматриваются научная новизна, теоретическая и практическая значимость работы. В первой главе мы изучали понятие «имидж» с точки зрения различных подходов, его виды, функции и принципы, также были изучены требования к имиджу педагога дошкольной образовательной организации и обоснована роль методической службы в формировании имиджа педагога дошкольной организации. Во второй главе мы изучили состояние проблемы формирования имиджа педагога в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении детском саду № 58 «Центр развития ребенка» города Белгорода, усовершенствовали работу методической службы дошкольной образовательной организации и разработали проект по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации. В заключении даются общие выводы исследования. Приложение содержит практические материалы.

ГЛАВА I. ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

1.1 Имидж: содержание, функции, структура

Понятие «имидж» заимствовано в современный русский язык из английского языка, в котором оно употребляется в значении «образ». В латинско-русском словаре предлагается около одиннадцати значений слова «имидж», в том числе: «образ», «подобие», «отражение», «образное выражение», «представление о чем-либо», «мысль», «мечта», «вид» (25, 405).

В Толковом словаре понятие «имидж» определяется, как «образец, представление о человеке, создаваемые у окружающих самим человеком или другими заинтересованными лицами; стиль поведения человека» (50, 252).

В новейшем словаре иностранных слов и выражений термин «имидж» рассматривается в двух значениях: в первом значении - «имидж» есть совокупность представлений окружающих о данном человеке, его видимый со стороны психологический портрет, сопряженный с внешностью и манерами. Во втором – целенаправленно формируемый образ лица, явления или предмета, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т.п. (32, 330).

Понятие «имидж» является предметом исследования социологии, психологии, политологии, педагогики (Е.В. Андриенко, Т.Г. Анистратенко, М.А. Апраксина, И.Э. Белоусовой, И.В. Веретенникова, Э. Гоффманн, Е.В. Емельянова, А.А. Калужный, М.Н. Котлярова, Н.А. Кузнецова, Л.М. Митина, Е.А. Орлова, Е.Б. Перельгина, О.И. Попова, Л.В. Постниковой, Н.А. Тарасенков, И.А. Федоров, О. Феофанов, В.Н. Черепанова, В.М. Шепель, В.В. Шуваева).

В социологии термин «имидж» трактуется как:

- «образ социально-профессиональной роли (ролевого комплекса), который конструируется личностью, представляется в процессе взаимодействия партнерам и контролируется исполнителем и общественностью. Это образ роли, в котором исполнитель стремится предстать перед партнерами и быть принятым ими» (О.И. Попова);

- «феномен социальной мимикрии человека, его неистребимого желания чем-то казаться, чтобы увеличить собственный шанс на социальный успех, провоцировать у других нужные ему впечатления, в том числе как реакции на то, чем он не обладает, а в некоторых случаях и не хотел бы обладать» (И.А. Федоров);

- искусство «управлять впечатлением» (Э. Гоффманн).

В психологической науке одним из первых понятие «имидж» применил О. Феофанов и определил его как «образ-представление, методом ассоциаций наделяющий объект дополнительными ценностями (культурными, социальными, психологическими и т.д.), не имеющий основания для реальных свойств самого объекта, но обладающий социальной значимостью для воспринимающего такой образ» (57, 58).

А.А. Калюжный под термином «имидж» понимает «эмоционально окрашенный стереотипный образ, идеализированная модель элементов общества, предметного мира, идеальных структур, целенаправленно формируемые субъектами общественной практики в индивидуальном, групповом и общественном сознании для достижения политических, экономических, социальных результатов, познания, личной карьеры и самовыражения».

Определенная часть авторов (В.М. Шепель, Е.В. Андриенко) отождествляют понятие имидж с понятием образ и признают, что эти понятия не являются точными синонимами. Поэтому имидж трактуют как разновидность образа, прообразом которого может быть не любое явление, а субъект (41,12).

О.В. Лысикова предлагает рассматривать имидж как определённый образ, который личность, его Я представляет окружающим, своего рода форма самопрезентации, при которой подчёркиваются сильные стороны и скрываются недостатки (26, 12). Аналогичной точки зрения на понятие «имидж» придерживается Е.Б. Перельгина (40, 27). А.П. Панфилова рассматривает имидж как целенаправленно формируемый образ, призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы, формирования репутации (39, 53).

Имидж, с одной стороны, является результатом определенных психологических процессов проявления личности, а с другой — служит внешним источником формирования впечатления о данном человеке у партнеров по общению. Поэтому все стратегии самопрезентации имеют целью установить, уточнить или поддержать свой образ в глазах других.

Исходя из вышеприведённых подходов к определению понятия «имидж», можно сделать вывод о том, что, говоря об имидже какого-либо объекта, мы имеем в виду неповторимый образ-представление о нём, наделяющий объект дополнительными ценностями и выделяющий его из ряда подобных.

Основу имиджа составляет личное обаяние. Это понятие, по утверждению В.М. Шепель, собирательное. Оно аккумулирует в себе лучшие человеческие качества, информационный потенциал личности (59,78).

В современном понимании выделяют три основных подхода к имиджу, которые одновременно являются и основанием для классификаций имиджа: функциональный, контекстуальный, сопоставительный (1).

Ф. Джефкинс и Д. Ядин выделяют несколько возможных вариантов имиджа, которые присущи функциональному подходу: зеркальный, текущий, желаемый, корпоративный и множественный. Рассмотрим их:

1. Зеркальный. Это имидж, свойственный нашему представлению о себе. Мы как бы смотримся в зеркало и рассуждаем, каковы же мы. Обычно этот вариант имиджа оказывается более привлекательным, ибо психологически мы

всегда выдвигаем на первое место позитив по отношению к себе, а слабая сторона – минимальный учет мнения посторонних.

2. Текущий. Этот вариант имиджа отражает оценку человека со стороны тех людей, которые имеют о нем информацию, как непосредственную, полученную при общении, так и опосредованную, полученную через другие источники информации. Слабой стороной такого варианта имиджа является, то, что при недостаточной или искаженной информации о реальных поступках человека могут возникнуть непонимание или предубеждение по отношению к личности, которые будут влиять на формирование имиджа.

3. Желаемый. Этот тип имиджа отражает то, к какому образу, идеалу мы стремимся.

4. Корпоративный. Это имидж организации в целом, а не каких-то отдельных подразделений или результатов ее работы.

5. Множественный. Это имидж, который образуется при наличии ряда независимых структур вместо единой корпорации. Активно укрепляется единый (а не множественный) имидж (24, 75).

Контекстный подход к имиджу означает, что он должен носить целостный, согласованный характер, учитывать условия реализации, а отдельные его черты - не противоречить друг другу. Системный характер имиджа позволяет по одной видимой черте вызывать в массовом сознании соответствующие характеристики. Английская исследовательница Э. Сэмпсон в качестве критерия при рассмотрении личностного имиджа выделяет сочетание внешних и внутренних факторов, задающих:

1) самоимидж, который вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения. Чтобы нас уважали, мы должны сначала уважать сами себя. Часто самоимидж может не совпадать с воспринимаемым имиджем;

2) воспринимаемый имидж, который представляет переработанную и оценённую информацию. Это то, как видят нас другие, но мы часто не знаем, как реально к нам относятся и о нас отзываются;

3) требуемый имидж, который в настоящее время в конкретной организации является самым необходимым. Он связан с конкретными профессиями, которые определяют их имиджевые характеристики. В ряде случаев этому помогает тип и форма одежды. Требуемый имидж предполагает наличие определенных имиджевых характеристик, которые отличают одного индивида от другого в зависимости от направленной принадлежности (44, 36).

Эта типология отражает взгляд на имидж с разных позиций: со стороны своего «я» и со стороны других людей, со стороны реалий и со стороны желаний.

Третий подход - сопоставительный. В этом случае мы сравниваем имиджевые характеристики, например, двух политических претендентов, двух компаний, двух продуктов. Такая более четкая классификация необходима для того, чтобы иметь конкретные цели, на достижение которых и может быть направлена PR-кампания (45, 95).

Имидж является наиболее эффективным способом подачи сообщения, который в состоянии обойти имеющиеся в каждом человеке разнообразные преграды. Отсюда и возникает идея имиджа как публичного или внешнего «Я» человека, которое достаточно часто может отличаться от его внутреннего «Я». Ваш образ – это портрет, который вы показываете окружающим. Образ должен работать на вас, а не против вас.

Также следует обратить внимание на классификацию видов имиджа, разработанную А.Н. Жмыриковым, который выделяет «идеальный», «первичный» и «вторичный» имиджи (29).

Идеальный имидж - это суммарное представление людей о лидере, но идеальный имидж обычно недостижим.

Первичный имидж - это представление о конкретном человеке, сложившееся в сознании многих людей после первичного знакомства с ним. Первичный имидж во многом соответствует идеальному имиджу, но не совпадает с ним.

Вторичный имидж формируется только в процессе конкурентной борьбы. Это компромисс между стремлением обрести лидера, образ которого зеркально повторяет идеал, и желанием избежать лидера, образ которого более всего противоречит идеальному.

При формировании конкурентоспособного вторичного имиджа можно руководствоваться одной из двух стратегий. В том случае, если «презентация» первичного имиджа прошла успешно, используется стратегия «защиты окон доступа»: на первичный имидж наслаиваются черты, защищающие слабые (с точки зрения соперника) элементы первичного имиджа. Если же «презентация» первичного имиджа прошла неудачно, используется стратегия «размывания имиджа конкурента». В этом случае компрометируются или хотя бы ставятся под сомнение определенные элементы имиджа конкурента, а вторичный имидж формируется путем наложения черт, альтернативных «слабым» качеств имиджа соперника.

Ядро имиджа должно соответствовать ожиданиям людей. Структуру ядра первичного имиджа образуют:

- внешняя (поведенческая) направленность личности;
- внутренняя ориентация личности;
- иерархия временных «Я» личности.

Внешняя направленность личности бывает трех типов: направленность на конкретные результаты предметной деятельности; направленность на общение; направленность на завоевание авторитета.

Внутренняя ориентация личности - это ориентация на доминирующие способности, реализуя которые конкретный человек достигает поставленных

целей. Одни достигают их благодаря интеллектуальным, другие - эмоциональным, третьи - волевым качествам.

Иерархия временных «Я» личности - это комплекс: «Прошкое Я», «Реальное Я», «Будущее Я». В зависимости от доминирования того или иного «Я» в сознании лидера, его стремления будут направлены в будущее или в прошлое. У лидера не может доминировать «Реальное Я», так как это обречет его на пассивность.

А.Н. Жмыриков исходит из того, что имидж - это многофакторный феномен, поскольку, с одной стороны, и воздействие на человека многообразно, а с другой - человек оперирует многослойными структурами, каждая из которых занимает в его восприятии свое место. Человека можно представить как сумму его социальных характеристик: место рождения; принадлежность к определенному классу; образование; достаток, а также прошлое, семья, хобби и пр. Все это - информационные ячейки. И главное правило для имиджмейкера: обязательно заполнять эти информационные ячейки, иначе они будут заполнены массовым сознанием. Вот почему имидж формируется в соответствии с требованиями массовой коммуникации и в соответствии с тем, что окружающие считают важным, например, авторитет, профессионализм.

Наряду с вышеназванными видами имиджа выделяют и профессиональный имидж. Профессиональный имидж – образ человека, детерминированный профессиональными характеристиками, содержит в себе положительную и отрицательную стороны. Как показывает практика, личностный имидж является более приоритетным по сравнению с профессиональным (Рис. 1.1).

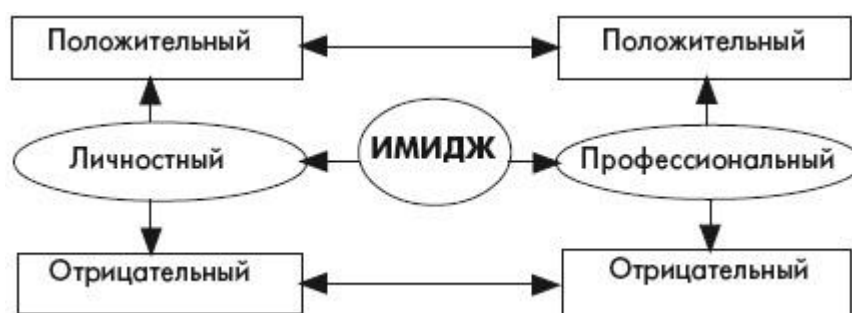


Рис. 1.1 Структура имиджа

Говоря о структуре анализируемого понятия, Л.К. Аверченко и Г.М. Залесов в качестве наиболее важных слагаемых профессионально-личностного имиджа предлагают следующие:

- профессионализм и компетентность: успешное формирование позитивного имиджа невозможно без достижения необходимого уровня указанных характеристик. При этом следует отметить, что процесс совершенствования качества и увеличения количества знаний должен иметь непрерывный характер;

- нравственная надёжность: соблюдение этики деловых отношений, уверенность в нравственной надёжности делового партнёра чрезвычайно важны в социокультурной сфере. Особенно высокие требования к нравственной культуре специалистов возникают при выходе на мировой рынок товаров и услуг;

- гуманитарная образованность: для качественного выполнения своей работы специалисту необходимы не только профессиональные знания и навыки, но и широкие познания в области мировой культуры, освоение общечеловеческих ценностей, таких, как духовность, здоровье, экологическая безопасность и т.д.

- коммуникативная привлекательность: основными факторами, способствующими коммуникативной привлекательности специалиста, являются конструктивная поведенческая стратегия, эффективная поведенческая техника и обоснованная поведенческая тактика. Правильно выбранный стиль

поведения как руководителя, так и специалиста – значимый шаг на пути формирования их позитивного образа;

- использование психологических техник: знание закономерностей функционирования человеческой психики, а также законов психологии играет довольно важную роль при управленческом общении для достижения своих целей (1, 16).

Некоторые исследователи в качестве самостоятельного выдвигают тип харизматического имиджа. Понятие харизмы, харизматического руководителя ввёл классик социологии М. Вебер (10).

Закрытый имидж тоже можно отнести к списку возможных имиджей. Он был характерен для многих советских руководителей. Каждый человек мог вписать в этот имидж те черты, которые сам считал для себя убедительными – как «черная дыра» он готов был принять все. И чем меньше информации будет иметь аудитория, тем серьезнее и значительнее начинает выглядеть фигура такого руководителя (45,98).

