

Критеріально-параметричний базис діагностики стану сформованості репутації викладача закладу вищої освіти

Юник Олеся Олегівна¹

Опубліковано	Секція	УДК
30.08.2025	Освіта	178.35.071.2:159. 922:37(043.5)
DOI: https://doi.org/10.5281/zenodo.19226142		

Анотація. У статті наголошено на доцільності цілеспрямованого, а не стихійного формування позитивної репутації викладачем закладу вищої освіти. Зазначено, що досягнення означеної цілі вимагає від носія репутації активного використання власних часових, фізичних, фінансових та ряду інших ресурсів. Розглянуто основні підходи до визначення причин домінування певного (позитивного або негативного) полюсу модальності репутації особистості, зокрема: переважання у фахівця якостей певного полюсу модальності над якостями протилежного полюсу модальності за кількістю та важливістю для його цільової аудиторії; впевненість цільової аудиторії у визначеності результату взаємодії з носієм репутації на основі попереднього досвіду такої взаємодії з чітким полюсом модальності. Зазначено, що критеріально-параметричний базис діагностики стану сформованості репутації викладача закладу вищої освіти поки не знайшов свого відображення у працях вітчизняних та зарубіжних авторів. Визначено, що діагностику стану сформованості означеного феномену доцільно здійснювати за трьома критеріями – інтенсивністю мотиваційно-рефлексивної спрямованості її носія на формування позитивної репутації, мірою вираженості полюсу модальності в оцінці репутації фахівця та ступенем прояву комунікативно-результативного аспекту репутації викладача закладу вищої освіти. Окреслено зміст шести параметрів за встановленими критеріями стану сформованості досліджуваного феномену: адекватності самооцінки проміжної результативності процесу формування репутації викладача закладу вищої освіти; вмотивованості фахівця вищої школи до формування позитивної репутації; обізнаності цільової аудиторії про репутаційні недоліки викладача закладу вищої освіти; обізнаності цільової аудиторії про репутаційні чесноти означеного викладача; релевантності репутаційних якостей носія репутації системі ціннісних орієнтирів його цільової аудиторії; сформованості умінь і навичок самопрезентації у викладача закладу вищої освіти. Розроблено авторські анкети для визначення полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти (в діапазоні «негативний–позитивний») та ступеня сформованості означеного полюсу модальності (в діапазоні «дуже низький–високий»).

¹ Юник Олеся Олегівна, аспірантка кафедри хорового диригування та теорії і методики музичної освіти, Український державний університет імені Михайла Драгоманова, <https://orcid.org/0000-0001-9583-1584>

Ключові слова: репутація, полюс модальності, ступінь сформованості, викладач закладу вищої освіти, критеріально-параметричний базис, інтерактивні методи та технології.

Criterion-parametric basis for diagnosing the state of formation of a university professor's reputation

Annotation. The article emphasizes the need for purposeful rather than spontaneous formation of a positive university professor's reputation. It is noted that to achieve this goal, the bearer of reputation must actively and purposefully apply his own time, physical, financial and other resources. The main approaches to determining the reasons for the dominance of a certain (positive or negative) pole of the modality of a person's reputation are considered, in particular: the predominance of the certain pole of the modality of the specialist's qualities over the qualities of the opposite pole of modality in terms of quantity and importance for his target audience; the target audience's confidence in the certainty of the outcome of interaction with the reputation bearer based on previous experience of such interaction with him a clear pole of modality. It is noted that the criterion-parametric basis for diagnosing the state of formation of a university professor's reputation has not yet been reflected in the works of domestic and foreign authors. It is determined that it is advisable to diagnose the state of formation of the specified phenomenon according to three criteria – the intensity of the motivational and reflective orientation of its carrier towards the formation of a positive reputation, the measure of manifestation of the pole of modality in assessing the reputation of a specialist and the degree of manifestation of the communicative and productive aspect of a university professor's reputation. The content of six parameters of the corresponding criteria of the state of formation of the studied phenomenon is outlined: adequacy of self-assessment of the intermediate effectiveness of the process of forming the reputation of a teacher of a higher education institution; the motivation of a higher education specialist to form a positive reputation; awareness of the target audience about the reputational shortcomings of a teacher of a higher education institution; awareness of the target audience about the reputational virtues of this teacher; the relevance of the reputational qualities of bearer's reputation to the system of his target audience's value orientations; the formation of self-presentation abilities and skills of university professor. Author's questionnaires were developed to determine the pole of reputation modality (in the range "negative–positive") and the degree of formation of the indicated pole of reputation modality (in the range "very low–high") of a teacher of a higher education institution.

