



**МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**
(ФГБОУ ВО «ЮУрГГПУ»)

**ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ
КАФЕДРА ПОДГОТОВКИ ПЕДАГОГОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО
ОБУЧЕНИЯ И ПРЕДМЕТНЫХ МЕТОДИК**

**МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПЕДАГОГИЧЕСКИХ
РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Выпускная квалификационная работа по направлению
44.04.01 Педагогическое образование
Направленность программы магистратуры
«Управление образованием»
Форма обучения заочная

Проверка на объем заимствований:

77 % авторского текста

Работа рекомендована к защите


«16» 01 2024 г.

Зав. кафедрой ПППО и ПМ

 Корнеева Н.Ю.


Выполнил:

Педагог группы ЗФ-309-169-2-4

Григоренко Маргарита Сергеевна 

Научный руководитель:

кандидат пед. наук, доцент

Лапчинская Ирина Викторовна 

СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПЕДАГОГА	
1.1. Профессиональный имидж педагога дошкольной образовательной организации	11
1.2. Основные подходы к моделированию процесса формирования профессионального имиджа педагога	40
Выводы по первой главе	49
ГЛАВА 2. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА ПЕДАГОГА	
2.1. Анализ уровня сформированности профессионального имиджа в дошкольной образовательной организации	49
2.2. Реализация модели управления процессом формирования профессионального имиджа педагога	65
Выводы по второй главе	74
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	76
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ	78

ВВЕДЕНИЕ

Дошкольное образование в современной России приобретает все большую социальную значимость. На первый план выдвигаются проблемы обеспечения новых подходов к организации педагогической деятельности детского сада, его взаимодействия с семьей и начальной школой, основной акцент делается на эффективность в процессах социализации, индивидуализации развития личности дошкольника. В связи с этим более острой становится потребность в воспитателе-профессионале, способном с учетом меняющихся социально экономических условий, общей ситуации в системе образования самостоятельно принимать ответственные решения и прогнозировать их возможные последствия, способном к сотрудничеству.

В современных условиях конкурентоспособным ресурсом деятельности воспитателя является не столько специальные знания, владения информацией, освоенные технологии обучения и воспитания, сколько общая и профессионально-педагогическая культура, обеспечивающая личностное развитие, выход за пределы нормативной деятельности, способность создавать и передавать ценности, т.е. положительный имидж воспитателя.

Профессионально-педагогическая культура воспитателя в значительной степени определяется уровнем его педагогической подготовки, стремления к самосовершенствованию в условиях профессиональной деятельности. В связи с этим особые требования предъявляются к педагогу дошкольной образовательной организации (ДОО): профессиональная гибкость, способность адаптироваться к социальным переменам, готовность к успешному решению профессиональных задач в новых условиях [5].

Усложнение задач образования придает большую значимость изучению роли имиджа как одного из профессионально важных качеств современного педагога, воспитателя. Чтобы развивать и воспитывать

полноценную личность, владеющую качественным запасом знаний и умений педагог должен не только быть компетентным в своей области, но и уметь преподносить знания детям и развивать у них интерес к познанию окружающей действительности.

Формирование имиджа воспитателя ДОО обусловлено тем, что, согласно федеральному государственному образовательному стандарту дошкольного образования, важными условиями реализации основной образовательной программы дошкольного образования, помимо материально-технических и финансовых аспектов, являются кадровые и психолого-педагогические, которые влияют на социально-коммуникативное, познавательное, речевое, художественно-эстетическое развитие личности на фоне ее эмоционального благополучия и положительного отношения к миру, себе и другим людям [Об утверждении Федерального государственного образовательного стандарта дошкольного образования: Приказ Минобрнауки России от 17.10.2013. №1155].

Успех образовательного процесса во многом зависит от того образа воспитателя, который сформировался в сознании ребенка. Поэтому имидж воспитателя выступает одним из условий качественного образовательного процесса. Таким образом, специфика профессиональной деятельности, социальная важность профессии воспитателя позволяет говорить о значимости исследования проблемы формирования устойчивого позитивного имиджа воспитателя дошкольной образовательной организации.

Однако в настоящее время многие воспитатели не уделяют достаточного внимания формированию своего индивидуального имиджа, что влечет за собой снижение эффективности решения поставленных образовательных задач. Проблема формирования профессионального имиджа воспитателя детского сада была предпосылкой не только для изучения теоретических аспектов вопроса, но и для разработки практических шагов по его решению.

Сегодня имиджу профессии вредит отсутствие поддержки со стороны государства. Воспитатель не вызывает такого же уважения, как прежде. Средства массовой информации акцентируют внимание на низких заработных платах, «поборах» с родителей, отдельных случаях некомпетентности и некоторых недостатках воспитательно-образовательной системы всё это подрывает авторитет педагога, снижая культурный уровень страны, нанося урон моральному облику и психике детей.

В сложившейся ситуации следует рассмотреть возможность переноса накопленного опыта из сферы имиджологии в целостный педагогический процесс, так как доказано, что позитивное отношение к педагогу оказывает мощное положительное воздействие на его подопечных.

Для современного педагога, отвечающего требованиям, налагаемым обществом на представителя данной профессии, создание положительного имиджа становится одной из педагогических задач. «Процесс создания, коррекции имиджа необходимо рассматривать как непрерывное общее и профессиональное развитие личности, в которой интегрированы личностная позиция педагога и его профессиональные знания, умения, навыки» [9].

Понятие имиджа раскрыто в работах таких авторов, как В. Липман, С.В. Климова, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель, которые рассматривают понятие имидж как представление о человеке, как о личности и о ее личностные качества. Виды имиджа рассматривали А.А. Калюжный, А.Ю. Панасюк, О.А. Феофанов. Исследователи выделяют личностный, вербальный, кинетический, экологический, профессиональный имидж. Для выявления особенностей имиджа педагога использовались данные о восприятии сигналов, посылаемых человеком (А. Пизз, В.А. Лабунская), особенности построения профессионального имиджа (Л. Браун, А.А. Калюжный, Н.Е. Щуркова). Влияние имиджа педагога на

профессиональную деятельность выявлено на основании изучения трудов Г.М. Андреевой, Е.В. Белинской.

Основой для более узкого рассмотрения проблемы, а именно для изучения особенностей профессионального имиджа педагога и его формирования, послужили работы А.А. Калюжного, В.Н. Черепановой, Д. Ягер и других.

В научно-педагогической литературе проблема имиджа педагога раскрыта не в полной мере, публикации на данную тему носят характер монографий, отдельных статей в периодике и диссертаций, а систематизированная концепция формирования имиджа педагога к настоящему времени недостаточно разработана. Педагоги не имеют достаточных представлений об основных положениях имиджелогии, зачастую отождествляют эту науку с PR-технологиями, следовательно, они не оснащены инструментами для создания максимально привлекательного профессионального имиджа.

Изучение психолого – педагогической, методической литературы и анализ педагогическая практика, позволили выявить следующие противоречия между:

- 1) растущими требованиями к современному педагогу с одной стороны и снижением социального статуса педагога в обществе с другой;
- 2) объективной потребностью в формировании профессионального имидже педагога ДОО и недостаточной разработанностью механизмов управления данным процессом в практике ДОО;

Выявленные противоречия позволили сформировать проблему исследования: каковы организационно-педагогические условия формирования профессионального имиджа педагога?

Решение данной проблемы обусловило выбор темы диссертационного исследования: «Модель формирования имиджа педагогических работников образовательной организации».

Цель исследования: теоретически обосновать комплекс организационно-педагогических условий управления процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО.

Объект исследования: процесс управления формированием профессионального имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Предмет исследования: комплекс организационно-педагогических условий управления процессом формирования профессионального имиджа.

Гипотеза исследования: процесс управления формированием профессионального имиджа педагога будет эффективной при соблюдении следующих организационно-педагогических условий:

- если определены и обоснован комплекс организационно-педагогических условий управления процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО;
- разработана и внедрена модель управления процессом формирования профессионального имиджа педагога;

Задачи исследования:

1. Охарактеризовать теоретические основы формирования имиджа, ее сущность и виды.
2. Рассмотреть профессиональный имидж педагога дошкольной образовательной организации.
3. Разработать модель управления процессом формирования профессионального имиджа и выделить условия эффективного управления.
4. Определить эффективность проведенной работы по формированию имиджа педагога дошкольной образовательной организации.

Теоретико-методологическую основу исследования составили:

- теория имиджа, как фактор влияния на профессиональное развитие педагога В.М. Шепель, А.Ю. Панасюк, Г.Г. Почепцов, Е.Б. Перельгина, Е.А. Петрова;

- теория «Я-концепции», как фактор влияния на профессиональное развитие педагога А. Маслоу, К. Роджерс, У. Джеймс, Ч. Кули, Д. Мид, Р. Бернс, В.С. Агапов, А.В. Торопова;

- мотивация, как фактор влияния на профессиональное развитие педагога И.И. Ильясов, Н.Л. Нагибина, Т.Д. Дубовицкая, Н.И. Корзенко, М.С. Тимофеев, В.Д. Шадриков, М.О. Омарова, Х.А. Алижанова, А.Н. Ильин;

- лидерство, как фактор влияния на профессиональное развитие педагога С.С. Луткин, В.К. Григорова, М.А. Гринкрут, Н.Л. Конькова, И.Б. Бичева, О.М. Филатова;

- современные подходы к пониманию профессионального развития педагога Н.В. Кислицкая, Н.Н. Никитин, В.П. Зинченко, В.И. Андреев, Е.Ю. Азбукина, В.А. Филоненко, В.А. Петькова, Е.А. Климова;

- компетентностный подход в обучении Н.В. Кузьмина, Ю.А. Самоенко, А.А. Вербицкий, С.Е. Шишов, И.Г. Агапов, В.П. Кутеева, Г.Н. Юлина, Р.С. Рабаданова, А.В. Хуторсков, Л.Н. Хуторская, И.А. Зимняя;

- подходы основоположников образовательных школ России К.Д. Ушинский, В.А. Сухомлинский, С.Т. Шацкий, Ш.А. Амонашвили;

Положения, выносимые на защиту:

1. Успешное формирование профессионального имиджа возможно при соблюдении следующих организационно-педагогических условий: привлечение педагогов к оценке уровня качества образовательных услуг своей организации, развитие понимания педагогами необходимости формирования профессионального имиджа, формирование мотивации к собственному профессиональному развитию, информационная поддержка профессиональной деятельности педагогов.

2. Разработана модель управления процессом формирования профессионального имиджа и выделить условия эффективного управления.

Научная новизна исследования:

1. Определены особенности формирования имиджа педагога, как одного из факторов влияния на его профессиональное развитие.

2. Разработана модель управления процессом формирования профессионального имиджа и выделить условия эффективного управления.

Теоретическая значимость исследования. По итогам анализа теоретического материала автором были определены особенности формирования имиджа педагога.

Практическая значимость исследования отражается в возможности использования материалов диссертации в образовательном процессе.

Методы исследования.

- теоретические – теоретико-методологический анализ научной литературы по изучаемой проблеме, моделирование;

- эмпирические – анкетирование, тестирование, педагогический эксперимент;

математические – методы статистической обработки полученных результатов и др.

Опытно-экспериментальная база исследования. Исследование проводилось на базе Государственное бюджетное дошкольное образовательное учреждение «Детский сад № 10 Кировского района г. Санкт-Петербурга».

Этапы экспериментальной работы. Исследование проводилось в 3 этапа:

1 этап (декабрь 2021 г. – апрель 2022 г.). На этом этапе проанализированы основные положения научной психолого-педагогической и методической литературы по проблеме исследования.

2 этап (май 2022 г. - сентябрь 2022 г.). На этом этапе была произведена оценка уровня имиджа педагогов, проанализированы результаты.

3 этап (октябрь 2022 г. - июнь 2023 г.). Была разработана и пробирована модель по формированию имиджа; проанализированы и обобщены полученные данные экспериментальной работы, произведено текстовое оформление материалов исследования, сформулированы выводы.

Апробация результатов исследования.

Результаты исследования представлены на научно-практических конференциях, проходящих в Профессионально-педагогическом институте Южно-Уральского государственного гуманитарно-педагогического университета: Международных научно-практических конференциях «Инновационные тенденции модернизации педагогического образования в условиях глобализации» (2022 г.) и «Профессия, что всем дает начало: роль педагога в современном образовании» (2023 г.).

По проблеме исследования опубликованы статьи.

Содержание и структура работы соответствует поставленным задачам. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, двух глав, выводов по главам, заключения, списка использованных источников, приложения.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИМИДЖА ПЕДАГОГА

1.1. Профессиональный имидж педагога дошкольной образовательной организации

Термин «имидж» появился в 80-х годах XX века. Его нет ни в Большой Советской Энциклопедии 3-го (последнего) издания 1978 года, ни в Большом толковом словаре русского языка 1998 года. То есть, по данным одних из самых авторитетных российских справочных пособий, сообщающих, каким образом употребляется то или иное слово (в том числе и иностранные слова), ранее в русской речи термин «имидж» не использовался (Кузнецов, 1998).

В Словаре иностранных слов 1998 года издания впервые дается следующее определение: «Имидж – целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п.» [Васюкова, 1998, с.267].

Понятие «имидж» этимологически происходит из французского языка и означает «образ», «представление», «изображение». Дословный перевод слова «image» на славянские языки, в частности русский, часто связан с визуальной стороной объекта, который выступает носителем имиджа и буквально трактуется как его внешний вид, а также с внутренним наполнением, создает определенный образ-представление, и может рассматриваться как его репутация. В «Энциклопедическом словаре» под редакцией И.В. Рукавишниковой и др., наряду с обозначенными характеристиками имиджа находим еще и такую, что предполагает целенаправленное его создание для потребителя: «Имидж –

целенаправленно формируемый образ (какого-либо лица, явления, предмета), призванный оказать эмоционально-психологическое воздействие на кого-либо в целях популяризации, рекламы и т. п.» [7].

Исследователи, занимающиеся проблемой изучения имиджа, определяют его как «результат восприятия людьми некоторых характеристик объекта, в результате чего в психике каждого из них формируется образ этого объекта что приводит к формированию жизненного проявления человека, благодаря которому «на люди» выставляются сильнодействующие личностно-деловые характеристики», «целенаправленный процесс создания нужного впечатления», «наиболее экономный способ порождения и распознавания сложной социальной действительности, как результат обработки информации, как свернутый текст, как коммуникативную единицу, с помощью которой можно работать с массовым сознанием» и т.д.

Несмотря на многообразие определений указанного феномена, все ученые сходятся на том, что имидж возникает только тогда, когда его объект-носитель становится публичным, то есть когда есть субъекты его непосредственного или опосредованного восприятия. Это подтверждает и зарубежное исследование об общественном имидже педагога ученых из университета Конкордия (Канада). Ученые представили индуктивный анализ отзывов 600 респондентов о своих «лучших» и «худших» педагогах на социальной медиа-платформе Reddit.

Результаты показали, что на создание положительного имиджа педагога оказывает влияние не только модель отношений между педагогом и воспитанником, но и активность и информационность педагогического работника в социальных сетях.

Отсутствие единого толкования имиджа приводит к тому, что исследователи по-разному подходят к определению его типологии, структуры, а также выполняемых им функций. Например, ученые А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель и др. выделяют личностный тип имиджа –

представление о человеке как о личности и о ее личностные качества. В свою очередь, английская исследовательница Э. Сэмпсон предлагает классифицировать личностный имидж с позиций своего «Я» и других, со стороны реалий и со стороны желаний, соответственно на самоимидж, имидж, который воспринимается, и нужный имидж. Все без исключения исследователи имиджа человека выделяют внешний или габитарный тип имиджа, который предусматривает представление о человеке на основе восприятия и оценки ее внешнего вида (телосложения, роста, одежды, обуви, аксессуаров, прически, макияжа, ухоженности и т.д.) [12].