Б. Джи выделяет следующие элементы имиджа как:

- осязаемый имидж - первое впечатление от организации;
- неосязаемый имидж - ответная реакция покупателя на обслуживание и отношение к нему сотрудников предприятия;
- внутренний имидж - атмосфера внутри предприятия, отношение сотрудников к политике руководства;
- внешний имидж - воздействие первых трех элементов плюс общественное мнение о предприятии (14, 37).

Функции же имиджа в свою очередь проявляют его содержание и предназначение для конкретной сферы деятельности.

Функции персонального имиджа выделил И.А. Федоров (56):

- функция социального тренинга: создавая имидж, человек сознательно или стихийно корректирует собственные проявления, приспособляя их к выполнению групповых ролей;

- иллюзорно-компенсаторная функция: она проявляется в том, что «имиджи позволяют как бы «поиграть в несбывшееся» компенсировать стереотипность обычной жизни, сохраняя тем самым личность, но не нарушая поведенческой рамки групповых ролей». Степень эксцентричности имиджа определяется конкретной ситуацией, она тем выше, чем меньше возможность верификации имиджа. Классическим примером создания фантастического имиджа, ничего общего не имеющего с действительностью, может служить сюжет гоголевского «Ревизора»;

- функция социально-символического опознавания: посредством имиджа индивид демонстрирует членам группы свою готовность к социальным интеракциям и выполнению соответствующих ролей, со своей стороны, другие члены группы благодаря имиджу опознают в индивиде потенциального партнера (56).

В свою очередь, В.М. Шепель обозначил две группы функций имиджа:

1. Ценностные функции имиджа:

Личностно возвышающая: благодаря созданию вокруг личности ореола привлекательности, она становится социально востребованной, раскованной в проявлении своих лучших качеств.

Комфортизация межличностных отношений: суть этой функции в том, что обаяние людей объективно привносит в их общение симпатии и доброжелательность, а потому нравственную меру терпимости и такта.

Психотерапевтическая: суть её в том, что личность, благодаря осознанию своей индивидуальной незаурядности и повышенной коммуникабельности, обретает устойчивое мажорное настроение и уверенность в себе.

2. Технологические функции имиджа:

Межличностной адаптации: благодаря правильно избранному имиджу можно быстро войти в конкретную социальную среду, привлечь к себе внимание, оперативно установить доброжелательные отношения.

Высвечивания лучших личностно-деловых качеств: благоприятный имидж даёт возможность зрительно представить наиболее привлекательные качества человека, позволяя соприкасающимся с ним людям познавать именно эти черты, вызывающие симпатию или доброе расположение.

Затенения негативных личностных характеристик: посредством макияжа, дизайна одежды, аксессуаров, причёски и т.д. можно отвлечь людей от тех недостатков, которыми обладает человек.

Организация внимания: привлекательный имидж невольно притягивает к себе людей, он импонирует им, а потому они психологически легче располагаются к тому, что он говорит или демонстрирует.

Преодоления возрастных рубежей: искусно владея технологией самопрезентации, что конкретно проявляется в удачном выборе моделей поведения и исполнении различных ролей, можно комфортно себя чувствовать в общении с людьми разного социального положения и профессионального статуса, не сковывая себя «комплексом» собственного возраста.

В понимании В.М. Шепеля, главное назначение имиджа – достичь эффекта личного притяжения. (Кто в полной мере владеет функциями имиджа, тот владеет магией расположения.) Он рассматривает функции только персонального имиджа и делает упор на его практическом применении.

Довольно полно основные из функций имиджа описывает О.В. Лысикова:

- профессиональная функция позволяет человеку реализоваться в конкретной области современного производства, бизнеса, культуры, политики, образования;

- адаптационная функция необходима для комфортного приспособления к определённой среде, группе, беседе;

- функция личностной реализации позволяет максимально раскрыть индивидуальные способности и задатки применительно к конкретной сфере деятельности;

- аксиологическая ориентирует специалиста на индивидуальные и профессиональные ценности, являющиеся ориентиром в субъективном и объективном мире;

- эвристическая функция сосредоточивает внимание специалиста на реализации своего творческого потенциала в профессиональном успехе, научном открытии, создании уникального произведения;

- психотерапевтическая функция заключается в осознании своей значимости, психологической устойчивости, уверенности, оптимизме;

- коммуникативная функция позволяет специалисту позитивно организовать и осуществлять общение на всех уровнях, получать от него максимум информации, а также воздействовать на собеседника или аудиторию в нужном для себя направлении.

Более универсально определение функции имиджа, выделили А.Д. Кривоносов, О.Г. Филатова, М.А. Шишкина: главной функцией имиджа является формирование положительного отношения к социальному субъекту. Если положительное отношение сформировано, то за ним обязательно последуют доверие и, в свою очередь, высокие оценки и уверенный выбор. Такова психологическая цепочка, порожаемая положительным отношением.

К тому же положительный имидж, как правило, способствует повышению престижа, а следовательно, авторитета и влияния. Позитивный имидж является также важным фактором высокого рейтинга, что очень важно в насыщенной разнообразной информацией публичной деятельности. На достижение положительного отношения и доверия и должна быть направлена PR-деятельность.

Функции имиджа свидетельствуют о его значении в гармонизации внутреннего мира человека и формировании адаптационной способности к позитивным и негативным изменениям окружающей среды (26, 22).

Существует несколько принципов построения имиджа. Если рассмотреть наиболее важные из них, то согласно первому принципу мнение о человеке

может сформироваться на основе прямой имидж формирующей информации, причем она может осознаваться и не осознаваться человеком, так как находится в его подсознании и проявляется лишь в виде тех или иных чувств. Воздействуя на людей с целью создания у них нужного мнения, необходимо влиять не только на их сознание, но и на подсознание, чтобы у них помимо воли возникло приятное чувство, связанное с вашим именем.

Второй принцип можно сформулировать так: создавая свой имидж, следует в большей степени воздействовать на подсознание людей, чем на их сознание. Мнение, возникшее у человека под влиянием подсознательной информации, становится его собственным, потому что неочевиден источник этого чувства. Поскольку люди больше доверяют себе, чем другим, то и подсознательному мнению они будут доверять больше, чем мнению сознательному.

Таким образом, имидж – это характеристика, присущая человеку, представляющая собой образ, воспринимаемый аудиторией. Одна из важных функций имиджа – это формирование положительного отношения к социальному субъекту. В структуре имиджа выделяют две главные составляющие – это личностный имидж и профессиональный имидж.

1.2 Требования к имиджу педагога дошкольной образовательной организации

Имидж педагога дошкольной организации является частью имиджа дошкольной образовательной организации, который понимается, как образ дошкольной организации в целом, социально-психологическую сущность, которого можно определить понятием «коллектив» (31, 17). К составляющим имиджа дошкольной образовательной организации традиционно относят:

- представление социального окружения о качестве образования;

- представление об уровне комфортности среды;
- представление о цене на образовательные услуги;
- образ руководителя дошкольной образовательной организации;
- фирменный стиль дошкольной образовательной организации;
- внешняя атрибутика;
- образ персонала образовательной организации (31, 18).

В рамках нашего исследования остановимся на такой составляющей имиджа дошкольной образовательной организации, как образ персонала, а именно педагога дошкольной организации.

Анализируя научную литературу по проблеме исследования формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации, мы отмечаем недостаточное количество исследований по данной проблеме, одной из таких работ является научный труд М.В. Апраксиной в 2000 году «Имидж воспитателя дошкольного учреждения как педагогическая проблема». В основном представлены исследования посвященные имиджу педагогов школ, высших учебных заведений (И.П. Андриади, Е.А. Бекетова, М.Р. Варданын, Л.А. Золотовская, Т.А. Иванько, Т.Б. Кулакова, А.А. Калюжный, Т.В. Климова, М.Ю. Новокшонова, В.Н. Черепанова). Поэтому учитывая близость дошкольной образовательной организации и школы по потребителям, по технологии работы, при определении понятия «имидж педагога дошкольной образовательной организации» мы будем ориентироваться на понятия, подходы, представленные в исследованиях, посвященных имиджу педагогов школ.

Современные отечественные исследователи (Л.М. Митина, М.Н. Котлярова, В.А. Кан-Калик, С.Я. Ромашина, Е.В. Русская и др.), говоря о значимости личностного имиджа педагога, считают необходимым понимание педагогом того, что его положительный образ играет важную роль в педагогическом процессе.

В результате теоретического анализа проблемы имиджа педагога, основанного на работах С.А. Аминтаевой, М.В. Апраксиной, Е.А. Бекетовой, Л.Ю. Донской, Л.И. Жариковой, Е.А. Петровой, Н.А. Тарасенко, В.М. Шепеля, В.Н. Черепановой и др., мы пришли к выводу о том, что в современных исследованиях понятие «имидж педагога» трактуется неоднозначно. Это связано с тем, что, во-первых, имидж педагога – сложное психолого-педагогическое образование, изучая которое, различные авторы акцентируют внимание на отдельные его стороны, во-вторых, трактовка понятия «имидж педагога» зависит от методологического подхода исследователя. Рассмотрим эти различные точки зрения, представленные в таблице 1.1.

Таблица 1.1

Автор(ы)	Определение имиджа педагога, его виды	Компоненты
Е.А. Бекетова	Профессиональный имидж педагога – это персонифицированный образ профессии, то есть обобщенный эмоционально окрашенный профессиональный образ (стереотип) типичного профессионала, имеющий символическую природу, обладающий внушаемым воздействием, оказывающий психологическое влияние на окружающих, обеспечивающий новый уровень работы учителя и качественно более высокие результаты педагогической деятельности. Индивидуальный имидж – это интегральная целостность биогенных, социогенных и психогенных элементов, которая находит выражение в физическом облике личности, поступках, речи.	1) личностно-деловые качества, проявляющиеся в визуально-аудиальной оболочке; 2) темперамент, характер, личностные характеристики учителя, (социальный и поведенческий уровни); 3) подвижные (активные) компоненты, определяющие его отличие, своеобразие исходя из специфики преподаваемого предмета.
Л.И. Жарикова	Оценка окружающими людьми ценностных, интеллектуальных, профессиональных и этических качеств учителя.	1) природные качества: коммуникабельность, эмпатийность, рефлексивность, красноречивость; 2) характеристики личности,

		приобретенные благодаря образованию и воспитанию: ценностные установки, морально-нравственные качества, психическое здоровье, владение набором психологических и педагогических технологий, педагогический и жизненный опыт, профессиональная интуиция
Т.А. Иванько	Педагогический имидж – это самооформление педагога, воспринимаемое в единстве с его характером, стилем общения, профессиональным мастерством.	1) визуальный образ (костюм, прическа, пластика, мимика); 2) внутренний образ (голос, темперамент, настроение); 3) самопрезентация и самоопределение; 4) легенда.
А.А. Калюжный	Символическое представление о педагоге у составляющей аудитории имиджа социальной группе, формируемое посредством целенаправленных профессиональных усилий с целью повышения успешности своей деятельности или достижения субъективного психологического эффекта.	1) профессиональная компетентность и эрудиция педагога, педагогическая рефлексия, педагогическое целеполагание, педагогическое мышление и импровизация, педагогическое общение; 2) внешний облик, использование вербальных и невербальных средств общения; 3) внутреннее соответствие образа профессии – внутреннего «Я».
Е.А. Петрова, Н.М. Шкурко	Образ-стереотип, функционирующий в общественном и групповом сознании воспитанников и их родителей, профессионального педагогического сообщества и др. Выделяют индивидуальный, профессиональный и возрастной имиджи педагога.	1) этические (внешний вид, одежда, выразительные движения); 2) личностные, профессиональные и коммуникативные характеристики, свойственные разным педагогам; 3) эмоционально-чувственный компонент их восприятия и отношения к профессии.
Н.А. Тарасенко	Индивидуальный имидж педагога – система личностных и профессиональных качеств и психологических средств, к которым целенаправленно пробегает педагог с целью достижения оптимальных результатов в образовательном процессе, культуре педагогической деятельности.	1) мотивационный компонент (убеждения, готовность как внутренняя, так и внешняя к формированию индивидуального имиджа, как компонента, обеспечивающего целостность культуры педагогической деятельности); 2) когнитивный (представления, знания); 3) деятельностный (умения создавать индивидуальный имидж, соответствующий нормам культуры педагогической деятельности)

		передать инструментарий его создания воспитаннику); 4) эмоциональный (интерес, эмоциональный подъем в процессе формирования и реализации индивидуального имиджа).
В.Н. Черепанова	Индивидуальный имидж педагога – интегральный, целостный, динамичный феномен, обусловленный соответствием и взаимопроникновением внутренних и внешних индивидуальных, личностных и индивидуальных качеств субъекта, а также качеств, определяющих его профессиональное мастерство.	Две взаимосвязанные составляющие: относительно статичное ядро (Я-концепция, ценность, установки, знания, умения) и более подвижная внешняя часть (визуальный, аудиальный, ольфакторный и кинетический образы).
С.Д. Якушева	Имидж педагога – интегративное качество личности, синтез интеллектуальной, габитарной, кинетической, речевой, средовой и артистической культуры.	1) интеллектуальная культура — это гибкость мышления, рефлексия и самосознание, связанная с развитием творческого начала и ростом профессионального мастерства личности педагога; 2) габитарная культура — это культура личности, включающая в себя индивидуальность, которая определяет цветовую гамму, физические и психофизиологические особенности; стиль (романтический, спортивный, драматический), устанавливающий индивидуальную креативную характеристику в соответствии с требованиями профессии; моду, отражающую тенденции развития и помогающую педагогу быть современным и признанным в среде коллег и обучающихся; 3) кинетическая культура, обусловленная мимикой и пантомимикой (жесты, выражение глаз, поза, телодвижение, походка и осанка); 4) речевая культура — личностная культура, развивающаяся на основе принципа объективно существующих связей между языком и познавательными процессами, предполагающая чувство стиля; 5) развитый вкус и эрудиция;

		б) средовая культура — материальная и социальная (окружение и аксессуары); 7) артистическая культура — интегрированное качество личности, осуществляющая единство общей культуры и артистизма, аксиологического и эстетико-этического начала в разнообразных видах профессиональной деятельности и общения.
--	--	--

Как видно из приведенных определений, «имидж педагога» связывают со стереотипом, системой качеств, образом, мнением, представлением, феноменом.

