

## 5

## Үздіксіз педагогикалық білім беру

## Непрерывное педагогическое образование

## Continuing teacher education

FTAMP 14.37.29

DOI 10.59941/2960-0642-2024-4-225-234

**Өзін-өзі бағалау мұғалімнің жеке брендінің негізгі компоненті ретінде****Г.Р. Аспанова\*<sup>1</sup>, Ш.С. Байжекина<sup>2</sup>, Т.О. Каратаева<sup>3</sup>**<sup>1,2</sup>Ә.Марғұлан атындағы Павлодар педагогикалық университеті,

Павлодар қ., Қазақстан Республикасы

<sup>3</sup>«Ы.Алтынсарин атындағы Арқалық педагогикалық институты» КеАҚ,

Арқалық қ., Қазақстан Республикасы

\*e-mail: gulmiraramazanovna@bk.ru



**Аңдатпа.** Қазіргі білім беру жүйесі мұғалімдерге жоғары талаптар қояды: бүгінгі таңда ол кәсіби құзыреттерді ғана игеріп қоймай, өз мамандығынан бөлек дағдыларды да меңгеруі тиіс, олардың кәсіби қызметтегі маңыздылығын біздің зерттеуіміз көрсетіп отыр. Соңғы ғылыми зерттеулер қазіргі мұғалімнің кәсіби қызметіндегі табыстылығына аса қатты ықпал ететін жеке брендінің керектігі туралы сөз қозғайды. Авторлар мұғалімнің жеке брендін қалыптастырудың ажырамас бөлігі өзін-өзі бағалау болып табылатынын атап өтеді. Мақаланың өзектілігі соңғы кездері зерттеу мәселесі шешімінің орталығы адам екендігіне негізделеді. Қазіргі таңда мұғалімнің кәсіби тиімділігіндегі өзін-өзі бағалауды зерттеуге арналған еңбектердің саны жеткіліксіздеу. Мақала аясында зерттеудің мақсаты мұғалімнің жеке брендіне өзін-өзі бағалаудың ықпалын анықтау болып табылады. Қойылған мақсатқа жету үшін ғылыми әдебиетке талдау жасау және мұғалімдерден сауалнама алу әдістері таңдалды әрі қолданылды. Пікіртерімге әр түрлі пәндік салаға жататын 56 мұғалім қатысты. Пікіртерім мұғалімдердің өзін-өзі бағалау деңгейін, олардың жеке брендті қабылдауын және оны қалыптастыруға өзін-өзі бағалаудың ықпалын айқындауға бағытталған сұрақтардан құралды. Пікіртерім барысында жабық және ашық сауалдар қолданылды. Зерттеу барысында алынған нәтижелер негізінде мұғалімнің өзін-өзі бағалауы және оның жеке брендті арасындағы өзара байланыс анықталды. Авторлар өзін-өзі бағалау мұғалімнің жеке брендін қалыптастырудың негізгі компоненті болады деген тұжырымға келеді. Зерттеу нәтижелерін ғылыми қызметкерлер, педагогикалық жоғары оқу орындарының студенттері, практик мұғалімдер қолдана алады.



**Түйінді сөздер:** өзін-өзі бағалау, жеке бренд, мұғалім, жеке брендтің құрылымы, негізгі компонент.



**Қалай дәйексез алуға болады / Как цитировать / How to cite:**

**Аспанова, Г.Р., Байжекина, Ш.С., Каратаева, Т.О.** Өзін-өзі бағалау мұғалімнің жеке брендінің негізгі компоненті ретінде [Мәтін] // «Білім-Образование» ғылыми-педагогикалық журналы. – Астана: Ы. Алтынсарин атындағы Ұлттық білім академиясы, 2024. – №4. – Б. 225-234.

## Кіріспе

Бүгінде нарықтық қарым-қатынас жүйесінің білім беру кеңістігіне еніп кеткенін байқап жүрміз. Сондықтан да мұғалімге кәсіби құзыреттердің иесі болу аздық етеді, оған өз кәсібінен бөлек, басқаша айтқанда икемді құзыреттерді меңгеріп алу маңызды. Г.Л. Тульчинскийдің, В.И. Терентьеваның пікірі бойынша, жеке бренд – бұл мақсатты аудиториядағылардың санасында нақты бір адам туралы бейнелер мен болжаулардың кешені. Ол мақсатты аудиторияның алдында адамның кәсіби қызметі мен жеке қасиеттері туралы қалыптасқан түсініктерімен сипатталады. [1, с. 146]. Ғылымда бұл ұғымның көпшілік қабылдаған анықтамасының әлі жоқ екенін атап өту керек. Өз мақаламызда мұғалімнің жеке бренді ретінде айналасындағылардың қабылдауында мұғалімнің саналы түрде қалыптастыратын құндылықтар, қасиеттер мен ассоциациялардың жиынтығы деп білеміз.