Вербальный имидж, по мнению В.Г. Орешкина, А.Ю. Панасюк, Л.С. Чикилевой, В.М. Шепеля и др., предполагает владение техниками и средствами вербального общения (как устного, так и письменного) и на этой основе способствует презентации личностью себя и собственных программ целевой аудитории.

Кинетический, или невербальный имидж, – мнение о человеке, возникает на основе восприятия и анализа ее осанки, взгляда, мимики, жестов. Невербальные средства коммуникации, составляющие основу данного имиджа, могут представить не лучшие стороны личности, создают определенный имидж, что позволяет нам рассматривать кинетический тип имиджа как самый откровенный, однако не самый благоприятный способ трансляции исключительно позитивной информации о человеке.

Исследователи А.А. Калюжный, А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель выделяют экологический имидж, который характеризует искусственную среду обитания человека и отражает ее внутреннюю сущность через оформление интерьера помещения, автомобиля, ведение служебной документации и т.д.

Ученые В.Г. Орешкин, А.Ю. Панасюк, В.М. Шепель и др. говорят о профессиональном имидже – представление о человеке как о специалисте, профессионале своего дела. Мы полностью согласны с отстаиваемым ими мнением о том, что свои личные ценности и характеристики педагог

должен успешно сочетать с реальностью обучения и воспитания. Педагогический работник, заключают зарубежные коллеги, должен не только стать экспертом в технических аспектах обучения, но и развивать профессиональную способность управлять конфликтами, возникающими в результате взаимодействия их личной и профессиональной жизни. Это подтверждает важность личностной составляющей профессионального имиджа педагога.

Довольно часто указанные типы имиджа отождествляются учеными с его структурными компонентами – внешним видом, мастерством вербального и невербального общения, стилем поведения, умением создавать соответствующую среду вокруг себя. При этом исследователи А.А. Калюжный, А.Ю. Панасюк, А. Петрова, В.М. Шепель и др. отмечают, что все составляющие имиджа существуют не изолированно друг от друга, а находятся в единстве и взаимодействии, оказывая влияние друг на друга. Кроме того, к ним добавляют еще жизненные установки, нравственные и личностные качества человека, его воспитанность и образованность, профессионализм и мастерство, которые накладывают отпечаток на указанные выше компоненты [21].

Анализируя и обобщая информацию, можно дать формулировку: «имидж – целенаправленно формируемый (средствами массовой информации, литературой и др.) образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п.», – по нашему мнению, нуждается в коррекции: следует отделить термин «имидж» от механизмов его формирования и способов использования.

В 1960-х годах американский экономист Стэнли Болдуинг вводит понятие «имидж» в контексте предпринимательства. Вскоре термин вышел за рамки экономики – он оказался удобен для политологов.»Имиджирование» становится предметом многочисленных исследований. Спустя три десятилетия слово прочно вошло в

экономический, политический, социологический и психологический лексикон, а имиджелогия стала самостоятельной наукой [37].

В специализированных справочных изданиях имидж определяется, как «сложившийся в массовом сознании и имеющий характер стереотипа эмоционально окрашенный образ кого-либо или чего-либо», или «образ человека, включающий в себя внешность, манеру поведения, общения и т.п., способствующий воздействию на окружающих». Остальные определения не представляют интереса для педагога, так как больше относятся к продукту на рынке труда [26].

Термин произвольно интерпретируется рядом авторов работ в области имиджелогии. Так, Климова С.В. определяет имидж как образное, задекларированное представление о человеке или предмете, реализуемое в коммуникативной деятельности [38].

Имидж бывает естественным и искусственным. Для тех, кто обладает известностью, имидж играет важную роль, поэтому ему уделяется немалое внимание, но большинство людей не прилагают специальных усилий для создания своего имиджа, тем не менее, в сознании окружающих складывается определенное представление о человеке. Английская исследовательница Элери Сэмпсон пишет: «Ваш личный имидж является картинкой вас. У вас не может не быть имиджа! Хотите ли вы этого или нет, другие видят то, что вы сами избрали для показа... Картинка снаружи рекламирует то, что есть внутри. Но это также и обещание. Обещание того, что внешний имидж предоставит умение, компетентность и ценности, которые он рекламирует» [42].

На рисунке 1 представлена взаимосвязь личности, ее имиджа и репутации: на основе презентации (самопрезентации) личности формируется ее имидж – в зависимости от имиджа возникают ожидания – соответствие ожиданиям создает репутацию [23].



Рисунок 1. Взаимосвязь имиджа с близкими понятиями.

Г.Г. Почепцов рассматривает имидж как «свернутый текст» и считает его коммуникативной единицей. Он предлагает три подхода к дефиниции имиджа:

- функциональный подход предполагает зеркальный (наше представление о себе, самоимидж, то, как мы видим свой образ), желаемый (тот образ, к которому мы стремимся), текущий (воспринимаемый со стороны), отрицательный (создаваемый оппонентом), корпоративный (связанный с деятельностью какой-либо конкретной организации) и множественный (имидж независимых структур в отдельной организации) имидж;
- контекстуальный подход разделяет имидж по видам деятельности: имидж политика, педагога, актера и так далее;
- сопоставительный подход предполагает сравнительную оценку двух представителей какого-либо направления по значимым параметрам, например, компетентность, состоятельность, семейное положение и другие [19].

Подобная интерпретация имиджа предполагает такое отображение воспринимаемого объекта, при котором ракурс восприятия умышленно смещен, внимание акцентировано на определенных аспектах.

Зеркальный имидж (самоимидж) похож на взгляд в зеркало с целью получения представления о себе. Обычно он положителен: психологически мы всегда выдвигаем на первое место позитив. Его минус – минимальный

учет мнения со стороны, однако он определяет базовые характеристики, вытекает из прошлого опыта и отражает нынешнее состояние самоуважения.

Текущий (воспринимаемый) имидж – это то, как объект видят другие, взгляд со стороны. Естественно, эта точка зрения может отличаться от предыдущей, люди часто не знают, как к ним относятся на самом деле, как реально о них отзываются. Именно воспринимаемый имидж является целью искусственного формирования, при этом имеет значение создание не столько приятного, сколько адекватного имиджа, и здесь подразумевается не общественное мнение в целом, а отношение той или иной целевой группы [19].

Желаемый имидж отражает то, к чему мы стремимся. В случае, если о ком-то еще никому ничего не известно, именно желаемый имидж может выступать в виде единственно возможного, например, его легко сформировать в социальных сетях и он нередко используется при поступлении на работу. Может являться целью искусственного формирования [37].

Множественный имидж, в отличие от единого, необходим, когда неудача в одной области перечеркивает имиджевые характеристики в другой, но в большинстве случаев при наличии ряда независимых структур организация стремится к хорошему единому имиджу [24].

Вместе с тем имидж имеет двойное воздействие:

1) он производит впечатление на окружающих, оставляя определенное мнение о человеке;

2) он воздействует и на человека, формируя стойкое представление о собственной личности.

О.А. Феофанов подчеркивает эмоциональную составляющую имиджа, отмечая, что методом ассоциаций образ может наделять объект дополнительными ценностями, не имеющими основания в реальных

свойствах самого объекта, но обладающими социальной значимостью для воспринимающего такой образ [38].

В дополнение к вышеперечисленным, А.А. Калюжный выделяет требуемый имидж, связанный с необходимостью соответствовать выбранной профессии [24].

Одновременно ряд авторов в области имиджологии использует наиболее широко распространенную классификацию, по которой имидж разделяют на личностный (представлен личностными качествами и индивидуальными особенностями) и профессиональный (детерминирован профессиональными характеристиками).

К проблеме создания желаемого образа человека общество начало обращаться достаточно давно. Свидетельством тому служат как изучение древнеегипетских фресок и манускриптов и исторические описания известных деятелей (в частности монархов), так и труды мыслителей эпохи Ренессанса (Н. Макиавелли, Т. Мор). Но собственно само понятие было введено только во второй половине XX столетия С. Болдуингом в контексте предпринимательской деятельности. В настоящий момент понятие имиджа используется в различных сферах деятельности, идет процесс интеграции основных понятий имиджологии в педагогическую деятельность.

В различных источниках литературы можно встретить понятия «имидж» с акцентом на манипулирование сознанием, на эмоциональную сторону восприятия объекта с положительным имиджем, но практически все исследователи представляют данное понятие как некий преднамеренно или непреднамеренно формируемый в сознании образ. Так же, как и определение, классификация видов имиджа весьма отличается в зависимости от точки зрения автора работы.

Вывод: проанализировав различные источники трактования понятия «имидж», можно сделать вывод, что единого определения нет. Но все исследователи выделяют тот факт, что имидж формируется только в том

случае, когда человек становится публичным и формирует свой имидж с целью влияния и рекламы. Многие ученые выделили компоненты имиджа: внешний вид, мастерством вербального и невербального общения, стиль поведения, умение создавать соответствующую среду вокруг себя.

Также выделили и типы имиджа: вербальный и невербальный (кинестический), габитарный (внешний), экологический, зеркальный, текущий (воспринимаемый), желаемый, множественный, требуемый и профессиональный имидж.

Итак, имидж – целенаправленно образ какого-либо лица, предмета, явления, призванный оказать на кого-либо эмоциональное и психологическое воздействие с целью рекламы, популяризации и т.п

Наибольший интерес для данной работы представляет профессиональный имидж, а именно имидж педагога.

Перестройка российской экономики в соответствии с требованиями рыночных отношений и ее интеграция в европейское и мировое экономическое и социокультурное пространство приводит к изменению в подходах к развитию высшего образования, выдвигает новые требования к профессиональной подготовке специалистов сферы образования, в частности педагогов-воспитателей.

При таких условиях показателями профессионализма воспитателя дошкольной образовательной организации (ДОО) становятся: владение профессиональными знаниями, артистическими умениями, необходимыми личностными качествами и способностями; умениями не только отвечать на многочисленные вопросы детей, но и «играть» для того, чтобы воспитанники сами находили ответ на поставленные вопросы; не только легко говорить и объяснять, но и знать когда нужно быть тихим и внимательным, чтобы ребенок удовлетворил свою потребность высказать собственные мысли.

Повышение требований к профессиональной подготовленности педагогов обусловлено еще и стратификацией российского общества, а

также появлением различных типов дошкольных учреждений, как по функциям, так и по форме собственности. Общеизвестно, что большинство родителей современных дошкольников хотят, чтобы их дети получили качественное дошкольное образование. Поэтому они отдают детей в специализированные дошкольные учреждения с приоритетным направлением развития.

Однако довольно часто выбор ДОО родителями носит случайный характер, поскольку определяется он советами друзей, родственников, коллег. В связи с этим возникает потребность целенаправленного и вдумчивого создания положительного и привлекательного образа ДОО, педагогического коллектива дошкольного учреждения как в целом, так и каждого воспитателя в частности. Учитывая все вышесказанное, возрастает необходимость научного изучения проблемы имиджа дошкольного учреждения, имиджа воспитателя детей дошкольного возраста, особенностей подготовки будущих специалистов дошкольного профиля к его созданию.

Проблема имиджа, имиджологии и имиджирования – процесса создания или конструирования имиджа – начало интересовать отечественную научную общественность в конце XX – начале XXI века.

Со временем понятие «имидж» начинает всё активнее употребляться в контексте любой профессиональной деятельности, в том числе педагогической. В этой связи педагогический имидж можно определить как результат профессиональной деятельности, сопровождающейся позитивным педагогическим результатом.

Анализируя это понятие в контексте педагогической деятельности, Е.Н. Рыбакова полагает, что имидж педагога включает такие компоненты, как рассудительность, требовательность, стремление стимулировать активность учащихся, дружелюбность в общении и открытое взаимодействие с субъектами образовательного процесса [31].

Интересна точка зрения Л.И. Павловой, которая рассматривает имидж педагога как свидетельство профессионального мастерства, употребляя термин «позитивный имидж», включающий уровень профессиональных умений и навыков в деле управления обучением, воспитанием и развитием формирующейся личности [28].

По мнению Ж.Д. Ордабаевой, имидж педагога рассматривается как система взаимосвязанных компонентов, фундамент которой составляют профессионально значимые личностные качества, которые способствуют реализации педагогического призвания и отражаются в стиле его внешнего облика, речи, поведения, а самое главное – в организации прямой и обратной связи в режиме диалога «педагог-обучаемый» [24].

Л.М. Семенова понимает «имидж педагога» как комплексную характеристику, отражающую диапазон целенаправленно или стихийно, сознательно или неосознанно созданного образа, включающего в себя систему взаимосвязанных внутренних (знания, умения, система ценностей и т. д.), внешних (визуальная привлекательность, гармоничность, манера поведения и т. д.), процессуальных (стиль поведения, самоподача и т. д.) компонентов, обусловленных особенностями личной и профессиональной деятельности [26].

С данной точкой зрения совпадает позиция Е.П. Ткачевой, которая также говорит об имидже педагога, как о системе его внутреннего, внешнего и процессуального компонентов, характеризующих его индивидуальный стиль деятельности, и проявляющихся не только в физическом облике, речи, выразительности движений, мимики, но и в совокупности с эстетическим оформлением (одеждой, прической, макияжем и прочими атрибутами внешности), а также через предметно-пространственную среду осуществления его профессиональной деятельности.

Ю.В. Муромская, А.С. Перминова считают, что имидж педагога – это гармоничная совокупность внешних и внутренних индивидуальных,

личностных, индивидуальных и профессиональных качеств педагога, призванных продемонстрировать его желание, готовность и способность к субъект-субъектному общению с участниками образовательного процесса. При этом Д.Л. Балаховцева и Е.В. Черная указывают на то, что формировать позитивный образ воспитателя детей дошкольного возраста необходимо, начиная со студенческой поры.

Заметим, что рядом исследователей имидж педагога анализировался в контексте деятельности воспитателя детей дошкольного возраста. Так, М.В. Апраксина определяет особенности построения визуального образа воспитателя детей дошкольного возраста, который позволяет наиболее привлекательно проявиться лучшим личностно-деловым качествам педагога. Исследователь отмечает, что для направленного формирования имиджа воспитателя особое значение имеют такие приоритетные условия, как педагогическая деятельность, наличие определённых личностно-деловых качеств, владение технологией самопрезентации, что обеспечивает эффект личного обаяния, оказывающего особое формирующее воздействие на детские впечатления [2].

Опираясь на исследования ученых, можно утверждать, что, бесспорно, главной составляющей имиджа воспитателя должна стать константа обаятельности, которая облегчают ребёнку процесс тонкого и глубокого восприятия и усвоения впечатлений, формирует в его психике установку на ожидание соответствующего образа воспитателя. Поэтому в процессе общения с дошкольниками первостепенное значение имеет невербальное поведение воспитателя, а именно: мимика, жесты, позы, взгляд, походка, осанка. Внимательный взгляд, доброжелательная улыбка, приветливые жесты действуют располагающе, а поясняющая жестикуляция способствует лучшему усвоению информации. Следовательно, построение позитивного визуального образа воспитателя детей дошкольного возраста строится на его обаянии, характере и вариативности техник педагогической деятельности, самопрезентации,

внешнем облике. Поэтому визуальная привлекательность воспитателя выступает одной из первостепенных составляющих имиджа.

Имидж педагога – это эмоционально окрашенный стереотип восприятия образа педагога в сознании воспитанников, коллег, социального окружения, в массовом сознании. При его формировании действительные качества человека смешиваются с качествами, которые приписываются ему другими людьми.