Мы будем рассматривать имидж педагога дошкольной образовательной организации как сам образ, то есть некую целостную картину, возникающую в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании, когда они видят и воспринимают педагога, а так же то, что, впоследствии, остаётся в их памяти, когда педагог уйдет.

Исходя из этого, структура имиджа педагога дошкольной образовательной организации включает в себя следующие компоненты:

- внешние аспекты, к которым можно отнести манеру поведения, походку, жесты, мимику, одежду, причёску и т.д.;
- внутренний аспект, включающий в себя интересы, эрудицию, творческие замыслы, хобби;
- процессуальный аспект, предполагающий темперамент, темп, эмоции, пластичность, волевые качества;
- коммуникативный компонент, представляющий профессиональное общение с воспитанниками, родителями (законными представителями), коллегами, администрацией, направленное на создание благоприятного психологического климата;

- ценностный компонент, который определяется жизненной позицией человека, приоритетами, установками, а так же его легендой;
- профессиональная репутация педагога, к которой можно отнести наработанный практический и теоретический опыт, авторские методики, отзывы детей, родителей, коллег о профессиональной компетентности, профессиональные награды и премии, авторские сайты, публикации и т.д. (28).

Учитывая специфику работы педагога дошкольного образовательного учреждения, необходимо рассматривать его имидж с четырех позиций:

- имидж для воспитанников;
- имидж для родителей (законных представителей);
- имидж для коллег;
- имидж для администрации дошкольной организации.

В первом случае имидж выступает как символ, набор сигналов (зрительных и слуховых), вызывая простейшие эмоции. Для детей, на наш взгляд, важны внешние, процессуальные и коммуникативный компоненты имиджа педагога. Ибо, детям не важны профессиональная компетентность воспитателя, его социальные интересы и т.д. (65), им важен внешний вид, что в научной литературе понимается под личным обаянием.

Обаяние человека, как утверждает Н.А. Морева, — это его коммуникабельность, эмпатичность, рефлексивность, красноречивость, а также внешняя привлекательность, легкая адаптация к новым условиям, умение сохранять уверенность в кругу незнакомых людей, терпимость к инакомыслию (29, 74).

В.М. Шепель утверждает, что из технологии личного обаяния на окружающих больше влияние оказывает флюидное излучение, которое он понимает как своеобразную биоэнергетику коммуникативного воздействия. Выделяются такие приемы флюидного излучения, как: эффект нимба, т.е. биоточечное свечение людям, передача им своей эмоциональной и умственной энергии посредством улыбки, манеры двигаться или говорить, позы, жестов,

модуляции голосом; риторические приемы: логика изложения; сила аргументации; вызов ассоциаций; эффект пауз, акцента, интонаций; эмоциональность; литературная выразительность; техника флирта, понимаемая как развитие в себе и в других самоуважения путем установления теплых, доверительных и искренних взаимоотношений (59).

Имидж, для предъявления родителям (законным представителям), может состоять, на наш взгляд, из других компонентов таких как: профессиональный, внешний, внутренний, коммуникативный аспекты, но главным из них они выделяют профессиональный. Безусловно, обаяние также оказывает на родителей (законных представителей) впечатление, но важнее опираться на предложенные В.М. Шепелем визуальный эффект и коммуникативную механику. Визуальный эффект - блок качеств, который достигается за счет строительства внешности; расширения знаний и умений в области фейсбилдинга (умение строить лицо), физиогномики (умение читать лицо), кинесики (постановка манер и жестов). Коммуникативная механика строится на развитии эмпатии, интуиции, а также на знании речевого этикета (60, 105).

Необходимо учитывать и тот факт, что на имидж педагога дошкольной организации большое влияние оказывает корпоративный имидж. Для имиджа, предъявляемого к трудовому коллективу и администрации дошкольной образовательной организации, важна совсем другая грань воспитателя. На первый план здесь выходит его интеллектуальный уровень.

Важное место в структуре имиджа педагога дошкольной организации отводится к его профессиональному имиджу. Основными компонентами профессионального имиджа, выделяемые А.А. Калюжным, являются профессиональная компетентность воспитателя и эрудиция, педагогическая рефлексия, педагогическое целеполагание, педагогическое мышление и импровизация, педагогическое общение (19). Рассмотрим их более подробно.

Профессиональная компетентность воспитателя — главный инструмент личности воспитателя и соответственно его имиджа, которая включает в себя

знания, умения, навыки, а также способы и приемы их реализации в деятельности, общении, развитии (саморазвитии) личности. Психологическим условием развития компетентности является осознание воспитателем необходимости повышения своей общечеловеческой и профессиональной культуры и тщательной организации взаимодействия и общения как основы для целостного педагогического процесса.

Постановка целей и задач требует от воспитателя анализа состояния частей целостного процесса – педагогической ситуации. Под педагогической ситуацией понимается совокупность внешних и внутренних условий, в которых воспитатель ставит педагогические цели и задачи, принимает различные решения. Ситуация определяется самим воспитателем, его взаимодействием с детьми и взаимодействием детей между собой.

Педагогическая эрудиция – своеобразный запас необходимых знаний, который воспитатель применяет в своей профессиональной деятельности для решения педагогических задач.

Педагогическая рефлексия – способность воспитателя мысленно представить себе возникшую у ребенка ситуацию и на этой основе сложить представление о себе. Рефлексия означает осознание воспитателем себя с точки зрения детей в различных ситуациях. Воспитателю важно развивать у себя здоровую конструктивную рефлексия, приводящую к улучшению деятельности, а не к ее разрушению постоянными сомнениями и колебаниями. Профессиональная рефлексия – соотнесение себя и возможностей своего «Я» с тем, что требует от тебя профессия. Педагогическая профессиональная рефлексия – это любая другая профессиональная рефлексия, но связанная с особенностями воспитательной деятельности и, прежде всего, с собственным опытом.

Педагогическое целеполагание – потребность воспитателя в планировании своего труда, готовность к изменению воспитательных задач в зависимости от сложившейся ситуации. Оно показывает способность

воспитателя вырабатывать задачи, вытекающие из единства целей общества и своих собственных, для их обсуждения и принятия решения детьми.

Воспитателю необходимо использование педагогического мышления и интуиции для выявления скрытых внутренних свойств педагогической деятельности в ходе организации работы. Для анализа мышления воспитателю важно сопоставить его основные виды, которые чаще всего проявляются в профессиональной деятельности: аналитическое, диагностическое, практическое, а также интуитивное, которое характеризуется быстротой протекания, отсутствием четко выраженных этапов и минимальной осознанностью. Педагогическая интуиция обычно характеризуется быстрым принятием решения воспитателем с предвидением дальнейшего развития ситуации без полного ее анализа. Интуитивный способ педагогического мышления необходим воспитателю, так как многообразие и неповторимость ситуаций, ограниченность во времени для поиска и принятия решения не позволяют быстро принять правильное решение.

Под педагогической импровизацией понимается нахождение неожиданного решения и его мгновенное воплощение, совпадение процессов создания и применения при их минимальном разрыве. Педагогической импровизации свойственны следующие признаки: совпадение процессов создания и исполнения или их минимальный разрыв, их сиюминутность и, в большинстве случаев, публичный характер, а также и то, что это продукт единства интуитивного и логического. Поэтому педагогическую импровизацию можно определить и как компонент деятельности, осуществляющейся сиюминутно, без предварительной подготовки.

Роль правильно организованного педагогического общения особенно велика, так как атмосферу для разговоров с детьми создает именно воспитатель. Под педагогическим общением обычно понимают профессиональное общение воспитателя и ребенка, имеющее определенные функции и направленное на создание благоприятного психологического климата (А.А. Леонтьев). Самым

главным составляющим в педагогическом общении с детьми является то, что от культуры речи воспитателя зависит культура речи детей.

Анализируя вышеперечисленные составляющие профессионального имиджа - имидж педагога дошкольной организации должен выполнять следующие функции:

- обеспечивать высокое качество воспитания и обучения;
- способствовать развитию активной творческой деятельности, повышать статус и престиж профессии воспитателя, уровень ее общественного значения;
- формировать личность воспитанников, что проявляется в отношении к окружающим людям, предметному миру, природе, духовным ценностям;
- формировать положительные внешние впечатления, а также воспитывать культуру внешнего облика (62).

Таким образом, имидж педагога дошкольной образовательной организации - эмоционально-окрашенный стереотип восприятия образа педагога в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. Имидж педагога традиционно рассматривается с четырех позиций: воспитанников, родителей (законных представителей), коллег и администрации дошкольной образовательной организации. Так для воспитанников главным в имидже педагога являются такие аспекты как внешний, коммуникативный и процессуальный. Требования родителей (законных представителей) к имиджу педагога заключаются в профессиональном, внешнем, коммуникативном и внутреннем аспектах, но главным из них они выделяют профессиональный. К требованиям коллег и администрации дошкольной образовательной организации относятся ценностный, внешний и профессиональный аспекты имиджа педагога дошкольной организации. Следуя требованиям формирования имиджа современный педагог дошкольной образовательной организации может полностью реализовать себя как личность, добиться эффективного выполнения целей обучения, организовать эффективное учебное сотрудничество и

педагогическое общение. Для этого необходимо осознавать свои профессионально-личностные качества и желать их совершенствовать, работая над своим имиджем. А также должны быть созданы определенные условия для формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации, которые мы рассмотрим в следующем параграфе.

1.3 Роль методической службы дошкольной образовательной организации в формировании имиджа педагога

Ориентируясь на гуманизацию дошкольного образования, формирование качеств личности ребенка, признание ее ценностей и необходимости для современного общества, мы, прежде всего, должны помнить о том, что она формируется личностью самого педагога. Именно поэтому необходимо создать все условия для роста профессионального мастерства воспитателей. Для этого нужна действенная и эффективная структура методической службы дошкольной образовательной организации.

Методическая служба образовательной организации призвана донести до каждого специалиста, педагога основные направления модернизации дошкольного образования, создать условия для внутрифирменного освоения профессиональных знаний (13, 16).

Методическая служба дошкольной образовательной организации – подразделение, обеспечивающее комплекс условий, развивающих профессиональную компетентность педагогов в реализации основной общеобразовательной программы дошкольного образования на уровне современных требований. Основной целью методической службы является осуществление непрерывного образования педагогов и развитие их творческого потенциала.

Основными задачами методической службы в работе с педагогами являются:

- оказание методической поддержки и необходимую помощь по вопросам воспитания, обучения и развития детей;
- планирование и организация повышения квалификации, аттестации педагогических кадров;
- выявление, изучение, обобщение, распространение и внедрение передового педагогического опыта;
- обеспечение педагогических работников необходимой информацией об основных направлениях развития дошкольного образования, современных требованиях к организации педагогического процесса, учебно-методической литературе по проблемам обучения, воспитания и развития детей (8, 9).

Одно из важных условий совершенствования качества дошкольного образования — повышение компетентности, профессионализма педагогов. Мастерство, имидж современного педагога формируются через постоянное, систематическое обучение внутри дошкольной образовательной организации. Деятельность методической службы многопланова и создание имиджа современного педагога, повышение его профессиональной компетентности является одним из основных направлений ее работы.

Задача повышения эффективности профессионального развития педагогов не может быть решена только за счет использования традиционных подходов к его организации. Использование активных форм методической работы стимулируют поиск, творческую исследовательскую деятельность педагогов и ориентированы на зону ближайшего развития педагогов. Именно включение в такую деятельность каждого педагога является актуальным в современной методической деятельности образовательных организаций, именно эта деятельность, по нашему мнению, способствует формированию положительного имиджа педагога.

Эффективными формами методической работы, используемыми в дошкольных образовательных организациях, являются следующие активные формы методической работы:

- проблемный семинар;
- семинар-практикум;
- научно-практическая конференция;
- методическая неделя;
- тренинг;
- творческая мастерская;
- круглый стол;
- педагогические чтения.

Использование этих форм способствует проявлению не только профессиональных, но и личностных качеств педагога: самостоятельности, творческому поиску, выработке собственной позиции, развитию способности анализировать свою работу и работу коллег, принимать решения.

Наряду с вышеназванными формами в методической работе дошкольной организации, предусмотрены и инновационные формы:

- творческая группа педагогов,
- научно-методический совет,
- школа молодого педагога,
- информационная группа.

Все формы инновационной методической работы направлены на повышение квалификации и мастерства педагога, его самоутверждения. Постоянная связь содержания методической работы с результатами педагогической деятельности педагога обеспечивает непрерывный процесс совершенствования профессионального мастерства каждого педагога дошкольной образовательной организации, а также усовершенствование его личностного имиджа. Главным является оказание реальной действительной и своевременной помощи педагогам с использованием дифференцированного подхода.

Научно-методический совет - это профессиональное объединение педагогов, которое создается на определенное время для проектного решения конкретной, большой по значимости и объему задачи (61, 19).

На формирование профессионального имиджа педагога большое влияние оказывают задачи и обязанности научно-методического совета, к которым относятся:

- изучение и анализ ситуации, сложившейся в дошкольной образовательной организации;
- разработка фундаментальных для жизни дошкольной образовательной организации проектных документов;
- знакомство педагогического коллектива дошкольной образовательной организации с результатами своей деятельности;
- внесение корректив в проекты разрабатываемых документов по результатам обсуждения;
- разработка рекомендаций педагогическому коллективу для успешной реализации подготовленных документов;
- оказание помощи творческим группам при подготовке, проведении педагогического совета и выполнении его решений (61, 20).

Научно-методический совет помогает развивать в педагоге научный подход в формировании профессионального имиджа и всех его составляющих, то есть внедрять и использовать последние научные достижения в своей профессиональной деятельности, что позволяет повысить профессиональную компетентность педагога, его педагогическую эрудицию, рефлексию, целеполагание, педагогическое мышление и импровизацию, педагогическое общение.

Творческая группа - это добровольное профессиональное объединение педагогов, заинтересованных во взаимном творчестве, коллективном сотрудничестве по изучению, разработке, обобщению материала по заявленной тематике с целью поиска оптимальных путей развития изученной темы,

осуществляет организационно-управленческую деятельность по теоретическому, научно-методическому и программно-методическому обеспечению педагогической и контрольно-аналитической деятельности (61, 29).