Солардың ішінде қазір педагогикалық кәсіпте жеке брендті қалыптастыру дағдысы ерекшеленеді. Ол күрделі әлеуметтік-психологиялық түзілім болып табылады, оған өзін-өзі бағалаудың ықпалы күшті. Педагогтерде өзін-өзі дұрыс бағалауды қалыптастыру процесі қазіргі кезде психология мен педагогиканың ара жігінде тұрған өзекті мәселелердің бірі болып табылады. Осы кеңістіктегі зерттеуіміз екі топқа бөлінген: біріншісі өзін-өзі бағалаудың жеке брендті дамыту процесіне ықпалын қарастыратын ғалымдарды біріктіреді; екіншісі жеке брендтің өзін-өзі бағалауды дамытуға әсерін қарастыратындарды шоғырландырды. Өзін-өзі бағалаудың жеке брендті дамыту процесіне әсер етуін В.М. Маслово [2, 87-б.], А.В. Рябых [3, 128-б.] және т.б. қарастырса, жеке брендтің өзін-өзі бағалауға ықпалымен О.В. Шинкарева [4, 59-б.] және т.б. айналысты.

Біз осы мақала шеңберінде бірінші топ ғалымдарының көзқарасына жақынырақ зерттеу жүргіздік.

Зерттеу объектісі – мұғалімнің жеке брендин қалыптастыру процесі, зерттеу пәні

мұғалімнің өзін-өзі бағалауы болып белгіленді. Зерттеу объектісі мен пәніне сүйене отырып, зерттеуіміздің мақсаты қалыптастырылды, ол – өзін-өзі бағалаудың мұғалімнің жеке брендіне ықпалын анықтау.

Зерттеудің түпкі ойын жүзеге асыру үшін алға төмендегі міндеттер шығарылды:

- 1) Ғылыми әдебиетте мұғалімнің жеке брендин қалыптастыру процесіне өзін-өзі бағалаудың әсер ету ерекшеліктерін зерделеу;
- 2) жеке брендті қалыптастыруда өзін-өзі бағалаудың ролін анықтау үшін мұғалімдер арасында сауалнама өткізу;
- 3) алынған қорытындыны баяндау.

Өзін-өзі бағалаудың психологиялық құбылыс ретінде жаңалық емес екендігін атап өту керек. Ал оны педагогикалық қызметі жағынан қарайтын болсақ, ол жеткіліксіз зерделенген. Сонымен, А. Кон өзін-өзі бағалауды адамның өз-өзіне баға қоюына жатқызады. Бұл – «жеке адамның оған деген қарым-қатынастан көрінетін қадір-қасиет туралы жеке пікір» [5, 279-б.]. Боулес, Гинтис және Осборн өзін-өзі бағалау жұмысқа және оны өзінің орындауына қанағаттанушылықтың маңызды факторы деп есептеді [6, 1142-б.]. Сондай-ақ зерттеушілер өзін-өзі дұрыс бағалау үшін өзіндік тиімділіктің қажет екенін ескертеді [7, 131-б.]. Егер адам өзін басқалардың сүйіспеншілігі мен құрметіне лайықты деп сезінбесе, ол өзінің жағымды бейнесін қалыптастыра алмауы мүмкін. Зерттеулер өзіндік тиімділіктің академиялық үлгерімге, мотивацияға, оқу мен жетістіктерге әсер ететінін көрсетеді [8, 37-б.], [9, 219-б.].

Бақылау арқылы мұғалімдердің кәсіби қызметінің табыстылығы олардың өзін-өзі бағалауына тікелей байланысты екенін байқадық. Өзін-өзі жоғары бағалайтын мұғалімдер өзін-өзі дамытуға, педагогикалық процестің басқа да қатысушыларымен нәтижелі өзара іс-әрекет жасауға бейім келеді.

А. Бандура зерттеуінің нәтижелері мұғалімнің өзін-өзі бағалауы оның кәсіби сәйкестігінің негізгі факторы болатынын және педагогикалық қызметінің нәтижелілігіне әсер ететіні туралы баяндайды [10, 467-б.]. Н. Бранден өзінің еңбектерінде өзін дамытуға деген мотивацияны қалыптастырудағы ролін көрсете отырып, мұғалімнің кәсіби өсуі үшін өзін-өзі бағалаудың маңыздылығына ерекше көңіл бөледі [11, 89-б.].

Дегенмен өзін-өзі бағалау мұғалімнің кәсіби қызметінде жағымды ынталандыру ғана болмайтынын естен шығармау керек. Оның деңгейі, тіпті, уақытша төмендегеннің өзінде теріс ықпал еткен көп жағдайлар белгілі. Ал өзін-өзі бағалаудың үнемі өзгеріп тұратын ерекшелігі бар. Мысалы, стрестің әсерінен, эмоциялық сарқылу немесе жұмыстағы келеңсіз жағдайдан ол төмендесе, сәтті өткен сабақтан кейін өзін-өзі бағалау керісінше көтерілуі мүмкін. Сонымен қатар мұғалімнің өзін-өзі бағалауы өзін дамытуға деген ниетіне ықпал ететінін атап өту қажет. Осылайша, өзін жоғары бағалайтын мұғалімдер өзінің кәсіби дағдыларын үнемі жетілдіріп отыруға бейім болады. А.А. Шкунова, М.П. Прохорова, Д.М. Трушкова-лардың зерттеуі қызықты болды, мұнда олар мұғалімдердің өзін-өзі бағалауы олардың жеке брендпен тікелей байланысты екенін көрсетті. Өзін-өзі бағалау деңгейі жоғары мұғалімдер өзінің жеке брендін оңай қалыптастырады, бұл олардың кәсіби мансабына оң әсерін тигізеді. [12, 301-б.].