Как же воспринимался «идеальный педагог» в разные исторические периоды?

Представления об «идеальном педагоге» появились уже в 30-х годах XX века. Исследования Прозорова Г.С. показали, что ученики 30-х годов ценили в «идеальном» педагоге следующие моменты: абсолютное знание преподаваемого материала и высокие дидактические способности, умение понятно донести учебный материал до воспитанников, добрые взаимоотношения с детьми, умение беспристрастно оценить знания воспитанников, поддержание дисциплины на занятиях, внешний вид.

Имидж «плохого педагога» представлялся так: плохое владение предметом; неумение найти подход к детям; неумение установить дисциплину; неграмотное оценивание способностей детей.

В 40-е годы дети ценили в педагоге безусловное знание материала, общую эрудицию, высокую гражданскую позицию и социальную активность.

В 60-е годы «идеальным педагог» был человек уравновешенный, гармоничный, пользующийся авторитетом среди детей и коллег, грамотный, волевой, смелый, остроумный, с приятными внешними данными, понимающий, обладающим грамотной речью, требовательным. (Гоноболин Ф.Н., Кузьмина Н.В. и др.).

В 70-е годы в исследовании Ж. Лендел выделяет такие качества, как: справедливость, ум, энергичность, требовательность, авторитет. Педагог должен быть хорошим организатором, доброжелательным, любящим детей

и приподносимый материал. Определяющими качествами воспитанники называют доброту, внимательность, тактичность, чувство юмора.

В 80-е годы в результате исследования Шепель В.М. в результате массового анкетирования детей и педагогов, которым предложили ранжировать 58 качеств педагога, выявил, что главным для детей является любовь к детям, а у педагогов данное качество находится только на 28 месте.

Петрова Е.А. в 90-х годах провела исследование в образовательных организациях, которые показали, что дети дают характеристику «идеального» педагога, как: миролюбивого, веселого, тактичного. Ценится ими откровенность и открытость, спокойное общение, активность, щедрость, уверенность, умение прощать ученика, смелость, готовность к сотрудничеству.

Не принимались такие качества, как: грубость, неулыбчивость, двуличие, нетактичность, инертность, заторможенность, неумение сдерживать свои эмоциональные проявления, жадность, неуверенность в себе. Не ценится детьми педагог ленивый, глупый и неприятный.

Проведенное нами в последние годы (2019-2022 г.г.) исследование выпускников образовательных организаций «идеальный педагог» - любящий детей, с чувством юмора, тактичный, откровенный, активный, уверенный в себе, знающий предмет, человек, владеющий современными средствами обучения, умеющий найти контакт с детьми, справедливый.

Имидж педагога складывается из следующих основных компонентов:

- внешний образ, возникающий в сознании людей, когда они видят конкретного человека, то, что остается памяти;

- внешние признаки: поведение человека, его жесты, речь, мимика, походка, одежда др.;

- внутренние признаки: интересы, эрудиция, творческие проявления, увлечения;

- психологические качества: темперамент, мобильность психики, эмоциональные проявления, волевые свойства и др.;
- ценностный компонент: жизненные приоритеты, отношенческие позиции;
- сложившаяся с годами репутация: профессиональный опыт, оригинальные авторские программы и другие публикации, внешние отзывы, компетентность, имеющиеся награды.

Очень важно, чтобы внешние имиджевые проявления не расходились с внутренними установками педагога, его взглядам, характеру, поступкам.

Одним из важнейших профессиональных качеств педагога должна быть способность к самопрезентации, то есть умение показать свои лучшие качества в конкретных ситуациях. В конкретных предлагаемых обстоятельствах педагога ведет себя по-разному. Это проявляется прежде всего в общении с разной целевой аудиторией.

Немаловажным для самопрезентации является эффект создания первого впечатления. Самые первые минуты являются иногда определяющими для создания мнения о внешнем виде и поведении человека, для формирования определенного мнения о нем. Сегодня есть много исследований, которые показывают, как воспринимают педагога разные категории людей. Воспитанники особенно ценят педагога умного, доброго, внимательного, понимающего, уважительного. Родители желают, видеть педагога грамотного, компетентного, заботливого, но и требовательного одновременно. Администрации образовательной организации нужен специалист профессиональный, организационный и ответственный, обладающий полным спектром дидактико-методических умений. Именно эти качества определяют требуемый или желаемый имидж.

В идеале личный имидж (внешний вид, культура речи, мимика, осанка, жестикация и т.д.) и профессиональный имидж (созданные

человеком продукты его труда, организация творческой среды своей деятельности) должны интегрироваться.

Часто созданию собственного имиджа мешают сложившиеся стереотипы. Процесс самосовершенствования личности педагога следует начинать с изучения и анализа своих как личностных, так и профессиональных характеристик. Для получения подобной информации педагог может прибегнуть к помощи психолога или получить ее самостоятельно, используя различные диагностические тесты, широко представленные в современной литературе.

Когда педагог находится только в самом начале пути к формированию своего имиджа, ему нужно начинать работу с саморефлексии, с анализа самой сущности педагогической деятельности. А также с ответа на вопрос: «Как я сам воспринимаю образ идеального педагога?». На этом этапе важно определить для себя то, что будет составлять основу собственного индивидуального профессионального поведения: определенная внешность, манеры, поведенческие проявления, особая коммуникация, или что-то иное.

После этого можно начать работать над созданием своего визуального образа. Нужно посмотреть на себя со стороны, оценить свои жесты, попробовать услышать свой голос.

Внешний образ - это не только внешний вид, но и проявления невербального общения: мимика, жесты, движения. Можно использовать разные технические средства, такие как видеокамера, магнитофон. Нужно учесть и мнения других людей. Это позволит взглянуть на себя беспристрастно, выявить свои достоинства и недостатки.

Для педагога немаловажным является создание профессионального антуража, который проявляется в совокупности окружающих предметов. В них педагог проявляет свой вкус, интересы, показывает принадлежность к определенному профессиональному сообществу.

Образовательная среда целенаправленно создается и работает на имидж педагога. Тогда образ педагога будет воспитывать.

К личности педагога, а значит, к его имиджу, всегда предъявлялись высокие требования. Профессиограмма педагога в разные годы показывала самые востребованные личностные и профессиональные качества. Стереотипы имиджа педагога диктует время и общественные потребности.

Структура профессионального имиджа включает три компонента (рисунок 2).



Рис. 2 Структура профессионального имиджа

Внешний компонент профессионального имиджа включает внешние данные, голос, внешний вид и манеры. Поведенческий компонент включает стиль общения, индивидуальные проявления характера и темперамента. Внутренний компонент – это представления о духовном и интеллектуальном развитии, интересах и ценностях.

При профессиональном создании имиджа акцент делается на внешний вид, то есть на внешнюю составляющую имиджа, что не является случайным, так как большая часть информации (примерно 65%) воспринимается человеком визуально. В связи с этим необходимо более подробно рассмотреть рекомендуемый исследователями внешний вид педагога, помогающий людям идентифицировать конкретную личность как педагога.

Для более четкого понимания структурных компонентов профессионального имиджа преподавателя мы представим информацию в таблице 1.

Таблица 1. Структурные компоненты профессионального имиджа педагога образовательной организации.

Автор	Компоненты
Калужный А. А.	Профессиональная компетентность, социально-педагогическая компетентность, педагогическая эрудиция, педагогическая рефлексия, педагогическое целеполагание, педагогическое мышление и интуиция, педагогическая импровизация, педагогическое общение.
Лысикова О. В., Лысикова Н. П., Удальцова М. В.	Профессионализм и коммуникативная компетентность, профессионально-правовая компетентность, социально-педагогическая компетентность, нравственная надёжность, гуманитарная образованность, коммуникативная привлекательность.
Шепель В. М.	Природные качества (коммуникабельность, эмпативность, рефлексивность, красноречивость), характеристики личности как следствие её образования и воспитания (нравственные ценности, владение набором человековедческих технологий), качества, связанные с жизненным и профессиональным опытом, социально-педагогическая компетентность преподавателя.
Панасюк А. Ю.	Габитарный компонент (одежда, причёска, обувь, аксессуары, макияж, парфюм, силуэт), кинетический (осанка, походка, жестикация, мимика), речевой (культура устной и письменной речи, грамотность, стиль, почерк), средовой (интерьер, оформление кабинета, порядок на рабочем столе и т. д.), овеществлённый (созданные человеком продукты его труда)
Черднякова А. Б.	Профессиональная компетентность (самостоятельность мышления, креативность, знания, умения), профессиональная направленность (осознание ценности профессии и потребность в ней, адекватность самооценки достижений, эмоциональное принятие деятельности, ориентированность на личностный рост), профессионально-творческая активность.

Вывод: имидж педагога содержит в себе такие структурные компоненты, как индивидуальные личностные качества, педагогическая компетентность, социально-педагогическая компетентность, профессиональная творческая активность, коммуникативные особенности профессиональной деятельности, ценностные ориентации, духовный мир человека. Имидж, на наш взгляд, является и элементом конкурентоспособности, продвижения педагога на рынке труда.

Как целостная система имидж педагога характеризуется устойчивыми связями, существующими между элементами, объединяющими и закрепляющими структуру. В этой связи и процесс формирования имиджа педагога детского сада обеспечивается не

отдельным компонентом, а взаимосвязью и взаимообусловленностью различных элементов, следовательно, должен включать все указанные направления.

В ходе дальнейшего изучения проблемы пришли к необходимости разработки технологии формирования имиджа педагога детского сада.

Опираясь на работу А.А. Калюжного [14] выделили ряд этапов, обеспечивающих достижения цели формирования позитивного имиджа педагога:

1. Мотивационно-целевой этап направлен на развитие положительной мотивации воспитателей детского сада к целенаправленной работе по созданию собственного профессионального имиджа. На данном этапе происходит осознание цели и задач повышения педагогического мастерства, необходимых для формирования имиджа профессионально-педагогической деятельности.

2. Концептуально-стратегический этап предполагает определение стратегии формирования имиджа, которая бы не противоречила индивидуальности педагога и формируемого имиджа дошкольной образовательной организации; осмысление профессиональной «Я-концепции».

3. Технологический этап включает разнообразные тактики, способы и средства формирования позитивного имиджа, включая личностное и профессиональное самоопределение, усвоение технологий формирования имиджа.

4. Результативно-рефлексивный. Связан с корректировкой имиджа педагога, осуществляемой на основе определения изменений в собственном имидже.

Таким образом, на основе анализа указанных выше положений мы можем определить имидж человека-профессионала как качественную характеристику личности, которая способствует проявлению его внутренних установок, личностных качеств, жизненных позиций, знаний и

профессионализма через внешние проявления – внешний вид, поведение, особенности вербального и невербального общения, которые оказывают существенное влияние на организацию межличностного взаимодействия и реализацию профессиональных функций специалиста.

Учитывая то, что положительный профессиональный имидж в значительной степени является показателем качественной реализации специалиста в определенной области деятельности и зависит от его готовности к созданию такого образа, мы считаем целесообразным формировать такую готовность у воспитателей дошкольных образовательных организаций еще на этапе обучения в вузе.

Теоретический анализ научной литературы и документации по профессиональной подготовке воспитателей для ДОО в российских образовательных организациях высшего образования, подтвердил, что квалификационные требования к выпускникам бакалавриата по направлению подготовки «Дошкольное образование» в основном определяют цели, содержание и формы организации, но не предусматривают овладение ими деятельностью по целенаправленному созданию положительного педагогического имиджа.

Для определения специфики имиджа педагога необходимо определить особенности современного дошкольной образовательной организации согласно Профессиональному стандарту педагога дошкольного образования:

– в дошкольной образовательной организации на данном этапе большое количество участников образовательного процесса (музыкальный работник, логопед, психолог, дефектолог). С одной стороны, это способствует разностороннему развитию ребенка, с другой может привести к конфликтам из-за нюансов индивидуальной воспитательной траектории, применяемой специалистом. В связи с этим требуется определенная гибкость при выстраивании взаимодействия.

– готовность принять любого ребенка независимо от его умственных, физических возможностей и других особенностей. Современный педагог должен быть толерантен.

– в обязанности воспитателя входит создание благоприятного микроклимата в группе, а также создание психологического комфорта для воспитанников.

Кроме того, при формировании имиджа педагога следует учитывать такие показатели, как соответствие реальным ожиданиям общественности, удовлетворенность потребителей образовательных услуг (то есть детей и родителей), конкурентные преимущества, идеальный образ будущей дошкольной образовательной организации (то есть некий перспективный план).

Таким образом, грамотно составленный положительный имидж педагога, по нашему мнению, может повлиять не только на уровень усвоения материала воспитанниками, но и способствует более успешной социализации, формированию эстетических и нравственных норм у воспитанников, корректирует негативное отношение к педагогу в СМИ.

Изучая данную тему, мы учитывали, что система образования, конечно же, связана с особенностями общественного устройства, его социально-экономической и политической организацией. Переход нашей страны на рыночные отношения, научно-технический и социально-экономический прогресс, образование единого информационного пространства поставили перед системой образования новые цели, потребовали изменения содержания, характера и направленности образовательной деятельности.

Утвержден Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования, а с января 2014 года, как известно, все детские сады России перешли на ФГОС дошкольного образования. Поэтому актуальным является анализ тех принципиальных особенностей стандарта нового поколения, в соответствии с которым организуют

образовательную деятельность современные педагоги. Обратившись к данному федеральному государственному образовательному стандарту дошкольного образования, мы выделили в качестве основных задач образования:

- охрана и укрепление психофизического здоровья детей, в том числе их эмоциональное благополучие;

- обеспечение равных возможностей для полноценного развития каждого ребёнка в период дошкольного детства независимо от места жительства, пола, нации, языка, социального статуса, психофизиологических и других особенностей (в том числе ограниченных возможностей здоровья);

- обеспечение преемственности целей, задач и содержания образования, реализуемых в рамках образовательных программ различных уровней (далее – преемственность основных образовательных программ дошкольного и начального общего образования);

- создания благоприятных условий развития детей в соответствии с их возрастными и индивидуальными особенностями и склонностями, развития способностей и творческого потенциала каждого ребёнка как субъекта отношений с самим собой, другими детьми, взрослыми и миром;

- объединение обучения и воспитания в целостный образовательный процесс на основе духовно-нравственных и социокультурных ценностей и принятых в обществе правил и норм поведения в интересах человека, семьи, общества;

- формирование общей культуры личности детей, в том числе ценностей здорового образа жизни, развития их социальных, нравственных, эстетических, интеллектуальных, физических качеств, инициативности, самостоятельности и ответственности ребёнка, формирование предпосылок учебной деятельности;

- обеспечение вариативности и разнообразия содержания Программ и организационных форм дошкольного образования;

- формирование социокультурной среды соответствующей возрастным и индивидуальным, биологическим и физическим особенностям детей;

- обеспечение психолого- педагогической поддержки семьи, повышение компетентности семьи в вопросах развития и образования, охраны и укрепления здоровья детей.

Требования к кадровым условиям реализации программы

Квалификация педагогических и учебно-вспомогательных работников должна соответствовать квалификационным характеристикам, установленным в Едином квалификационном справочнике должностей работников образования утверждённым приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 26 августа 2010 года № 761, с изменениями, внесёнными Приказом Министерства здравоохранения и социального развития РФ от 31 мая 2011 года № 448.

Требования к результатам освоения Программы

Требования стандарта к результатам освоения Программы представлены в виде целевых ориентиров дошкольного образования, которые представляют собой социально-нормативные возрастные характеристики возможных достижений ребёнка на этапе уровня завершения дошкольного образования.