Keywords: reputation, pole of modality, degree of formation, teacher of a higher education institution, criterion-parametric basis, interactive methods and technologies.

Вступ

Перехід сучасної цивілізації на інформаційний етап свого розвитку супроводжується кратним збільшенням обсягу інформації, глобалізацією ринку надання освітніх послуг та синхронізацією освітньої сфери з умовами ринкової економіки, що закономірно актуалізує необхідність застосування суб'єктами цієї сфери у власній професійній діяльності інноваційних технологій підвищення конкурентоздатності. Вищезначені цивілізаційні зміни сприяють утвердженню процесу формування позитивної репутації викладача закладу вищої освіти як одного з пріоритетних завдань самореалізації його особистісно-професійного потенціалу.

На необхідності цілеспрямованого формування репутації наголошується у дослідженнях численних науковців [5; 8; 10; 12; 14 та ін.]. Зокрема, О. Хортюк зазначає, що репутація формується як у носіїв, котрі здійснюють безпосередній контакт з цільовою аудиторією, так і завдяки відомостям, отриманим цільовою аудиторією про носія репутації від третіх осіб, а також ЗМІ [8, с. 190]. О. Yunuk наголошує, що репутація може формуватись або в результаті цілеспрямованого використання носієм власних ресурсів (часових, фізичних та фінансових) для формування позитивного полюсу її модальності, або стихійно й незалежно від бажання особистості [16, с. 317]. У другому випадку стейхолдерами сприймаються, обговорюються між собою та аналізуються не лише дії, а й бездіяльність з боку носія репутації, тому ймовірність виникнення та закріплення негативного полюсу модальності є значно вищою. Докази слушності означеної тези знаходимо у праці R. Zinko та M. Rubin, де «репутація особистості» розглядається як модальне поняття, яке передбачає здійснення представниками цільової аудиторії позитивної або негативної оцінки дій чи бездіяльності фахівця [17, с. 221].

Існує декілька підходів до визначення причин домінування певного полюсу модальності репутації особистості. Відповідно до першого підходу, під репутацією особистості з позитивним полюсом модальності розуміються переконання представників цільової аудиторії про домінування у її носія позитивних якостей над негативними (не лише за кількісним показником, а й з урахуванням важливості), та навпаки [3; 9; 10; 12 та ін.]. Натомість, представники другого підходу [11; 13; 14 та ін.] досліджують репутацію особистості з позицій довіри. «Виправдані очікування породжують довіру, а довіра породжує репутацію» [13, с. 132]. За їх переконаннями, наявність у особистості позитивного полюсу модальності репутації свідчить про впевненість цільової аудиторії в успішному результаті взаємодії з нею, сформовану на основі відповідного (позитивного) попереднього досвіду такої взаємодії, тоді як негативний полюс модальності означеного поняття виступає свідченням впевненості у зворотному, ґрунтуючись не лише на негативних очікуваннях щодо носія репутації, а й на конкретних доказах негативного полюсу модальності його репутації – діях, подіях та фактах [14, с. 48–51].

Варто зазначити, що сприймання позитивних і негативних якостей репутації особистості відбувається одночасно, тому в науковій літературі все частіше наголошується на неоднорідності або неоднозначності суджень, які формуються у представників різних сегментів цільової аудиторії носія репутації. Вищеозначена тенденція додатково підсилює необхідність проведення попереднього аудиту полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти та ступеня його сформованості як обов'язкової передумови цілеспрямованого формування позитивної репутації. На жаль, критеріально-параметричний базис діагностики стану сформованості репутації викладача закладу вищої освіти поки не знайшов свого відображення у працях вітчизняних та зарубіжних авторів. Натомість, нестача теоретичного та практичного досвіду формування означеного феномену регулярно призводить до зростання кількості репутаційних втрат (соціальних, професійних, особистісних тощо) та негативних професійних проявів (порушення академічної доброчесності, педагогічної етики, моральних принципів тощо) у фахівців вищої школи. При цьому повна або навіть часткова втрата викладачем позитивної репутації є неприпустимою, оскільки чинить закономірно негативний вплив на репутацію як закладу вищої освіти, так і сфери освіти загалом.

Мета статті полягає в обґрунтуванні критеріально-параметричного базису діагностики стану сформованості репутації викладача закладу вищої освіти.