Ш.Ш. Хамзина, Г.Р. Аспанова, О.Б. Боталова, А.Т. Жандилованың пікірі бойынша, мұғалімнің жеке брендін оның кәсіби қасиеттерінің есебінен ғана емес, сонымен бірге оның жеке тұлғасы, оның құндылықтары, оның өзіне және өз жұмысына деген қарым-қатынасы есебінен де қалыптасады. Өзін-өзі бағалау бұл жерде мұғалімнің өзіне деген сенімінің деңгейін, өзін таныту қабілетін анықтай отырып, маңызды роль атқарады [13, 252-б.].

Крокер Дж., Вулф К.Т. зерттеулері өзін-өзі жоғары бағалаудың өзін дамыту қабілетін арттыратынын көрсетеді [14, 612-б.].

Жоғарыда айтылғандарға сүйеніп, өзін-өзі бағалау мұғалімнің стресске төзімділігіне, тиімділігі мен нәтижелілігіне ықпал ете отырып, оның кәсіби қызметінде маңызды роль атқарады деген тұжырым жасауға болады.

Сонымен қатар зерттеулер өзін-өзі бағалаудың қазіргі кезде мұғалімнің кәсіби қызметінің бір бөлігі болып кеткен жеке брендті қалыптастыру процесіне де тікелей қатынасы бар екенін көрсетеді.

## Материалдар мен әдістері

Қойылған мақсатқа жету үшін: мұғалімнің жеке брендін тиімділігі оның өзін-өзі бағалау деңгейіне тәуелді ме? деген зерттеу сауалы алға тартылды.

Зерттеу барысы үш кезеңде жүргізілді, атап айтсақ, ұйымдастыру, зерттеу және талдау.

Эмпирикалық зерттеу жартылай құрылымдалған сұхбаттың көмегімен жүргізілді. Оған өзін-өзі бағалау деңгейі жоғары және төмен 56 мұғалім қатысты. Респонденттерді кездейсоқ іріктеліп алынды, бұл нәтиженің объективтілігін қамтамасыз етуге мүмкіндік берді. Сұхбат өзін-өзі анықтау, құндылықты қатынастар мен ортақ мақсат сұрақтарын, сондай-ақ олардың өз тиімділігін және қалыптасқан жеке брендін қабылдауы сияқты сауалдарды қамтыды. Сұхбат авторлық әдістеме негізінде, жартылай құрылымдалған сұрақтар түрінде әзірленді. Сұрақтар мұғалімнің өзін-өзі бағалау деңгейін, олардың жеке брендті қабылдауын және оны қалыптастыруға өзін-өзі бағалаудың ықпалын зерделеуге бағытталды.

Мағлұматты жинақтау процесі құпиялық хаттамасын сақтай отырып, емін-еркін жағдайда жартылай құрылымдалған сұхбат түрінде болды.

Ең басында сұхбат алушылар пікіртерімді өткізу күнін және сұхбатты өткізу орнын жазып қойды; сұхбатқа қатысушылардың барлығына сұхбаттың жасырын сипатта екені хабарланды.

Сұхбат төмендегідей құралды:

- кіріспе сөз және зерттеу мақсатымен таныстыру;
- мұғалімнің өзін-өзі бағалауы және жеке бренді бойынша негізгі сұрақтар;
- қосымша сұрақтар (респонденттің жауабына байланысты);
- сұхбатты аяқтау.

Сұхбат барысында мұғалімнің уақытында келуіне, сырт келбеті және жалпы көңіл күйіне, негізгі пікірлері мен сұхбат алушы қойған сұрақтарға берілген жауаптарына, бейвербальды реакциясы мен ым-ишарасына, мұғалімнің эмоциялы ықыластылығы мен құштарлығына бақылау жүргізілді.

Сұхбат аяқталғаннан кейін мұғалімнің өзін-өзі бағалауының жалпы бейнесі, ұстаздың жеке брендин қалыптастыруда өзін-өзі бағалаудың ролі туралы қорытынды шығарылды.

Хаттама толтыруға көп көңіл бөлінді. Хаттаманы толтырудағы ұқыптылық пен зейінділік эмпирикалық зерттеудің келесі кезеңінде нәтижені пайымдауға қатысты болды.

Тақырыптық талдауды қолдану арқылы

барлық хаттамаға талдау жасалды. Заңдылықтар мен тақырыптарды айқындау үшін транскриптер кодталды және жүйеге келтірілді.