На сегодняшний день главной фигурой реформирования системы образования выступает педагог. Новые требования к педагогической компетентности преподавателя нашли собственное отражение в нормах и квалификационных характеристиках, которые представлены в различных законодательных актах, в том числе и в профессиональном стандарте педагога.

В 2013 году Министерство труда приступило к разработке профессионального стандарта педагога – свода норм и требований, которые предназначались работникам всех учебных заведений. Разработчики документа определили положения, которые касаются

личных качеств педагога, социально-педагогической компетентности и оптимальных методик работы. 18 октября 2013 года Министерство издало Приказ №544н «Об утверждении профессионального стандарта педагога (воспитателя, учителя)».

Профессиональный стандарт применяется при формировании кадровой политики и в управлении персоналом, при организации аттестации и обучения педагогов, разработке должностных инструкций с 1 января 2022 г.

Профессиональный стандарт педагога определяет требования к содержанию и качеству педагогической компетентности педагогов.

По мысли авторов, стандарт предназначен для установления единых требований к профессиональной педагогической деятельности, для оценки уровня квалификации педагогов при приёме на работу, для планирования карьеры, формирования должностных инструкций и разработки федеральных государственных образовательных стандартов педагогического образования.

В свете реализации профессионального стандарта педагога, главным профессиональным качеством, которое педагог должен постоянно демонстрировать своим ученикам, становится умение учиться. Готовность к переменам, способность к нестандартным действиям, мобильность, самостоятельность в принятии решений – эти характеристики деятельности успешного профессионала относятся и к педагогу. Профессиональный стандарт включает индивидуальные ориентиры – портрет современного преподавателя. При этом усилились и требования к расстановке акцентов в развитии личностных качеств педагога, которые позволят эффективно организовывать процесс педагогической деятельности, определять методы, приёмы, технологии. Преподаватель обязан быть готов уметь изменяться для того, чтобы перед учениками мог существовать образец, источник для подражания. В этом случае, учащийся эффективнее найдет собственный особый путь в современной

социокультурной ситуации. Именно подобные дети готовы решать учебные и социально-проектные ситуации, добиваться успеха, совершать открытия.

Так какой же он педагог соответствующий профстандарту?
Рассмотрим в таблице 2.

Таблица 2. Педагогическая деятельность по реализации программ дошкольного образования

Трудовые действия	Участие в разработке основной общеобразовательной программы образовательной организации в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом дошкольного образования
	Участие в создании безопасной и психологически комфортной образовательной среды образовательной организации через обеспечение безопасности жизни детей, поддержание эмоционального благополучия ребенка в период пребывания в образовательной организации
	Планирование и реализация образовательной работы в группе детей раннего и/или дошкольного возраста в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами и основными образовательными программами
	Организация и проведение педагогического мониторинга освоения детьми образовательной программы и анализ образовательной работы в группе детей раннего и/или дошкольного возраста
	Участие в планировании и корректировке образовательных задач (совместно с психологом и другими специалистами) по результатам мониторинга с учетом индивидуальных особенностей развития каждого ребенка раннего и/или дошкольного возраста
	Реализация педагогических рекомендаций специалистов (психолога, логопеда, дефектолога и др.) в работе с детьми, испытывающими трудности в освоении программы, а также с детьми с особыми образовательными потребностями
	Развитие профессионально значимых компетенций, необходимых для решения образовательных задач развития детей раннего и дошкольного возраста с учетом особенностей возрастных и индивидуальных особенностей их развития
	Формирование психологической готовности к школьному обучению
	Создание позитивного психологического климата в группе и условий для доброжелательных отношений между детьми, в том числе принадлежащими к разным национально-культурным, религиозным общностям и социальным слоям, а также с различными

	(в том числе ограниченными) возможностями здоровья
	Организация видов деятельности, осуществляемых в раннем и дошкольном возрасте: предметной, познавательно-исследовательской, игры (ролевой, режиссерской, с правилом), продуктивной; конструирования, создания широких возможностей для развития свободной игры детей, в том числе обеспечение игрового времени и пространства
	Организация конструктивного взаимодействия детей в разных видах деятельности, создание условий для свободного выбора детьми деятельности, участников совместной деятельности, материалов
	Активное использование недирективной помощи и поддержка детской инициативы и самостоятельности в разных видах деятельности
	Организация образовательного процесса на основе непосредственного общения с каждым ребенком с учетом его особых образовательных потребностей
Необходимые умения	Организовывать виды деятельности, осуществляемые в раннем и дошкольном возрасте: предметная, познавательно-исследовательская, игра (ролевая, режиссерская, с правилом), продуктивная; конструирование, создания широких возможностей для развития свободной игры детей, в том числе обеспечения игрового времени и пространства
	Применять методы физического, познавательного и личностного развития детей раннего и дошкольного возраста в соответствии с образовательной программой организации
	Использовать методы и средства анализа психолого-педагогического мониторинга, позволяющие оценить результаты освоения детьми образовательных программ, степень сформированности у них качеств, необходимых для дальнейшего обучения и развития на следующих уровнях обучения
	Владеть всеми видами развивающих деятельности дошкольника (игровой, продуктивной, познавательно-исследовательской)
	Выстраивать партнерское взаимодействие с родителями (законными представителями) детей раннего и дошкольного возраста для решения образовательных задач, использовать методы и средства для их психолого-педагогического просвещения
	Владеть ИКТ-компетентностями, необходимыми и достаточными для планирования, реализации и оценки образовательной работы с детьми раннего и дошкольного возраста
Необходимые знания	Специфика дошкольного образования и особенностей организации работы с детьми раннего и дошкольного возраста
	Основные психологические подходы: культурно-исторический,

	деятельностный и личностный; основы дошкольной педагогики, включая классические системы дошкольного воспитания
	Общие закономерности развития ребенка в раннем и дошкольном возрасте
	Особенности становления и развития детских деятельностей в раннем и дошкольном возрасте
	Основы теории физического, познавательного и личностного развития детей раннего и дошкольного возраста
	Современные тенденции развития дошкольного образования
Другие характеристики	Соблюдение правовых, нравственных и этических норм, требований профессиональной этики

Итак, можно выделить в структуре стандарта три группы требований к педагогу:

1. Обучение. Педагог обязан безупречно владеть своим предметом и использовать в своей работе наиболее передовые образовательные методики.

2. Воспитание. Любой педагог является примером для подрастающего поколения, что предопределяет обретение соответствующих качеств.

3. Развитие. Обязанность педагога - научить учиться, объяснить пользу и необходимость саморазвития и самообразования, как неперенных составляющих любого образовательного процесса.

Теперь педагог должен обладать такими обязательными качествами, как:

- универсальная образованность;
- максимальная информированность (компетенция);
- эрудиция;
- прогрессивность (креативность);
- гибкий подход;
- безупречный внешний вид и пр.

Процесс формирования профессионального имиджа педагога — это процесс многогранный, сложный и требует продолжительного времени.

Педагог должен постоянно развиваться, стремиться к

самосовершенствованию, чтобы отвечать современным требованиям и конечно немало важным аспектом при формировании профессионального имиджа, выступает мотивация педагога.

Педагог, который мотивирован на соответствие требованиям и выполнению всех задач образовательного стандарта, должен постоянно совершенствовать свою деятельность, что в итоге формирует его профессиональный имидж.

Формирование профессионального имиджа осуществляется двумя способами:

1. посредством самообразования, т.е. собственного желания, постановки цели, задач, последовательного приближения к этой цели через определенные действия;

2. за счет осознанного, обязательного добровольного участия педагога в организованных организацией мероприятиях, т.е. фактора влияния окружающей среды на мотивацию педагога и его желание профессионально развиваться и расти, а в итоге формировать профессиональный имидж.

Оба пути непрерывно связаны: с одной стороны педагог сам выбирает содержание, формы и методы из предлагаемой методической работы и носит характер самообразования, саморазвития, а с другой стороны, отмечает М.М. Поташник, как бы педагог не старался стремиться к самосовершенствованию, к формированию профессионального имиджа, как бы тщательно не планировал свою деятельность, он не сможет не воспользоваться внешними источниками, которые предлагает ему образовательное учреждение [21].

Таким образом, управление к учреждению, руководство педагогическим коллективом, является необходимым фактором формирования профессионального имиджа педагога ДОО.

Формирование профессионального имиджа не должно быть формальностью или удовлетворению потребности администрации, а

должно быть образом мышления и поведения. Такой процесс носит осознанный, направленный и активный вид обучения и развития. Он носит характер самостоятельности, а не навязано сверху. Педагога сам решает, какой должен быть его индивидуальный профессиональный имидж, выбирает способы и методы формирования и т.д. Результативность данного процесса зависит от совокупности действий администрации, одним из которых является формирование профессионального имиджа, обеспечивающее соответствие и рост потенциала качественных характеристик педагога текущим и перспективным требованиям. Профессиональный имидж считается сформированным только в том случае, если педагог полностью удовлетворен своим имиджем, так как в противном случае педагог не может в полной мере соответствовать требованиям, предъявляемым к нему образовательным учреждением.

Следовательно, управление процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО это процесс целенаправленной реализации стратегии управления человеческими ресурсами, направленной на формирование определенных компетенций педагога.

Управление формированием профессионального имиджа педагога представляет себе систему, основными подсистемами которой являются:

- ✓ Профессиональная карьера;
- ✓ Обучение педагогов;
- ✓ Мотивация и стимулирование;
- ✓ Мониторинг развития и аттестация;
- ✓ Ресурсное обеспечение формирования профессионального имиджа;
- ✓ Управление саморазвитием педагога.

Основная цель формирования профессионального имиджа с точки зрения образовательной организации – повышение качества образования, улучшение производительности коллектива и социально-психологического климата. С позиции педагога, формирование профессионального имиджа, заключается в постоянном обогащении личностных качеств,

профессиональных знаний, умений и навыков, которые необходимы для эффективного исполнения своих должностных функций, прав и обязанностей. Значит, профессиональный имидж есть результат взаимодействия потребностей и требований образовательной организации с характеристиками и интересами конкретного педагога – только в этом случае этот процесс целенаправлен и результативен.

Мотивация требует, чтобы педагога был заинтересован и готов принять активное участие в профессиональной деятельности. Хорошо организованная профессиональная деятельность, в свою очередь, невозможна без повышения профессионального уровня.

Следовательно, человек в процессе деятельности должен быть мотивирован не только на саму деятельность, но и её усовершенствование. В процессе формирования профессионального имиджа педагог приобретает не только профессиональные знания, умения и навыки, но и в значительной степени меняются его личностные характеристики.

Таким образом, на протяжении всей своей трудовой деятельности педагога осуществляется систематическое подкрепление: усовершенствование и расширение спектра знаний, развитие личностных качеств, формируется устойчивая мотивация к формированию профессионального имиджа.

Формирование профессионального имиджа педагога ДОО проходит под влиянием педагогической среды, педагогического коллектива и профессиональной деятельности его членов. Однако результаты такого развития будут складываться стихийно, под влиянием самых разнообразных факторов. И если руководство хочет получить положительные результаты, нужна целенаправленная работа, то есть необходимо управление процессом формирования профессионального имиджа педагога.

Выдвигая на передний план функциональный подход в управлении, необходимо выделить одну из основных функций – мотивационно –

целевую. Тогда задачей руководства учреждения является создание условий, которые бы мотивировали педагогов к формированию профессионального имиджа.

Н.Н. Немова в своей книге «Управление методической работой в учреждении» предлагает выделять ведущие мотивы и стимулы профессиональной деятельности [19]. Для формирования устойчивой внутренней мотивации педагога стимулирование должно быть комплексным, дифференцированным, гибким и оперативным. В целях повышения эффективности действия стимулов необходимо соблюдать принципы: доступности, осязаемости, постепенности. Данные позиции отражены в приведенной таблице 3.

Таблица 3. Система мотивации и стимулирования в профессиональной деятельности.

№	Мотивы профессиональной деятельности	Стимулы, которые можно использовать в профессиональной деятельности
1.	Мотив самостоятельности, реализация себя в профессиональной деятельности как творческой личности	<ul style="list-style-type: none"> - Проведение собственного мастер-класса для педагогов района или города; - Повышение самостоятельности, возможность выбора программы обучения для детей; - Содействие в получении гранта на реализацию проекта педагога; - Содействие в разработке, реализации авторских программ.
2.	Мотив личного развития, приобретение новой информации.	<ul style="list-style-type: none"> - Направление на методические объединения, курсы повышения; - Предоставление времени на методическую работу; - Дополнительные дни к отпуску; - Оплата научно-методической литературы; - Содействие в переподготовке педагога по интересующим специальностям.
3.	Мотив самоутверждения, достижения социального успеха.	<ul style="list-style-type: none"> - Предоставление возможности распространения опыта педагога через конференции, педагогические семинары; - Организация обобщения опыта, содействие в подготовке собственных

		публикаций и пособий к печати; - Назначение на должность старшего воспитателя, методиста, ответственного за стажировку молодых специалистов; - Назначение педагога в состав экспертной группы;
4.	Потребность быть в коллективе	- Вхождение в состав различных органов, решающих важные проблемы жизни детского сада;
5.	Мотив стабильности и защищенности	- Гарантия защищенности от посягательств на профессиональную честь педагога со стороны недобросовестных руководителей, методистов и родителей; - Предоставление гарантированной оплаты труда за отработанные часы.
6.	Мотив состоятельности	- Методическое сопровождение различных конкурсов профессионального мастерства; - Присвоение звания победителя конкурсов различного уровня.

Для мотивации формирования профессионального имиджа педагога создается среда, обеспечивающая атмосферу вдохновения и желания продуктивно работать. Направления создания мотивационной среды:

✓ Развитие устойчивой мотивации для формирования профессионального имиджа (акцент на ценностно-мотивационных детерминантах профессиональной деятельности и потребности педагога в саморазвитии);

✓ Психологическая поддержка процесса формирования профессионального имиджа педагога;

✓ Развитие системы повышения квалификации педагога;

✓ Повышение уровня индивидуальной работы с педагогом и планирование его профессиональной карьеры.

1.2. Основные подходы к моделированию процесса формирования профессионального имиджа педагога

Осознание сложности и многокомпонентности процесса формирования профессионального имиджа педагога ДОО, приводит к необходимости упрощенного представления и систематизации упомянутого процесса. Как известно, одним из наиболее эффективных путей в сфере педагогических исследований является моделирование процесса управления.

Исследователи в области педагогики широко используют метод моделирования в качестве средства создания упрощенной системы представления сложных процессов. Моделирование занимает почетное место рядом с такими методами познания, как наблюдение и эксперимент. Научное обоснование этого метода представлено в трудах В. Афанасьева, В. Веников, Б. Глинского, И. Новик, В. Штофф и других. Вопросы моделирования в педагогических исследованиях раскрываются в работах С. Архангельского, А. Зотова, Ю. Конаржевский, Н. Кузьминой. Поскольку этот метод является интегративным, он позволяет объединить эмпирическое и теоретическое в педагогическом исследовании, то есть использовать при изучении научного объекта методы эксперимента и строительства логических конструкций, научных абстракций.

Прогностическое моделирование является одним из главных элементов системы формирования личности и педагогического проектирования. В. Загвязинский отмечает, что любое моделирование, а в особенности педагогическое моделирование – это отражение ведущих характеристик системы (оригинала) в специально построенном объекте (модели, который во многих аспектах проще оригинала и позволяет выявить то, что скрытое или не является имеющимся в оригинале благодаря сложности последнего [18].