Результати

За переконаннями Т. Кристопчук, Ю. Лук'янової, С. Сисоєвої та ряду інших

дослідників, критеріальний апарат явища, яке досліджується, повинен включати в себе комплекс взаємопов'язаних і взаємообумовлених критеріїв та параметрів, різнобічно характеризуючих об'єкт за типовими для нього ознаками. Під критерієм варто розуміти ознаку, на основі якої суб'єкт формує оцінку про об'єкт, явище або певний процес; еталонне уявлення суб'єкта про те, яким має бути об'єкт, та зіставлення зазначеного ідеалу з реальним станом об'єкта. Критерій характеризується сукупністю найсуттєвіших якостей, властивостей, ознак, явищ та параметрів досліджуваного об'єкта, що підлягають спостереженню, вимірюванню і порівнянню, дозволяючи робити висновки про ступінь їх сформованості [4; 6].

На думку R. Zinko та M. Rubin, критерії мають відповідати таким вимогам: об'єктивність та однозначність трактування й оцінювання у дослідженні, адекватність та валідність оцінювання, нейтральність щодо досліджуваних явищ, а також відображення усіх складових досліджуваного явища [17]. Вживання поняття «критерій» неможливе без структурно похідних складових – параметрів, під якими варто розуміти кількісне та/або якісне вираження сформованих характеристик (ступенів сформованості), якостей, властивостей, ознак досліджуваного об'єкта за певним критерієм; кількісну характеристику явища, складову процесу розвитку (сформованості) [1; 6].

Таким чином, під критеріями сформованості репутації викладача закладу вищої освіти доцільно розуміти основні ознаки та властивості означеного феномену, завдяки яким можливо встановити ступінь її сформованості, тоді як параметри репутації викладача закладу вищої освіти допомагають відобразити специфічні аспекти заданих критеріїв.

Першим критерієм сформованості досліджуваного феномену доцільно визначити інтенсивність мотиваційно-рефлексивної спрямованості викладача закладу вищої освіти на формування позитивної репутації, а його параметрами виступають:

- адекватність самооцінки проміжної результативності процесу формування репутації викладача закладу вищої освіти;
- вмотивованість викладача закладу вищої освіти до формування позитивної репутації.

Поняття «рефлексії» є особистісною якістю, притаманною людині з прагненням до постійного саморозвитку та самовдосконалення; передумовою професійного зростання особи, що характеризується осмисленістю дій та почуттів, а також мотивує її до проведення самодіагностики причин їх виникнення. Особа з високим рівнем саморефлексії вибудовує власну стратегію поведінки завдяки зіставленню очікувань інших із власними цілями [2; 7]. Під рефлексією у контексті досліджуваного феномену варто розуміти здатність викладача закладу вищої освіти до самоаналізу та самооцінювання успішності процесу формування власної репутації, усвідомлення полюсу її модальності й шляхів удосконалення та/або коригування. Обов'язковою складовою формування позитивної репутації фахівця закладу вищої освіти є проведення об'єктивного, неупередженого та адекватного оцінювання процесу репутаціювання, що знайшло своє відображення в першому параметрі першого критерію – «адекватність самооцінки проміжної результативності процесу формування репутації викладача закладу вищої освіти».

Другий параметр першого критерію сформованості репутації викладача закладу вищої освіти (вмотивованість викладача закладу вищої освіти до формування позитивної репутації) характеризується прагненням фахівця до володіння позитивною репутацією, усвідомленням важливості її самостійного та цілеспрямованого формування, наявністю мотивів і стимулів руху в напрямку до мети, а також визначенням проміжних цілей у процесі професійної діяльності.

За другий критерій сформованості репутації викладача закладу вищої освіти

обрано міру вираженості полюсу модальності в оцінці репутації фахівця, а його параметрами виступають:

– обізнаність цільової аудиторії про репутаційні недоліки викладача закладу вищої освіти (порушення академічної доброчесності, педагогічної етики, моральних принципів тощо);

– обізнаність цільової аудиторії про репутаційні чесноти викладача закладу вищої освіти (особистісні, професійні, соціальні тощо).

Важливо наголосити на вагомих семантичних відмінностях між поняттями «впізнаваність» та «обізнаність» про певну особу. Поняття «впізнаваність» передбачає здатність представників цільової аудиторії згадати викладача закладу вищої освіти за пред'явленням основних атрибутів його образу (візуальних, неймінгових, поведінкових тощо) на основі попередньої взаємодії із ним (прямої чи опосередкованої), тоді як під «обізнаністю» варто розуміти спроможність представників цільової аудиторії не лише диференціювати образ фахівця з-поміж колег, а й навіть «... згадати інформацію про нього за умови пред'явлення опосередкованих стимулів (зокрема, при виникненні усвідомленої або неусвідомленої потреби)» [9, с. 103].