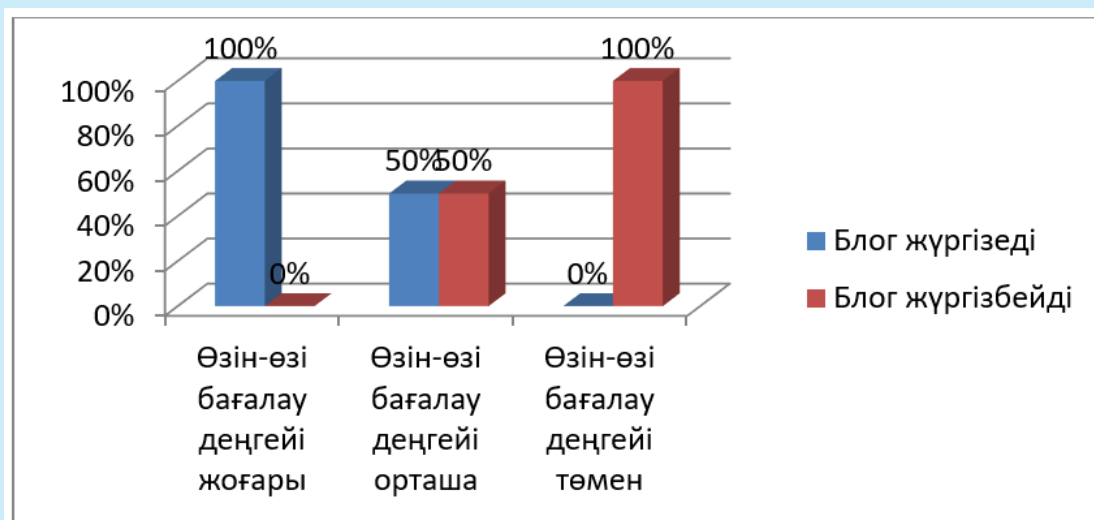
Сұхбатқа қатысушыларға олардың жеке басының құпиялылығына кепілдік берілді және олардың жауаптарының тек зерттеушілік мақсатта ғана қолданылатыны хабарланды.

## Нәтижелер

Жүргізілген зерттеу мұғалімнің өзін-өзі бағалау деңгейі мен оның жеке брендинің тиімділігі арасындағы өзара байланыс жайында құнды деректер алуға мүмкіндік берді.

Бірінші: «Өзіңізге беретін бағаңыздың деңгейі» сұрағына төмендегідей жауаптар алынды: «жоғары» - 18 адам (32%), «орташа» - 34 адам (61%), «төмен» - 4 адам (7%).

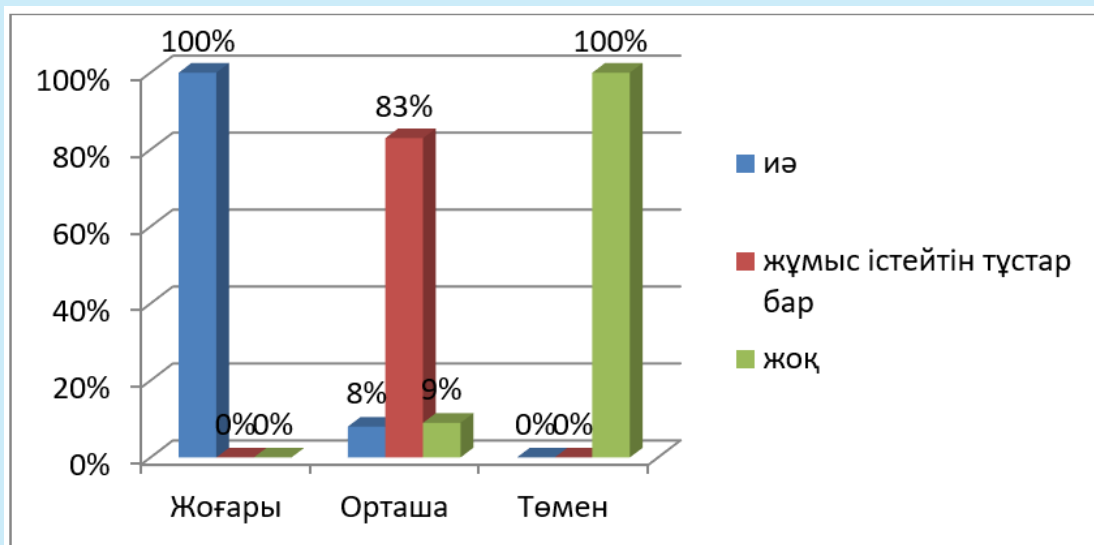
Екінші: «Әлеуметтік желілерде блог жүргізесіз бе?» сұрағына алынған жауаптар: «иә» - 35 адам (62,5%), «жоқ» - 21 адам (37,5%). Өзін-өзі жоғары бағалайтын мұғалімдердің блог жүргізетінін атап өту керек, ал өзіне орташа баға беретін 34 адамның 17-сі блог жүргізсе, 17-сі жүргізбейді, өзін-өзі бағалауы төмен 4 адамның ешқайсысы блог жүргізбейді (1-сурет).