Цели и задачи творческой группы:

- создание условий для профессионального общения педагогов, развития из творческой активности, формирования и совершенствования профессиональных умений и навыков;

- разрешение в совместной работе профессиональных проблем, трудностей обучения и воспитания, помощь друг другу в овладении инновационными процессами;

- формирование творческого коллектива педагогов-единомышленников;

- разработка, составление, апробация и распространения новых педагогических методик, технологий, педагогических материалов;

- включение педагогов в инновационный процесс дошкольной образовательной организации в различных видах образовательной деятельности (61, 29).

Рассмотрев данный вид методической работы можно прийти к выводу, что его задачи оказывают влияние на формирование имиджа педагога. В частности, помогает сформировать такие компоненты имиджа как профессиональная компетентность педагога, педагогическую эрудицию и мышление.

Для усовершенствования профессионального имиджа педагога важно использовать мероприятия, проводимые творческой группой как: теоретические семинары, семинары-практикумы, тренинги, круглые столы, дискуссии; индивидуальные и групповые консультации; предметно-тематические недели; консультации; участие в организации и проведении научно-практических конференций, педагогические чтения; творческие коллективные отчеты.

Творческая группа является добровольным содружеством педагогов с разным стажем работы, объединившихся на основании единства интереса к какой-либо проблеме, взаимных симпатий, что позволяет развитию, усовершенствованию такого компонента имиджа педагога как педагогическое общение.

Формы педагогического общения включают в себя:

- обсуждение актуальных проблем дошкольного образования, организации исследовательской деятельности в дошкольной образовательной организации;
- оказание методической помощи друг другу;
- совершенствование методики проведения различных видов занятий и их учебно-методического и дидактического обеспечения;
- повышение педагогической квалификации педагогов;
- совершенствование организации коррекционной работы;
- разработку рекомендаций по вопросам, вызывающим трудность у педагогов;
- изучение, систематизацию и внедрение передового педагогического опыта.

Такой вид педагогического общения носят продуктивный характер деятельности, так как влияет на формирование имиджа педагога.

Группа педагогов-наставников (школа молодого педагога) - это группа, которая отвечает за успешную психофизиологическую адаптацию молодых специалистов; за социально-психологическую адаптацию (вхождение в трудовой коллектив, овладение ценностями организационной культуры); за социально-организационную адаптацию (привыкания сотрудников к новым условиям); за профессиональную адаптацию (активное усвоение молодым педагогом действий в соответствии с должностными обязанностями); за повышение их профессионального мастерства (61, 16).

Цели и задачи деятельности группы:

- формирование уровня профессиональной деятельности и педагогической позиции;
- психолого-педагогическая поддержка каждого молодого педагога;
- оказание помощи начинающим педагогам: в проектировании и моделировании воспитательно-образовательного процесса; проектирования развития личности каждого ребёнка и детского коллектива в целом; формировании умений теоретически обоснованно выбирать средства, методы и организационные формы воспитательно-образовательной работы; формировании умений определять и точно формулировать конкретные педагогические задачи, моделировать и создавать условия для их решения (57, 40).

Группа педагогов-наставников оказывает большое влияние на имидж молодого педагога, так как оказывает помощь в становлении молодого специалиста и в формировании всех составляющих имиджа педагога, а именно профессиональную компетентность педагога и эрудицию, педагогическую рефлексию, педагогическое целеполагание, педагогическое мышление и импровизацию, педагогическое общение.

Начинающий педагог:

- обращается к педагогу-наставнику за консультативной помощью по проектированию, моделированию и организации своей педагогической деятельности;
- систематически обменивается с педагогом-наставником информацией о создании условий для организации жизнедеятельности детей, состояния воспитательно-образовательной работы с детьми;
- анализирует и оценивает свою педагогическую деятельность с целью дальнейшего её совершенствования;
- на основе анализа достигнутых результатов выдвигает и обосновывает новые педагогические задачи;

- представляет педагогу-наставнику необходимую информацию и документацию по его просьбе.

Получая профессиональную помощь от педагога-наставника, используя его педагогический опыт и профессиональное мастерство, молодой специалист идет в правильном направлении к усовершенствованию своей профессиональной деятельности и правильному формированию имиджа начинающего педагога.

Большое влияние на формирование имиджа воспитателя оказывает наличие развитой информационной системы. С этой целью создаются информационные группы, в состав которых входят педагоги дошкольной образовательной организации, имеющие достаточно высокий уровень владения компьютерными технологиями. Группа информационной поддержки оказывает помощь в организации не только управленческой деятельности, но и в организации методической работы дошкольной образовательной организации (61, 17).

Ее работа направлена на организацию электронного документооборота; обработка информации; формирование и ведение базы данных; подготовка дидактических материалов; оказание помощи в оформлении портфолио педагогам, выходящим на аттестацию; обеспечение мониторинга качества образовательных услуг; широкое использование интернет ресурсов; издательская деятельность дошкольной образовательной организации; компьютерное сопровождение мероприятий.

Работа инновационных групп подразумевает не только обучение педагогов, но и повышению имиджа педагогов и развитие у них таких личностных качеств, как гуманизм, педагогический оптимизм, принципиальность, доброта, душевная щедрость, консолидацию по сплочению педагогического коллектива, превращению его в коллектив единомышленников, выработку единого педагогического имиджа. Именно это помогает педагогам быть в определенном «профессиональном тоне», позволяющем инициировать и создавать атмосферу

профессионализма и творчества в коллективе единомышленников, иначе инновационное образование не может быть таковым, если его главные носители - педагоги не станут новаторами, способными не только воспринимать нововведения, но и делать их главным механизмом в образовательном процессе.

Рассмотренные формы методической работы оказывают большое влияние не только на профессиональный имидж педагога, но так же способствуют формированию его личностного имиджа. Так в творческой группе, группе педагогов-наставников, информационной группе педагог учится самопрезентации, манере поведения, общению в коллективе, что способствует формированию индивидуального стиля. Проводимые этими группами мероприятия, могут включать вопросы не только профессиональной деятельности, но и мероприятия направленные на развитие личностного имиджа воспитателя.

Таким образом, все формы инновационной методической работы способствуют формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации. А в частности методическая служба дошкольной образовательной организации способствует повышению компетентности педагогов, их профессионального мастерства, что составляет профессиональный имидж педагога. Но важную роль методическая служба также играет в формировании личностного имиджа педагога, что является главным требованием субъектов педагогического процесса. Формы работы методической службы, такие как творческая группа, группа педагогов-наставников, информационная группа, включают в себя разнообразные мероприятия по улучшению личностного имиджа педагога дошкольной организации. Так, например, творческая группа включают в себя обсуждение не только профессиональных проблем педагогов, но обсуждение, дискуссии, консультации, касающиеся внешнего вида педагогов, семинары-практикумы по самопрезентации, манере поведения, как с детьми, так и с родителями, коллегами; группа педагогов-наставников поможет молодому специалисту скоординировать работу по формированию имиджа, в соответствии

с требованиями предъявляемыми воспитанниками, родителями и коллегами; информационная группа обеспечит соответствующей информацией, касающейся проблемы развития личностного имиджа педагога.

ВЫВОДЫ ПО ПЕРВОЙ ГЛАВЕ

В настоящее время существует множество определений понятия «имидж»: образец, представление о человеке, создаваемые у окружающих самим человеком или другими заинтересованными лицами; стиль поведения человека; совокупность представлений окружающих о данном человеке, его видимый со стороны психологический портрет, сопряженный с внешностью и манерами.

Имидж играет ведущую роль и в профессии педагога дошкольной образовательной организации. Так условия работы в сегодняшних дошкольных образовательных организациях требуют от педагога поиска путей повышения их авторитета в глазах детей, родителей (законных представителей), коллег, администрации. Современному педагогу трудно обойтись без сознательно построенного как профессионального, так и личностного имиджа. Поэтому проблема формирования имиджа педагога дошкольной организации становится все более актуальной и обуславливает интерес ученых и практиков.

Имидж педагога рассматривается с четырех позиций: воспитанников, родителей (законных представителей), коллег и администрации дошкольной организации. Для воспитанников главным в имидже педагога являются такие аспекты как внешний, процессуальный и коммуникативный. Требования родителей (законных представителей) к имиджу педагога заключаются в профессиональном, внешнем, внутреннем и коммуникативном аспектах, но главным из них они выделяют профессиональный. К требованиям коллег и администрации дошкольной образовательной организации относятся

ценностный, внешний и профессиональный аспекты имиджа педагога дошкольной организации.

В формировании имиджа педагога важную роль играет методическая служба дошкольной организации, так как проводимые ею мероприятия, такие как семинары-практикумы, лекции-дискуссии, круглые столы, мастер-классы, дискуссии, творческие отчеты, тренинги и т.д., способствуют формированию как профессиональный, так и личностный имидж педагогов.

Таким образом, при формировании имиджа педагога необходимо учитывать требования, предъявляемые воспитанниками, родителями (законными представителями), коллег и администрации дошкольной образовательной организации. И, исходя из этих требований, методическая служба создает условия для формирования профессионального и личностного имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

ГЛАВА II. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ИМИДЖА ПЕДАГОГА ДОШКОЛЬНОЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

2.1 Анализ состояния проблемы формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации

Экспериментальная работа по изучению имиджа педагога дошкольной образовательной организации была проведена с января по февраль 2015 года на базе муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада № 58 «Центр развития ребенка» города Белгорода. В исследовании приняли участие воспитанники второй младшей, средней, старшей, подготовительной групп дошкольного образовательного учреждения (в количестве 48 человек), родители воспитанников (в количестве 50 человек), педагоги (в количестве 22 человек) и администрация детского сада.

Целью констатирующего этапа экспериментальной работы является изучение процесса формирования имиджа педагога муниципального бюджетного дошкольного образовательного учреждения детского сада № 58 «Центр развития ребенка» города Белгорода.

Задачи констатирующего этапа экспериментальной работы:

1. Подобрать диагностический инструментарий для изучения имиджа педагога дошкольной образовательной организации.
2. Проанализировать отношение администрации дошкольной образовательной организации к имиджу педагога.
3. Выявить отношение воспитанников к имиджу педагога дошкольной образовательной организации.
4. Определить отношение родителей (законных представителей) к имиджу педагога дошкольной образовательной организации.
5. Провести самооценку имиджа педагогов.

С целью выявления особенностей формирования имиджа педагога ДОО нами были выделены критерии и разработаны уровневые показатели.

Исходя из анализа научной литературы, нами были разработаны критерии оценки имиджа педагога:

- профессиональный уровень;
- навыки педагогического общения;
- внешний вид.

Уровневые показатели имиджа педагога:

- высокий уровень – педагог обладает высоким уровнем профессионализма, умеет правильно организовать общение с детьми, родителями и коллегами, внешний вид педагога соответствует общепринятому корпоративному имиджу;

- средний уровень – у педагога недостаточно сформирована такая составляющая имиджа как «профессионализм», недостаточно владеет навыком общения с детьми, родителями и коллегами, внешний вид педагога не в полной мере соответствует общепринятому корпоративному имиджу;

- низкий уровень – у педагога не сформирована составляющая имиджа как «профессионализм», не умеет правильно организовать общение с детьми, родителями и коллегами, внешний вид педагога не соответствует общепринятому корпоративному имиджу.

На первом этапе констатирующего эксперимента оценивался имидж педагогов ДОО со стороны администрации дошкольной образовательной организации (старшего воспитателя ДОУ). Нами был модифицирован опросник Т.Л. Ивановой, Т.К. Юсиной «Оценка деловых и профессиональных качеств педагога». Старшему воспитателю было предложено оценить имидж педагогов с позиции комплексных составляющих имиджа педагога ДОО. Оценочный лист приведен в Приложении 1.

Результаты изучения имиджа педагогов МБДОУ д/с №58 с позиции администрации дошкольной образовательной организации приведен в таблице 2.1 и таблице 2.2.

Таблица 2.1

Изучение имиджа педагогов с позиции руководства дошкольной организации

Воспитатель	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Сумма баллов	Рейтинг
Испытуемый 1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	8	высокий
Испытуемый 2	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	8	высокий
Испытуемый 3	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	7	средний
Испытуемый 4	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	6	средний
Испытуемый 5	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	5	средний
Испытуемый 6	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	6	средний
Испытуемый 7	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	8	высокий
Испытуемый 8	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	8	высокий
Испытуемый 9	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	8	высокий
Испытуемый 10	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	9	высокий
Испытуемый 11	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	8	высокий
Испытуемый 12	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	8	высокий
Испытуемый 13	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	средний
Испытуемый 14	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	7	средний
Испытуемый 15	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	высокий
Испытуемый 16	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9	высокий
Испытуемый 17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	высокий
Испытуемый 18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	высокий
Испытуемый 19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	высокий
Испытуемый 20	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	высокий
Испытуемый 21	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	высокий
Испытуемый 22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	высокий
Средний показатель по ДОО												высокий

Таблица 2.2

Рейтинг качественной оценки, полученных результатов изучения имиджа педагогов с позиции руководства дошкольной организации

Рейтинг	Показатели (баллов)	Количество (чел.)	%
Низкий уровень	0-3	0	0
Средний уровень	4-7	6	27,3
Высокий уровень	8-10	16	72,7

Качественный анализ оценки имиджа педагогов с позиции руководства дошкольной организации позволили нам отметить, что общий средний показатель рейтинга имиджа педагогов – высокий.

В процессе проведения анализа анкет было установлено, что руководство полностью устраивает внешний вид всех педагогов (22 (100%) педагога). 21 человек (95,5%) получили положительную оценку по параметру «корректность». В результате исследования параметра «понимание поступков воспитанников» 20 педагогов (90,9%) получили высокую оценку. А также 19 педагогов (86,4%) получили положительные оценки по параметрам «требовательность», «уравновешенность», «использование в своей работе современные технологии». 6 педагогов получили отрицательные оценки по таким параметрам как «частое общение с воспитанниками и коллегами вне рабочее время», «умение выступать перед аудиторией» и «авторитет у воспитанников, коллег, родителей». Одним из самых низких показателей был получен по параметру «эрудиция» 13 положительных оценок (59,1%) из 22. Определенные замечания вызывает степень эрудиции у 9 воспитателей (41%) из количества оцененных.

Таким образом, в результате исследования имиджа педагогов с позиции администрации дошкольной организации было выявлено то, что имидж педагогов находится на высоком уровне. На основе проведенного анкетирования были получены данные, которые показали, что среднюю оценку имиджа имеют всего 6 (27,3%) педагогов дошкольной организации, 16 педагогов (72,7%) имеют высокую оценку. Низкого уровня сформированности имиджа педагогов выявлено не было.