Модель должна иметь много общего с оригиналом и открывать его новые характеристики и возможности улучшения. В качестве рабочего инструмента модель позволяет проанализировать внутреннюю структуру изучаемого объекта или процесса, систему факторов, влияющих на него, ресурсное обеспечение развития на основе выявления общих тенденций, а также внести определенные изменения в свойства структуры.

Следует отметить, что моделирование базируется на таком средстве как сравнение, как аналогия, что позволяет сделать вывод об эквивалентности двух объектов (прототипа и аналога). Таким образом, у исследователя возникает возможность переноса информации по аналогии от модели к прототипу.

Анализ процесса формирования профессионального имиджа позволяет разработать структурно-функциональную модель управления изучаемого процесса. Модель позволяет увидеть процесс формирования профессионального имиджа педагога как целостную систему, а также отделить его составляющие в их единстве и взаимодействии.

В работах Т.И. Шамова, П.И.Третьякова, Н.П. Капустина указывается, что исторический анализ развития научного менеджмента выявляет три наиболее распространенных подхода в теории управления – программно-целевой, процессный и системный.

По мере развития управления образованием основным подходом стал программно-целевой для разработки модели управления

Под программно-целевым подходом подразумевается совокупность исследовательских методов и средств по координации управленческой деятельности в соответствии с программой, направленной на согласование моделей с имеющимися ресурсами.

Процессный подход рассматривает управление как процесс, ряд непрерывных взаимосвязанных действий. Эти действия называются функциями управления. Каждая функция управления также является процессом, поскольку она состоит из ряда взаимосвязанных действий

Системный подход – это направление методологии научного познания и социальной практики, которая основана на рассмотрении объектов как систем; ориентирует исследование на рассмотрение целостности объекта, выявление различных типов соединений в нем и объединение их в единую теоретическую картину. В системном подходе специфика объекта (системы) не ограничивается спецификой его составляющих элементов, а коренится, прежде всего, в характере взаимосвязи между ключевыми элементами. В соответствии с этим подходом руководители должны рассматривать организацию как набор взаимосвязанных элементов.

Таким образом, развитие науки управления предлагает разные подходы и содержание управленческой деятельности.

Кроме подходов к управленческой деятельности большое внимание следует уделить принципам управления процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО: **реальность** – имидж педагога должен основываться на реальных достоинствах педагогического коллектива, а привнесенные специалистами характеристик, должны вытекать из них; **оригинальность** - имидж педагога должен отличаться от образов других педагогов и легко распознаваться; **направленность** - имидж педагога должен привлекать определенную целевую аудиторию; **простота и понятность** – имидж педагога не должен быть перезагружен информацией, с тем чтобы легко запоминаться; **пластичность** – имидж должен изменяться в соответствии с внешней ситуацией, а также под воздействием восприятия его потребителем. Данные принципы учитываются при создании модели и влияют на содержательное наполнение.

Опираясь на вышеизложенные позиции, нами было осуществлено моделирование управления процессом формирования профессионального имиджа.

Моделирование является универсальным методом исследования любых материальных, то есть реально существующих предметов (предметное моделирование) и идеальных объектов, явлений, процессов и систем (знаковое, информационное моделирование). В педагогических исследованиях предметом моделирования чаще всего являются сложные системы, связанные с деятельностью субъекта познания. Системное моделирование, ориентируясь на познание и управление сложноорганизованным объектом, реализует на практике целостное единство субъекта и объекта познания.

Поиск наиболее целесообразного варианта построения модели управления процессом формирования профессионального имиджа педагогов ДОО кроме изучения различных подходов к выбору модели, описанных в научно-педагогической литературе также учитывались:

- сущности категорий «педагогическое управление», «профессиональный имидж педагога ДОО», «профессиональная компетентность», «мотивационная среда» и т.д.;
- социального заказа общества на профессиональный имидж педагога;
- требований к педагогу с точки зрения Профстандарта, ФГОС дошкольного образования;
- возможностей интегрированного взаимодействия администрации, педагогов, персонала ДОО;
- обеспечения систематической диагностики результатов профессиональной деятельности и оперативной коррекции условий организации и содержания образовательного процесса.

Проектирование модели управления процессом формирования профессионального имиджа педагогов ДОО осуществлялось постепенно и включало ряд основных этапов:

- 1) определение границ модели;

- 2) определение цели и задач проектирования, их соотнесение с целью и задачами проектируемого процесса;
- 3) определение субъектов рассматриваемого процесса;
- 4) определение содержания, методов, приемов, средств, форм моделируемого процесса;
- 5) выделение организационно-педагогических условий, необходимых для достижения цели проектируемой модели;
- 6) определение основного результата, который должен быть достигнут при реализации данной модели;
- 7) обоснование технологии и инструментария его диагностики;
- 8) направления, содержание и способы коррекции расхождений, выявленных в процессе диагностики, с прогнозируемыми результатами.

Разработанная по данным алгоритмам модель управления процессом формирования профессионального имиджа имеет структурно-функциональную организацию, морфологически представлена семью компонентами: целевой, организационно-методологический, мотивационный, структурно-содержательный, инструментально-технологический, диагностический, оценочно-результативный компонент.

Целевой компонент является главным и системообразующим звеном модели, отвечающим потребностям современного общества и отражающим требования государственной образовательной политики. При этом необходимо выделить ближайшую и перспективную цели. В данном исследовании под ближайшей целью мы понимаем создание комплекса организационно-педагогических условий для повышения уровня сформированности профессионального имиджа педагога ДОО.

Под перспективной целью – формирование конкурентноспособного педагогического коллектива, способного повысить качество дошкольного образования.

Организационный рассматривает основные подходы и принципы формирования профессионального имиджа, на основе теоретических подходов изучения процесса управления.

Мотивационный компонент включает изучение потребностей всех субъектов педагогической практики в формировании имиджа педагога, как внутри, так и за пределами своей профессиональной области; психологическую готовность к участию в предстоящей работе; изучение имеющегося опыта; определение цели и задач работы, а также ее результатов.

Структурно-содержательный компонент раскрывает сущность понятия «имидж педагога», его структурные элементы, их характеристику, критерии сформированное и репрезентативности имиджа.

Инструментально-технологический компонент предполагает последовательность этапов формирования имиджа педагога, технологическую готовность субъектов педагогического труда, выработку рекомендаций по оптимизации имиджа.

Диагностический компонент определяет критерии, показатели и уровни сформированности профессионального имиджа педагога ДОО.

Оценочно-результативный предполагает оценку и экспертизу сформированного профессионального имиджа педагога ДОО, его презентацию и коррекцию в случае необходимости (рисунок 3).

Результативность и успешность процесса формирования профессионального имиджа обеспечивает целостность культуры педагогической деятельности, что полностью влияет и на имидж и рейтинг образовательного учреждения, а в дальнейшем на качество образования.

Выводы по первой главе

Таким образом, согласно вышеупомянутому мы считаем, что успешное формирование профессионального имиджа возможно при соблюдении следующих организационно-педагогических условий: привлечение педагогов к оценке уровня качества образовательных услуг своей организации, развитие понимания педагогами необходимости формирования профессионального имиджа, формирование мотивации к собственному профессиональному развитию, информационная поддержка профессиональной деятельности педагогов.

При этом стоит подчеркнуть, что индивидуально неокрашенный имидж приводит к стереотипизации, является ущербным, что ощущают, в первую очередь, воспитанники; самовыражение педагога детского сада в профессиональной деятельности для изменения, продвижения и самоутверждения имиджа, приобретение авторитета среди воспитанников, родителей и педагогического коллектива.

Более подробно рассмотрим содержание организационно-педагогических условий эффективного управления процессом формирования профессиональным имиджем педагога ДОО (таблица 4).

Таблица 4. Организационно-педагогические условия и управленческие решения формирования профессионального имиджа педагога.

№	Условия эффективного управления процессом формирования профессионального имиджа педагога.	Управленческие решения	Ожидаемые результаты
1	Привлечение педагогов к оценке уровня качества образовательных	1.Обучение педагогов образовательной организации самоанализу	• Повышение профессиональной компетентности педагогов;
		2.Обучение процедурам	

	услуг своей организации	мониторинга, диагностики качества образования 3.Разработка новых систем оценивания уровня качества образовательных услуг	<ul style="list-style-type: none"> • Улучшение качества труда педагогов; • Повышение у педагогов мотивации профессионального роста; • Повышение у педагогов интереса к самоанализу; • Устранение профессиональных барьеров.
2	Развитие понимания педагогами необходимости формирования профессионального имиджа	1.Проведение конференций, семинаров и методических объединений по формированию значений профессионального имиджа 2.Участие в профессиональных конкурсах разного уровня 3.Соответствие требованиям профессионального стандарта	<ul style="list-style-type: none"> • Желание достичь новых высот в профессии • Повышение уровня новаторства в коллективе • Развитие творческого потенциала • Развитие активного участия в проведение мероприятий
3	Формирование мотивации к собственному профессиональному развитию	1.Повышение квалификации и переподготовка за счет образовательной организации 2.Помощь со стороны руководства по организации авторского мастер-класса для педагогов 3.Создание возможностей проведения педагогами обучающих семинаров для коллег 4.Обучение педагогов основам инновационной профессиональной деятельности.	<ul style="list-style-type: none"> • Повышение интереса у педагогов к профессиональному развитию • Создание авторских программ и методик • Высокая заинтересованность в инновационной деятельности • Изменение позиции педагога к нововведениям
4	Информационная поддержка профессиональной деятельности педагогов	1.Развитие системы наставничества, как формы приобщения молодых педагогов к профессиональной деятельности 2.создание в организации электронной образовательной среды 3.предоставление бесплатной научно-методической литературы.	<ul style="list-style-type: none"> • Реализация творческого подхода к работ и обучению • Повышение интереса педагога к самообразованию • Наличие у педагогов системы знаний и умений для ведения опытно-экспериментальной работы.

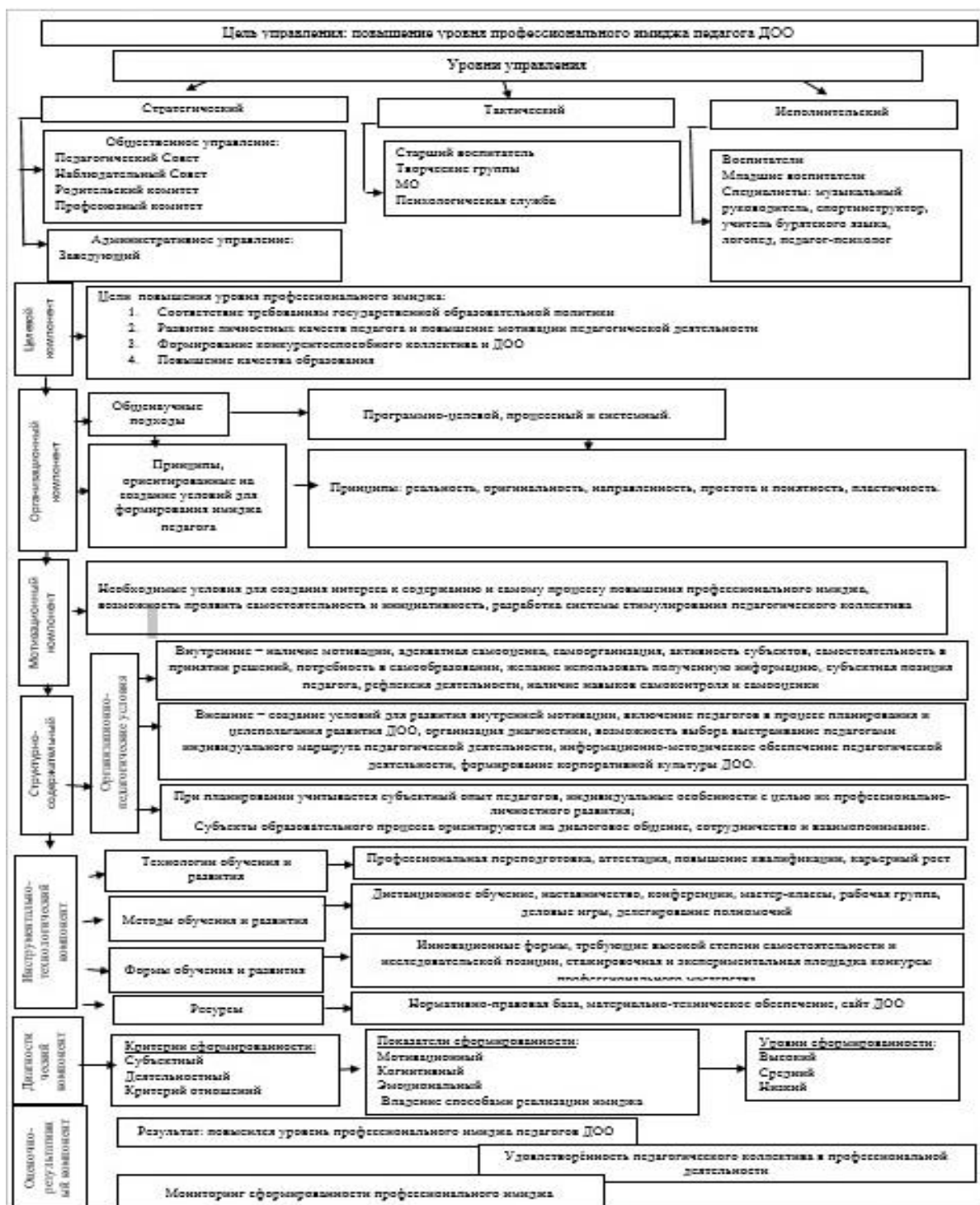


Рисунок 3. Модель управления процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО.

ГЛАВА 2. ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ РАБОТА, НАПРАВЛЕННАЯ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ИМИДЖА ПЕДАГОГА

2.1. Анализ уровня сформированности профессионального имиджа в дошкольной образовательной организации

Краткая информация об образовательной организации.

Детский сад в 2023 год отметил своё 60-летие. Детский сад со своими традициями, коллективом и историей. В ДОО осуществляется первая ступень уровней общего образования Российской Федерации - дошкольное образование. Форма обучения - очная. Нормативный срок освоения образовательной программы дошкольного образования - 4 года.

Общая численность детей обучающихся в данном учреждении – 320 детей списочно (данные на декабрь 2022 год). Из них 56% мальчиков и 44% девочек воспитываются по общеобразовательной программе «От рождения до школы» под ред. Н.Е. Вераксы, Т.С. Комаровой, М.А. Васильевой. 4 ребенка (диагноз ЗПР, дети с ОВЗ) развиваются по индивидуальной образовательной программе.

Данное дошкольное образовательное учреждение имеет свой Устав, лицензию, коллективный договор и правила внутреннего распорядка.

Управление в дошкольном образовательном учреждении – линейное. Непосредственное руководство учреждения осуществляется заведующим. При решении стратегических вопросов развития учреждения, корректировке образовательной программы и организации жизни детско-взрослого сообщества активно участвуют все институты самоуправления: управляющий совет, родительские комитеты, педагогический совет.

Управляющая система состоит из 2-х структур:

I структура – общественное управление: педагогический совет, наблюдательный совет учреждения, родительский комитет, деятельность которых регламентируется Уставом детского сада и соответствующими положениями.

II структура – административное управление – заведующий.

Также есть уровни управления:

I уровень – заведующая ДОО и Наблюдательный совет. Решает финансовые, материальные, организационные, правовые, социально – психологические условия для реализации функции управления образовательным процессом в учреждении.

II уровень – старший воспитатель, заведующий по хозяйственным вопросам, медицинский персонал.

III уровень управления осуществляется воспитателями, специалистами и обслуживающим персоналом.