Сурет 1 – Өзін-өзі бағалау деңгейі әр түрлі мұғалімдердің блог жүргізуінің көрсеткіші

«Жеке брендiңiз жеткiлiктi дамыған деп есептейсiз бе?» сұрағына өзiне баға беру деңгейi жоғары ұстаздар «иә» - 100%; өзiне баға беру деңгейi орташа педагогтер – «иә» - 8%, «өзiммен әлi де жұмыс iстей-

тiн тұстар бар» - 83%, «жоқ» - 9%; өзiне баға беру деңгейi төмен мұғалiмдер төмендегiдей жауап бердi: «иә» - 0%, «жұмыс iстейтiн тұстар бар» - 0%, «жоқ» - 100%. Нәтижесi 2-суретте көрсетiлген.



Сурет 2 – Өзiн-өзi бағалау деңгейi әр түрлi мұғалiмдерде жеке брендiң қалыптасуы

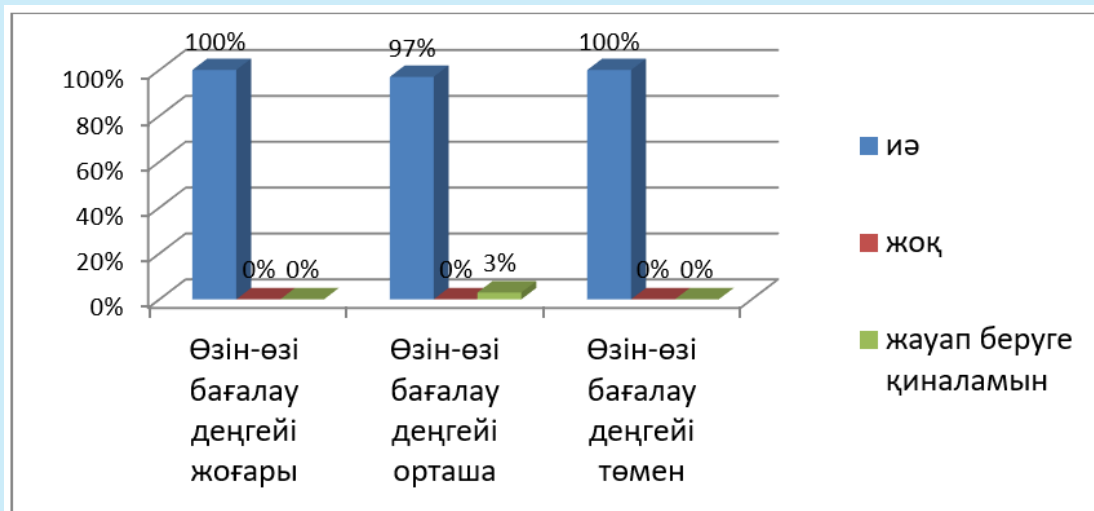
Келесi сауал оларда жеке брендiң қалыптасуы туралы сұраққа мақұлдап жауап берген мұғалiмдерге қойылды. «Сiздiң өзiңiздi бағалауыңыз жеке брендiңiздi басқалардың қабылдауына қалайша ықпал етедi?» деген сұраққа мынадай жауаптар алынды: «Өзiмдi басқаларға көрсетуiме менiң өзiмдi бағалауым ықпал етедi. Өзiме сенiмдi болу менiң жеке брендiме қатысты болады», «Өзiмнiң маңыздылығыма деген сенiмдiлiк және табыстылық сезiмi менiң жеке брендiме тiкелей қатысты, ол да тартымдылықпен әрi беделмен сипатталады. Басқа қырын да атап өткiмiз келедi, яғни өзiме беретiн бағам төмен болған кезде басқалардың алдында менiң жеке брендiм түседi», «Менiң өзiмдi бағалауым басқалардың алдындағы қалпыма тiкелей әсер етедi», «Менiң өзiмдi бағалауым көтерiлген жағдайда айналамындағылар оны байқап алып, менiң жеке брендiме сәйкесiнше қарайды», «Менiң

өзiме беретiн бағам менiң жеке брендiме төмендегi жағдайда әсер етедi: егер мен бақытты болсам, ол көтерiледi де, сәйкесiнше олардың менi қалай қабылдайтыны да жоғарылайды».

Бесiншi сұрақ барлық респонденттерге қойылды. «Жеке бренд мұғалiмнiң өзiн-өзi бағалауына байланысты ма?» сауалына төменде көрсетiлген жауаптар алынды:

- өзiн-өзi бағалау деңгейi жоғары мұғалiмдер: «иә» - 100%, «жоқ» - 0%, «жауап беруге қиналамын» - 0%;
- өзiн-өзi бағалау деңгейi орташа мұғалiмдер: «иә» - 97%, «жоқ» - 0%, «жауап беруге қиналамын» - 3%;
- өзiн-өзi бағалау деңгейi төмен мұғалiмдер: «иә» - 100%, «жоқ» - 0%, «жауап беруге қиналамын» - 0%.

Нәтижелері 3-суретте ұсынылған.



Сурет 3 – Респонденттердің пікіріне сәйкес, жеке брендтің мұғалімнің өзін-өзі бағалау деңгейіне тәуелділігі

## Талқылау

Зерттеу кезінде мұғалімнің тұлғалық жеке брендін қалыптастыру барысында өзін-өзі бағалаудың елеулі роль атқаратыны айқындалды. Мұғалімнің өзін-өзі бағалау деңгейі неғұрлым жоғары болса, соғұрлым оның жеке брендті табысты бола алады. Өзіне-өзі баға беру мұғалімнің өзін қабылдауына, айналасындағы адамдармен қалай іс-әрекет жасайтынына және өзінің алдына қойған мақсаттарына жету үшін қандай стратегиялар таңдайтынына ықпал етеді.