Параметрами, які розкривають третій критерій сформованості репутації викладача закладу вищої освіти (ступінь прояву комунікативно-результативного аспекту досліджуваного феномену), постають:

– релевантність репутаційних якостей викладача закладу вищої освіти системі ціннісних орієнтирів цільової аудиторії;

– сформованість умінь і навичок самопрезентації у викладача закладу вищої освіти.

В основу першого параметру третього критерію сформованості репутації викладача закладу вищої освіти (релевантності репутаційних якостей фахівця системі ціннісних орієнтирів цільової аудиторії) покладено ідею щодо необхідності досягнення носієм репутації максимальної відповідності «... притаманних йому цінностей цінностям, презентованим цільовій аудиторії. Аналіз аксіології бренду дозволяє виділити в його складі утилітарні (прагматичні, функціональні) й символічні (емоційні, соціальні, термінальні) цінності, призначені для задоволення як функціональних, так і психологічних, соціальних, культурних та інших потреб, притаманних цільовій аудиторії» [9, с. 112].

Визначальне для другого параметру третього критерію сформованості репутації викладача закладу вищої освіти поняття «самопрезентація» передбачає реалізацію внутрішнього потенціалу особистості в груповій або міжособистісній взаємодії завдяки демонстрації власних думок, переконань та цінностей за допомогою вербальних і невербальних засобів комунікації [5; 7].

Для діагностування стану сформованості репутації викладача закладу вищої освіти розроблено три авторські анкети: анкети №1 та №3 для представників цільової аудиторії (студентів і науково-педагогічних працівників), а анкета №2 – для самого носія репутації. Аналіз відповідей на запитання анкет №1 та №2 надає змогу встановити полюс модальності репутації викладача закладу вищої освіти (див. рис. 1), тоді як аналіз відповідей на запитання анкети №3 – ступінь його сформованості.

Обрахунок результатів відповідей на кожне з запитань анкети №1 здійснюється за п'ятибальною шкалою в інтервалі від -10 до 10 балів (-10; -5; 0; 5; 10 балів) відповідно до шкали Лайкерта. Вибір на користь означеної шкали обґрунтований потребою у чіткому розмежуванні відповідей, які за умови застосування бінарної шкали виявилися б недостатніми через обмеженість вибору («так» або «ні»), тоді як 7–10-бальні системи оцінювання відхилені через ускладнену систему розуміння для респондентів (відсутність чіткого розмежування між суміжними варіантами відповідей, наприклад, у

семибальній шкалі між відповідями «4» і «5» та у десятибальній шкалі – між відповідями «6», «7» та «8» тощо). Причиною відхилення достатньо відомої шкали Степела [15], завдяки якій відображається модальність досліджуваних понять (зазвичай, в інтервалі від -5 до 5 або від -10 до 10), була принципова для нашого дослідження відсутність на ній середини шкали – «нуля». Саме означений показник, втілений у відповідях «не можу оцінити», «не можу відповісти» та подібних, надає можливість респонденту уникнути прямої відповіді на запитання у випадку невпевненості в її достовірності або з причини недостатньої поінформованості, що умовно прирівнюється до проявів «нульової» репутації.

Таким чином, кожне запитання анкети №1 передбачає оцінювання відповідного параметра сформованості репутації викладача закладу вищої освіти (див. рис. 1).

1. Якою, на Вашу думку, є репутація означеного викладача закладу вищої освіти?				
вкрай негативною, при цьому він не докладає жодних зусиль для її позитивізації	помірно негативною, адже він докладає незначні зусилля для її позитивізації	помірно негативною, тому він активно працює над її позитивізацією	помірно позитивною, адже докладені ним зусилля допомагають утримувати її на тому ж рівні	взірцевою, адже зусилля, які він докладає, суттєво помітні у професійній діяльності, особливо у порівнянні з іншими викладачами
2. Як Ви можете оцінити вмотивованість викладача закладу вищої освіти до формування позитивної репутації?				
вмотивованість абсолютно відсутня	вмотивованість частково відсутня, а її недостатність не усвідомлюється фахівцем	не можу оцінити	вмотивованість нестабільна та/або проявляється у нерегулярних репутаційних ініціативах	вмотивованість стабільна і проявляється у регулярних репутаційних ініціативах
3. Чи має викладач закладу вищої освіти репутаційні недоліки (порушення академічної доброчесності, педагогічної етики, моральних принципів тощо)?				
так, їх багато і вони відомі усім	так, декілька	не можу точно відповісти, адже припускаю можливість їх існування у будь-якого викладача	мабуть, ні, або дуже несуттєві	ні, переконаний(-а) у їх відсутності
Конкретизуйте свою відповідь: _____				
4. Чи наявні у викладача закладу вищої освіти репутаційні чесноти (особистісні, професійні, соціальні тощо)?				
ні, переконаний(-а) у їх відсутності	мабуть, ні, або дуже несуттєві	припускаю можливість їх існування у будь-якого викладача	так, декілька	так, їх багато і вони відомі усім
Які саме чесноти Ви маєте на увазі? _____				
5. Чи багато відмінностей Ви вбачаєте між репутаційними якостями викладача та Вашими ціннісними орієнтирами?				
так, відмінностей дуже багато і вони для мене суттєві	так, відмінностей багато, але вони не є суттєвими	такі відмінності присутні між мною та усіма викладачами	ні, поодинокі відмінності простежуються тільки в деталях і вони не є для мене суттєвими	ні, відмінності абсолютно відсутні
6. Наскільки у викладача закладу вищої освіти сформовані уміння і навички самопрезентації?				
абсолютно несформовані	частково сформовані, але їх недосконалість не усвідомлюється фахівцем	не можу відповісти	частково сформовані, їх недосконалість усвідомлюється фахівцем	сформовані й активно застосовуються у змінних ситуаціях професійної діяльності