Дошкольное образовательное учреждение полностью укомплектовано кадрами. Педагоги детского сада постоянно повышают свой профессиональный уровень, посещают методические объединения, знакомятся с опытом работы своих коллег и других дошкольных учреждений, приобретают и изучают новинки периодической и методической литературы. Все это в комплексе даст хороший результат в организации педагогической деятельности и улучшении качества образования и воспитания дошкольников. Педагогический состав стабилен.

Таблица 6. Количественный состав персонала по должностям.

Количество работников по должностям	Из них						
	Заведующий	Ст.воспитатель	Педагогический персонал		Завхоз	Мл. воспитатели	Обслуживающий персонал
			всего	воспитатели			
64	1	1	20	15	1	11	15

Воспитательно-образовательную работу осуществляют 20 педагогов: из них 15 воспитателей и специалисты: учитель-логопед, инструктор по физической культуре, музыкальные руководители (2 специалиста), учитель бурятского языка.

Таблица 7. Характеристика кадрового педагогического состава.

Характеристика кадрового педагогического состава		Кол-во	%
1. По образованию	высшее педагогическое образование	15	75
	среднее педагогическое образование	5	25
2. По стажу	до 5 лет	6	30
	от 5 до 10 лет	4	20
	от 10 до 20 лет	6	30
	свыше 20 лет	4	20
3. По результатам аттестации	высшая квалификационная категория	3	15
	первая квалификационная категория	10	50
	не имеют квалификационной категории	7	35
4. По возрасту	Моложе 25 лет	3	15
	25-35 лет	10	50
	Старше 35 лет (из них пенсионеры)	7 (1)	35
5. Участие в конкурсах профессионального мастерства	Муниципального уровня	17	85
	Регионального уровня	3	15
	Всероссийского уровня	0	0
	Международного уровня	0	0

В данном образовательном учреждении работает 20 педагогов, имеющие разные категории. Из них с высшей категорией – 3 педагога, хотелось бы отметить, что в данном учреждении есть педагоги, которые не имеют категории. Это говорит о том, что педагогический состав не мотивирован на повышение своей квалификации, что автоматически снижает имидж работников дошкольного учреждения.

Уровень образования педагогических работников соответствует требованиям занимаемой должности, большинство коллег имеют высшее

педагогическое образование, а малая часть коллектива имеет среднее профессиональное образование.

Также из данных таблицы 7 видно, что педагоги участвуют в конкурсах профессионального мастерства, но уровень только муниципального уровня и всего 3 человека регионального уровня. Можно сделать вывод, что у педагогов нет мотивации участвовать в подобных конкурсах и повышать уровень мастерства.

Для определения среднего возраста педагогического персонала учреждения, необходимо сложить возраст всех педагогов и разделить на общее количество. Таким образом, у нас получился средний возраст – 36, 7 лет. Это достаточно средний показатель, старение педагогического коллектива не наблюдается.

В целях повышения качества образовательной деятельности в ДОО проводится целенаправленная кадровая политика, основная цель которой – обеспечение оптимального баланса процессов обновления и сохранения численного и качественного состава кадров в его развитии, в соответствии потребностями ДОО и требованиями действующего законодательства.

В целом кадровая политика в дошкольной образовательной организации имеет принципы и подходы, в том числе и в осуществлении стимулирования и мотивирования педагогов к профессиональной деятельности. Рассмотрим основные формы и методы стимулирования в данной организации: материальные методы стимулирования- надбавка к должностным окладам стимулирующего характера за профессиональное мастерство, качество выполняемой работы, повышение % посещаемости детей, планирование, организация и контроль проектной деятельности, публикация опыта; при присвоении квалификационной категории, при присвоении ученых степеней, премиальные выплаты с соответствующим награждением благодарностью.

Моральные методы стимулирования – предоставление кандидатуры на присвоении почетного звания, награждение грамотами, похвальными

листами, благодарностями разного уровня, публикации статей в печатных изданиях, содействие в получении гранта на реализацию проекта.

Трудовые методы стимулирования – привлечение педагога к работе в творческих группах, организация семинаров по программе самообразования педагога, организация персональной выставки достижений педагога и его воспитанников, (при согласовании и наличии подменного педагога) установление наиболее удобного графика работы, предоставление учебного отпуска.

Чтобы увидеть перспективы развития и стратегию формирования профессионального имиджа, мы воспользовались методом SWOT- анализа. В итоге анализа внутренней и внешней среды, мы получили следующие данные и выразили их в таблице 8.

Цель: высокий профессиональный имидж педагога	
<u>Сильные стороны:</u> 1. Аттестация педагогического состава 2. Обучение по приобретению дополнительного образования (магистратура) 3. Участие в профессиональных конкурсах 4. Отзывы родителей 5. Сайт ДОО	<u>Возможности:</u> 1. Введение страницы в социальных сетях 2. Участие в конференциях, семинарах разного уровня. 3. Привлечение молодых специалистов. 4. Применении инновационных технологий.
<u>Слабые стороны:</u> 1. Невостребованность профессии 2. Не соответствие заработной платы и предъявляемым требованиям. 3. Неквалифицированные сотрудники 4. Материально-техническая база полностью несформирована 5. Несформированный имидж педагога. 6. Отсутствие социального партнерства и обмена опытом.	<u>Угрозы:</u> 1. Текучка кадров 2. Отсутствие мотивации педагогической деятельности 3. Несогласованность действий на всех уровнях управления.
Стратегия: 1. Разработать модель формирования профессионального имиджа педагога ДОО. 2. Заключить договор с Педагогическим Институтом о прохождении практики студентов. 3. Повысить % участия педагогов в конкурсах профессионального мастерства. 4. Присвоение статуса «экспериментальной площадки» ДОО	

Сегодня говорить о профессиональном имидже педагога ДОО можно с позиции наблюдения и анализа их профессиональной деятельности. В саду по итогам года педагоги заполняют диагностические карты и карты

самоанализа своей деятельности. Педагогический совет анализирует работу каждого педагога и выстраивает рейтинг педагогов сада. Следует отметить, что одним из показателей наличия здоровой профессиональной среды в ДОО, мотивации педагогической деятельности и профессионального развития в коллективе является постоянное участие педагогов в конкурсах, организованных именно садом («Гордое звание - воспитатель», «Иновации в педагогике», «Воспитатель года», «Молодой педагог»), проведение мастер-классов, показательных образовательных событий для родительской общественности, Панорамы открытых занятий, активное участие и подготовка воспитателя к семинарам, педсоветам, публикация педагогами своих научных статей, участие в конкурсах профессионального мастерства муниципального, регионального, Всероссийского уровней и многое другое.

В образовательной организации имеется «Коллективный договор». Изучив данный документ, мы выяснили, что каждый педагог имеет право на стимулирующую выплату, т.е. доплаты к зарплате, ежеквартальные выплаты, поощрительные премии. Размеры доплат, надбавок и премий стимулирующего характера утверждается администрацией ДОО и группы по распределению стимулирующей части (состав утверждается ежегодно путем закрытого голосования)

Цель опытно-экспериментальной работы заключалась в том, чтобы доказать гипотезу данной работы, а также создать модель управления по формированию профессионального имиджа педагогов ДОО и проверить её эффективность.

Задачи эксперимента:

1. Разработать критерии и показатели уровня сформированности профессионального имиджа педагога ДОО.

2. Выявить уровень сформированности профессионального имиджа педагога.

Экспериментальная работа включала 3 этапа: констатирующий; формирующий; контрольный.

I. Констатирующий эксперимент.

Цель констатирующего этапа исследования заключалась в выявлении представлений об имидже педагога у трех основных групп: родители (основных заказчиков воспитательно-образовательных услуг), педагогов ДОО и детей подготовительной группы. Также на констатирующем этапе эксперимента, необходимо выявить критерии и показатели уровня сформированности профессионального имиджа педагога. Исходя, из выявленных критериев и показателей, подбор методов эксперимента.

Констатирующий этап эксперимента был проведен в августе 2021 году.

II. Второй этап эксперимента – формирующий.

Цель: на данном этапе, мы проводим комплекс мероприятий по повышению уровня сформированности профессионального имиджа педагога. Формирующий этап был осуществлен с сентября 2021 года по апрель 2022 года.

III. Контрольный эксперимент.

Цель: провести повторную входную диагностику и сделать качественный и количественный анализ полученных результатов. Доказать эффективность предложенной модели.

Проанализировав нормативные документы, которые определяют имидж педагогов данной образовательной организации, мы пришли к выводу, что основным документом детского сада является её устав, в котором прописаны обязанности педагогов, формирующие образ педагога ДОО. В документе отмечено, что в обязанности педагога входят:

1. Выполнять устав ДОО, правила внутреннего трудового распорядка, правила по технике безопасности и пожарной безопасности, условия трудового договора, должностные инструкции.

2. Охранять жизнь и здоровье детей во время образовательного процесса.
3. Защищать ребенка от всех форм физического и психического насилия.
4. Сотрудничать с семьей по вопросам воспитания и обучения ребенка.
5. Обладать профессиональными умениями, постоянно их совершенствовать.
6. Соблюдать нормы профессиональной этики, быть вежливыми с другими работниками ДОО, родителями (законными представителями) детей, с воспитанниками, иными посетителями ДОО, воздерживаться от действий или высказываний, ведущих к нарушению морально-психологического климата в коллективе.
7. Учитывать особенности психофизического развития воспитанников и состояние их здоровья, соблюдать специальные условия, необходимые для получения образования лицами с ограниченными возможностями здоровья, взаимодействовать при необходимости с медицинскими организациями.
8. Проходить в соответствии с трудовым законодательством предварительные при поступлении на работу и периодические медицинские осмотры, а также внеочередные медицинские осмотры по направлению ДОО.
9. Планировать и осуществлять образовательно-воспитательную работу в соответствии с программами, принятыми педагогическим советом.
10. Соблюдать права и свободы воспитанников, нести ответственность за их жизнь, здоровье и безопасность в период образовательного процесса.
11. Выполнять правила по охране труда и пожарной безопасности.

12. Выполнять иные обязанности, предусмотренные федеральными законами, нормативными правовыми актами субъекта РФ, актами органов местного самоуправления, локальными нормативными актами ДОО.

Кодекс профессиональной этики педагогических работников данной организации, включает в себя задачи по улучшению имиджа педагогов. Это определяется взаимоотношениями педагогов с обучающимися, родителями, коллегами и администрацией ДОО.

Кроме указанных документов в данной организации принято положение об изучении образовательных потребностей, запросов и степени удовлетворенности качеством образовательных услуг детей и их родителей (законных представителей), которое позволяет изучить образовательные потребности обучающихся, а также оценить удовлетворенность родителей и учащихся деятельностью образовательной организации.

Стоит отметить, что удовлетворенность обучающихся и родителей имеет важное значение для имиджа организации, так как в значительной степени определяет «образ» детского сада в глазах общественности, служит каналом для трансляции того или иного мнения относительно образовательной организации.

На констатирующем этапе эксперимента, мы выявили критерии и показатели сформированности профессионального имиджа педагога ДОО, исходя из составляющих имиджа (внутренний, внешний и поведенческий компонент) и определили методы и методики, далее привели данную таблицу.

Таблица 9. Критерии и показатели уровня сформированности имиджа педагога ДОО.

№	Критерий	Показатель
1.	Субъектный	<ul style="list-style-type: none"> • Мотивационный • Когнитивный • Эмоциональный
2.	Деятельностный	-владение способами реализации имиджа педагога. -владение способами диагностики проявлений имиджа педагога в профессиональной деятельности; -владение способами коррекции и развития имиджа педагога.
3.	Критерий отношений	<ul style="list-style-type: none"> • комфортная психологическая атмосфера в процессе взаимодействия субъектов образовательного процесса.

Мониторинг удовлетворенности обучающихся и родителей может служить средством оценки имиджа организации в целом и педагога в частности.

На основании проанализированных документов мы выделили три уровня управления формированием имиджа педагога образовательной организации:

- высокий уровень, при котором в образовательной организации разработаны четкие критерии имиджа педагогов, комплекс мероприятий по его формированию и система определения его эффективности;

- средний уровень, при котором в образовательной организации есть критерии имиджа педагогов, прописанные в нормативных документах, определена система оценки эффективности имиджа, но в недостаточной степени проработаны мероприятия по формированию имиджа педагога;

- низкий уровень, при котором в образовательной организации есть критерии имиджа педагогов, но не ведется система определения его эффективности и мероприятия по формированию имиджа педагогов.

В силу сложившихся в стране социально – экономических и политических условий образовательная система России оказалась в сложном положении. В связи с этим для педагога огромное значение приобретают способность адаптироваться к социальным переменам,

профессиональная гибкость, готовность к успешному решению задач в новых условиях. Новые задачи образования придают огромную значимость в вопросах имиджа педагога, как одного из профессиональных важных качеств современного педагога.

Проблема управления формированием имиджа педагога на сегодняшний день является актуальной, поскольку требует поиска, разработок и применения управленческих, познавательных и эстетических средств для создания положительного образа педагога.

Управление формированием имиджа педагога нацелено на развитие личности и неразрывно связано с развитием желания к самостоятельному пополнению своих знаний, что является одной из важных форм системы непрерывного повышения квалификации педагогов.

С целью изучения процесса управления формированием имиджем педагогов образовательной организации нами было изучено мнение родителей воспитанников и педагогов. В исследовании приняли участие 20 педагогов, 100 родителей и 70 детей подготовительной группы.

Нами были разработаны анкеты: анкета для родителей «Качества идеального воспитателя»; тест для воспитанников «Воспитатель глазами детей»; анкета для педагогов «Мой профессиональный имидж» и «Анализ мотивации деятельности педагогов».

Для изучения потребностей и требований родителей к воспитателю, мы разработали анкету, где проанализировали общую удовлетворенность образовательным процессом и выявили те качества, которые важны родителям (потребители образовательных услуг). Получив результаты анкетирования можно сказать, что 100% родителей удовлетворены образовательным процессом, 85% считают, что у воспитателя есть авторитет как у детей, так и у родителей. Многие родители (95%) прислушиваются к советам педагога, также родители уверены (75%), что педагог создает условия для разностороннего развития их детей. Отмечают также немаловажный фактор и внешний вид, речь и стиль общения с

детьми. Выделяют такие качества как опрятность (75%), макияж (65%), маникюр (55%) и прическу (65%). Речь по мнению родителей должна быть богата и эмоционально насыщена (70%). Родители утверждают, что общение детей и воспитателя должно быть построено на доверии и не быть авторитарным. Большинство родителей указали и на профессиональные умения и навыки при организации образовательного процесса (90%). Но самое главное для родителей это любовь к их детям, умение найти с ним общий язык и поддержание его развития. 100% утверждают, что дети с удовольствием посещают детский сад, получают полную информацию о результатах их детей.

Таким образом, результаты, полученные с помощью анкеты «Качества идеального воспитателя», позволяют сделать вывод о том, что в данной организации имидж педагогов находится, по мнению родителей, на среднем уровне, с точки зрения опрошенных стоит обратить внимание на стиль одежды педагогов, средства общения с воспитанниками и родителями.

Для изучений представлений воспитанников об имидже педагога нами использовалась тест «Воспитатель глазами детей»

Цель: выявление индивидуальных переживаний ребенка старшего дошкольного возраста по отношению к воспитателю, а также эмоциональных состояний и чувств, переживаемых автором рисунка. Методика позволяет ответить на следующие вопросы: Как видят воспитателя дошкольники? Как относятся к нему? Какие чувства преобладают у ребенка при общении с тем или иным воспитателем?