С целью выявления отношения воспитанников к имиджу педагога дошкольной образовательной организации была модифицирована и проведена методика «Значимый взрослый» (Приложение 2, Приложение 3 – примеры рисунков). Количественный анализ полученных результатов представлен на рисунке 2.1.

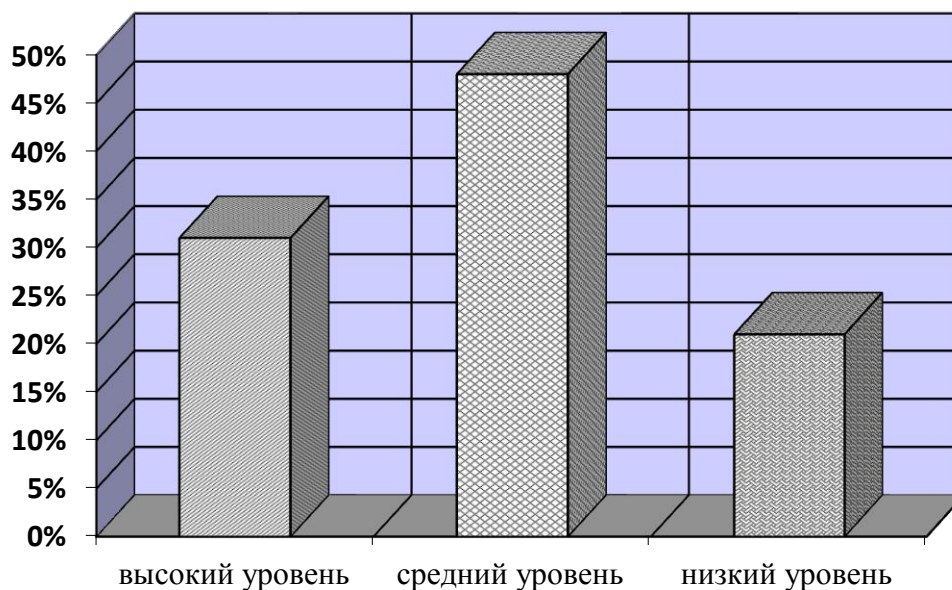


Рис. 2.1 Отношения воспитанников к имиджу педагога дошкольной образовательной организации.

Качественный анализ рисунков позволил нам отметить, что 15 (31%) детей оценили имидж педагога на высоком уровне. Об этом свидетельствуют следующие факты: дети с удовольствием, желанием приступили к выполнению работы; они тщательно прорисовывали линии фигуры, основные элементы в ней (голова, шея, туловище, руки, ноги, пальцы, волосы, уши, глаза, нос, рот). Воспитанники в своих работах использовали большую гамму цветов, с преобладанием теплых тонов, тщательно раскрашивали изображения. В рисунках дошкольников центральное место занимает педагог с ребенком, державшиеся за руки. Дети активно комментировали рисунки, рассказывали о том, что предшествовало нарисованному, следовало за ним, с удовольствием рассказывали о своем воспитателе. Например, Максим Т. «...с Ириной Анатольевной нам всегда весело. Мы вместе играем в разные игры, учим стихи и скороговорки», Вероника В. «...Лиля Сергеевна у нас очень добрая, красивая и ласковая», Марина П. «...Ольга Александровна научила нас: лепить, рисовать, красить, даже читать.» Все эти показатели говорят о положительном эмоциональном отношении воспитанника к педагогу.

23 (48%) детей оценили имидж педагога на среднем уровне. Об этом свидетельствует следующее: дети без желания выполняли работу, и хотя использовались яркие цвета, но при этом детали были прорисованы не тщательно, также на рисунке отсутствовал ребенок. Дети без особого желания комментировали свои рисунки.

У 10 (21%) детей имеет место негативное эмоциональное отношение к воспитателю. Дети были неаккуратны при выполнении рисунка, получив задание, они сначала рисовали различные объекты и только в последнюю очередь приступали к изображению педагога. В рисунках детей прослеживалась торопливость, неаккуратность. При раскрашивании рисунка дети пользовались холодными цветами спектра, некоторые вообще не раскрашивали. Рисуя педагога, немало детей помещали его в стороне, в углу. На просьбу прокомментировать изображение дети переводили разговор на другую тему, а многие отмалчивались. Все эти характерные черты позволяют нам отметить негативный эмоциональный дискомфорт ребенка, его повышенную тревожность.

На третьем этапе исследования изучались представления родителей (законных представителей) об имидже педагогов дошкольной организации. При проведении тестирования родителей (законных представителей), нами была использована модифицированная методика М. Спиллейн – оценка параметров имиджа (Приложение 4).

Методика для родителей (законных представителей) состоит из 3 блоков:

- 1) профессионализм педагога (компоненты 1-4);
- 2) профессиональное общение педагога (компоненты 5-8);
- 3) внешний вид педагога (компоненты 9-12).

Первый блок методики был направлен на изучение уровня профессиональных составляющих имиджа педагога. Результаты изучения отношения родителей (законных представителей) к профессионализму

педагогов дошкольной образовательной организации представлены на рисунке 2.2.

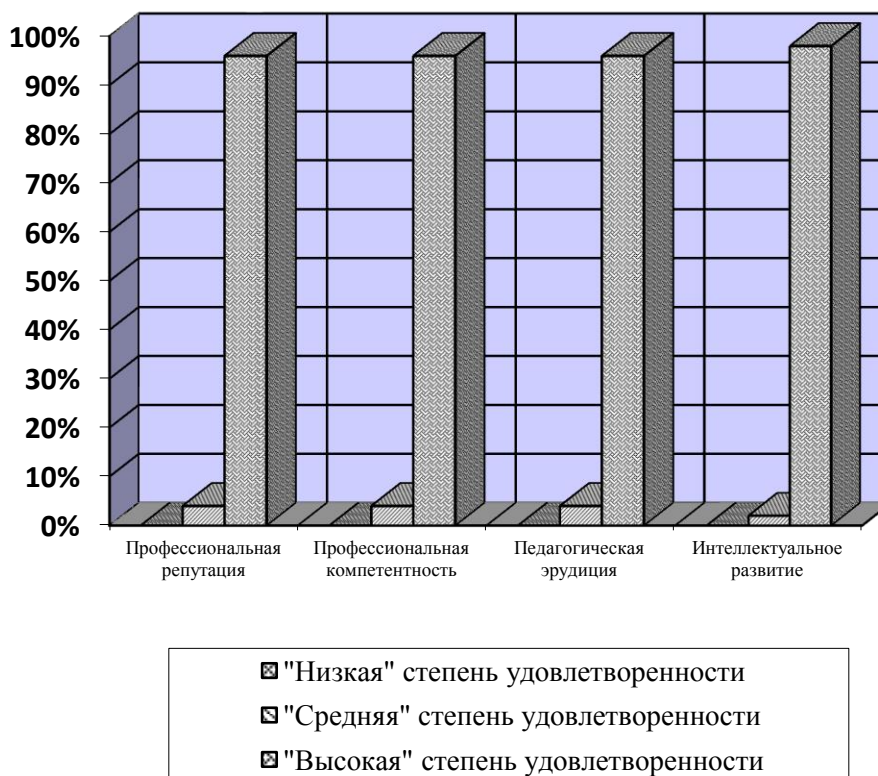
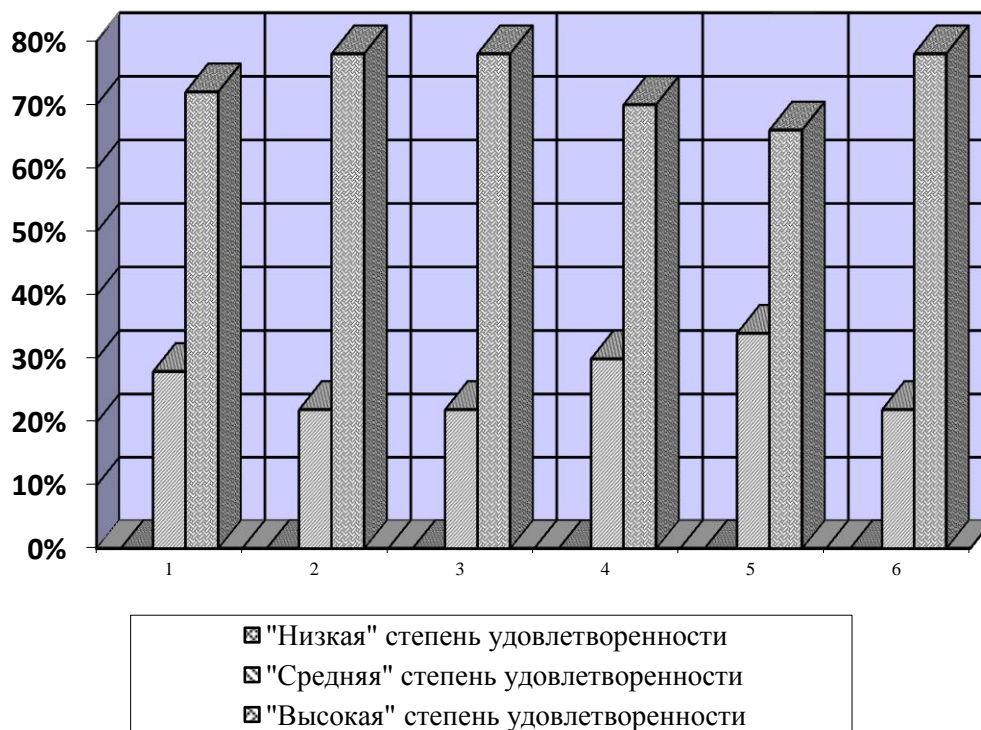


Рис. 2.2 Отношение родителей (законных представителей) к профессионализму педагогов дошкольной образовательной организации.

Как видно из рисунка 2.2, 48 (96%) родителей (законных представителей) воспитанников продемонстрировали высокую степень удовлетворенности, а 2 (4%) родителей (законных представителей) - среднюю степень удовлетворенности по таким компонентами имиджа педагога как «профессиональная репутация», «профессиональная компетентность», «педагогическая эрудиция»; 49 (98%) родителей (законных представителей) имеют высокую степень удовлетворенности интеллектуальным развитием педагога, и лишь один родитель (2%) - среднюю степень удовлетворенности.

Таким образом, исходя из результатов данного блока, можно сделать вывод о том, что профессиональные качества педагога имеют высокую степень удовлетворенности у родителей (законных представителей).

Второй блок методики направлен на изучение уровня удовлетворенности качеством профессионального общения педагога. Результаты представлены на рисунке 2.3.



Условные обозначения:

- 1 – эмоциональность педагога: манера поведения с детьми;
- 2 – эмоциональность педагога: манера поведения с родителями;
- 3 – эмоциональность педагога: манера поведения с коллегами;
- 4 – коммуникабельность;
- 5 – манера поведения;
- 6 – данные голоса.

Рис. 2.3 Удовлетворенность родителей (законных представителей) профессиональным общением педагога.

Качественный анализ полученных результатов показал, что 36 (72%) родителей (законных представителей) имеют высокую степень удовлетворенности манерой поведения педагога с детьми, 14 (28%) родителей (законных представителей) имеют среднюю степень удовлетворенности; 39 (76%) имеют высокую степень удовлетворенности манерой поведения с родителями и коллегами, данными голоса, а 11 (24%) родителей (законных представителей) - среднюю степень удовлетворенности; 35 (70%) родителей (законных представителей) полностью удовлетворены такой составляющей

имиджа педагога как «коммуникабельность», 15 (30%) имеют среднюю степень удовлетворенности; 33 (66%) родителей (законных представителей) имеют высокую степень удовлетворенности по составляющей имиджа педагога «манера поведения», а 17 (34%) – среднюю степень. Полученные данные говорят о необходимости работы над компонентами рассмотренного блока.

Третий блок методики направлен на изучение уровня удовлетворенности внешним видом педагога. Родители оценивали такие компоненты личностного имиджа педагога как: осанка, ухоженность, умение одеваться, аксессуары. Количественный анализ полученных результатов представлен на рисунке 2.4.

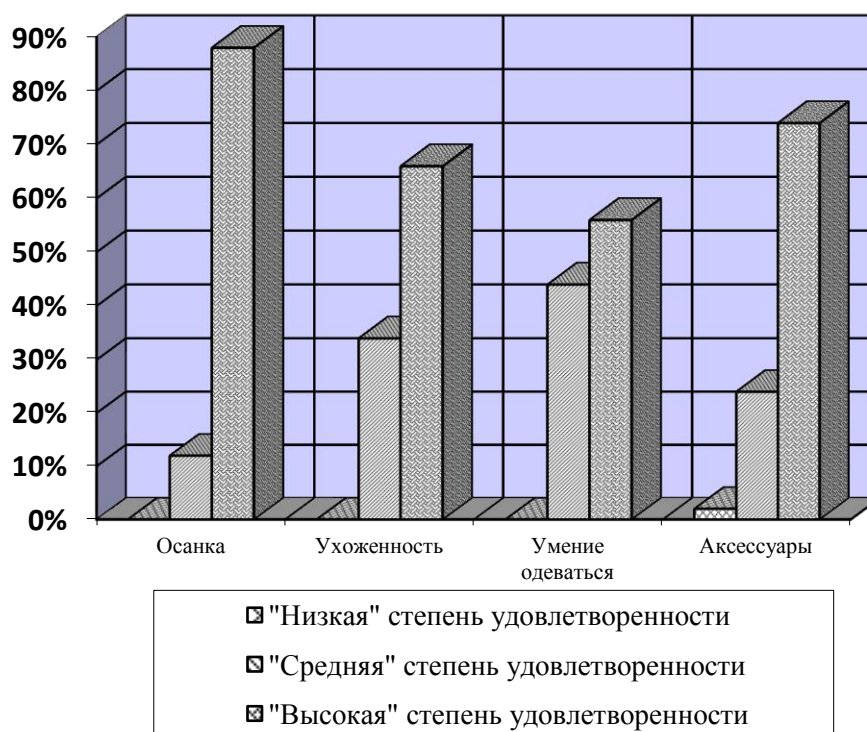


Рис. 2.4 Удовлетворенность родителей (законных представителей) внешним видом педагога.