Рис. 1. Анкета №1 для визначення полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти (джерело: розроблено автором).

Встановлення бальної величини за першим параметром (адекватність самооцінки проміжної результативності процесу формування репутації фахівця) здійснюється шляхом зіставлення відповідей на перше запитання анкети №1 з боку представників цільової аудиторії викладача закладу вищої освіти з відповіддю на перше запитання анкети №2 («Як, на Вашу думку, представники цільової аудиторії оцінюють Вашу репутацію?»), наданою самим фахівцем. Зіставлення відповідей респондентів на перше запитання анкет №1 та №2 відбувається шляхом умовного прирівнювання інтервалів між відповідями представників цільової аудиторії та відповіддю самого фахівця до відповідної кількості балів, тобто: повне співпадіння оцінюється у 10 балів, відмінність в один інтервал – у 5 балів, відмінність у два інтервали – в 0 балів, відмінність у три інтервали – в -5 балів, а повне неспівпадіння (максимально можлива відмінність у 4 інтервали між семантично «полярними» відповідями) – в -10 балів (див. рис. 2).

Кореляція відповідей викладача ЗВО і ЦА	Ступінь кореляції		Кількість балів
	кількість інтервалів	схематичне зображення інтервалів	
повне співпадіння	0 інтервалів		10
часткове співпадіння	1 інтервал		5
	2 інтервали		0
	3 інтервали		-5
повне неспівпадіння	4 інтервали		-10

Рис. 2. Зіставлення відповідей респондентів на перше запитання анкет №1 та №2 (джерело: розроблено автором).

Слід зазначити, що відповіді на третє запитання анкети №1 («Чи має викладач закладу вищої освіти репутаційні недоліки (порушення академічної доброчесності, педагогічної етики, моральних принципів тощо)?») семантично уніфіковані з відповідями на четверте запитання цієї ж анкети («Чи наявні у викладача закладу вищої освіти репутаційні чесноти (особистісні, професійні, соціальні тощо)?»), однак відмінність полягає в їх зворотному розташуванні і, відповідно, зворотному бальному оцінюванню (наприклад, відповідь «так, їх багато і вони відомі усім» на третє запитання

анкети №1 прирівнюється до -10 балів, тоді як за вибір цієї ж відповіді на четверте запитання анкети №1 нараховується вже 10 балів і т.д.).

Оцінювання лише тестових відповідей на третє та четверте запитання анкети №1, на нашу думку, видається недостатньо інформативним, тому з метою підвищення об'єктивності отриманих результатів реалізовано окрему систему їх оцінювання, яка передбачає не лише вибір респондентами певного варіанту відповіді на закриті запитання, а й надання короткої письмової аргументації слушності цього вибору. Наприклад, відповідь на третє запитання анкети №1 передбачає обов'язкове зазначення ситуацій/прикладів, пов'язаних із порушеннями фахівцем академічної доброчесності та/або педагогічної етики та/або моральних принципів. За аналогічним принципом, надання відповідей учасниками анкетування на четверте запитання анкети №1 вважалося повним лише за умови письмового уточнення наявних у викладача закладу вищої освіти репутаційних чеснот, врахованих представниками його цільової аудиторії при виборі певного варіанту відповіді.