Сонымен, өзін-өзі бағалау деңгейі мұғалімнің кәсіби маман ретінде өзін қалай көрсете алатын қабілетіне және де айналасындағылардың оны қалай қабылдайтынына тура пропорционал ықпал етеді.

Сондай-ақ мұғалімдердің өзінің жеке брендін қалыптастырудың маңыздылығын онша түсінбейтіні аталды, респонденттердің жартысына жуығы әлеуметтік желілерде жеке блог жүргізбеймін деп жауап берді.

Айта кететін жағдай, респонденттердің барлығы жеке брендті құруда өзін-өзі бағалау деңгейінің маңыздылығын сезінеді.

Зерттеу байқағанымыздай өзін-өзі бағалау деңгейі жоғары мұғалімдер өздерін нәтижелі қырынан көрсетеді, өзінің кәсіби шеберлігіне сенімдірек және сырттан айтылған сынға бейім келеді. Бұл айналасындағылардың құрметі мен сеніміне бөленуге ықпал етеді. Өзін-өзі бағалау деңгейі жоғары мұғалім педагогикалық процестің басқа субъектілерімен қарым-қатынасқа жеңіл түседі.

Ал өзін-өзі бағалаудың төмен деңгейі жеке брендті қалыптастыру процесін тежеуі әбден мүмкін. Өзін-өзі бағалау деңгейі төмен мұғалімдердің көпшілік алдында сөз сөйлеуден, өзін-өзі белсенді көрсетуден қашқалақтауы жиі байқалады, бұл өз тарапынан жеке брендті жылжыту (жоғарылату, ілгерілету) үшін мүмкіндікті шектейді. Мұғалімнің жеке брендін қалыптастыру өзінің кәсіби құнжылығын сезінуді ғана емес, сонымен қатар әрдайым өзін-өзі жетілдіруге және кәсіби

қоғамдастықтарға белсенді қатысуға дайын болуды талап етеді.

Өзіне деген сенімділік мұғалімге кәсіби қызметінде жоғары жетістіктерге қол жеткізуге көмектеседі.

А. Бандураның зерттеулері де педагогтің өзін-өзі бағалауының жоғары деңгейі оның кәсіби және жеке жетістіктеріне оң әсер ететінін растайды [10, 467-б.].

Н. Бранден өзін-өзі жоғары бағалаудың ынта мен кәсіби өсудің факторы болатынын көрсетеді [11, 89-б.].

Осылайша, өзіне-өзі баға беру мұғалімнің тұлғалық жеке брендінің басты компоненті болады деп қорытынды жасай аламыз. Өзін-өзі бағалауды зерделеу мәселесі мұғалімнің кәсіби шеберлігін дамытуда өзекті бағыттардың бірі болуы мүмкін.

## Қорытынды

Жүргізілген зерттеулердің негізінде біз төменде ұсынылған тұжырымға келдік:

- 1) өзін-өзі бағалау мұғалімнің жеке брендин қалыптастыру процесіндегі психологиялық құбылыс ретінде аз зерделенген;
- 2) сұхбат нәтижелері мұғалімнің өзін-өзі бағалау деңгейі мен жеке брендінің тиімділік деңгейімен өзара байланыстылығы туралы айтады; мұғалімдердің жауаптары осы өзара байланыстылық туралы білетінін растайды;
- 3) зерттеу нәтижелері мұғалімдердің өзін-өзі бағалауын арттыру бойынша арнайы жұмыс ұйымдастыру үшін негіздеме болып табылады. өзін-өзі бағалауды өзі диагностикалауды үйрету, қолдау және психологиялық сүйемелдеу мұғалімдерге өзін-өзі бағалау деңгейін, нәтижесінде жеке брендтің тиімділігін жетілдіруге септігін тигізуге қабілетті;
- 4) ары қарай осы саладағы зерттеулер жеке брендтің өзін-өзі бағалауға ықпалын зерделеуге бағытталуы мүмкін.

Осылайша, зерттеу нәтижелері өзін-өзі бағалаудың мұғалімнің жеке брендінің тиімділігіне ықпалын растайды және мұғалімдерді кәсіби даярлау кезінде осы аспектіге назар аудару қажеттілігі туралы қорытынды жасауға мүмкіндік береді.

Өзін-өзі бағалауды зерделеу мәселесі мұғалімнің кәсіби шеберлігін дамытудың өзекті бағыттарының бірі болуы мүмкін.

Сонымен зерттеуіміздің нәтижелері жеке брендинг дағдыларын дамыту және өзін-өзі бағалау деңгейін көтеру бойынша мұғалімдерге арналған қосымша тренингтер мен семинарлар өткізу қажеттілігі туралы тұжырым жасауға мүмкіндік береді. Бұл оларға кәсіпқой маман болуға ғана емес, сондай-ақ әріптестері, оқушылары мен ата-аналар алдында оң имидж қалыптастыруға да көмектеседі.