Проанализировав рисунки детей, можно сделать вывод, что общее психологическое состояние в группе очень хорошее, все дети рисуют образ воспитателя достаточно крупным с детально прорисованными элементами одежды, аксессуаров. Части тела пропорциональны телу. Рисунки получились яркие, дети использовали при создании рисунка в основном пастельных тонов, без ярких пятен. Дети чувствуют себя комфортно, не

бояться взаимодействовать с педагогом, что указывает на малое количество посторонних предметов на рисунке.

Вывод, что для большинства воспитанников впечатление об педагоге складывается по внешним вербальным и невербальным характеристикам.

Анкета для педагогов «Современный педагог - кто он?», поможет выяснить как педагог относится к формированию профессионального имиджа и насколько сформированы знания о профессиональном имидже педагога, а анкета «Анализ мотивации деятельности педагогов», позволит определить мотивы, значимые для педагога, ведущие в коллективе ОУ и те, на которые ориентируется администрация.

Полученный данные анкетирования «Современный педагога – кто он?», 75% педагогов убеждены, что имидж педагогу необходим, но не созданы условия в данной организации для его формирования и 55% педагогов утверждают, что составляющие имиджа это только внешний облик и требования к общению определены рамками решения профессиональных задач. 80% респондентов решили, что имидж - это мнение о педагоге сформированное окружающими и носит индивидуальный характер.

Результаты анкетирования по определению мотивов деятельности педагогов, помогли выяснить мотивы, значимые для педагога лично, для коллектива в данной организации и для администрации. Способом ранжирования от наиболее значимого до менее значимого, где 1 – менее значимое, 3 – наиболее значимое (см.табл. 10).

Таблица 10. Мотивы профессиональной деятельности педагога.

Мотивы деятельности.	Значимые для педагога	Значимые для коллектива	Значимые для администрации
Стремление к достижению профессиональных успехов.	7 педагогов 35%	5 педагогов 25%	8 педагогов 40%
Осознание социальной значимости педагогического труда.	6 педагогов 30%	8 педагогов 40%	6 педагогов 30%
Стремление проявить и утвердить себя в	12 педагогов 60%	5 педагогов 25%	3 педагога 15%

профессии.			
Хорошее отношение, профессиональное взаимопонимание коллег.	6 педагогов 30%	4 педагога 20%	10 педагогов 50%
Желание проявить творчество в работе.	5 педагогов 25%	10 педагогов 50%	5 педагогов 25%
Возможность самостоятельно планировать свою деятельность.	14 педагогов 70%	5 педагогов 25%	1 педагог 5%
Уважение и поддержка со стороны администрации.	18 педагогов 90%	1 педагог 5%	1 педагог 5%
Стремление к получению большого материального вознаграждения.	16 педагогов 80%	3 педагога 15%	1 педагог 5%

То есть, если проанализировать полученные результаты с точки зрения функций управления имиджем педагога, то можно отметить, что наиболее полно реализуется функция мониторинга, сбора первичной информации об имидже педагога, но, скорее с формальной стороны реализована функция по непосредственной разработке мероприятий, направленных на формирование имиджа педагога, ведь, как указано выше, в организации отсутствует полноценный комплекс мер по управлению имиджем педагога, который бы удовлетворял всех участников образовательного процесса.

Анализ полученных данных позволит руководителю организации увидеть мнение родителей о педагогах, восприятии педагога глазами детей, а так же мнение самих педагогов о своей профессии и имидже. Эта работа позволит создать модель управления, включающая комплекс мероприятий для повышения качества управления формированием имиджем педагогов.

Общий вывод констатирующего эксперимента: педагоги детского сада №62 имеют понимание об имидже, о его составляющих. Многие убеждены, что он необходим каждому педагогу, но не каждый видит положительные стороны имиджа. Выявили, что многие педагоги не владеют техниками, способами для развития, формирования и корректировки профессионального имиджа. Также в ходе наблюдения, мы

заметили, что педагоги предпочитают авторитарный режим преподавания, который требует от детей только подчинения, больше работают над созданием внешнего положительного образа, учитывая запросы родителей, нежели внутреннюю действительную работу по выстраиванию своего профессионального имиджа, отражающего их творческий поиск и индивидуальность подходов к детям.

Общий психологический комфорт положительный, мотивационная среда сформирована достаточно, но из-за отсутствия престижа профессии и недостаточного материального поощрения, мотивация к формированию профессионального имиджа находится на низком уровне.

2.2. Реализация модели управления процессом формирования профессионального имиджа педагога

Результаты констатирующего эксперимента позволили доказать необходимость создания модели управления процессом формирования профессионального имиджа педагогов ДОО, в которой мы определили организационно-педагогические условия.

Целью формирующего этапа эксперимента является непосредственно формирование имиджа педагога современного образовательного учреждения.

Нами было проведено исследование по выявлению особенностей управления формированием имиджа педагогов ДОО. По анализу первичных данных полученных в результате проведения следующих анкет: анкета для родителей «Качества идеального воспитателя»; анкета для учащихся «Воспитатель глазами детей», анкета для педагогов «Современный педагог - кто он?» и тест «Анализ мотивации деятельности педагогов», мы выяснили, что управление формированием имиджа

педагогов находится на среднем уровне. В образовательном учреждении разработаны нормативные документы, определяющие критерии имиджа педагогов и мониторинг их оценки, однако в процессе реализации мер по формированию имиджа педагога не полностью учитываются ожидания родителей, детей и самих педагогов, в связи с чем отсутствует целостный образ педагога, удовлетворяющий всем указанным категориям.

Большинство руководителей полагают, что реализация системы по формированию профессионального имиджа излишне, поскольку требует определенного выделенного времени для обучения педагогов техникам формирования профессионального имиджа, полагают, что для этого необходимо выделить специалиста для повышения уровня профессионального имиджа – коучера. Также руководители уверены, что у каждого педагога есть уже сформированный имидж, который сам педагог сформировал его во время педагогической деятельности.

В детских садах уже много лет есть проблема нехватки персонала, нехватки высококвалифицированного специалиста, а значит заведующие стремятся использовать все возможности для повышения мотивации к профессиональной деятельности, для повышения имиджа ДОО и повышение уровня сформированности профессионального имиджа каждого педагога и специалиста.

Профессиональное развитие педагогов в дошкольном образовательном учреждении проходит под влиянием педагогической среды, педагогического коллектива и профессиональной деятельностью его членов. Однако результаты такого процесса складываются стихийно, под влиянием разнообразных факторов. Если мы хотим получить эти результаты, нужна целенаправленная деятельность, то есть необходимо управление данным процессом. Выдвигая на передний план функциональный подход в управлении процессом формирования профессионального имиджа педагогов ДОО можно выделить одну из основных функций – мотивационную. Тогда важнейшей задачей

администрации ДОО становится создание условий, которые мотивировали бы педагогов на профессиональное развитие и в дальнейшем на формирование профессионального имиджа. Процесс формирования профессионального имиджа – это сложная многоуровневая, многокомпонентная система управленческих решений, отражающая специфику дошкольной образовательной организации.

В связи с этим, нами был разработан и реализован в данной организации комплекс мероприятий по формированию имиджа педагогов, с целью повышения качества управления формированием имиджа педагогов.

Комплекс мероприятий по повышению качества управления формированием имиджа педагогов включает в себя конференции, круглые столы, выступление на педагогическом совете, мастер классы, применение которых рассчитано на один учебный год. Выбор именно этих форм работы позволяет решить ряд проблем, выявленных в ходе диагностики:

- выявить, и открыто обсудить участникам образовательного процесса представления об идеальном имидже педагога;
- детскому саду или отдельным педагогам поделиться опытом, наработанным в сфере управления формированием имиджа педагогов;
- управлять формированием имиджа педагогов с учетом современных технологий.

Цель рассматриваемого комплекса: совершенствование управления формирования имиджа педагогов образовательной организации на основе выявленных особенностей.

Ниже представлено календарно - тематическое планирование мероприятий (таблица 11).

Таблица 11. Комплекс мероприятий по совершенствованию управления формированием имиджа педагогов

Мероприятия	Цель мероприятия	Дата проведения
Мастер-класс «Педагогическое мастерство»	Выделение критериев, влияющих на качество работы педагога и учреждения	07.09.2022
Методическое объединение «Профстандарт педагога ДОО»	Обеспечение перехода учреждения на работу в условиях действия профессионального стандарта «Педагог»	20.09.2022
Круглый стол «Педагог будущего»	Формирование образа современного педагога	15.10.2022
Тренинг «Формирование профессионального имиджа»	Формирование навыков построения собственного профессионального имиджа	10.11.2022
Конференция «Продвижение имиджа образовательного учреждения»	Актуализация проблемы управления формированием имиджа педагога	12.12.2022
Педагогический совет «Сайт педагога как средство повышения имиджа»	Ознакомление педагогов с современными технологиями формирования имиджа педагога	13.01.2023
Конкурс «Молодой педагог»	Выявление достижений молодых педагогов, развитие инновационной активности молодых педагогов в современной образовательной среде России, профессиональное совершенствование, эффективная адаптации педагогической молодежи в коллективе.	24.02.2023
Мастер-класс для родителей «Создай свой имидж»	Создание представления у родителей об их вкладе в управление формированием имиджа педагога детского сада	28.02. 2023
Педагогический совет «Повышение профессиональной компетенции педагога необходимое условие для развития современной образовательной организации»	Определение значения профессиональной компетенции педагога для создания его имиджа	11.03. 2023
Конференция «Имидж современного педагога»	Создание образа современного педагога, отражающего мнения родителей, детей и педагогов	15.04. 2023

--	--	--

Данный комплекс мероприятий поможет руководителю в повышении уровня сформированности профессионального имиджа, задействовать большое количество педагогов в повышении профессиональной компетенции, развитие творческого потенциала педагогов, умение делать качественный анализ собственной деятельности, повысить мотивацию к профессиональной деятельности, развитие умения работать в интернет ресурсах, а также на сайте организации. А также повысить самосознание педагога о значимости профессии в формировании будущего общества.

Цель контрольного этапа эксперимента - управления процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО.

Задачей контрольного этапа эксперимента выступала сравнение результатов констатирующего и контрольного этапа эксперимента.

После реализации комплекса мероприятий по повышению качества управления формированием имиджа педагогов в данной образовательной организации нами было проведено повторное исследование имиджа педагогов школы, с помощью методик, применяемых при первичной диагностике.

Результаты, полученные с помощью анкеты «Качества идеального педагога» показывают, что лишь 4 родителя отметили, что педагога придерживается авторитарного стиля общения как с детьми, так и с родителя. Стоит отметить, что при первичном анкетировании авторитарность педагогов отмечали 7 родителей, теперь же их число снизилось до 4, и на первый план выступило умение общаться.

При первичном анкетировании 34 опрошенных родителя считали, что значительная часть педагогов не может встать на позицию родителя, то при повторном исследовании количество родителей с подобным мнением снизилось до 29 человек, что свидетельствует об улучшении взаимоотношений между педагогами и родителями, и как следствие,

повышение имиджа педагога в глазах родителей. Кроме того, снизилось и количество родителей, которые подчеркивают резкость и несдержанность педагогов, было 19, стало 15, что также положительно влияет на имидж педагога. Можно считать, что по данному вопросу анкеты наблюдается положительная динамика (отрицательные особенности педагогов, по мнению родителей, сократились на 9%). Теперь уже не 47 родителей, а 56% опрошенных считают, что у педагогов нет таких особенностей поведения, которые вызывали бы отталкивающую реакцию.

Как и при первичном анкетировании, большая часть родителей (88%) считают самым приемлемым стилем педагога демократический стиль, 12% важным считают для современного педагога авторитарный стиль общения и попустительский стиль общения родители не считают приемлемым для современного педагога. Однако, количество родителей, отдающих предпочтение демократическому стилю увеличилось на 3 % (было 85 – стало 88), что свидетельствует об изменении представлений родителей об имидже современного педагога, их переориентацию на такой педагогический стиль взаимодействия, когда педагог и дети находятся на равных позициях.

Значительно увеличилось число родителей, которые считают, что педагог должен заниматься всесторонним развитием личности детей: при первичном анкетировании – 75%, сейчас 90%, то есть на 15%. Полученные данные означают, что имидж педагога ДОО зависит не только от качества знаний ребенка, но и от умения общаться с ним, о чем, в свою очередь, говорилось в течение года на мероприятиях для родителей в рамках повышения качества управления формированием имиджа педагога ДОО.

Важно, что при первичной диагностике громкую речь педагога отмечали 18 родителей, при повторной же – 15 родителей, что на 3% меньше. Это позволяет сделать вывод о том, что часть педагогов стала более основательно подходить к выбору тональности голоса в учебном

процессе, что было отмечено родителями и повысило их имидж, по мнению последних по этому параметру.

При повторном исследовании удовлетворенности родителей работой педагогов ДОО значительно увеличился процент родителей, удовлетворенность которых находится на высоком уровне (было 32% - стало 48 %) – на 16%. И на 1% уменьшилось количество родителей, не удовлетворенных работой педагогов ДОО (было 11% - стало 10%).

То есть, по проведенной после комплекса мероприятий анкете, можно сказать, что родители, в большей степени, удовлетворены работой педагогов данной организации.

Сравнительные результаты, полученные с помощью анкеты для воспитанников «Воспитатель глазами детей», позволяют сделать вывод, что представления об имидже педагога в глазах воспитанников остались прежними, однако несколько возросла значимость профессии педагога. В рисунках детей появились цветы, зелень, что свидетельствует о доверительности и высокой степени симпатии к педагогу.

Важно, что в сравнении с результатами, полученными в ходе первичной диагностики, имидж педагога стал соответствовать представлениям родителей, воспитанников и самих педагогов. То есть, имидж педагога данной организации стал работать «на педагога» и детский сад.

По результатам анкетирования для педагогов «Современный педагог-кто он?» мы получили следующие данные: увеличился процент педагогов, которые убеждены, что имидж необходим каждому педагогу; многие коллеги уже могут сформулировать, что такое профессиональный имидж; на 15% (70%) увеличилось количество педагогов, которые отмечают, что имидж – это не только внешний облик, но и способ манипулирования, способ общения. И 95% педагогов, что формирование профессионального имиджа носит коллективный характер и в данной организации созданы все условия для его формирования.

Положительная тенденция выяснилась и при сравнительном анализе мотивов деятельности педагогов (таблица 12).

Таблица 12. Мотивы профессиональной деятельности педагога.

Мотивы деятельности.	Значимые для педагога	Значимые для коллектива	Значимые для администрации
Стремление к достижению профессиональных успехов.	12 педагогов 60%	6 педагогов 30%	2 педагога 10%
Осознание социальной значимости педагогического труда.	13 педагогов 65%	5 педагогов 25%	2 педагога 10%
Стремление проявить и утвердить себя в профессии.	12 педагогов 60%	5 педагогов 25%	3 педагога 15%
Хорошее отношение, профессиональное взаимопонимание коллег.	4 педагогов 20%	4 педагога 20%	16 педагогов 80%
Желание проявить творчество в работе.	10 педагогов 50%	8 педагогов 40%	2 педагога 10%
Возможность самостоятельно планировать свою деятельность.	14 педагогов 70%	5 педагогов 25%	1 педагог 5%
Уважение и поддержка со стороны администрации.	18 педагогов 90%	1 педагог 5%	1 педагог 5%
Стремление к получению большого материального вознаграждения.	16 педагогов 80%	3 педагога 15%	1 педагог 5%

Исходя из полученных результатов, можно утверждать, что функция управления имиджем педагога в данной организации реализована в полной мере, подобранные и проведенные мероприятия способствовали повышению качеством управления формированием имиджа педагога и переходу на высокий уровень управления формированием имиджа педагога образовательного учреждения.