Таким чином, для математичного обчислення бальних показників за першим та другим параметрами другого критерію сформованості репутації викладача закладу вищої освіти застосовується формула:

$$K = a_3 \cdot C_3 + a_4 \cdot C_4, \text{ де}$$

a_3, a_4 – кількість балів за відповідь на третє/четверте запитання анкети №1;

C_3, C_4 – коефіцієнт достовірності відповідей респондентів на третє/четверте запитання анкети №1 (якщо письмова аргументація респондента повністю доводить доцільність вибору ним певного варіанту відповіді, – коефіцієнт прирівнюється до 1; у зворотному випадку – коефіцієнт дорівнює 0; якщо письмова аргументація респондента суперечить або лише частково доводить доцільність вибору ним певного варіанту відповіді, – коефіцієнт набуває значення 0,5).

Суміжні варіанти відповіді на п'яте запитання анкети №1 («Чи багато відмінностей Ви вбачаєте між репутаційними якостями викладача та Вашими ціннісними орієнтирами?»), як і в усіх попередніх випадках, різняться за ступенем прояву досліджуваного явища/закономірності, підвищуючи тим самим точність обрання респондентами одного з варіантів. Наприклад, відмінність між першим варіантом («так, відмінностей дуже багато і вони для мене суттєві») та другим варіантом («так, відмінностей багато, але вони не є суттєвими») полягає в суб'єктивному оцінюванні респондентом суттєвості засвідчених відмінностей між репутаційними якостями фахівця і власною аксіологічною системою. Аналогічно, четвертий та п'ятий варіанти відповідей на шосте запитання анкети №1 («частково сформовані, їх недосконалість усвідомлюється фахівцем» та «сформовані й активно застосовуються у змінних ситуаціях професійної діяльності») диференційовані не лише за ступенем сформованості умінь і навичок самопрезентації у викладача закладу вищої освіти, а й за здатністю їх застосовувати саме у змінних ситуаціях професійної діяльності, що характерно для адаптивного за своєю сутністю концепту «вміння».

У результаті узагальнення бальних величин за відповіді респондентів на шість запитань анкети №1 (з урахуванням результатів зіставлення відповідей на перше запитання анкет №1 та №2) встановлюється інтегральний показник полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти в діапазоні від -60 до 60 балів. Для диференціації полюсів модальності репутації означеного фахівця в чотирьох рівних інтервалах застосовується формула:

$$i = \frac{X_{max} - X_{min}}{n}, \text{ де}$$

i – величина інтервалу;

X_{max} – максимальне значення бальної оцінки;

X_{min} – мінімальне значення бальної оцінки;

n – кількість полюсів модальності репутації фахівця.

Таким чином, до негативного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти віднесено бальні величини в діапазоні від -60 до -31 бала, до помірно негативного – від -30 до 0 балів, до помірно позитивного – від 1 до 30 балів, а до позитивного – в діапазоні 31–60 балів.

Для оцінювання ступеня сформованості вищезначеного полюсу модальності репутації фахівця представникам його цільової аудиторії доцільно надати відповіді на запитання анкети №3. В її основу покладено метод «репутаційного псевдоінформування», мета якого – надати можливість «...переконатись у готовності/неготовності представників цільової аудиторії повірити в спеціально донесену до них третіми особами дезінформацію про вчинок фахівця, який відверто дискредитує його репутацію», тобто цілеспрямовано пересвідчитись у «закріпленості» в свідомості представників цільової аудиторії певних модальних репутаційних характеристик викладача закладу вищої освіти [9, с. 446].

Всі шість запитань анкети №3 є варіативними, а їх зміст формується з урахуванням обов'язкового позиційного протиставлення змодельованих ситуацій тому полюсу модальності, який зафіксовано в результаті аналізу отриманих від респондента відповідей на запитання анкети №1. Наприклад, якщо, відповідаючи на третє запитання цієї анкети («Чи має викладач закладу вищої освіти репутаційні недоліки (порушення академічної доброчесності, педагогічної етики, моральних принципів тощо)?»), ним було обрано варіант відповіді з негативним полюсом модальності («так, їх багато і вони відомі усім» або «так, декілька»), то в анкеті №3 пропонується відповісти на протилежне за модальністю запитання відносно ймовірності змодельованої ситуації за участю фахівця, в якій проявились його репутаційні чесноти. Якщо відповідь на певне запитання анкети №1 оцінена в «нуль» балів (що свідчить про «нульову репутацію» за відповідним параметром) – респондентові не пропонується відповідне запитання анкети №3 з огляду на обґрунтовану М. Eisenegger і К. Imhof алогічність встановлення ступеня сформованості за нейтральним показником [13, с. 48, 51].