Осы сала бойынша алдағы зерттеулер мұғалімнің жеке брендин қалыптастыруға басқа да факторлардың әсерін зерделеуге, сонымен қатар педагогтердің кәсіби қызметінде өзін-өзі бағалау мен жеке брендті дамыту бойынша әдістемелерді және бағдарламаларды құрастыруға бағытталуы мүмкін.

## Пайдаланылған деректер тізімі

1. **Тулъчинский, Г.Л., Терентьева В.И.** Бренд-менеджмент. Брендинг и работа с персоналом [Текст]: учеб. для вузов / Г.Л. Тулъчинский, В.И. Терентьева. – М.: Юрайт, 2019. – 255 с.
2. **Маслова В.М.** Управление персоналом: учебник и практикум для академического бакалавриата. 4-е изд. М.: Юрайт, 2019.
3. **Рябых А.В.** Персональный бренд. Создание и продвижение. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
4. **Шинкарёва О.В.** Роль личного бренда в профессиональной деятельности эксперта // Вестник науки №5 (62) том 2. С. 106 - 111. 2023 г. ISSN 2712-8849 // Электронный ресурс: <https://www.vestnik-nauki.pf/article/8096> (дата обращения: 04.12.2024 г.)
5. **Kohn, A.** (2019). The Truth about Self-Esteem. Phi Delta Kappan, 76, P. 272-283. (ағылшын тілінде)
6. **Bowles, S., Gintis, H., & Osborne, M.** (2021). The Determinants of Earnings: A Behavioural Approach. Journal of Economic Literature, 39, P.1137-1176. (ағылшын тілінде)
7. **Смаков, В.** Самооценка [текст] // Общественная сеть Ванкувера. – 2019. - №4. - С. 124-135. (орыс тілінде)



тілінде)

8. **Пахарес, Ф.** Текущие направления исследований самооффективности [текст] // Достижения в мотивации и достижениях. - 2022. - № 10. - С.1-49. (орыс тілінде)
9. **Шунк, Д.** Самооффективность и школьное обучение [текст] // Психология в школах. - 2019. - №22. - С.208-223. (орыс тілінде)
10. **Бандура, А.** Факторы, определяющие самооффективность ожидаемого страха и катастрофы [текст] // Журнал личности и социальной психологии. - 2023 - №45, С.464-469. (орыс тілінде)
11. **Branden, N.** Psychology of self-esteem: a new concept of the psychological nature of man. - Los Angeles, 2020. - 183p. (ағылшын тілінде)
12. **Шкунова, А.А., Прохорова, М.П., Трушкова, Д.М.** Сторрителлинг в преподавании управленческих дисциплин [текст] // Проблемы современного педагогического образования. - 2020. - № 69. - С.299-303. (орыс тілінде)
13. **Хамзина, Ш.Ш., Аспанова, Г.Р., Боталова, О.Б., Жандилова, А.Т.** Влияние внешности учителя на восприятие его личного бренда целевой аудиторией: анализ опроса родителей [текст] // «3i: intellect, idea, innovation - интеллект, идея, инновация». - 2024. -№2. - С.249-256. (орыс тілінде)
14. **Crocker, J., & Wolfe, C.T.** Contingencies of self-worth. Psychological Review, 2021, vol. 108(3), P.591-628. (ағылшын тілінде)

## References

1. **Tul'chinskij, G.L., Terent'eva V.I.** Brendmenedzhment. Branding i rabota s personalom [Brand management. Branding and HR management]: ucheb.dlya vuzov / G.L. Tul'chinskij, V.I. Terent'eva. - M.: Yurajt, 2019. - 255 p.
2. **Maslova V.M.** Upravlenie personalom [Personnel management]: uchebnik i praktikum dlya akademicheskogo bakalavriata. 4-e izd. M.: Yurajt, 2019.
3. **Ryabyh A.V.** Personal'nyj brend. Sozdanie i prodvizhenie [A personal brand. Creation and promotion]. M.: Mann, Ivanov i Ferber, 2014.
4. **Shinkaryova O.V.** Rol' lichnogo brenda v professional'noj deyatel'nosti eksperta [The role of

a personal brand in the professional activity of an expert] // Vestnik nauki №5 (62) tom 2. S. 106 - 111. 2023 g. ISSN 2712-8849 // Elektronnyj resurs: <https://www.vestnik-nauki.rf/article/8096>