Анализ протоколов наблюдения и результатов контрольного этапа эксперимента позволил сделать вывод о повышении уровня мотивации к профессиональной деятельности, уровня удовлетворенности профессиональной деятельностью, повышение значимости профессионального имиджа для педагога ДОО.

По результатам анкетирования «Мотивы профессиональной деятельности» изменилось отношение педагогов к профессиональной деятельности, что свидетельствует о повышении процентного соотношения мотивов между «Значимых для педагога» и «Значимым для администрации». У педагога повысилось стремление к достижению профессиональных успехов, на 10% повысился уровень значимости в коллективе, на 25% повысилось желание проявить свои творческие навыки и умения в работе, очень важным для педагогов осталось материальное вознаграждение (90%) за проделанную работу и уважение со стороны администрации (80%). Возможность планировать свою деятельность стало тоже одно из самых важных мотивов профессиональной деятельности.

Выводы по второй главе

Предложенная модель управления процессом формирования профессионального имиджа педагога ДОО показала эффективность предложенных мероприятий, что доказывается положительной динамикой развития как мотивации к профессиональной деятельности, так и уровнем сформированности профессионального имиджа педагогов ДОО. В целом после внедрения новой системы поощрения активности педагогов повысилась степень их участия в жизни детского сада. Многие из педагогов отметили сплоченность при работе в творческих группах, увеличился процент педагогов, включенных в обсуждение и решение проблем развития ДОО, улучшение взаимоотношений в коллективе, которые проявлялись в таких формах как поддержка, консультация и помощь в организации мероприятий.

В инновационной деятельности образовательной организации зафиксировано повышение заинтересованности педагогов в решении поставленных задач, увеличилось число педагогов, участвующих в

разработке предложений по улучшению работы детского сада, по внедрению инновационных технологий.

Понимания значения профессионального имиджа в педагогической деятельности повысилось у большинства коллектива, что отражается и в отношении родителей к педагогическому коллективу. Доверительные отношения между педагогом и родителем очень важно в формировании профессионального имиджа педагога, ведь без поддержки родителей очень сложно координировать процесс формирования положительного имиджа педагога. Родители также отметили, что педагогический коллектив открыт к общению и адекватно принимает как похвалу, так и претензии. Многие родители выделили уровень профессионализма педагогического коллектива, разнообразие форм и методов обучения детей, что очень радует родителей и их детей, в ведение страницы в социальных сетях педагогами благоприятно влияет на имидж детского сада.

Отношение детей к воспитателю только укрепилось, что свидетельствуют рисунки детей. Появление разнообразных красок, образов с четко выделенными пропорциями тела, без агрессивных элементов, свидетельствует о положительной эмоциональной среде в группе. Многие дети прорисовывают элементы одежды в образе педагога, что свидетельствует о привлекательности внешнего вида педагога.

Также можно отметить и отношение педагогов к формированию профессионального имиджа, что свидетельствует о повышении активности в профессиональной деятельности и желании самосовершенствоваться, саморазвиваться. Многие педагоги начали уделять больше внимания соответствию внешнего вида с внутренним миром. Появилось желание консультироваться с администрацией по решению профессиональных и личностных задач. Почти 90% педагогов уверены в том, что каждому педагогу необходим профессиональный имидж и формируется не спонтанно, а организованно с учетом индивидуальных качеств педагога.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Общество, порождая требования к профессиональному имиджу педагога, влияет на его содержание. Но из поколения в поколение неизменными остаются такие качества идеального педагога, как любовь к детям, доброжелательность, искренность, умение общаться.

Профессиональный имидж педагога, действительно, является важнейшим качеством, и выступает условием становления и развития его педагогического мастерства и составляет содержание педагогической культуры в целом.

В ходе написания диссертации, мы выполнили анализ литературы и рассмотрели различные точки зрения авторов на изучаемую проблему: понятие имиджа раскрыто в работах таких авторов, как В. Липман, С.В. Климова, Г.Г. Почепцов, В.М. Шепель, которые рассматривают понятие имидж как представление о человеке, как о личности и о ее личностные качества. Виды имиджа рассматривали А.А. Калюжный, А.Ю. Панасюк, О.А. Феофанов. Исследователи выделяют личностный, вербальный, кинетический, экологический, профессиональный имидж. Для выявления особенностей имиджа педагога использовались данные о восприятии сигналов, посылаемых человеком (А. Пизз, В.А. Лабунская), особенности построения профессионального имиджа (Л. Браун, А.А. Калюжный, Н.Е. Щуркова). Влияние имиджа педагога на профессиональную деятельность выявлено на основании изучения трудов Г.М. Андреевой, Е.В. Белинской, А.С. Макаренко.

Данные исследования показали, что педагоги имеют представление об профессиональном имидже, но не сформирована мотивация к педагогической деятельности. В основном педагоги ориентированы на материальное обеспечение, карьерный рост, благоприятное отношение в коллективе и стремятся лишь к той работе, которая приносит ощутимый

результат. Это в свою очередь влияет на их профессиональную деятельность.

Анализ литературы, результатов полученных в ходе проведения эксперимента подтвердили рабочую гипотезу и сделали следующие выводы:

1. Разработанная модель управления процессом формирования профессионального имиджа педагога образовательной организации при употреблении разнообразных методов стимулирования, которые в полной мере способствовали формированию профессионального имиджа и как следствие повышению результативности деятельности образовательной организации, была эффективной.

2. Были использованы разнообразные методы стимулирования (материального и морального стимулирования, индивидуальных и коллективных форм поощрения, общественного и персонального признания и т.п.), которые в полной мере способствовали развитию мотивации к формированию профессионального имиджа педагога и как следствие повышению имиджа образовательной организации;

3. Использовали в профессиональной деятельности различные формы для самореализации, самоутверждения, саморазвития педагогов, как следствие формирование профессионального имиджа педагога и повышение качества образования.

Проблема формирования имиджа педагога дошкольного учреждения на сегодняшний день остается актуальной. Наш опыт формирования педагогического имиджа свидетельствует о том, молодые педагоги, имеющие 1-3 года педагогического стажа легче реагируют на попытки изменить или сформировать новый имидж, педагоги со стажем (20-25 лет) требуют более длительной, углубленной, а порой и деликатной работы по изменению имиджа.

Цель работы достигнута. Гипотеза подтвердилась.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Абульханова-Славская, К.А. «Деятельность и психология личности» / К.А. Абульханова-Славская. - М. 2017.
2. Абульханова-Славская, К.А., Славская, А.Н., Е.А. Леванова, Т.В. Пушкарева «Общие подходы к изучению личности» / Текст научной статьи по специальности «Психологические науки» – КиберЛенинка. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/obschie-podhody-k-izucheniyu-lichnosti> (дата обращения: 12.07.2023 г.)
3. Агапов, В.С. «Возрастная репрезентация Я-концепции личности» / В.С. Агапов. - М. 2017.
4. Агапов, В.С. «Проблема личности руководителя в отечественной психологии» / В.С. Агапов. - М.: Академия, 2015. -75с.
5. Агапов, В.С. «Становление «Я-концепции» в управленческой деятельности руководителей»: монография / В.С. Агапов.- Москва: Альтекс, 2022. - 487 с.
6. Агапов, В.С. «Сущностная характеристика «Я – концепции»: Учеб. - метод. пособие / В.С Агапов. - Рос. психол. о-во [и др.]. - М.: МОСУ [и др.], 2017. - 39 с.
7. Агапов, В.С. «Я-концепции как социально-психологическая проблема»: [Учеб. -метод. пособие] / В.С Агапов; Моск. открытый соц. ун-т. Каф. психологии. - М.: МОСУ, 2018. - 23 с.
8. Адаир, Д. «Психология лидерства» [концепция непререкаемого лидерства] / Джон Адаир; [пер. с англ. М. Котельниковой]. - Москва: Эксмо, 2007. - 342 с.
9. Адрианова, С.К., Мартынюк, Г.В., Рабаданова, Р.С., Юлина, Г.Н., «Межличностные отношения на современном этапе» Вестник РМАТ. 2019. № 4. С. 100-105.

10. Азбукина, Е.Ю. «Роль рефлексии в профессиональном становлении педагога» / Текст научной статьи по специальности «Преподавание педагогики, обучение, повышение квалификации» – КиберЛенинка. [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-refleksii-v-professionalnom-stanovlenii-pedagoga> (дата обращения: 04.04.2023)
11. Алексеев, Н. А. «Педагогические основы проектирования личностно-ориентированного обучения»: автореферат дис. доктора педагогических наук: 13.00.01 / Тюменский гос. ун-т. - Екатеринбург, 1997. - 42 с.
12. Алексеев, С. А., Оршанский И. Г. «Я, в философии и психологии» Энциклопедический словарь Брокгауза и Ефрона : в 86 т. (82 т. и 4 доп.). - СПб., 2015.
13. Богоявленский, А.Е. Понятия «имидж», «репутация» и «образ» в контексте «Критики чистого разума» И. Канта / А.Е. Богоявленский // Акценты. Новое в массовой коммуникации. - Воронеж, 2021. - № 5-6.
14. Делия, В.П. Педагогическая инноватика : учеб. пособие для студентов вузов / В.П. Делия. - М.: ИСЭПиМ, - 2011. - 328 с.
15. Журавлев, Д.В. Имидж как специфическое единство типичных признаков, управляющих индивидуальным, групповым и массовым сознанием / Д.В. Журавлев // PR в образовании. -2004. -№2. С.8.
16. Журавлев, Д.В. Имидж как специфическое единство типичных признаков, управляющих индивидуальным, групповым и массовым сознанием / Д.В. Журавлев // PR в образовании.- 2004.- №2. С.106-112.
17. Журавлев Д.В. Имидж как специфическое единство типичных признаков, управляющих индивидуальным, групповым и массовым сознанием / Д.В. Журавлев // PR в образовании.-2004.-№2.
18. Золотовская Л.А. Особенности профессионального имиджа педагога: социально-психологический аспект / Л.А. Золотавская // PR в образовании.- 2005. - №3.- С. 24.

19. Золотовская Л.А. Особенности профессионального имиджа педагога: социально-психологический аспект / Л.А. Золотовская // PR в образовании. -2005. - №3. -С. 12-39.
20. Золотовская Л.А. Особенности профессионального имиджа педагога: социально-психологический аспект / Л.А. Золотовская //PR в образовании. -2005.-№3.-С.
21. Имидж корпорации / В.М. Шепель // Имиджелогия. Как нравиться людям. - М.: Народное образование, 2002.
22. Шепель, В.М. Имидж корпорации / В.М. Шепель // Имиджелогия. Как нравиться людям. - М.: Народное образование,2002.
23. Карпов, Е.Б. Имидж в образовании / Е.Б. Карпов // PR в образовании. - 2023. - № 6. - С. 40-50.
24. Карпов, Е.Б. Имидж в образовании / Е.Б. Карпов // PR в образовании. - 2019. - № 4. - С. 30-39.
25. Карпов, Е.Б. Имидж в образовании / Е.Б. Карпов // PR в образовании. - 2018. - № 2. - С. 21-29.
26. Кнышев А.И. Учебник: управление персоналом / А.И. Кнышев // PR технологичная работа по формированию адекватного имиджа. 2007. - № 1.
27. Лизинский В.М. Имидж и миссия школы как ресурс ее развития / В.М. Лизинский // Ресурсный подход в управлении развитием школы. - М.: Центр «Педагогический поиск», - 2006.- С.106-108.
28. Матаева В. Имидж первого лица школы: внешность, одухотворенная внутренней красотой / В. Матаева // Директор школы.- 2005. №9. С.41-45.
29. Матаева В. Имидж первого лица школы: внешность, одухотворенная внутренней красотой / В. Матаева // Директор школы. - 2015. - №7. - С.1-5.
30. Матаева В. Имидж первого лица школы: внешность, одухотворенная внутренней красотой / В.Матаева //Директор школы. - 2005.- №9. - С.41-45.
31. Петрова Е.А. Имиджелогия: проблемное поле и направления исследования / Е.А. Петрова // PR в образовании. - 2004. - № 1. - С. 150.

32. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М.С. Пискунов // Стандарты и мониторинг в образовании. -2021. - №5.
33. Пискунов М.С. Имидж образовательного учреждения: структура и механизмы формирования / М.С. Пискунов // Мониторинг и стандарты в образовании. -1999. - С. 45-51.
34. Пономарев Н.Л., Смирнов Б.М. Образовательные инновации. Государственная политика и управление: учеб. пособие для студентов вузов / Н. Л. Пономарев, Б. М. Смирнов. – М.: Академия, 2007. – 208 с.
35. Попова Н.Е., Лобут А.А. Теория и методика обучения экономике: учеб. пособие для студентов вузов / Н.Е. Попова, А. А, Лобут. – Екатеринбург: ФГБОУ ВПО «Урал. гос. пед. ун-т», 2008. – 421 с.
36. Попова Н.Е., Сивинских Н.С. Инновационная деятельность как основа качественного развития образовательного учреждения / Н.Е. Попова, Н.С. Сивинских // Инновации в непрерывном образовании. – 2014. - № 8. - С. 5-10.
37. Степанов Е. Формирование образа школы / Е. Степанов // Директор школы. – 2000.- № 4. - С. 14-16.
38. Тодосийчук А.В. Теоретико-методологические проблемы развития инновационных процессов в образовании / А.В. Тодосийчук. - М.: ОРГСЕРВИС, 2005. – 125 с.
39. Томилова, Т.М. Модель имиджа организации / Т.М. Томилова // Маркетинг в России и за рубежом. - 1998, № 4. - С.110.
40. Фадеева Е.И. Компетентностный подход к формированию имиджа современного педагога / Е.И. Фадеева // Управление образованием. - 2008, № 2. – С. 89.
41. Шепель, В.М. Имидж корпорации: учеб. для вузов / В.М. Шепель. - М.: Академия, 2002. - 450 с.
42. Щербаков А. Имидж ОУ / А. Щербакова // Справочник руководителя образовательного учреждения, - 2008. - № 9. - С. 39-46.

43. Влияние имиджа учителя на формирование имиджа современной школы [Электронный ресурс] URL: <http://www.prodlenka.org/opyt-i-problemy-publikacii/vliianie-imidzha-uchitelia-na-formirovanie-imidzha-sovremennoi-shkoly.html> (дата обращения: 7.05.2022).
44. Мажоров Д.А. [Электронный ресурс] URL: <http://psibook.com/linguistics/kriterii-otsenki-effektivnosti-imidzha-i-imidzheobrazuyuschih-tekstov.html> (дата обращения: 20.04.22).
45. Основы формирования имиджа [Электронный ресурс] URL: <http://www.vevivi.ru/best/Osnovy-formirovaniya-imidzha-ref173631.html> (дата обращения: 1.05.23).
46. Формирование имиджа: технологии и этапы [Электронный ресурс]: <http://pr.whim.ru/blog/formirovanie-imidzha/> (дата обращения: 1.05.22).
47. Хоменко И.А. [Электронный ресурс] URL: <http://www.den-zadnem.ru/page.php?article=386> (дата обращения: 7.05.2023).
48. Шишов, С.Е., Агапов, И.Г. Компетентностный подход в образовании: прихоть или необходимость. // Журнал «Стандарты и мониторинг в образовании». – 2002. – № 2, с. 58-62.
49. Шкерина, Т.А. «Общая педагогика» Учебное пособие. - Красноярск: Краснояр. гос. пед. ун-т им. В.П. Астафьева, 2017. - 104 с.
50. Юдакова, О.В. «Личностно-профессиональное развитие педагогов вуза - будущих педагогов профессионального обучения»: диссертация кандидата педагогических наук: - Нижний Новгород, 2016. - 210 с.