Варіанти відповідей на запитання анкети №3 максимально уніфіковані, а їх розташування не змінюється незалежно від «позитивного» чи «негативного» змісту відповідного запитання цієї анкети (див. рис. 3).

<i>Яка з відповідей найчіткіше характеризує Ваше ставлення до прочитаного?</i>				
чув і це цілком передбачувано	це могло відбутись абсолютно з кожним викладачем	думаю, що інформація не достовірна	переконаний у неможливості викладача вчинити інакше	не вірю, таке точно не могло відбутись із цим викладачем

Рис. 3. Анкета №3 для визначення ступеня сформованості полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти

(джерело: розроблено автором).

Вибір респондентом варіанту відповіді «чув і це цілком передбачувано» (див. рис. 3) умовно прирівнюється до 0 балів, оскільки вказує на повну зміну ним власної позиції: представник цільової аудиторії не має сумнівів у достовірності протилежної за значенням ситуації й навіть стверджує, що чув про неї (оскільки ситуація є змодельованою організаторами анкетування, то подібні твердження про її реальність закономірно ототожнюються з «нульовим» ступенем сформованості встановленого полюсу модальності репутації фахівця). Варіант відповіді «це могло відбутись абсолютно з кожним викладачем» свідчить про незначний ступінь сформованості попередньо визначеного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти, тому прирівнюється до 2,5 бала. Варіант відповіді «думаю, що інформація не достовірна» оцінюється в 5 балів, адже респондент, попри наявність скептицизму, не заперечує

ймовірність змодельованої ситуації. Вибір респондентом варіанту відповіді «перекоаний у неможливості викладача вчинити інакше» умовно прирівнюється до 7,5 бала із 10 можливих, оскільки позиція респондента ґрунтується на спробі «виправдати» викладача закладу вищої освіти (на відміну від попереднього варіанту відповіді, сумніви у ймовірності ситуації носять вже не «інформаційний», а «особистісний» характер). Насамкінець, варіант відповіді «не вірю, таке точно не могло відбутись із цим викладачем» повністю підтверджує варіант відповіді, отриманий від респондента на відповідне запитання анкети №1, тому закономірно оцінюється в максимальні 10 балів і свідчить про найвищий ступінь сформованості встановленого полюсу модальності репутації фахівця за відповідним параметром.

Слід наголосити, що обов'язковою умовою застосування методу «репутаційного псевдоінформування» має бути «... відносна автономність охопленої “репутаційним псевдоінформуванням” цільової аудиторії, що унеможливить миттєве розповсюдження дезінформації, а також завчасна підготовка доказів саме штучного створення дезінформації, які будуть переконливо донесені до “дезінформованої” аудиторії з метою уникнення необхідності виправдовувати ситуацію» [9, с. 446]. Саме тому після завершення анкетування №3 для усіх охоплених ним респондентів організаторами проводиться усна роз'яснювальна бесіда за участю керівника відповідного підрозділу (завідувача кафедри, заступника декана, декана тощо) з наданням реальних доказів змодельованості тверджень, наведених у анкеті №3.

Бальні величини, отримані в результаті проходження респондентами анкетування №3, надають змогу здійснити диференціацію ступенів сформованості полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти в чотирьох рівних інтервалах, математично визначених за допомогою вищерозглянутої формули. Таким чином, до дуже низького ступеня сформованості репутації викладача закладу вищої освіти віднесено бальні величини в інтервалі від 0 до 15 балів, до низького ступеня – від 16 до 30 балів, до середнього – від 31 до 45 балів, а до високого – від 46 до 60 балів.

Висновки

1. Репутація викладача закладу вищої освіти є результатом модальної оцінки особистісно-професійних якостей її носія представниками цільової аудиторії внаслідок прямої чи опосередкованої комунікативної взаємодії. Вона може формуватись як у результаті цілеспрямованого застосування носієм репутації власних енергетично-часових ресурсів, так і внаслідок стихійного накопичення у представників цільової аудиторії інформації про фахівця в обсязі, якого достатньо для появи узагальнених репутаційних очікувань з певним полюсом модальності.

2. Стан сформованості репутації викладача закладу вищої освіти доцільно діагностувати за трьома взаємопов'язаними і взаємообумовленими критеріями – інтенсивністю мотиваційно-рефлексивної спрямованості її носія на формування позитивної репутації, мірою вираженості полюсу модальності в оцінці репутації фахівця та ступенем прояву комунікативно-результативного аспекту досліджуваного феномену, які відповідають вимогам об'єктивності, однозначності та валідності оцінювання за комплексом відповідних параметрів.