Качественный анализ полученных результатов показал, что 44 (88%) родителей высоко оценили такой показатель имиджа педагога как «осанка», 6 (12%) родителей отвели данному составляющему среднюю оценку. По компоненту «ухоженность» 33 (66%) родителей имеют высокую удовлетворенность, 17 (34%) родителей - среднюю. 28 (56%) родителей имеют высокую степень удовлетворенности по компоненту «умение одеваться», а 22

(44%) родителей – среднюю степень удовлетворенности. Что касается компонента имиджа педагога «аксессуары», то 1 (2%) родитель имеет низкую степень удовлетворенности, 12 (24%) родителей – среднюю степень удовлетворенности, 37 (74%) родителей – высокую.

На четвертом этапе исследования была проведена самодиагностика исследования имиджа педагогами дошкольной организации. Для этого использовался тест «Ваш имидж» (Приложение 5).

Количественный анализ результатов теста приведен в таблице 2.5.

Таблица 2.5

Результаты теста педагогов «Ваш имидж»

№	Компоненты имиджа	Среднее значение	Уровень
1	Процессуальная составляющая имиджа	64±3	Высокий
2	Внутренняя составляющая имиджа	63±4	Высокий
3	Внешняя составляющая имиджа	50±5	Средний
4	Ядро имиджа	61±4	Высокий
	Интегральный показатель	238±3	Высокий

Результаты исследования имиджа педагогов дошкольной организации с позиции педагогов показывают достаточно высокий интегральный показатель. Однако, по мнению самих педагогов, их внешняя сторона имиджа развита значительно меньше, чем ее процессуальная и внутренняя стороны.

Так, практически всеми педагогами были выделены как достаточно сформированные качества имиджа: любовь к детям (99%), компетентность (98%), лидерские качества (97%), вера в добро (96%), обаяние (96%), ответственность (96%), высокие цели (94%), развитый интеллект (92%).

Однако педагогами были выделены также определенные характеристики имиджа, которые у них проявляются в недостаточной мере. К ним большинство педагогов ДОО относят: отсутствие умения меняться (86%), отсутствие индивидуального стиля (67%), ораторское мастерство (55%), прически (41%), аксессуары (40%), нехватку терпения (39%).

Структура показателей имиджа педагогов ДОО приведена на рисунке 2.5.

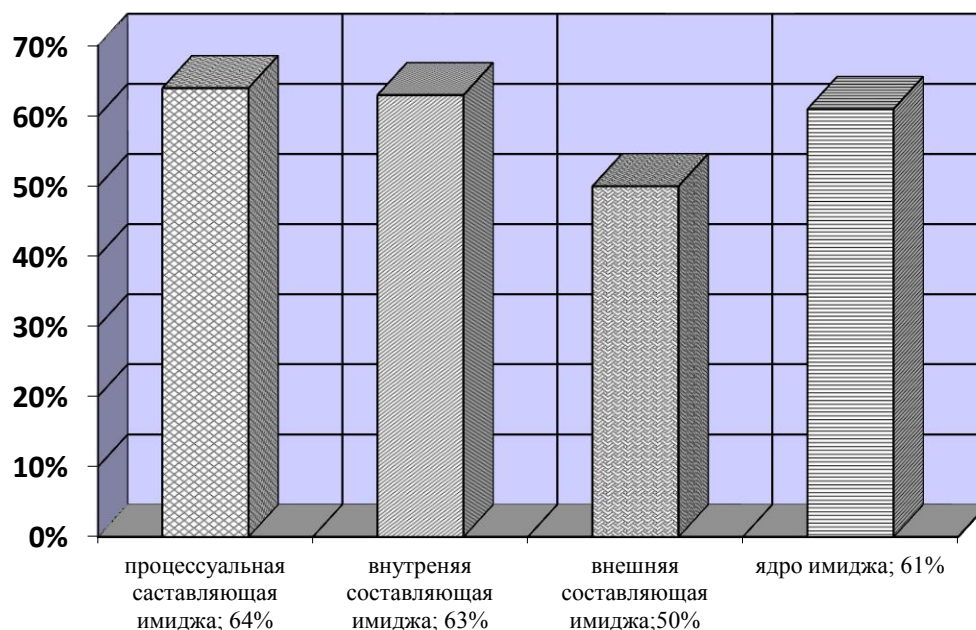


Рис. 2.5 Показатели имиджа педагогов ДОО по компонентам.

Как видно из рисунка 2.5 в большей степени педагоги ДОО уделяют внимание профессиональной деятельности, не акцентируя внимания на свою внешность.

Таким образом, проведенный нами констатирующий этап экспериментальной работы позволил выявить, что в целом имидж педагогов МБДОУ д/с №58 находится на высоком уровне, однако такие компоненты имиджа как «внешний вид» и «навыки педагогического общения» нуждаются в совершенствовании, потому что для детей важен внешний вид, умение общаться, умение принимать, понимать позицию ребенка, для родителей - умение донести информацию о развитии детей, желание ребенка идти в детский сад. Дальнейшая стратегия деятельности методической службы, направленной на формирование имиджа педагогов ДОО, будет представлена в следующем параграфе нашего исследования.

2.2 Основные направления работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации

Актуальность формирования имиджа педагога обусловлена процессом реформирования образования, который предполагает усиление внимания к индивидуальности не только воспитанников, но и педагога, поощрение его творческих способностей, необычности, неординарности. В действительности многие из декларативных идей и принципов не реализуются в достаточной мере. Объяснением этому может быть как сложность и противоречивость процесса реформирования отечественного образования в настоящих социально-экономических условиях, так и недостаточное внимание к процессу формирования личности и индивидуальности самого педагога. Система профессионального образования педагогов дошкольной организации уделяет достаточно внимания повышению квалификации педагогического персонала, но формирование педагога как гармонически развитого субъекта, у которого качества ума удачно сочетаются с физической развитостью, внешней привлекательностью, хорошими манерами, обладающего адекватной самооценкой и развитой Я-концепцией, часто остается вне поля деятельности образовательных организаций. Как один из путей гуманизации образования и повышения эффективности педагогической деятельности предлагается формирование индивидуального имиджа педагога.

Таким образом, опираясь на данные, полученных в ходе констатирующего этапа экспериментальной работы, нами был разработан проект по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации «Имидж современного педагога дошкольной образовательной организации».

Задачи формирующего этапа экспериментальной работы:

- 1) разработать проект по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации «Имидж современного педагога дошкольной образовательной организации»;

2) обосновать условия реализации проекта по формированию имиджа педагога дошкольной организации «Имидж современного педагога дошкольной образовательной организации».

В основу разработки проекта по формированию имиджа педагога дошкольной организации «Имидж современного педагога дошкольной образовательной организации» были положены исследования по формированию имиджа педагога С.А. Аминтаевой, М.В. Апраксиной, Е.А. Бекетовой, Л.Ю. Донской, Л.И. Жариковой, Е.А. Петровой, Н.А. Тарасенко, В.М. Шепеля, В.Н. Черепановой и др.

Вид проекта: долгосрочный (2016-2018 гг.).

Цель проекта – формирование имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Задачи проекта:

1) расширить и систематизировать знания педагогов об имидже и его роли в деятельности современного педагога;

2) совершенствовать работу методической службы дошкольной образовательной организации;

3) создать условия для обеспечения эффективного педагогического общения, совершенствования индивидуального стиля воспитателя, а также навыков их самопрезентации.

Ожидаемые результаты:

1) достижение необходимого имиджа педагогов дошкольной образовательной организации;

2) обеспечение конкурентоспособности педагогов на рынке образовательных услуг и удовлетворенность родителей их деятельностью.

Критерии оценки ожидаемых результатов: мониторинг удовлетворенности администрации, родителей (законных представителей), воспитанников, самооценка собственного имиджа самими педагогами.

Участники проекта: администрация ДОО, педагогический коллектив, психолог, специалисты различных категорий (парикмахер, визажист, стилист и т.д.), воспитанники, родители (законные представители).

Реализация проекта предполагает:

- 1) создание активной творческой группы методической службы по разработке и реализации проекта;
- 2) работа по совершенствованию компонентов имиджа педагога: консультации, семинар-практикумы, лекции-дискуссии, круглые столы, мастер-классы, дискуссии, творческие отчеты, тренинги;
- 3) участие педагогов в профессиональных конкурсах различного уровня – муниципального, регионального, всероссийского;
- 4) взаимодействие с организациями, представляющими возможность формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Ресурсное обеспечение проекта:

- 1) Нормативно-правовое обеспечение:
 - Федеральный закон «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 № 273-ФЗ
 - «Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования». Приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 17 октября 2013 г. № 1155;
 - Постановление Главного государственного санитарного врача Российской Федерации от 15 мая 2013 г. №26 г. Москва «Об утверждении СанПиН 2.4.1.3049-13 «Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных образовательных организаций»;
 - Положение о порядке аттестации педагогических и руководящих работников государственных и муниципальных образовательных учреждений. Приказ Министерства образования Российской Федерации от 24.03.2010 г. № 209;

- Профессиональный стандарт «Педагог (педагогическая деятельность в дошкольном, начальном общем, основном общем, среднем общем образовании) (воспитатель, учитель)»;

- Стратегия развития дошкольного, общего и дополнительного образования в Белгородской области до 2020 года;

- Устав Учреждения.

2) Материально-техническое обеспечение:

- Музыкальный зал, кабинет для музыкального руководителя;

- Методический кабинет;

- Помещения соответствуют государственным санитарно-эпидемиологическим правилам и нормативам СанПиНа 2.4.1.3049-13.

3) Методическое обеспечение:

- Программа развития МБДОУ ЦРР – детского сада № 58 на 2014-2016 учебный год;

- Годовой план работы дошкольного образовательного учреждения;

- План финансово-хозяйственной деятельности;

- Программы по саморазвитию педагогов;

- Программы и технологии, реализуемые в дошкольной образовательной организации:

- Примерная основная образовательная программа дошкольного образования «Детство» под редакцией Т.И. Бабаевой, А.Г. Гогоберидзе, О.В. Солнцевой и др.;

- Парциальная программа социально-личностного развития «Белгородоведение» Т.М. Стручаевой, Н.Д. Епанчинцевой и др.;

- «Программа раннего обучения английскому языку детей в детском саду и 1-м классе начальной школы» Н.Д. Епанчинцевой, О.А. Моисеенко;

- Парциальная программа музыкально-ритмического развития «Ритмическая мозаика» А.И. Бурениной;

- Парциальная программа физического развития Л.Н. Волошиной «Играйте на здоровье»;
- Программа логопедической работы по преодолению ФФН у детей; программа логопедической работы по преодолению общего недоразвития речи у детей; программа логопедической работы с заикающимися детьми Т.Б. Филичевой, Г.В. Чиркиной, Т.В. Тумановой и др.;
- Основная образовательная программа дошкольного образования МБДОУ детского сада №58 «ЦРР» г.Белгорода.

4) Кадровое обеспечение

В проекте участвуют:

- заведующий дошкольной образовательной организацией;
- старший воспитатель;
- узкие специалисты и педагоги дошкольной образовательной организации;
- учебно-вспомогательный персонал.

Этапы реализации проекта:

Первый – подготовительный этап (март-июнь 2015 г.):

- Обсуждение результатов, полученные в ходе исследования имиджа, общие требования, предъявляемых к современному педагогу.
- Создание творческой группы по разработке проекта, включающего в себя необходимые компоненты, определение сроков реализации и его участников.

Второй – практический этап (июнь 2015 г. – апрель 2017 г.).

Второй этап включает в себя реализацию проекта по формированию имиджа педагогов дошкольной образовательной организации. На данном этапе осуществляется промежуточный мониторинг удовлетворенности администрации ДОО, воспитанников, родителей (законных представителей) имиджем педагогов, а также проведение самооценки имиджа педагогов, цель -

выявление эффективности реализации предложенного проекта, коррекция хода его реализации (март – май 2016 г.).

1. Для актуализации потребности в формировании имиджа педагогов дошкольной организации, посвящены следующие мероприятия:

- семинар-практикум на тему «Понятие и составляющие имиджа воспитателя». Данное мероприятие раскроет содержание понятия «имидж педагога», главные аспекты имиджа;

- лекция «Через имидж – к успеху» - покажет воспитателям необходимость и значимость формирования, совершенствования своего имиджа на примере опыта ведущих воспитателей.

2. Для развития составляющей имиджа педагога «педагогическое общение»:

- семинара-практикума в форме лекции-дискуссии «Педагогическое общение как один из главных компонентов имиджа педагога дошкольной образовательной организации». Задачами данного семинара являются:

- уточнить сущность понятия «педагогическое общение»;
- дать представление о видах и формах общения;
- раскрыть значение педагогического общения в создании имиджа воспитателя;
- уточнить и закрепить знания воспитателями требований к вербальным и невербальным формам общения;
- способствовать формированию коммуникативной компетентности педагогов.

Работа над собственной техникой речи, развитие эмоциональной стороны речи будут способствовать повышению успешности в деятельности воспитателя. В рамках данной темы, проводятся также мероприятия, которые помогут усовершенствовать навыки вербальной и невербальной коммуникации воспитателя:

- семинар-практикум «Перевоплощение», который включает в себя следующие упражнения и задания: эмоциональная палитра; войдите в роль; побудем артистами; пантомима; ролевое обсуждение; инсценировка пословиц.

- семинар-практикум «Импровизация», который включает в себя следующие практические задания: импровизация со словами; групповой рассказ; мгновенная реакция; театр.

3. Обязательными условиями при формировании имиджа педагога дошкольной организации является его внешний вид. Облик педагога должен быть современным, внушающим уважение и доверие, его образ должен служить образцом для подражания. Для развития этой составляющей имиджа проводится:

- лекция-дискуссия «Важность личного имиджа в профессии педагогов»: мнения педагогов о роли внешнего вида, с привлечением психолога с лекцией «О воспитательном значении внешнего образа педагога на вкус ребенка»;

- лекция «Принципы планирования индивидуального гардероба»: приглашение модельера, для рекомендаций по принципу планирования гардероба;

- круглый стол «Стильный педагог»: обсуждение одежды, обуви современного воспитателя, приглашение модельера для рекомендаций по стилю одежды данной профессии;

- лекции «Типология причёски в гармонии визуального образа» и «Пропорции и форма лица в коррекции причёски»; требования к причёске воспитателя, показ повседневных причёсок для работы, варианты праздничных причёсок, практические советы по уходу за волосами;

- индивидуальные консультации парикмахера-технолога по подбору, уходу и содержанию причёски;

- лекции: «Макияж успеха», «Пропорции и форма лица в коррекции индивидуального макияжа»: обсуждение требований к макияжу воспитателей

- мастер-класс от визажиста;
- консультация «Бархатные ручки»: индивидуальные советы косметолога по уходу за руками, единые требования для маникюра педагога дошкольной организации;
- консультация «Ароматические средства в имидже»: общие требования к парфюму педагога, индивидуальные консультации специалиста по подбору индивидуальных ароматических средств;
- дискуссия «Роль аксессуаров в индивидуальном имидже»: обсуждение необходимости использования аксессуаров в создании имиджа педагога, требования к аксессуарам имиджа педагогического персонала.