5. **Kohn, A. (2019).** The Truth about Self-Esteem. Phi Delta Kappan, 76, P. 272-283. (in english)
6. **Bowles, S., Gintis, H., & Osborne, M. (2021).** The Determinants of Earnings: A Behavioural Approach. Journal of Economic Literature, 39, P.1137-1176. (in english)
7. **Smakov, V.** Samoocenka [Self-assessment] // Obshhestvennaya set` Vankuvera. - 2019. - №4. - P.124-135. (in russian)
8. **Pahares, F.** Tekushhie napravleniya issledovaniy samoe`ffektivnosti [Current directions of self-efficacy research] // Dostizheniya v motivacii i dostizheniyax. - 2022. - № 10. - P.1-49. (in russian)
9. **Shunk, D.** Samoe`ffektivnost` i shkol`noe obuchenie [Self-efficacy and schooling] // Psichologiya v shkolax. - 2019. - №22. - P.208-223. (in russian)
10. **Bandura, A.** Faktory`, opredelyayushhie samoe`ffektivnost` ozhidaemogo straxa i katastrofy` [Factors determining the self-efficacy of anticipated fears and disasters] // Zhurnal lichnosti i social`noj psichologii. - 2023 - №45, P.464-469. (in russian)
11. **Branden, N.** Psychology of self-esteem: a new concept of the psychological nature of man. - Los Angeles, 2020. - 183p. (in english)
12. **Shkunova, A.A., Prohorova, M.P., Trushkova, D.M.** Storritelling v prepodavanii upravlencheskix disciplin [Storytelling in the teaching of management disciplines] // Problemy` sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya. - 2020. - № 69. - P.299-303. (in russian)
13. **Hamzina, Sh.Sh., Aspanova, G.R., Botalova, O.B., Zhandilova, A.T.** Vliyanie vneshnosti uchitelya na vospriyatie ego lichnogo brenda celevoy auditoriej: analiz oprosa roditelej [The influence of a teacher's appearance on the perception of his personal brand by the target audience: an analysis of a survey of parents] // «3i: intellect, idea, innovation - intellekt, ideya, innovaciya». - 2024. -№2. - P.249-256. (in russian)
14. **Crocker, J., & Wolfe, C.T.** Contingencies of self-worth. Psychological Review, 2021, vol. 108(3), P.591-628. (in english)



## Самооценка как ключевой компонент личного бренда учителя

Г.Р. Аспанова\*<sup>1</sup>, Ш.С. Байжекина<sup>2</sup>, Т.О. Каратаева<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Павлодарский педагогический университет им.Э. Марғұлан, Республика Казахстан, г. Павлодар

<sup>3</sup>НАО «Аркалыкский педагогический институт им. И.Алтынсарина», Республика Казахстан, г. Аркалык



**Аннотация.** Современная система образования требует от учителей не только глубоких профессиональных знаний, но и умения развивать эффективный личный бренд. Который определяет его позиционирование как учителя и влияет на успешность его работы. Неотъемлемой частью формирования личного бренда учителя, по мнению авторов, является самооценка. Статья посвящена актуальной на сегодняшний день проблеме – изучению роли самооценки в личном бренде учителя. Цель исследования - определить влияние самооценки на личный бренд учителя. В ходе исследования были применены методы анализа научной литературы по проблеме исследования, опрос учителей. В опросе приняло участие 56 учителей, представляющих разные возрастные группы и предметные области. Опрос включал в себя вопросы, направленные на выявление уровня самооценки учителей, их восприятие личного бренда и влияния самооценки на его формирование. Были использованы как закрытые, так и открытые вопросы, позволяющие участникам свободно выразить свои мысли и ощущения. Проведенное исследование позволило определить взаимосвязь между самооценкой учителя и его личным брендом. Результаты позволяют сделать вывод о значимости самооценки как ключевого компонента формирования личного бренда учителя и подчеркивают необходимость учитывать ее в процессе профессионального развития педагогических кадров. Результаты исследования могут быть использованы исследователями, студентами педагогических вузов, практикующими учителями.



**Ключевые слова:** самооценка, личный бренд, учитель, структура личного бренда, ключевой компонент.

## Self-esteem as a key component the teacher's personal brand

G.R. Aspanova\*<sup>1</sup>, Sh.S. Baizhekina<sup>2</sup>, T.O. Karataeva<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Pavlodar Pedagogical University named after A. Margulan, Republic of Kazakhstan, Pavlodar

<sup>3</sup>NAO «Arkalyk Pedagogical Institute named after I.Altynsarın», Republic of Kazakhstan, Arkalyk



**Abstract.** The modern education system requires teachers not only to have deep professional knowledge, but also the ability to develop an effective personal brand. Which determines his positioning as a teacher and affects the success of his work. According to the authors, self-esteem is an integral part of the formation of a teacher's personal brand. The article is devoted to an urgent problem today – the study of the role of self-esteem in a teacher's personal brand. The purpose of the study is to determine the impact of self-esteem on a teacher's personal brand. In the course of the study, methods of analyzing scientific literature on the research problem and a survey of teach-

ers were applied. 56 teachers from different age groups and subject areas took part in the survey. The survey included questions aimed at identifying the level of self-esteem of teachers, their perception of a personal brand and the impact of self-esteem on its formation. Both closed and open-ended questions were used, allowing participants to freely express their thoughts and feelings. The conducted research allowed us to determine the relationship between the teacher's self-esteem and his personal brand. The results allow us to conclude about the importance of self-assessment as a key component of the formation of a teacher's personal brand and emphasize the need to take it into account in the process of professional development of teaching staff. The results of the study can be used by researchers, students of pedagogical universities, practicing teachers.



**Keywords:** self-esteem, personal brand, teacher, personal brand structure, key component.

*Материал баспаға 18.09.2024 келіп түсті.*