3. Показник ступеня сформованості встановленого полюсу модальності за кожним із параметрів сформованості репутації викладача закладу вищої освіти доцільно визначати завдяки застосуванню методу «репутаційного псевдоінформування», сутність якого полягає в ідентифікації міри готовності представника цільової аудиторії повірити в дезінформацію про вчинок фахівця, який має протилежний за сутністю полюс модальності.

Перспективи подальших досліджень обраної проблематики вбачаються у розробці педагогічного інструментарію цілеспрямованого формування позитивного полюсу модальності репутації викладача закладу вищої освіти у професійній діяльності.

Список використаних джерел

1. Бородієнко О. Критерії, показники, рівні сформованості професійної компетентності керівників структурних підрозділів підприємств сфери зв'язку. *Молодь і ринок*. 2017. № 7 (150). С. 109–115.
2. Волкова Н. П., Батраченко І. Г. Формування рефлексії магістрантів педагогіки вищої школи у процесі професійної підготовки. *Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Педагогіка і психологія*. Дніпро, 2015. № 1 (9). С. 94–101.
3. Козловський Ю. М. Кількісні та якісні показники наукової діяльності працівників вищого навчального закладу. *Науковий вісник південноукраїнського національного педагогічного університету ім. К. Ушинського*. 2011. № 3 (4). С. 74–83.
4. Лук'янова Ю. С. Критерії та показники ефективності формування готовності майбутнього інженера-педагога до використання здоров'язберігаючих технологій. *Проблеми фізичного виховання і спорту*. 2011. № 5. С. 51–54.
5. Навроцька М. М. Самопрезентація як засіб розвитку професійного іміджу педагога. *Педагогічний альманах*. 2014. Вип. 23. С. 180–185.
6. Сисоєва С. О., Кристопчук Т. Є. *Методологія науково-педагогічних досліджень*: підручник. Рівне: Волинські обереги, 2013. 360 с.
7. Хлаповська Т. Г. Тактики та прийоми самопрезентації в діловому спілкуванні. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*. 2019. № 29. С. 127–134.
8. Хортюк О. В. Типологія наукових підходів до вивчення категорії «ділова репутація». *Часопис Київського університету права*. 2012. № 2. С. 188–191.
9. Юник І. Д. *Бренд науково-педагогічного працівника вишу: монографія*. Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2022. 608 с.
10. Alam M. M., Alauddin Md., Sharif M. Y., Dooty E. N., Ahsan S. Md., Chowdhury M. M. Students' satisfaction and university reputation through service quality in private higher educational institutions in Bangladesh. *Journal of Asian finance, economics and business*. 2021. Vol. 8, No. 9. P. 91–100. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no9.0091>
11. Anderson C., Shirako A. Are Individuals' Reputations Related to Their History of Behavior? *Journal of personality and social psychology*. 2008. Vol. 94, No. 2. P. 320–333. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.94.2.320>
12. Bano Y., Vasantha Dr. S. Assessment of Employability with the moderating effect of university reputation. *Journal of advanced research in dynamical and control systems*. 2020. Vol. 12, No. 02. P. 188–197. <https://doi.org/10.5373/JARDCS/%20V12I2/S202010021>
13. Eisenegger M., and Imhof K. The true, the good and the beautiful: Reputation management in the media society. In: Zerfass, A; van Ruler, B; Sriramesh, K. *Public Relations Research: European and International perspectives and innovation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2008. P. 125–146. https://doi.org/10.1007/978-3-531-90918-9_8

14. Gołata K., Sojkin B. Determinants of building image and reputation of university towards its stakeholders. *Marketing of scientific and research organizations*. 2020. Vol. 35, No. 1. P. 29–56. <https://doi.org/10.2478/minib-2020-0008>
15. Meyer P., [McIntosh](#) Sh. (1992). The USA today index of ethnic diversity. *International journal of public opinion research*. 1992. Vol. 4, No. 1. P. 51–58.
16. Yunyk, O. The reputation of a university professor as a pedagogical phenomenon. In: IX International scientific and practical conference "Education and science of today: intersectoral issues and development of sciences", November 28, 2025, Cambridge, United Kingdom. Cambridge–Vinnytsia: P. C. Publishing House & UKRLOGOS Group LLC, 2025. P. 316–318. <https://doi.org/10.36074/logos-28.11.2025.059>
17. Zinko R., Rubin M. Personal reputation and the organization. *Journal of management & organization*. 2015. Vol. 21, No. 2. P. 217–236. <https://doi.org/10.1017/jmo.2014.76>