4. Для формирования навыков самопрезентации творческая группа может провести следующие мероприятия:

- тренинг по самопрезентации: овладение педагогом эффективной поведенческой техникой и основами самопрезентации: совершенствование в искусстве публичных выступлений; овладение культурой поведения и умение оставлять о себе приятное впечатление; повышение уровня компетентности в разрешении конфликтных ситуаций; овладение азами самопрезентации; умение пользоваться механизмами создания позитивного впечатления;
- творческий отчет «Садовница» с проведением конкурсов: визитная карточка; конкурс причесок; конкурс «Очумелые ручки»; конкурс «Эрудит»; творческий конкурс; демонстрация повседневной и праздничной одежды;
- участие педагогов в различных конкурсах.

Третий – контрольно-оценочный этап (май 2016 г. – февраль 2018 г.).

Третий этап включает в себя проведение итогового мониторинга степенью удовлетворенности администрации ДОО, воспитанников, родителей (законных представителей) имиджем педагогов дошкольной образовательной организации, а также проведение самооценки имиджа педагогов, и определение трудностей, противоречий в реализации проекта по формированию имиджа педагогов дошкольной образовательной организации.

Для реализации данного проекта привлечение денежных средств не предполагается.

Возможные риски при реализации проекта по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации условно можно разделить на две группы – внутренние и внешние.

К внутренним рискам можно отнести недостаточную заинтересованность педагогов дошкольной организации, недостаток финансовых средств для реализации проекта. К внешним рискам мы относим искажение основной цели проекта, его формализации.

Выходом из представленных рисков будет: усиление на подготовительном этапе работы по определению значимости формирования имиджа, проведение мастер-классов, привлечение педагогов, узких специалистов, анализ деятельности педагогов; привлечение внебюджетных денежных средств, создание условий для участия педагогов в различных конкурсах, выставках; внесение корректировки в план мероприятий.

Таким образом, реализация проекта «Имидж современного педагога дошкольной образовательной организации», на наш взгляд, будет способствовать формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации, который позволит повысить конкурентоспособность как педагогов, так и дошкольной образовательной организации в целом.

ВЫВОД ПО II ГЛАВЕ

Актуальность проблемы формирования имиджа педагога дошкольной образовательной организации, подчеркивается полученными результатами исследования. Проведение экспериментальной работы позволило выявить, что в целом имидж педагогов в муниципальном бюджетном дошкольном образовательном учреждении детском саду № 58 «Центр развития ребенка»

города Белгорода находится на высоком уровне, но такие компоненты имиджа педагога как «внешний вид» и «педагогическое общение» нуждаются в совершенствовании, следовательно, в методическую работу дошкольной образовательной организации необходимо включить мероприятия, которые усовершенствуют данные компоненты имиджа педагога.

Исходя из этого, нами была совершенствована работы методической службы дошкольной образовательной организации и разработан проект по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации, направленный на улучшение выявленных проблемных компонентов имиджа педагогов МБДОУ д/с №58.

Таким образом, как бы педагог не владел профессией, он просто обязан постоянно заниматься развитием своих личных качеств, создавая и совершенствуя собственный имидж, поддерживая, таким образом, свой авторитет в глазах воспитанников и родителей.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе проведенной работы мы изучили и проанализировали научную литературу, провели экспериментальное исследование по данной проблеме и пришли к следующим выводам:

Существует множество определений понятия «имидж». Имидж – это характеристика, присущая человеку, представляющая собой образ, воспринимаемый аудиторией. Одна из важных функций имиджа – это формирование положительного отношения к социальному субъекту. Принято имидж разделять на две составляющие: это личностный имидж и профессиональный имидж. Также проблема формирования имиджа актуальна и для педагогов дошкольной образовательной организации.

Под имиджем педагога дошкольной образовательной организации как сам образ, то есть некую целостную картину, возникающую в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании, когда они видят и воспринимают педагога, а так же то, что, впоследствии, остаётся в их памяти, когда педагог уйдет. К составляющим имиджа педагога относятся: сам образ, то есть некая целостная картинка, возникающая в сознании людей, когда они видят и воспринимают человека; внешние, внутренние и процессуальные аспекты, коммуникативный, ценностный компоненты и профессионализм педагога.

Все формы инновационной методической работы способствуют формированию имиджа педагога. А в частности методическая служба дошкольной образовательной организации способствует повышению компетентности педагогов, их профессионального мастерства, что составляет профессиональный имидж педагога. Но важную роль методическая служба также играет в формировании личностного имиджа педагога.

Экспериментальное исследование, целью которого было изучение процесса формирования имиджа педагогов муниципального бюджетного

дошкольного образовательного учреждения детского сада № 58 «Центр развития ребенка» города Белгорода, показало, что в данной дошкольной организации имидж педагога имеет высокий уровень. Об этом свидетельствуют следующие данные: по мнению администрации МБДОУ д/с №58 72,7% педагогов имеет высокий уровень имиджа; воспитанники оценили высокий уровень имиджа у 31% педагогов, в основу их оценки легли личностные качества педагога; у родителей (законных представителей) положительную оценку профессиональных качеств получили 97% педагогов; также, по мнению самих педагогов, их имидж находится на высоком уровне, об этом говорит интегральный показатель 238 ± 3 , они считают, что достаточно сформированными качествами имиджа у них являются: любовь к детям (99%), компетентность (98%), лидерские качества (97%), вера в добро (96%), обаяние (96%), ответственность (96%), высокие цели (94%), развитый интеллект (92%). Однако при исследовании было выявлено, что требуют усовершенствования такие компоненты имиджа как «внешний вид» и «педагогическое общение», так как в среднем 54% родителей (законных представителей) не в полной мере удовлетворены этими компонентами, о совершенствовании данных компонентов говорят и результаты рисунков детей.

Решением данной проблемы является совершенствование работы методической службы и разработка и реализация проекта по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации. Проект включает в себя: научно обоснованные цели, задачи; ожидаемые результаты; ресурсное обеспечение; этапы реализации проекта; риски внедрения проекта.

Таким образом, следует отметить, что совершенствование методической работы и реализация проекта «Имидж современного педагога дошкольной образовательной организации» будет способствовать формированию имиджа педагога, который повысит конкурентоспособность дошкольного образовательного учреждения.

Материалы исследования по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации могут использоваться в дальнейшей работе образовательного учреждения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аверченко Л.К., Залесов Г.М. Психология управления: Курс лекций - Л.К. Аверченко, Г.М. Залесов и др. - Новосибирск, М., 1997. - 152 с.
2. Аминтаева, С.А. Формирование у студентов имиджа современного руководителя образования [Текст]: автореф. дис. ... канд.пед.наук / С.А. Аминтаева. – Махачкала, 2003. – 25 с.
3. Андриенко Е.В. Социальная психология: учеб. пособие - Под ред. В.А. Слостенина. М.: Издательский центр «Академия», 2000. - 264 с.
4. Апраксина, Маргарита Владимировна Имидж воспитателя дошкольного учреждения как педагогическая проблема [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М.В. Апраксина — Москва, 2000. – 134 с.
5. Баранова В.А. Имидж личности как социально – психологическое явление // Магистр. - 1994. - № 2. - с. 2 -9
6. Бекетова Е.А. Формирование профессионального имиджа будущего учителя технологии и предпринимательства [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Е.А. Бекетова— Армавир, 2006. – 174 с.
7. Бережная М.С. Технология построения имиджа педагога ДООУ // Управление дошкольным образовательным учреждением. - 2010. - № 5. - с. 33-39
8. Богословец Л.Г. Формирование имиджа современного педагога // Управление дошкольным образовательным учреждением - 2013. - №3 - 117 с.
9. Варданын М.Р. Имидж педагога как фактор здоровьесбережения субъектов образовательного процесса в основной школе [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М.Р. Варданын - Тобольск, 2007. - 197 с.
10. Вебер М. Избранные произведения: Пер. с нем. /Сост., общ. ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; Предисл. П.П. Гайденко. — М.: Прогресс, 1990. — 808 с.

11. Волобуева Л.М. Новое в организации методической службы ДОУ // Управление дошкольным образовательным учреждением - 2012. - №1. - с. 10-21
12. Волобуева Л.М. Работа старшего воспитателя ДОУ с педагогами - М.: Творческий центр «Сфера», 2003. - с. 64-65
13. Демина Г.А. Создание имиджа ДОУ // Управление дошкольным образовательным учреждением - 2012 - №9 - с. 98-110
14. Джи Б. Имидж фирмы. Планирование, формирование, продвижение. - СПб.: Питер, 2000. - 37 с.
15. Донская Л.Ю. Психологические условия формирования имиджа преподавателя высшей школы [Текст]: дис. ... канд. псих. наук: 19.00.07 / Л.Ю. Донская — Ставрополь, 2004. – 212 с.
16. Жарикова Л.И. Формирование профессионального имиджа современного учителя // Имиджелогия 2005: Материалы Третьего Международного симпозиума по имиджелогии / под ред. Е. А. Петровой. -М.: РИЦ АИМ, 2005. - 199 с.
17. Иванько Т.А. Имидж педагога: методические рекомендации. - Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2002. 31 с.
18. Исенко С. Имидж современного педагога // Методист. - 2006.- № 8. - с. 24-31
19. Калюжный А.А. Психология формирования имиджа учителя - М., Владос, 2004 - 456 с.
20. Кан-Калик В.А. Учителю о педагогическом общении.- М., 1987. - 152 с.
21. Коджаспирова Г.М., Коджаспиров А.Ю. Словарь по педагогике. - М., Ростов/Дон. Издательский центр «МарТ», 2005. - 97 с.
22. Котлярова, Марина Николаевна Психологические и профессиональные особенности учителей с разной визуальной самоподачей [Текст]: дис. ... канд. псих. наук: 19.00.07/ М.Н. Котлярова — Москва, 2001. – 167 с.

23. Кулакова Т.Б. Формирование имиджа будущего педагога в контексте культурологического подхода [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.08 / Т.Б. Кулакова — Москва, 2009. — 197 с.

24. Ланкин В.Е. Учебное пособие для подготовки к государственному итоговому междисциплинарному экзамену профессиональной подготовки маркетолога по специальности 080111 "МАРКЕТИНГ". - Таганрог: ТРТУ, 2006. - 241 с.

25. Латинско-русский словарь - Автор-сост. К.А.Тананушко. -Минск: Хорвест, 2008. - с. 405-406

26. Лысикова О.В. Имиджеология и паблик рилейшнз в социокультурной сфере: учеб. пособие / О.В. Лысикова, Н.П. Лысикова. – М.: Флинта: МПСИ, 2006 - 168 с.

27. Марченко М.Н., Лапченко А.К. Фирменный стиль как средство формирования имиджа образовательного учреждения // Молодой ученый. — 2016. — №11. — с. 1610-1612.

28. Митина Л.М. Психология труда и профессионального развития учителя. М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 320 с.

29. Морева Н.А. Основы педагогического мастерства: учебное пособие - М: Просвещение, 2006. - 320 с.

30. Мурашов А.А. Речевой аспект профессионального имиджа педагога // Образовательные технологии. - 2013. - № 2. - с. 140-144

31. Нагога И.М. Позитивный имидж ДООУ: особенности формирования // Практика управления ДООУ - 2013. - №7. - с. 16-28

32. Новейший словарь иностранных слов и выражений - Мн., Современный литератор, 2003. - 330 с.

33. Новокшонова М.Ю. Информационная культура как компонент имиджа современного педагога [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / М.Ю. Новокшонова — Москва, 2006. — 184 с.

34. О порядке аттестации педагогических работников государственных и муниципальных образовательных учреждений [Электронный ресурс]: Приказ Минобрнауки РФ от 24.03.2010 N 209 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство»

35. Об образовании в Российской Федерации [Электронный ресурс]: Федеральный закон от 29.12.2012 N 273-ФЗ // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство»

36. Об утверждении СанПиН 2.4.1.3049-13 "Санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы дошкольных образовательных организаций" (вместе с "СанПиН 2.4.1.3049-13. Санитарно-эпидемиологические правила и нормативы...") [Электронный ресурс]: Постановление Главного государственного санитарного врача РФ от 15.05.2013 N 26 (ред. от 27.08.2015) // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство»

37. Об утверждении Стратегии развития дошкольного, общего и дополнительного образования Белгородской области на 2013 - 2020 годы [Электронный ресурс]: Постановление Правительства Белгородской области от 28.10.2013 N 431-пп // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство». Информ. банк «Регион, новое в законодательстве Белгородская область»

38. Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования [Электронный ресурс]: Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013 N 1155 // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство»

39. Панфилова А.П. Имидж делового человека. - Знание, ИВЭСЭП; 2007. - 490 с.

40. Перелыгина Е.Б. Механизмы функционирования имиджа как феномена интересубъектного взаимодействия – М., 2003. - 27 с.

41. Перельгина Е.Б. Психология имиджа. Учебное пособие. - Е.Б. Перельгина М.: Аспект Пресс, 2002. - 223 с.
42. Петрова Е.А., Шкурко Н.М. Имидж учителя в современной России.- М., 2006.- 101 с.
43. Поченцов Г.П. Имиджелогия. - М., 2000.
44. Почепцов Г.Г. Имиджелогия издание четвертое, с исправлениями и дополнениями - Рефл-бук, Ваклер. 2004. - 365 с.
45. Почепцов Г.Г. Имиджеология. - М.: Рефл-Бук, К.: Ваклер, 2001. - 704 с.
46. Профессиональный стандарт «Педагог (педагогическая деятельность в дошкольном, начальном общем, основном общем, среднем общем образовании)» [Электронный ресурс]: Приказ Минтруда России от 18.10.2013 N 544н // Справочная правовая система «Консультант Плюс». Разд. «Законодательство»
47. Ромашина С.Я., Рабаданова Р.С. Имиджелогия в практической деятельности педагога: Учебно-методический комплекс. – М.: МГУТУ, 2013. – 88 с.
48. Русская Е.В. Имидж современного педагога // Мир образования. — 1995. — № 1. — с. 90-91
49. Рыбакова Е.Н. Факторная структура имиджа успешных и неуспешных педагогов // Педагогическое образование - 2012. - №2 - с. 25-29
50. Солганик Г.Я. Толковый словарь. Язык газеты, радио, телевидения: ок. 10 000 слов и выражений / Г.Я.Солганик. М.: АСТ: Астрель, 2008. - 749 с.
51. Спиллейн М. Создай свой имидж - М, 1996. - 398 с.
52. Степанова Л.И., Ильдеркина С.Н. Консультация – практикум для воспитателей и специалистов «Технология построения имиджа педагога ДОУ»// [Электронный ресурс] Режим доступа: <http://kurs.znate.ru/docs/index-187840.html>

53. Тавберидзе В.А., Калугина В.А. Диагностика и критерии оценки деятельности воспитателя в ДООУ: организация управления методической работой. - М.: Школьная пресса, 2008. - с. 5-6

54. Тарасенко Н.А. Формирование индивидуального имиджа будущего учителя [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / Н.А. Тарасенко — Оренбург, 2002. – 173 с.

55. Фадеева Е.И. Имидж как ресурс успеха // Управление дошкольным образовательным учреждением. - 2012. - №9 - с. 42-48

56. Федоров И.А. Имидж или программирование поведения людей.- Рязань, 1997.- 117 с.

57. Феофанов О.А. Реклама: новые технологии в России. - СПб.: Питер, 2000. - 227 с.

58. Черепанова В.Н. Формирование индивидуального имиджа педагога как средство реализации гуманистической концепции образования [Текст]: дис. ... канд. пед. наук: 13.00.01 / В.Н. Черепанова — Тобольск, 1998. – 201 с.

59. Шемпель В.М. Имиджелогия: Секреты личного обаяния - Ми., 1994. – 230 с.

60. Шепель В.М. Имидж. Как нравиться людям. М.: Народное образование, 2002. - 249 с.

61. Шмони́на Л.В., Зайцева О.И. Инновационные технологии в методической работе ДООУ: планирование, формы работы - Волгоград: Учитель, 2011. - 215 с.

62. Шохина Э.Б. Имидж педагога-психолога// Справочник педагога-психолога. Школа. - 2013. - №9. - с. 45-48

63. Яковлев С. Имидж учителя: каким ему быть? [Текст] : о стиле пед. отношений с учащимися:[Пед. практика студентов Моск. пед. гос. ун-та] / С. Яковлев // Учитель. - 1999. - N 1. - с. 64-69

64. Якушева С.Д. Основы педагогического мастерства: Учебник. 4-е изд., испр. и доп. - М.: Издательский центр «Академия», 2011. - 256 с.

65. Якушева С.Д. Педагогический имидж современного преподавателя высшей школы // «Актуальные проблемы педагогики и психологии» (Часть I): материалы международной заочной научно-практической конференции. (23 ноября 2011г.). Новосибирск: Изд. «Сибирская ассоциация консультантов», 2011. - с. 71-82

**Оценочный лист воспитателя для администрации
дошкольного образовательного учреждения**

Уважаемый респондент!

Предлагаем Вам принять участие в исследовании, направленном на изучение имиджа воспитателя ДООУ. Просим Вас оценить деловые и профессиональные качества Ваших воспитателей. Из предлагаемых ответов Вам следует выбрать только один вариант, отметив его удобным для Вас способом в квадрате напротив.

_____ (Ф.И.О. воспитателя)

1. Эрудирован, может ответить практически на любой вопрос.
 да
 нет

2. Всегда стремиться понять подлинные мотивы тех или иных поступков своих воспитанников.
 да
 нет

3. Всегда последовательно требователен, требует только то, что можно требовать.
 да
 нет

4. Достаточно уравновешен, выдержан, его трудно вывести из себя.
 да
 нет

5. Довольно часто общается с воспитанниками и коллегами вне рабочее время.
 да
 нет

6. В общении корректен, никогда не допускает грубости со своей стороны.
 да
 нет

7. Умеет выступать перед аудиторией, может увлечь ее.
 да
 нет

8. Использует в своей работе все новые, современные технологии.
 да
 нет

9. Пользуется большим авторитетом у воспитанников, коллег, родителей.
 да
 нет

10. Всегда ухожен, внешний вид воспитателя (одежда, прическа, макияж, маникюр, аксессуары и пр.) не вызывает замечаний.

- да
- нет

Спасибо за участие!

Качественный анализ полученных данных:

От 0 до 3 отмеченных пунктов – низкий рейтинг.

От 4 до 8 – средний рейтинг.

От 8 до 10 – высокий рейтинг.

Методика «Значимый взрослый»

Процедура проведения: Ребенку выдается чистый лист бумаги, цветные карандаши или фломастеры (минимум 6 цветов: красный, желтый, зеленый, синий, коричневый, черный), резинка. Краски по причине технических трудностей лучше не применять, так как часто из-за недостаточного умения пользоваться ими рисунок получается размазанный, со слившимися деталями, что приводит к искажению рисунка.

Инструкция: «Нарисуй, пожалуйста, свою воспитательницу».

При оценке выполнения задания следует отмечать (критерии оценки):

- последовательность рисования деталей;
- паузы более 15 секунд, стирание деталей;
- спонтанные комментарии ребенка, его эмоциональные реакции.

Анализ рисунка: при анализе рисунка следует обратить внимание на:

- расположение фигур на листе;
- наличие основных элементов;
- количество деталей при изображении взрослого;
- насыщенность и тональность использованных цветов спектра (холодные и темные);
- комментарии ребенка к рисунку.

Результаты диагностики:

Положительное эмоциональное отношение воспитанника к педагогу проявляется в следующем:

- старательность при выполнении рисунков, желание, удовольствие, с которыми выполняет его ребенок;
- тщательная прорисовка линий фигуры, наличие в ней основных элементов (голова, шея, туловище, руки, ноги, пальцы, волосы, уши, глаза, нос, рот);
- масса второстепенных деталей (декорирование одежды, украшения, часы, пряжки и т.д.);
- большая гамма цветов в изображении, использование в основном теплых тонов (красный, желтый, оранжевый, коричневый) означает эмоциональную привлекательность педагога для ребенка. Дети изображают яркими цветами, насыщенными тонами (тщательно раскрашивают), или используют все имеющиеся в их расположении цвета, рисуя любимых, эмоционально-комфортных воспитателей;
- центральное положение изображения взрослого на листе во весь рост на переднем плане. Педагог, как правило, рисуется рядом с детьми (расстояние между ним и воспитанниками символизирует близость либо ее отсутствие в отношениях);
- любимого взрослого дети отражают в тех ситуациях, эпизодах, которые доставляют им наибольшую радость, вызывают положительные эмоции;
- полное принятие и симпатии к педагогу символизируется в детских рисунках тем, что ребенок изображает себя взявшимся за руки со взрослым, повернувшись к нему лицом, либо протягивающим руки к нему;

- комментарии ребенка к рисунку: объясняет смысл изображенного; рассказывает о том, что предшествовало нарисованному, следовало за ним, активно комментирует изображение одежды, украшений; использование того или иного цвета.

Негативное эмоциональное отношение ребенка к воспитателю проявляется в следующих особенностях рисунка:

- получив задание, ребенок сначала рисует различные объекты и только в последнюю очередь приступает к изображению людей (такая последовательность выполнения задания является своеобразной защитной реакцией, при помощи которой ребенок отодвигает неприятное ему во времени). Это говорит о неблагоприятных эмоциональных отношениях воспитанника с педагогом;

- отражением негативного отношения является также торопливость и неаккуратность при выполнении рисунка;

- фигура взрослого прорисована нечетко, либо изображение очень схематично;

- отсутствие определенных основных элементов (рук, рта) в изображении педагога можно интерпретировать как страх или защиту от наказаний, нотаций, поучений;

- негативное либо нейтральное эмоциональное отношение к педагогу проявляется в детских рисунках также при отсутствии второстепенных деталей, украшений;

- ребенок изображает только основные элементы, «не достаивая» педагога прорисовкой мелких украшений, деталей и украшений его одежды;

- при раскрашивании рисунка ребенок пользуется либо холодными цветами спектра (синий, фиолетовый, зеленый), либо вообще не раскрашивает одежду педагога; применение при изображении и раскрашивании только черного цвета, чаще всего, символизирует неприязнь и антипатию ко взрослому;

- рисуя педагога, ребенок помещает его фигуру в стороне, в угол, изображает взрослого не во весь рост, маленьким по сравнению с собой;

- если воспитатель помещается в центре листа, то дети рисуют себя подальше от педагога, либо вообще не наносят на лист свое изображение;

- просьба прокомментировать рисунок часто остается не удовлетворенной: ребенок либо отмалчивается, либо переводит разговор на что-нибудь другое;

- неаккуратность, схематичность рисунка объясняется в таких случаях приблизительно: «не получилось», «мне рисовать сейчас не хочется» и т.д.;

- анализировать детские работы следует, учитывая все аспекты процесса рисования рисунка, спонтанность и целенаправленные комментарии ребенка.

Рисунки, отражающие высокий уровень



Рисунки, отражающие средний уровень



Рисунки, отражающие низкий уровень



ПРИЛОЖЕНИЕ 4

Оценка имиджа педагога родителями

Уважаемые родители!

Предлагаем Вам принять участие в исследовании, направленном на изучение имиджа воспитателя. Просим Вас искренне ответить на вопросы анкеты, которая носит анонимный характер. В предлагаемом тесте каждый компонент имиджа оценивается по одному из предложенных уровней удовлетворенности.

№	Компоненты имиджа	«Низкая» степень удовлетворенности 1 БАЛЛ	«Средняя» степень удовлетворенности 3 БАЛЛА	«Высокая» степень удовлетворенности 5 БАЛЛОВ
1	Профессиональная репутация			
2	Профессиональная компетентность			
3	Педагогическая эрудиция			
4	Интеллектуальное развитие			
5	Эмоциональность педагога: - манера поведения с детьми;			
	- манера поведения с родителями;			
	- манера поведения с коллегами.			
6	Коммуникабельность			
7	Манера поведения			
8	Данные голоса			
9	Осанка			
10	Ухоженность (волосы, кожа, руки и т.д.)			
11	Умение одеваться (индивидуальный стиль)			
12	Аксессуары			

Спасибо за участие!

Обработка результатов:

Низкий уровень – менее 20 очков: имидж губителен, остается загадкой, как воспитатель до сих пор не потерял работу.

Средний уровень – от 20 до 40 очков: вид вполне приемлем, но имидж неровен – в каких аспектах неудачен, в каких-то недостаточен.

Высокий уровень – от 40 до 60 очков: респектабельный имидж, воспитатель поработал над собой, его профессиональные качества полностью соответствуют занимаемой должности.

Тест «Ваш имидж»

Уважаемые воспитатели!

Предлагаем Вам принять участие в исследовании, направленном на изучение имиджа воспитателя. Просим Вас искренне оценить свои качества. Тест связан с индивидуальной работой личности. Необходимо внимательно прочитать нижеприведенный список качеств, относящихся к имиджу, и оценить особенности проявления у себя этих качеств, то есть оценить по пятибалльной системе (система идет в порядке возрастания: 1-наименьший, 5-наибольший балл) степень выраженности у себя каждого из приведенных качеств. Кроме того, нужно выделить те качества, которые сам человек считает важными для себя.

№	Качества	Баллы (от 1 до 5)
1	Адекватная мимика	
2	Аксессуары	
3	Аккуратность	
4	Аргументированность	
5	Вера в добро	
6	Выразительность жестов	
7	Высокая самооценка	
8	Высокие цели	
9	Достойные цели	
10	Героизм	
11	Гибкость мышления	
12	Житейский опыт	
13	Запоминающаяся внешность	
14	Заразительность высказываний	
15	Идейная насыщенность	
16	Известность	
17	Искренность	
18	Крепкое здоровье	
19	Компетентность	
20	Костюм	
21	Культура	
22	Лидерские качества	
23	Любовь к людям	
24	Мечтательность	
25	Наличие легенды	
26	Обаяние	
27	Обувь	
28	Обучаемость	

29	Общительность	
30	Ораторское мастерство	
31	Оригинальность мышления	
32	Ответственность	
33	Ощущение единения с природой и обществом	
34	Позитивная позиция	
35	Походка	
36	Прическа	
37	Приятная улыбка	
38	Приятный тембр голоса	
39	Профессионализм	
40	Развитый интеллект	
41	Решительность	
42	Романтический настрой	
43	Самообладание	
44	Сила воли	
45	Сила голоса	
46	Способность к преодолению препятствий	
47	Индивидуальный стиль	
48	Тактичность	
49	Терпение	
50	Уверенность в себе	
51	Умение меняться	
52	Умение слушать	
53	Хорошие манеры	
54	Чистота помыслов	
55	Чувство юмора	
56	Широта интересов	
57	Элегантность	
58	Эмоциональность	
59	Энергичность	
60	Эрудиция	

Спасибо за участие!

Обработка результатов:

Воспользуйтесь ключом. Баллы, которыми оценили качество, поставьте в соответствии с их нумерацией.

- процессуальная составляющая имиджа:

14, 17, 18, 26, 29, 31, 41, 43, 44, 48, 49, 50, 52, 58, 59;

- внутренняя составляющая имиджа:

4, 11, 12, 19, 21, 22, 28, 30, 32, 39, 40, 51, 55, 56, 60;

- внешняя составляющая имиджа:

1, 2, 3, 6, 13, 20, 27, 35, 36, 37, 38, 45, 47, 53, 57;

- ядро имиджа:

5, 7, 8, 9, 10, 15, 16, 23, 24, 25, 33, 34, 42, 46, 54.

Максимальное количество баллов каждой составляющей имиджа равно 75, но таким оно может быть у идеальной личности. Подсчитайте количество баллов на основании ваших оценок и выясните, какие качества вашего имиджа и его составляющие выражены у вас сильнее, а какие слабее. Это позволит вам эффективно и целенаправленно формировать свой имидж.